



Daniel Stucki

L'EUPHORIE, LE BÉMOL ET

LE CHANTIER ...

L'horlogerie suisse est en pleine euphorie. Un bémol toutefois: les délais de livraison suivent la même courbe que celle des chiffres à l'exportation. Pour faire face à la demande, les capacités de production sont insuffisantes. Et du coup les sourires affichés à l'issue des salons du printemps se transforment ici et là en fâcheuses grimaces.

Le phénomène était-il prévisible? Certains l'avaient anticipé. Ceux qui ont choisi de verticaliser leur production se félicitent, mais ils sont rares à avoir pu mener jusqu'au bout leurs ambitions autarciques. La très large majorité des acteurs sont dépendants d'un vaste réseau aujourd'hui saturé. Et il suffit d'un chaînon manquant...

Le plus cruel est certainement d'avoir séduit d'importants clients asiatiques ou américains avec un prototype canon ou une présérie de rêve et d'être dans l'incapacité d'honorer les commandes parce que les fournisseurs ne peuvent plus suivre et repoussent une fois encore leurs délais de livraison. On parle ici de quelques mois; là, mais à mots couverts, de beaucoup plus... Les rumeurs vont bon train et l'on se moque gentiment des chiffres d'affaires proclamés un peu tôt et qui ne sont toujours que de pieux désirs inscrits sur des carnets de commande. Curieusement, les flèches assassines sont cependant plus rares qu'à

l'accoutumée, signe indéniable que tout le monde ou presque est dans le même bateau qui, soit dit en passant, tient davantage du paquebot que du rafiot. Signe aussi que tout le monde est touché par la grâce potentielle d'une demande aux volumes exceptionnels. Et chacun de croiser les doigts en espérant que le client final sera patient.

La question évidemment sur toutes les lèvres: l'embellie va-t-elle se prolonger? Beaucoup prédisent déjà, sans faire preuve d'une imagination débordante, le reflux. Ce qui expliquerait la timidité supposée des investisseurs horlogers, qui resteraient les bras croisés par peur de se retrouver demain avec des infrastructures flambant neuves, mais une crise à la porte.

Tout cela n'est pas sérieux. Il va de soi que cette industrie n'échappera pas à la réalité des cycles, qu'elle connaît bien, et rien ne permet d'exclure une crise internationale majeure qui affecterait l'économie mondiale. Cette platitude enregistrée, il est faux d'imaginer dans ce contexte une quelconque passivité des horlogers suisses. Au contraire, s'il est un secteur qui a beaucoup investi et continue de le faire en pariant sur l'avenir, c'est bien celui-ci. Il suffit d'ailleurs de le parcourir pour constater que l'arc horloger est en réalité un vaste chantier.

Jean-Philippe Arm

5

Clinton en Equation du Temps



Jean-Philippe Arm

Audemars Piguet a été une des premières marques horlogères à soutenir des causes à caractère social, citoyen, responsable, charitable. Dans ce but, elle a mis sur pied sa propre fondation, dont le logo est tout un symbole : un arbre, un chêne, un oak plus royal qu'une icône horlogère. C'était en 1992. Et si cela semble lointain, c'est que bien d'autres lui ont emboîté le pas.

Le monde anglo-saxon est particulièrement actif dans ce domaine, et depuis une éternité, avec une prédisposition pour la constitution de fondations au travers desquelles s'exprime la générosité des hommes. La fiscalité n'y est pas étrangère et la culpabilité de ceux qui ont amassé des fortunes fait le reste, sous la forme d'une redistribution pour le bien-être de la communauté, la paix des âmes et la garantie pour le donateur de pouvoir attendre le jugement dernier en toute sérénité.

Même si l'esprit et les motivations doivent être nuancés chez les Helvètes, il n'est pas surprenant que le courant passe aisément entre fondations des deux rives de l'Atlantique. Rien de plus naturel dès lors qu'Audemars Piguet s'illustre en instaurant

un partenariat avec une fondation américaine, dont on parle beaucoup ces temps-ci, celle de l'ancien président Bill Clinton. Officiellement cela s'est passé à mi-octobre sur la 57^e rue, entre un hôtel prestigieux et la boutique AP d'en face, avec remise d'un chèque de trois millions de dollars pour le volet environnemental des activités de la fondation que ne renierait pas Al Gore, lancement d'une collection de haute horlogerie dédiée à celle-ci et mise aux enchères du premier exemplaire en platine du modèle Equation du Temps Jules Audemars Foundation Clinton.

Une fois de plus, la genèse de cette rencontre est une suite de circonstances particulières et de relations humaines, entre l'achat spontané d'une Offshore et une partie de golf. L'autre jour, Bill portait une Millenary au poignet et enchaînait les conférences à New York au retour d'une tournée en Europe pour la promotion du bouquin consacré à sa Fondation. Une vie très active, le 42^e président des Etats-Unis, et il jouit d'une popularité à laquelle son successeur n'est pas étranger... ●

Coup de **poker** chez Concord

Bernadette Richard Elle était extramince, elle est super - grosse... et pourtant, elle plaira aux mecs... et sans doute même aux nanas! Parole de président, Vincent Perriard, à la tête de Concord, qui vient de s'offrir un sacré coup de poker sur table rase. Du rarement vu... du jamais vu? C'est en effet assez inattendu, une marque horlogère qui se paie le culot de passer de l'archiplate qui a fait sa réputation au mastodonte qui devrait signer sa renaissance. Car, dans la tête des horlogers, sommeille toujours un petit coin de mémoire ancré dans la bonne vieille tradition: on veut bien évoluer, mais petit à petit, sans bousculer grand-mère, tout en flirtant avec les petits-enfants!

L'heure c'est l'heure! Née en 1908 à Bienne, avec filiale à New York en 1909, Concord a suivi un honnête bonhomme de chemin jusqu'en 1979, année de la sortie de la fameuse Delirium. Pour un délire, c'en fut un: la presse mondiale s'en fit l'écho, pensez, une toquante analogique dont l'épaisseur n'atteignait pas les 2 mm! Reconnaissance aidant, Delirium allait donner naissance à des enfants toujours plus plats... Mais la mode est versatile, tout casse tout lasse, sauf la maigreur des mannequins, toujours hantées par Twiggy, la planche à repasser des années 1960. L'univers de la précision, lui, s'est mis à prendre du poids, des tailles... préférant finalement la chair généreuse au poignet. C'est ce XXL que Vincent Perriard a décidé d'appliquer, jusqu'au gigantisme, à l'insignifiante



ACTUALITEACTUA

Concord qui se délitait depuis plus de dix ans. Appelé par Ephraïm Grinberg, le boss de Movado, dont fait partie Concord, à réveiller la Belle au bois dormant à l'agonie, le chantre du repositionnement des marques a d'abord fait la moue: le baiser à l'endormie ne le séduisait guère! Quand il a compris qu'il avait carte blanche pour s'adonner aux caprices les plus fous, Perriard a dit oui... et, bon prince, s'est penché sur la Belle. Voyons... Termes qualifiant l'ADN de la marque à l'époque Delirium? Modernité, savoir-faire, audace, inattendu, racé. *«C'était parfait, restait à les appliquer au concept du nouveau garde-temps, avec quelque chose en plus.»* Entre jubilation et ironie, tant le défi semblait cocasse, les frères Scarinzi de Bienne ont planché, dessiné, passé des nuits blanches, revu leur copie et accouché de la C1. Présenté à Bâle dans sa boîte composée de 53 éléments pour 44 mm de diamètre et 16,7 mm d'épaisseur, le chronographe C1 s'habille de noir, cadran en fibre de carbone compris. Et bracelet caoutchouc, emboîté dans un élément de titane rivé au boîtier par des vis autobloquantes. Les acheteurs se sont bousculés au portillon, pâmés devant tant d'énorme impertinence. Jouant la carte basique du macho pur crin, cette toquante on ne peut plus tendance a paraît-il fait de l'œil au sexe faible. Alors, Monsieur Perriard, coup de poker gagnant? *«Il faut attendre mars ou avril 2008»*, lâche, soudain prudent, ce grand bavard devant l'Eternel — il a été animateur de radio avant de grimper les échelons chez Audemars Piguet et Swatch, s'octroyant un crochet par l'agence de consulting Brand DNA, son bébé, créé avec son associé Carlo Giordanetti. Pour l'instant, les carnets de commandes débordent, mais le produit peine à suivre, il sortira plus tard que prévu, *«nous souffrons, comme tout le monde, de stress sur la livraison des mouvements, on devra échelonner, poursuit-il, car il y a onze modèles qui suivent, tous mécaniques»*. Et d'annoncer déjà la C2... Et la Saratoga, dont on susurre en coulisses qu'elle pourrait malgré tout être exhumée des abîmes de Concord, sera-t-elle aussi munie d'un mouvement mécanique ou le quartz réapparaîtra-t-il? Vincent Perriard ne jure que par la belle mécanique... Renaître en plein boum horloger lui donne des ailes, puisse le soleil ne pas briller trop violemment! ●



Booster l'outil industriel



Jean-Philippe Arm Pour répondre à la demande, les capacités de production de l'horlogerie suisse sont aujourd'hui insuffisantes. Les carnets de commande ont été remplis dans l'euphorie générale, mais les pièces promises ne peuvent pas être livrées dans les délais. Le phénomène n'est pas nouveau, mais il atteint ces temps-ci une ampleur probablement sans précédent, symétrique rançon de l'engouement planétaire pour les montres *Swiss made*.

Des horlogers se sont laissé surprendre. D'autres avaient anticipé cette croissance, mais ne l'avaient pas imaginée aussi forte et continue. Le pouvait-on vraiment? Aujourd'hui, comment réagissent-ils? En d'autres termes, quels sont les investissements récents ou projetés dans l'outil de production des marques et des entreprises de l'arc horloger? Nous avons posé la question à tous les protagonistes. La plupart ont répondu. Ceux qui ne l'ont pas fait n'avaient sans doute rien à déclarer ou peut-être étaient-ils trop absorbés par la recherche désespérée de nouveaux fournisseurs...

Parallèlement, nous avons sillonné les vallées et les plateaux jurassiens, où les réponses les plus éloquentes sont des buttes de terre, des trous immenses, des grues et des échafaudages, des excroissances, des bâtiments poussant comme les bolets à l'automne ou qui viennent d'être inaugurés et sentent encore la peinture fraîche. Voici l'état des lieux du vaste chantier horloger.

La référence. S'il est une marque qui a fortement investi ces dernières années dans son outil de production et ne se trouve pas prise au dépourvu, c'est évidemment **Rolex**. Pour restructurer, regrouper et redimensionner ses sites, elle a lancé et mené plusieurs chantiers spectaculaires à Genève, qui ont impressionné la République. Pour ceux qui en doutaient, la marque a rappelé ainsi qu'elle était sans conteste la plus forte du secteur. Ses travaux gigantesques ont dégagé une impression de puissance inouïe et de souveraineté absolue. A lui seul, le complexe de Plan-les-Ouates exprime cette solidité massive et autarcique, appelée à défier le temps. Quand les enfants d'Arthur-C. Clarke et de Stanley Kubrick nous referont le coup de *L'Odyssée de l'espace* au prochain millénaire, c'est la forteresse grise de l'entreprise couronnée qui jouera le rôle du monolithe noir, étrange vestige d'une civilisation disparue interpellant les nouveaux habitants de la planète bleue.

Fallait-il y voir un symbole? Il y a deux ans, une fin d'après-midi de janvier, un coup de foudre sur une ligne de 220 000 volts a plongé dans le noir Genève et une partie de l'arc lémanique. Dans la zone industrielle de Plan-les-Ouates, en attendant le rétablissement du courant ou la mise en route des générateurs de secours, tous les regards ont convergé vers un grand bâtiment resté allumé...

Ce site est dédié à la production des boîtes et des bracelets, de la fonte de la matière première à la terminaison et à l'assemblage. Edifié entre 2001 et 2004, il est composé de trois modules de 131 m de long, reliés par un axe central de circulation. Un volume considérable, avec des espaces aérés et lumineux, modulables et adaptables si besoin à de nouveaux modes de travail. Au final: 42 000 m² de surfaces utiles. Pour prendre la mesure de l'ensemble, il faut savoir qu'aux six étages visibles consacrés à la production, répondent cinq étages en sous-sol, réservés aux stocks et aux parkings.

Rolex avait inauguré au tournant du millénaire la première de ses nouvelles infrastructures industrielles, à Chêne-Bourg, réservée elle aux cadrans et aux produits de bijouterie et de joaillerie, avec 13 000 m² de surfaces utiles également dans une enveloppe de verre.

Troisième élément du triptyque, le siège mondial des Acacias a été agrandi, surélevé de trois étages, recouvert d'une double peau de verre sécurisé. Ses deux tours parallèles ont été flanquées à l'arrière de deux nouveaux bâtiments où, venus des différents sites de production du groupe et notamment de Bienne, convergent tous les composants pour la dernière étape: l'emboîtement des mouvements et l'assemblage final des montres. Les nouvelles extensions du siège central représentent 20 500 m² de surfaces utiles.

Patrick Heiniger, le big boss de Rolex, résume dans une plaquette la finalité de la stratégie de l'intégration verticale des fournisseurs en Suisse et le regroupement des activités genevoises: «*Le but est de garantir la maîtrise des éléments essentiels qui composent nos montres et d'assurer notre autonomie.*» On retrouvera ces mots clés dans la bouche et sous la plume de beaucoup de nos interlocuteurs: verticalisation et autonomie. Quand les marques souffrent d'attendre des composants et tirent les enseignements d'une situation mal vécue, ces notions leur viennent naturellement à l'esprit.



Audemars Piguet

La manufacture des Forges d'Audemars-Piguet au Brassus sera opérationnelle fin 2008.

A l'enseigne des Forges. Après s'être attardé sur ce qu'il faut bien considérer comme la référence incontestée de l'horlogerie suisse, cap sur la vallée de Joux. Premier arrêt au Brassus, fief d'**Audemars Piguet** qui, en juin dernier, a posé la première pierre d'une nouvelle manufacture, à l'enseigne des Forges. Sa dernière extension n'était pourtant pas si ancienne, mais la croissance constante de la société l'a rapidement contrainte à plancher sur un nouveau projet. Impossible de s'étendre sur son site historique, devenue zone protégée... On ne plaisante pas avec la protection des tourbières, même si en l'occurrence il y a de quoi sourire. Entreprise citoyenne, AP ne quitte pas la commune pour autant et y aménage un nouveau site respectueux de l'environnement avec déplacement d'un ruisseau canalisé il y a 160 ans et qui retrouvera dans l'opération un lit revitalisé. Le bâtiment industriel sera le premier de Suisse conçu pour répondre au nouveau label fédéral d'économie d'énergie (Minergie-Eco). Il regroupera toute la production horlogère de la société (26 000 pièces par an), qui occupe 620 personnes en Suisse dont 440 à la vallée de Joux. La partie administrative et le siège mondial se redéployeront dans les bâtiments actuels, entre le musée et l'hôtel des horlogers.

Toujours au Brassus, on trouve **Blancpain** bien sûr, qui a restauré récemment sa ferme mais s'y sent un peu à l'étroit. On lui prête des projets de nouvelle construction. Où et quand? On n'en saura pas plus. La maison mère à Bienne renvoie au rapport de gestion de l'an dernier, qui indique pour les investissements du groupe Swatch en 2006 un montant de 290 millions de francs suisses. Pour le présent exercice, les investissements en immobilisation du premier semestre 2007 ont atteint 170 millions de francs suisses, selon un communiqué diffusé en août. Pour le reste, «*les investissements en cours ou planifiés ne peuvent être communiqués, ni aucuns détails donnés. Ceux réalisés en 2007 seront publiés dans le prochain rapport de gestion.*» Cela est valable, on l'a compris et l'on s'en contentera, pour **Omega**, **Longines**, **Jaquet-Droz** et consœurs.

A L'Orient, la donne est différente et les données ont été publiées, car il s'agit de **Breguet** qui a littéralement explosé sur les marchés depuis son rachat en 1999 par le groupe Swatch. Et cela se voit sur le site de production. La Nouvelle Lemania, qui était dans la corbeille de mariage et produisait des mouvements, est devenue la manufacture Breguet après avoir été métamorphosée en trois étapes,



Sellita profitera des vacances de fin d'année pour emménager dans sa nouvelle usine du Crêt-du-Loche.

menées tambour battant depuis 2002. Ce sont quelque 45 millions de francs suisses qui ont été injectés pour accroître une production multipliée par vingt, passant de 1200 pièces en 1999 à 20 000 pièces en 2006 et même 30 000 annoncées pour cette année. Et ce n'est pas fini. Le président de la marque, Nicolas Hayek *himself*, annonce une quatrième étape devisée à 35 millions de francs. En filant au nord vers Le Sentier, on retiendra qu'avec la manufacture **Daniel Roth-Gérald Genta**, le groupe **Bulgari** dispose d'un outil beaucoup plus modeste mais de qualité également. Difficile de savoir s'il est suffisant, trop dépendant ou susceptible d'être vitaminé dans un proche avenir. Aucun doute à cet égard en revanche un peu plus loin, au bord du lac de Joux chez **Jaeger-LeCoultre**. La grande maison aux 1000 calibres, qui en expose d'ailleurs 300 de manière attrayante dans son musée inauguré en octobre, est connue pour son autonomie de longue date, ce qui ne l'empêche pas d'être sur le point de s'agrandir une nouvelle fois. Avec des effectifs ayant passé de 800 à 1100 collaborateurs en trois ans, l'entreprise est à l'étroit sur ses 16 000 m² et loue 3000 m² à l'extérieur depuis l'an dernier. Le nouveau bâtiment projeté offrira 8600 m² supplémentaires. Encore un zeste de verticalisation ? « *Ce n'est pas*

nécessaire, signale Jérôme Lambert, président de Jaeger. *Nous sommes un modèle d'intégration depuis toujours. L'interdépendance est une constante, fondée sur les compétences de chacun. Nous avons quelques fournisseurs. Les flux sont très réguliers, nous fonctionnons toujours avec dix mois de commandes et six semaines de stocks. Et nous sommes nous-mêmes fournisseurs, alors entre gens de métier nous nous comprenons parfaitement et nous travaillons ensemble. Nous avons quarante métiers à l'interne, mais il n'est pas question pour nous de devenir cadraniers par exemple.*»

Cadraniers peau de chagrin. Les cadrans... Avant les aiguilles, dont la cruelle absence désespère souvent les assembleurs, les cadrans constituent aujourd'hui la denrée la plus recherchée. Sept ou huit d'entre eux ayant été rachetés par les groupes qui avaient parfaitement identifié leur talon d'Achille, les cadraniers restés indépendants ne sont pas légion. C'est le cas de **Metalem** au Locle, fort réputé et d'autant plus sollicité. L'entreprise du Locle n'a pas attendu pour s'adapter. « *Nous avons en effet déjà commencé à augmenter notre appareil de production*, explique Alan Marietta, le directeur général. *Cela depuis cinq ans. Nous*

avons aussi ajouté une aile supplémentaire à un de nos bâtiments. Nous prévoyons une augmentation importante de nos surfaces de production, dans les trois ans, par l'achat d'un bâtiment qui jouxte une de nos usines. Notre effectif est passé de 190 personnes en 2003 à 240 aujourd'hui. Nous souhaitons toutefois rester dans cette configuration.» Toujours dans les Montagnes neuchâteloises, mais à La Chaux-de-Fonds, **Nateber** vient de déménager pour doubler l'espace à disposition de ses 65 employés. **Montremo** termine quant à elle un chantier: elle a encadré son usine d'un nouveau bâtiment à l'est, d'un autre à l'ouest, faisant passer sa surface utile de 1500 m² à 3700 m². Elle emploie 150 personnes auxquelles il faut ajouter 25 employés dans une entreprise de gravage, qu'elle partage avec Metalem. Son PDG Guiseppa Carrubba se réjouit de la diversification de sa clientèle: «*Nous travaillons aujourd'hui surtout pour des marques indépendantes, qui ne veulent pas intégrer des cadraniers et préfèrent intensifier comme nous les partenariats. Quant à la pénurie, certains récoltent ce qu'ils ont semé quand ils ont délocalisé en Asie. Ils veulent revenir en Suisse maintenant parce que les cadrans sont de plus en plus compliqués et pour anticiper un resserrement du Swiss made. Ils s'étonnent de trouver portes*

closes...» Des cadrans aux mouvements, à peine quelques centaines de mètres. Mais **Sellita** va quitter le quartier pour s'installer dans une nouvelle usine au Crêt-du-Loche, à deux pas de la halte de chemin de fer judicieusement créée pour desservir ce pôle industriel en développement, inauguré par **Cartier**. Celle-ci va d'ailleurs y réunir toutes ses activités horlogères par une extension du bâtiment construit en 2000 pour 30 millions de francs. Un nouveau chantier, devant s'achever cette année (3000 m²) aura coûté 10 millions de francs.

Sellita était peu connue en dehors du sérail avant que le coup de semonce du groupe Swatch ne mette sur le devant de la scène en 2002 cette entreprise spécialisée dans la production de mouvements à partir d'ébauches livrées par ETA. On l'a crue alors menacée, mais elle a connu depuis une croissance réjouissante. «*Nos clients ont joué le jeu et un réseau d'une trentaine de fournisseurs a été réveillé*, explique tranquillement le patron Miguel Garcia. *Ils nous ont soutenus dans notre démarche visant à la production de nos propres mouvements. Ces fournisseurs ont beaucoup investi et la stratégie mise en place en 2003 tient la route.*» C'est ainsi que Sellita a racheté cette année-là un deuxième bâtiment en ville de La Chaux-de-Fonds, doublant sa surface de production de 1000 m² à 2000 m². Rebelote cette année avec la construction d'un complexe de 4000 m² qui accueillera l'ensemble de la production. «*Il nous fallait de l'espace pour être plus à l'aise et pour développer nos activités.*» On connaît les règles du jeu validées par la COMCO: jusqu'en 2011, Sellita continuera à assembler les ébauches livrées par ETA, qui ensuite ne lui fournira plus que des mouvements. Parallèlement, Sellita produit ses propres mouvements génériques qui correspondent aux mouvements de base ETA, cinq au total. Et elle a développé un calibre propre qui sera sur le marché dans deux ans. Tous ces mouvements sont 100% *Swiss made* ou, plus précisément, à 98%. Par nécessité, Sellita a créé en effet une petite entreprise en Allemagne, à Glashütte, dans laquelle quinze employés usinent des ponts et des platines en laiton. C'est que les besoins de Sellita sont grands: sur les 3,5 à 4 millions de mouvements mécaniques suisses produits annuellement près d'un million sont assemblés par

ACTUALITEACTUA



l'entreprise chaux-de-fonnière. Retour en ville, du côté de **Corum** où l'accent est mis, selon Antonio Calce, sur l'intégration de métiers qui correspondent à l'identité de la marque: «*Dans le passé, on les avait à l'interne, en particulier des sertisseurs et des joailliers. On ne peut plus se permettre de sous-traiter ce qui relève de notre génétique, alors que le panel des artisans indépendants se réduit dangereusement. Nous devons sécuriser ce savoir-faire. Cela passe par des engagements, des prises de participation ou des agréments, par des investissements dans les ateliers, dans la recherche et le développement.*»

Chez **Ebel**, le balancier est reparti dans le bon sens depuis le rachat par Movado, ce que l'on a observé en aval avec les nouveaux produits et qui s'est traduit en amont par le retour des horlogers dans les ateliers. «*Nous allons rééquiper ceux-ci dès le printemps prochain, annonce Marc-Michel Amadry. Nos capacités en termes de production de mouvements seront ainsi augmentées.*»

Pour répondre à la demande et assurer sa croissance, **Breitling** ajoute actuellement une extension à sa nouvelle usine construite en 2002 pour la production de mouvements et l'assemblage

des chronographes mécaniques. Toujours à La Chaux-de-Fonds, la jeune marque **Greubel Forsey**, lancée en 2004 et déjà éclatée sur cinq sites, va regrouper ses 32 collaborateurs sous un seul toit. Elle va investir 10 millions dans une usine de 2000 m², dont la construction doit démarrer cette année encore.

Encore plus jeune, la société **Rudis Sylva**, sortie des limbes au printemps, joue à fond la carte des sous-traitants indépendants dont elle est d'une certaine manière l'émanation. «*Avec notre mouvement de 500 pièces, confie Jacky Epitoux, il faut pouvoir compter sur les décolleteurs et les mécaniciens les plus compétents, sur les meilleurs fournisseurs. Nous les avons, ce sont nos amis, des partenaires de cœur plus que d'intérêts, dont nous partageons le quotidien et la vie sociale dans nos montagnes, du Locle à Saignelégier.*»

Du côté du Noirmont, le revirement stratégique de **Louis Erard** est une réponse significative à la pénurie de mouvements. «*Après trois ans où mon souci principal était d'ouvrir les marchés pour vendre davantage, explique Alain Spinedi, je dois maintenant freiner l'expansion et même fermer des marchés non stratégiques, car nous n'aurons pas les volumes suffisants. Comment nous développer néanmoins? En lançant des produits à des*



Nathalie Crocetti

prix plus élevés, ce que nous avons fait avec la pièce anniversaire de nos 75 ans et en triplant l'an prochain nos pièces en métaux précieux. Cela dit, nous espérons que la crise des mouvements sera surmontée en 2009, avec de nouveaux acteurs, et nous n'allons pas abandonner le positionnement qui a fait notre succès. La grenouille ne deviendra pas un bœuf. Mais nous poursuivons nos réflexions. Avec d'autres.»

La marque de Saignelégier, **Maurice Lacroix**, poursuit quant à elle sa démarche visant à asseoir son statut de manufacture inauguré avec son calibre maison, Le Chronographe. Non loin de ses ateliers horlogers, elle a loué à Montfaucon un bâtiment pour y installer une unité de production de composants. Il s'agit pour elle d'être plus indépendante en période de forte demande et de mieux contrôler le processus de production.

Aux Breuleux, **Richard Mille** agrandit le site d'Horométrie avec une nouvelle usine de 1500 m².

Le Jura, c'est aussi la patrie de **Rodolphe**, qui a investi à Neuchâtel, place Pury, mais a conservé son siège aux Bois. Du coup, le groupe **Franck Muller** y a lancé un grand projet immobilier pour une implantation industrielle à géométrie variable, des ateliers utilisables aussi par d'autres, ainsi que des logements. Le groupe va s'étendre encore à Genthod sur son site de Watchland et a racheté

le château voisin du Grand Malagny. Si l'on pousse au-delà du Jura jusqu'à Schaffhouse, on constatera qu'**IWC** a beaucoup investi pour agrandir son site de 8000 m² à 12 000 m², et renouveler son parc de machines. Une nouvelle annexe sera achevée l'an prochain. La réponse par anticipation d'IWC à la croissance spectaculaire de la demande a été d'augmenter ses capacités de production d'ébauches et la proportion de mouvements de manufacture.

Retour dans le Jura, mais au sud cette fois, une ancienne manufacture fait l'objet de toutes les sollicitudes, et des investissements qui vont de pair, de la part de **Montblanc**. Il s'agit de **Minerva**, à Villeret, que la reine de la plume a prise sous son aile horlogère. D'importants travaux de réhabilitation déboucheront en automne 2008 sur l'ouverture de l'Institut Minerva de recherche en haute horlogerie, nouvelle vocation de la dame, qui fêtera son 150^e anniversaire l'an prochain.

Pour le reste, Montblanc continue à s'épanouir au Locle, où **Zenith** poursuit la modernisation de son site. La prochaine étape consistera dès l'an prochain à réintégrer la manufacture historique, aujourd'hui utilisée comme zone de stockage pour y regrouper tous les métiers et optimiser les flux logistiques. Ce projet n'est

ACTUALITEACTUA



Artn

pas lié à la pénurie des mouvements qui ne touche pas une marque autosuffisante en la matière. Pour l'habillage, elle est logée à la même enseigne que ses concurrents.

Chez **Ulysse Nardin**, les chantiers se succèdent à un rythme élevé, comme celui de l'accueil de nouveaux collaborateurs, qui sont aujourd'hui 230 répartis entre Le Locle et La Chaux-de-Fonds. Idem chez **Tag Heuer** qui, venu de Marin, s'éclate désormais à 1000 m d'altitude. Ayant pris en sandwich Dior et Louis Vuitton, elle va occuper les quatre modules de LVMH. Le cinquième en construction abritera les deux frangines. Une précision confiée par Jean-Christophe Babin: «*Nos ressources étant avant tout consacrées à nos besoins opérationnels, nous ne sommes pas propriétaires de nos murs, mais louons nos bâtiments à un partenaire dont l'immobilier est le métier.*»

Constatant l'allongement des délais qui l'oblige à anticiper de plus en plus ses commandes, **La Montre Hermès** à Bienne se pose évidemment la question: avec une production annuelle de 100 000 pièces, ne devrait-elle pas envisager de fabriquer elle-même un certain nombre de composants? «*L'investissement en nouveaux bâtiments et en machines serait colossal*, constate Christophe Bolli. *Pour le moment, nous préférons renforcer nos partenariats avec les fournisseurs qui nous sont fidèles, comme Vaucher Manufacture à Fleurier dont nous détenons 25% des actions. A moyen terme, si la conjoncture se maintient*

nous devons cependant agrandir nos ateliers de Bienne, où nous sommes à l'étroit avec la récente intégration de l'atelier cuir. Compte tenu de notre légitimité dans le cuir appliqué à l'horlogerie, cette intégration-là fait sens.»

A Fleurier, **Vaucher Manufacture** s'est aussi senti très vite à l'étroit pour d'évidentes raisons: les besoins de la société sœur **Parmigiani** sont croissants et surtout, puisque telle était sa vocation annoncée, elle a développé sa propre clientèle, qui se presse au portillon. C'est peu dire qu'il y a une forte demande pour des mouvements haut de gamme dans l'horlogerie suisse. Pas de triomphalisme pour autant, ce n'est pas le genre de la maison et pas question non plus d'ouvrir la porte à grands battants. La sélectivité fait partie du deal. A toutes fins utiles, du terrain avait été acheté au début de l'année, 40 000 m², comprenant l'ancien site d'une aciérie. La décision n'a pas tardé, la friche industrielle sera réhabilitée. A Fleurier aussi, le balancier est reparti dans la bonne direction. Vaucher regroupera sous un seul toit diverses activités, avec une surface utile de 6000 m² dans un premier temps. La fabrication des cadrans ne déménagera pas pour autant, ni bien sûr les filiales jurassiennes de Moutier (décolletage) et d'Alle (oscillateurs), qui au contraire verront leurs propres sites agrandis.

A deux pas, **Chopard** a fêté les 10 ans de sa manufacture, qui ne cesse de se développer. Toujours dans le pays de Neuchâtel, à Buttes, extension d'une autre manufacture, celle de

ALITEACTUALITEA

ValFleurier, qui appartient au groupe **Richemont**. Elle porte sur 5000 m² et sera achevée à la fin de l'année, tandis que **Panerai** inaugurerà à Neuchâtel en été 2009 un nouveau site de 8500 m².

Toujours dans le pays de Neuchâtel, à Buttes, une extension de la manufacture Val Fleurier, appartenant au groupe Richemont et portant sur 5000 m², sera achevée à la fin de l'année, tandis que Panerai inaugurerà à Neuchâtel en été 2009 une nouvelle manufacture de 8500 m².

En montant à Sainte-Croix, on tombe désormais sur **Carl-F. Bucherer** qui a fait l'acquisition de la société THA, pépinière de talents à l'origine de nombreux calibres, dont quelques-uns pour son nouveau propriétaire. THA sera intégrée dans la société lucernoise qui disposera de trois sites: Sainte-Croix pour le développement et la production de mouvements, Lengnau pour l'assemblage des montres et le SAV, Lucerne pour l'administration et la vente.

Retour à Genève en passant par Nyon où, comme chacun sait, **Hublot** va construire une nouvelle usine. Celle-ci sera construite sur une parcelle de 4000 m² avec une surface d'exploitation de 3500 m² et une extension quasi programmée de 1500 m². Jean-Claude Biver a prévu d'investir sur trois ans 6 à 8 millions de francs en machines et en outils.

A Genève, on savait le groupe **Richemont** à la recherche de nouveaux moyens de production. L'acquisition de l'important outil industriel que **Roger Dubuis** avait développé ces dernières années lui apporte le grand bol d'air frais qui lui manquait. On respire mieux à Bellevue. Par ailleurs, le cumul des projets de construction ou d'extension de manufactures du Groupe en Suisse d'ici à fin 2009 atteint un total 32 390 m². Les plus importants, on l'a vu, concernent Le Sentier, Neuchâtel, Buttes et Schaffhouse. Ils sont plus modestes pour ses marques genevoises.

Vacheron Constantin entendait agrandir en deux temps sa manufacture de Plan-les-Ouates. Un premier pas vient d'être franchi, mais l'étape décisive est attendue pour 2011. Parallèlement, son unité de la vallée de Joux a vu sa surface tripler et occupe désormais une centaine de

collaborateurs. **Piaget** ne connaît pas la pénurie, car de La Côte-aux-Fées à Plan-les-Ouates, la marque est verticalisée depuis belle lurette. « *On aura un peu de retard avec le chronographe, c'est vrai, annonce Philippe Leopold-Metzger, parce que nous tenons à fiabiliser ce nouveau calibre. Au niveau des cadrans, on en fait déjà beaucoup de sertis et on se pose la question d'une intégration plus grande, pour avoir plus de souplesse.* » En attendant, Piaget est en train d'augmenter la surface de sa manufacture de 690 m² en construisant par-dessus la passerelle d'entrée.

Un ultime tour de piste dans la région de Genève permet de noter que **François-Paul Journe** a beaucoup investi dans sa manufacture de la rue de L'Arquebuse, qu'à Plan-les-Ouates, **Frédérique Constant** s'est dotée d'un outil de travail à la mesure de sa forte progression, et que **de Grisogono**, qui fêtera l'an prochain son 15^e anniversaire, vient d'acquérir un nouvel atelier d'horlogerie de 850 m² à deux pas du siège, avec un investissement d'un million de francs à la clé. Quant à **De Witt**, qui a quitté Vandoeuvres il y a moins d'un an pour se redéployer à Veyrier, il semble qu'elle soit déjà à l'étroit en raison de sa croissance et doive songer sérieusement à un nouvel écrin pour ses activités manufacturières.

On avait commencé par Rolex, on finit avec **Patek Philippe** qui constate que le décalage entre sa capacité de production et la demande est un problème majeur et un enjeu stratégique. D'importants investissements ont été faits à Plan-les-Ouates, à Perly et récemment à La Chaux-de-Fonds avec extension des surfaces et du parc de machines chez Calame, qui fabrique des boîtes. De même chez Poli-Art, spécialisé dans le polissage et à Saint-Imier chez Flückiger, fabricant de cadrans. Quand Patek a emménagé à Plan-les-Ouates il y a dix ans, la société employait moins de 600 personnes, aujourd'hui l'effectif est de 1300 collaborateurs, dont 1100 à Genève. Un projet d'extension est en préparation, à la suite de l'acquisition du terrain voisin qui était occupé par l'Oréal. Mais là on n'est plus dans la cosmétique. ●

26 ENCHERES ENCI

La défection de Rolex



2. A. Lange & Söhne.



1. Patek Philippe.



3. Officine Panerai, 1943.

Olivier Broto Chez Antiquorum, la vente de la collection de montres Rolex de David Blei est reportée à 2008. Christie's conforte ainsi sa remontée vers la première marche du podium des maisons de ventes aux enchères horlogères, car les collectionneurs y dépenseront vraisemblablement les deniers prévus pour l'automne. Les plus avisés gardant des réserves pour leurs emplettes chez Sotheby's, dernière vente au calendrier.

Un survol des étals permet d'affirmer que Patek Philippe tiendra toujours la vedette. Toutefois, l'offre tous budgets de Sotheby's ouvre la voie à des modèles moins courus, comme cette collection privée de montres de poche signées William Ilbery (1780-1851), Philippe-Samuel Meylan (1772-1845) et Isaac Daniel Piguet (1775-1841). Elle devrait séduire les grands collectionneurs, pas seulement Chinois. Ilbery était un horloger anglais bien coté dans l'empire du Milieu. Son œuvre fait revivre le talent de J.-F.-V. Dupont, un des plus remarquables émailleurs du XIX^e siècle. Sur les 160 lots proposés, les Rolex devraient également bien s'en sortir. Selon certains enchérisseurs, l'annulation de la vente Rolex serait liée au départ d'Oswaldo Patrizzi, fondateur d'Antiquorum. La collection appartiendrait à l'un de ses intimes. Démenti du service de presse: c'est un report, la vente aura lieu en 2008. Antiquorum orchestrera une petite vente de 225 lots dans les salons du nouveau Grand Hôtel Kempinski. La référence 969 de Patek Philippe (1), montre de poche en or, tourbillon une minute à remontage au pendant, calendrier perpétuel avec phases de lune et réserve de marche, excite les connaisseurs: vendue le 19 septembre 2001, son mouvement date de 1929, son emboîtement de 1993. Estimée entre 350 000 et 450 000 CHF. Sur les 400 lots de Christie's, à part les Patek Philippe, deux présences à souligner: l'une allemande, avec une A. Lange & Söhne (2) de poche en or rose, rarissime grande sonnerie, calendrier perpétuel (lot 381), et l'autre italienne, avec une Officine Panerai (3) manufacturée par Rolex en 1943 (référence 3646, lot 321). Deux amuse-bouches, servis en pâture aux boulimies acquéreuses, qui transporteront le Four Seasons des Bergues au firmament des ventes à l'encan. ●

Lieux des ventes :

Antiquorum: Grand Hôtel Kempinski
19, quai du Mont-Blanc 1201 Genève.
Tél.+41 (0)22 908 90 85

Christie's: Four Seasons's Hôtel des Bergues
33, quai des Bergues, 1201 Genève.
Tél.+41 (0)22 908 70 00

Sotheby's: Hôtel Beau-rivage
13, quai du Mont-Blanc, 1201 Genève.
Tél.+41 (0)22 716 66 66

Dates des ventes horlogères d'automne à Genève :

11 novembre 2007 Antiquorum
Important Collectors Wristwatches,
Pocket Watches and Clocks
2 sessions - heures non définies

12 novembre 2007 Christie's
Important Pocket Watches and Wristwatches
session 1: 10h, session 2: 14h, session 3: 17h

13 novembre 2007 Sotheby's
Important Wristwatches - session 1: 10h

28 TENDANCES

Maux et mots de l'eau

Marie Le Berre

Les montres de plongée surfent sur la vague du succès et suscitent un engouement surprenant. Il s'en vend beaucoup sur bracelets en cuir. «*Nous n'en sommes pas à une incongruité près*, ironise René Beyer, directeur de Chronométrie Beyer à Zurich. *On observe un phénomène comparable avec les chronographes dont on ne se sert jamais. Sauf que, dans le cas des montres de plongée, on prend des risques à ignorer les conditions d'utilisation. Moi qui suis plongeur, je choisirai une montre étanche à 200 ou 300 mètres pour plonger à 25!*»

Vantez les mérites d'une montre qui plonge à des dizaines ou des centaines de mètres et vous verrez les spécialistes échanger quelques sourires entendus. L'étanchéité recouvre des qualités appréciables mais pas toujours celles que l'on croit. Une montre qualifiée d'étanche est d'abord une montre protégée contre les poussières et l'humidité, dans l'air. Protection garantie hors comportement intempéstif et sous réserve de contrôles réguliers, comme de bien entendu en horlogerie. Au contact de l'eau, les maux se multiplient et les mots ne disent pas tout.

Tests théoriques. Les tests qui permettent d'afficher l'étanchéité d'une montre à 30, 50, 100 mètres ou plus de profondeur simulent la pression statique exercée aux différents stades et donnent une mesure de la résistance des boîtiers. Cependant, il n'y a pas d'équivalence entre l'accroissement de la résistance à ladite pression et une quelconque rédu-



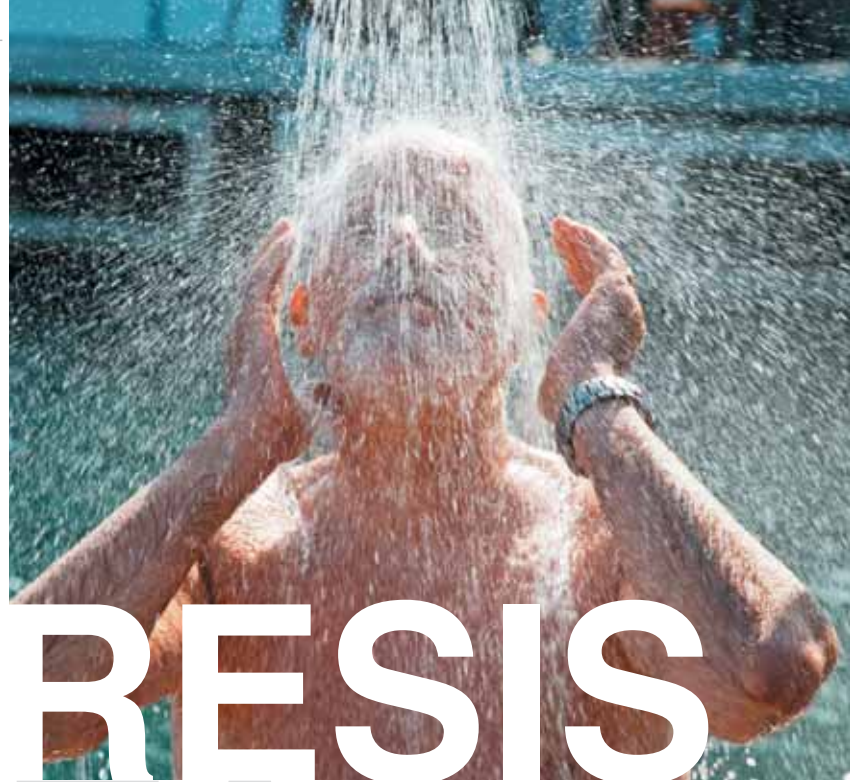
Floor S./iStockphoto

INDANCES TENDAN

tion des infiltrations possibles de l'eau. D'autres facteurs sont à prendre en considération comme nous le résume Alexis Meyer, directeur des Ambassadeurs à Genève: «*La protection d'une montre sous l'eau est toute théorique. Un choc violent, un jet d'eau vif ou un changement brutal de température peuvent l'anéantir, le point le plus sensible étant la couronne. Gare à la douche! Si l'on se baigne, le danger est plus élevé à même la surface qu'en profondeur, où le boîtier se comprime. Quoi qu'il en soit, on peut considérer qu'une montre étanche à 30 mètres supporte le ruissellement et une montre étanche à 50 mètres la baignade. On ne parle pas de montre de plongée à moins d'une résistance à la pression égale ou supérieure à 100 mètres, même si nul ne s'aventurerait à une telle profondeur.*»

Au-delà du paradoxe. Il n'en reste pas moins qu'une montre dite de plongée est une montre d'une résistance exceptionnelle, non seulement à la pression, mais aussi aux chocs ou aux champs magnétiques, qui doit, en outre, être parfaitement lisible dans l'obscurité et disposer d'une lunette unidirectionnelle. Autant de critères de valeur à apprécier en toute connaissance de cause, que d'éléments visuels susceptibles de plaire. Pour Alexis Meyer, «*il est clair que l'on choisit une montre de plongée pour son look particulièrement sportif, généralement plus accentué que celui d'un chronographe. Accessoirement, on souhaitera un instrument des plus sécurisants, que l'on peut garder en permanence au poignet, pour autant que le bracelet soit adéquat! On mène le paradoxe à son comble en choisissant un bracelet en cuir qui ne résiste pas longtemps à l'humidité, a fortiori encore moins à l'immersion. Il convient mieux de choisir un bracelet en métal ou un bracelet synthétique, en caoutchouc par exemple. C'est amusant, mais c'est parfois par une telle mise en garde, de pur bon sens, que nous devons commencer à exercer notre rôle de conseiller.*» ●

Nielseni/Stockphoto



RESIS
TA
N
CE ...

Une montre bio

Dix ans! Dans deux lustres, l'industrie horlogère suisse sera probablement à pied d'œuvre pour produire dans le respect des dispositions satisfaisant aux exigences d'un *Swiss made* ragaillard. Ah! bon... Le *Swiss made* ne serait-il plus à la hauteur de ses prétentions de qualité? s'étonne la clientèle internationale qui croit encore à ses vertus d'origine. Le

Swiss made horloger est un monument comparable aux grandes cathédrales du XII^e siècle, dont la nouvelle technique de construction est issue de la voûte d'arêtes romane. On en renforce la structure par des nervures et on les soutient par des doubleaux, ce qui permet de lancer très haut l'ogive. L'arc brisé prend le pas sur le plein cintre, et la construction s'élève dans un flot de lumière. L'édifice ne repose plus sur des murs mais sur des piliers et des arcs qui permettent l'ouverture de grandes fenêtres. La lumière inonde la nef. En proposant des arcs-boutants en plus des contreforts pour consolider l'édifice du *Swiss made*, les horlogers veulent aussi inonder de lumière l'origine de la montre. Toute la corporation y aspire, non sans messes basses dans les absides... Mais n'oublions pas que le chœur de la cathédrale de Beauvais s'est effondré en 1282, victime de l'ambition démesurée de ses bâtisseurs!

Le 22 février dernier, le conseil de la Fédération horlogère (FH) acceptait le projet de sa direction de porter de 50 à 80% la limite de valeur suisse sur le produit terminé (coût de fabrication) pour la montre mécanique, et à 60% pour la montre électronique. Aujourd'hui, cette valeur ne porte que sur le mouvement. Le projet vise désormais la tête de montre terminée, sans le

Gil Bailod

SWISSMADESWISS

bracelet. De fait, ce 50% actuel ne concerne pas uniquement l'horlogerie. Il s'applique à tous les produits se réclamant du *Swiss made*, grâce à une jurisprudence du Tribunal cantonal de Saint-Gall à propos d'une affaire de stylo! Mais seul le *Swiss made* horloger bénéficie d'une ordonnance spécifique qui pose les critères à respecter, que nous détaillons dans ce dernier chapitre consacré au *Swiss made*.

Le nouveau projet de la FH a été envoyé à tous les membres pour leur permettre de se prononcer. Neuf marques ont signifié leur opposition, sans nier la nécessité de renforcer les dispositions de protection du précieux label, trop galvaudé.

Le 28 juin dernier, l'Assemblée générale faisait salle comble à l'hôtel Elite, à Bienne, pour assister au vote des 60 délégués représentant les 500 membres de la fédération. 280 marques et associés, de fait 220 marques et 220 fabricants de composants, regroupés en associations.

Le projet de renforcer les mesures donnant droit au *Swiss made* a été voté dans une touchante unanimité, avec l'ombre de quelques bulletins blancs. Le lendemain, le projet était envoyé aux instances fédérales, le Département de justice et police, compétent en matière de propriété intellectuelle. Le dossier va entrer dans le classeur d'un dossier plus large ouvert en automne 2006, *Swissness*, visant à la protection de l'emploi du terme *Swiss* et des armoiries fédérales. Cela relève d'une révision législative qui doit prendre le pas sur l'ordonnance dont bénéficie déjà l'horlogerie.

Un rapport du Conseil fédéral au Parlement est prévu pour la fin de l'année 2007, définissant les critères d'une loi. Le Parlement devra se prononcer sur le texte avant de le renvoyer au Conseil fédéral qui rédigera une ordonnance d'application. La phase législative prendra quelques années, auxquelles il faudra ajouter un temps d'adaptation pour l'entrée en vigueur des nouvelles dispositions. La FH a déjà proposé un délai transitoire de cinq ans. C'est donc bien huit ans au mieux, dix ans au pire, dont disposent les branches horlogères pour s'adapter aux futures modalités régissant l'usage du *Swiss made*... Si le projet de la FH passe la rampe du Parlement. La révision proposée tient en quelques mots et deux chiffres. Mais, à y regarder de plus près, ce n'est rien moins qu'un boulever-

AU
JO
U
RD'
H
UI

sement industriel qui est en cause. Actuellement déjà, l'approvisionnement en pièces constitutives souffre d'une pénurie généralisée. Les marques de très haut de gamme, celles du luxe ont, elles, assuré leur production sur une base manufacturière. Le milieu de gamme a partiellement protégé ses arrières. Pour toutes les autres, c'est l'angoisse !

La reconversion industrielle qu'imposerait l'obligation de l'origine suisse de la valeur, portée à 80 % du coût de fabrication calculé sur le produit terminé (à l'exception du bracelet) va nécessiter de très importants investissements, hors de portée d'une seule marque. Les rares marques qui ont assuré leur autonomie se sont engagées dans la voie manufacturière depuis très longtemps et ont toujours anticipé de lourds investissements au fil des ans. Outre la partie industrielle, le nouveau *Swiss made* horloger exigera que le prototype et la construction technique d'une montre soient d'origine suisse.

Les contrôles se feront par sondages, si la prévalence de la bonne foi présumée est mise en doute. L'habillage sera pris en compte sans le coût de la matière. Par exemple, pour la boîte, seul comptera le coût de fabrication. Un secteur où l'investissement sera plus que rentable, compte tenu des importations massives d'origine asiatique ! Nonobstant les nouveaux paravents dont l'horlogerie entend s'entourer, la montre suisse « *bio* », débarrassée des fertilisants contraires à sa nature, bénéficiera certainement encore, à l'avenir, d'un grand intérêt. Etant donné l'exigence des consommateurs à connaître l'origine des produits sur le marché, notamment la nourriture, on assiste à la montée du bio, lui aussi controversé malgré un solide cahier des charges. Par ailleurs, la récente mésaventure des jouets *made in China* rend du souffle aux producteurs européens.

Pour l'horlogerie, le prestige d'une marque peut valoir autant que le *Swiss made* si elle réussit à conquérir le marché grâce à une coûteuse publicité qui, de loin, n'est pas à la portée de tous.

Au siècle dernier, la révision du marquage *Swiss made* (imposé par l'Amérique, voir *Watch around* n° 002) a été une préoccupation constante de l'horlogerie suisse. Deux exemples: en 1927, le *Journal suisse d'horlogerie* publiait une importante étude à l'enseigne de la « *régénération horlogère* ». Elle fut réalisée sous l'impulsion de la Fédération des

sociétés des anciens élèves des écoles techniques de la Suisse occidentale. On y lit: « *Car il y a vraiment dans notre industrie trop d'éléments purement spéculatifs qui se mêlent de diriger notre production et, pourtant, ne cessent de fouler aux pieds les saines traditions de notre horlogerie et de son bon renom. Barrer le chemin à ces indésirables (...), c'est à cette tâche que s'applique la FH. Elle a créé une organisation de contrôle de la qualité simple, souple, peu coûteuse et répondant aux impérieux besoins et aux aspirations de notre industrie. Cependant, en instituant la marque de qualité, il faut se garder d'établir une marque unique, ce qui équivaldrait à la reconnaissance officielle d'une qualité minima (...). Ce serait pourtant protéger les intérêts de la production médiocre au détriment de la production soignée. Or, il faut l'éviter à tout prix par l'institution de différentes classes de qualité ainsi que le préconise la Société des anciens élèves du Technicum du Locle depuis 1922.* »

L'idée a fait long feu, mais la braise est restée sous la cendre. Lors d'une table ronde organisée en plein marasme horloger à La Chaux-de-Fonds, le 8 septembre 1975, à l'enseigne de « *L'horlogerie face à l'avenir* », les propos suivants ont été tenus: « *Pour ce qui est de la marque de qualité, le label suisse, observe le conseiller d'Etat R. Meylan, on déplore que certains fabricants peu scrupuleux aient nui à la réputation de notre pays en livrant de la marchandise de mauvaise qualité. Un contrôle officiel des montres a été institué, il y a de nombreuses années, le Contrôle obligatoire des montres (CTM, 1958) et il est efficace.* » (Contrôle supprimé en 1991).

Un intervenant demande: « *Comment pourrait-on renseigner le client d'une manière plus nuancée qu'en utilisant simplement la formule Swiss made qui couvre toute la gamme de prix et de qualité?* »

Le directeur général d'Ebauches S.A, M. Balmer suggère « *que l'on pourrait trouver une solution comparable aux étoiles du Guide Michelin attestant du grade et du renom des restaurants* ».

Depuis 85 ans, l'idée d'un *Swiss made* à deux vitesses flotte dans l'air avec des fluctuations. Gageons qu'elle ne sera jamais adoptée. C'est la marque d'une montre qui en garantit le niveau de qualité et qui donne ses étoiles au *Swiss made*.

SWISSMADESWISS

3. *Swiss made* sur le fil du rasoir



FIDB/ATB/Griseil

Le mauvais climat dû à la Seconde Guerre mondiale n'empêche pas de sympathiser de part et d'autre des frontières.

Sur le cadran d'une montre, la marque va-t-elle supplanter l'indication d'origine *Swiss* au point de se suffire à elle-même? La question est posée depuis plus de deux lustres. C'est pourquoi une problématique évolution du label *Swiss made* est à l'ordre du jour.

A la veille de la Seconde Guerre mondiale, la situation est à nouveau dominée par un climat d'incertitudes. Blocs contre blocs, contrôle des changes, contingentement des matières premières, mobilisation militaire.

En 1939, la production est de 16,8 millions de montres et mouvements. Elle s'amenuisera jusqu'à 11,8 millions en 1944 pour reprendre dès 1945 avec 18,8 millions. La croissance sera ensuite régulière jusqu'au record de 1974 avec 84 millions de pièces.

L'augmentation quantitative a installé, une fois de plus, une baisse qualitative. D'où la création en 1958 par la FH (Fédération horlogère) d'un «*Contrôle technique des montres*» (CTM, auquel la Confédération donnera force obligatoire en 1961), afin de «*maintenir le bon renom de l'industrie horlogère suisse et de ses produits en décelant les montres qui ne satisfont pas aux exigences minimum de qualité que l'acheteur attend généralement sur la foi de l'indication de provenance suisse et d'exclure ces montres de la vente en Suisse et à l'exportation*». Les contrôles se font par sondage de lots, en usine et en douane.

Horlogerie dans un carcan. Durant les années 1960, le statut légal de l'horlogerie est toujours en vigueur. Malgré quelques assouplissements en 1959 et 1965, ces dispositions sont une entrave, un carcan, dont l'horlogerie veut se libérer après l'avoir sollicité à hauts cris en 1934. Un statut qui n'a que trop duré. Celui-ci est supprimé fin 1971, sauf le contrôle du CTM. Une ordonnance fédérale du 23 décembre de la même année définit les conditions d'utilisation du *Swiss made* pour mettre fin aux usurpations du label très convoité: «*Une montre équipée d'un mouvement assemblé en*

SM MADE SWISS MAD

CON TR AI NT ES



Suisse et emboîté en Suisse ou à l'étranger peut arborer la dénomination Swiss made. » A l'usage, ces conditions s'avèrent trop larges et prêtent encore la main à des abus dévalorisants.

Une révision s'impose. Le 1^{er} juillet 1992, la « loi fédérale sur la protection des marques et indications de provenance » donne les bases (art. 49 et 50) d'une nouvelle ordonnance qui entre en vigueur en 1997, et qui prévoit des conditions plus restrictives.

Est considérée comme montre suisse celle :

- dont le mouvement est suisse,
- dont le mouvement est emboîté en Suisse,
- dont le contrôle final effectué par le fabricant a lieu en Suisse.

On constate que nos partenaires étrangers ont été, à leur grand dam, privés de l'emboîtage le long de la frontière.

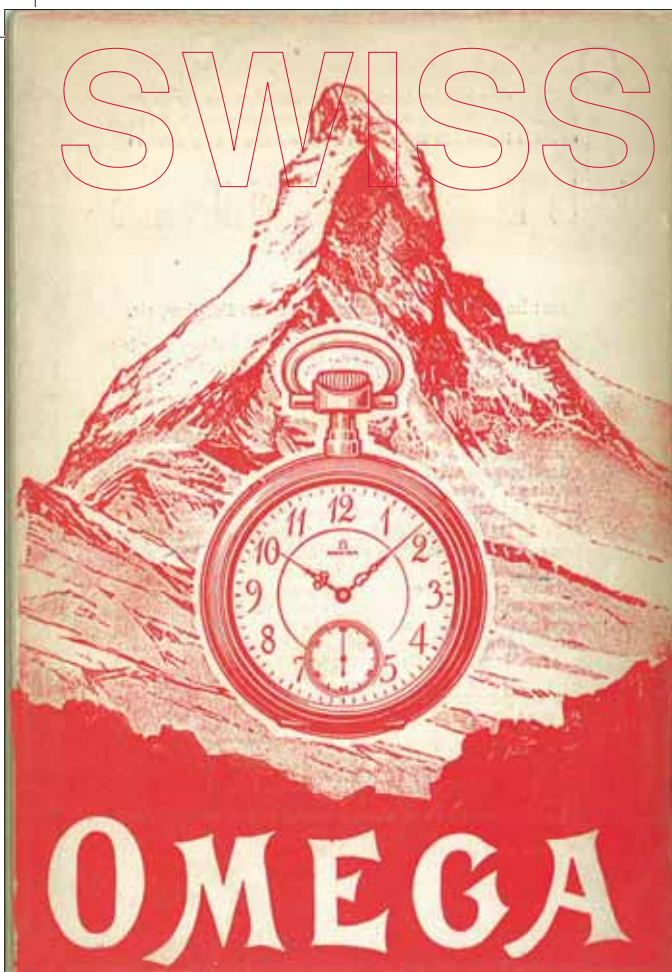
Est considéré comme suisse un mouvement :

- qui a été assemblé en Suisse,
 - qui a été contrôlé par le fabricant en Suisse,
 - qui est de fabrication suisse pour 50 % au moins de la valeur de toutes les pièces constitutives, mais sans le coût de l'assemblage qui est assujéti au contrôle technique légal obligatoire (CTM) malheureusement supprimé le 31 décembre 1991.
- En outre, un signe d'identification du producteur doit figurer sur la montre et le mouvement.

L'ordonnance ne tient pas compte de l'origine des composants de l'habillage : cadran, aiguilles, boîtier, bracelet. Le caractère suisse de la montre dépend prioritairement du travail effectué en Suisse... même si certains composants étrangers sont utilisés, raison pour laquelle la définition du *Swiss made* ne fait pas l'unanimité au sein de la corporation horlogère. Le haut de gamme et les manufactures contestent le minimum de 50 % de la valeur des pièces constitutives. Qui les calcule, qui les contrôle ? On va jusqu'à réclamer des prescriptions plus sévères englobant tout l'habillage. Un *Swiss made* 100 % suisse ? Alors, il faudrait élever des crocodiles dans le lac Léman pour fabriquer des bracelets à Genève !

On a vu une grande marque du moyen de gamme

SWISS MADE SWISS



Musée Omega

agir en toute légalité sur le fil du rasoir du *Swiss made*. Le mouvement, prémonté en Asie puis assemblé en Suisse par un système automatisé, est certifié d'origine suisse par un code. L'habillage — boîte, cadran, aiguilles, bracelet — est fabriqué en Asie. Sur le fond de la boîte est inscrit le nom de la marque, très connue, affublé de « *Hong-Kong* ». La montre est acceptée par la douane américaine qui, comme Hong-Kong, ne s'intéresse qu'au mouvement pour établir l'origine d'une montre. Si ce cas se situe à la limite inférieure du *Swiss made*, d'autres la franchissent allègrement, ce contre quoi ne cesse de lutter la FH.

A l'évidence, le haut de gamme n'accepte plus cette situation, car vouloir continuer à appliquer une seule indication d'origine, à laquelle s'ajoutent de vagues critères de qualité, à l'ensemble de l'horlogerie suisse n'a plus de sens à ses yeux. Les montres économiques ne le seraient plus du tout si elles devaient être entièrement fabriquées en Suisse où la main-d'œuvre est trop chère. Les montres de luxe ne le seraient plus si elles devaient être réalisées en Asie où les compétences ne sont pas (encore) au niveau helvétique. Un *Swiss made* à deux vitesses s'imposerait, aux dires du haut de gamme. Le premier serait proche de

celui existant déjà, rassemblant les marques qui font à tout le moins l'effort d'un contrôle final selon les normes suisses. Le second, à créer, serait un catalogue d'exigences très rigoureuses à respecter, concernant aussi bien le mouvement que l'habillage, l'assemblage que le contrôle final de la montre.

Arrangements à l'amiable. On remarquera non sans sourire qu'une appellation « *à deux vitesses* » a déjà été proposée au Locle en 1922, pour les mêmes raisons! Le *Swiss made*, synonyme de qualité et de fiabilité, reste un label très convoité, bien que trop facilement galvaudé. Ailleurs qu'à Genève, l'horlogerie ne peut s'en passer.

Le label doit évoluer, une majorité en convient mais, à chaque fois que l'on parle de renforcer l'ordonnance de 1992 qui définit le *Swiss made* horloger, c'est une levée de boucliers de l'Union européenne.

La France, l'Espagne, l'Italie livrent de l'habillage, boîtes et bracelets. Si on voulait inclure l'origine suisse de la boîte, les boîtiers français mettraient la clef sous le paillason, eux qui ont déjà été privés de l'emboîtement en 1992... et qui viennent le faire en Suisse!

SM MADE SWISS MAD

CO
N
SE
NS
US



On parle du renforcement des dispositions actuelles, mais personne n'est fixé quant à la direction à prendre : un chablon suisse assemblé à Hong-Kong n'est pas *Swiss made*. Un mouvement remonté en Suisse, emboîté et habillé à Hong-Kong est *Swiss made* pour les Chinois et nombre de pays... sauf pour la Suisse. Le *Swiss made*, enregistré comme marque collective par la FH en 2006 en Amérique et à Hong-Kong, a transformé l'indication de provenance en marque pour une meilleure assiette du droit.

Mais qui veut, qui peut se lancer dans un coûteux procès qui ferait jurisprudence ? La FH préfère des arrangements à l'amiable, ce qui lui réussit plus d'une centaine de fois par année, et davantage si elle disposait de plus de moyens. Voilà une partie de la solution.

Les problèmes à résoudre sont aussi nombreux que compliqués, aussi vrai que l'on trouve des mouvements satisfaisants dans de bonnes contrefaçons. Là aussi, on observe une hiérarchie qualitative avec l'arrivée de bons mouvements et habillages étrangers (chinois et russes) issus des mêmes sources que bien des produits de marques.

Les derniers modèles que nous avons eus en main étaient des contrefaçons propres à abuser même un œil averti. De plus, la régularité de la marche était au moins égale à d'honnêtes montres *Swiss made* du milieu de gamme, car certaines portent les mêmes mouvements. Le marquage d'origine suisse a été effacé. Canton est devenu le centre mondial de la copie de montres, avec une préférence pour Rolex et bientôt Breitling.

Comment juguler l'exportation de mouvements suisses, fabriqués en Suisse, copies des calibres Eta 2824, 2892, jusqu'au 2836, produits en toute légalité sans éthique commerciale, à qui en veut ? Et « on » en veut, attendu que le groupe Swatch, dont Eta produit les mouvements remontés, conditionne désormais plus sévèrement et restrictivement ses ventes « *pour lutter contre les contrefaçons* », et sert prioritairement ses marques parce que, paraît-il, l'appareil de production sature quantitativement. On observera que le rêve inavoué lors de la constitution de l'ASUAG, celui de grouper la production de base de toute l'horlogerie suisse, est bientôt réalisé.

SWISSMADESWISS



Keystone/Walter Bieri

La douane aux aguets. Contrairement à la législation américaine, la Suisse n'impose pas un marquage sur les montres, qu'elles soient exportées, importées ou commercialisées en Suisse. Elle fixe seulement les conditions auxquelles les indications de provenance *Swiss* et *Swiss made* peuvent être utilisées.

La douane suisse est la seule instance officielle à veiller, du mieux qu'elle peut, sur les envois douteux import-export. Elle les signale à la FH, gardienne du *Swiss made*, qui avise la maison incriminée ou concernée. La douane est bien formée pour le contrôle des métaux précieux, et ses agents ont reçu une formation horlogère particulière s'agissant des produits horlogers de toute nature.

Mais, de fait, il n'existe aucun contrôle officiel bien structuré de l'usage du *Swiss made*. Oui, il y a la FH, oui, les douanes font leur travail... Oui, mais la fraude reste facile.

Une révision du *Swiss made* horloger est en cours de réflexion, voire à l'étude. Mais le peu de modifications que tolérerait la Communauté

BIEN

EN

ON

EST

TÔT

2010

européenne ne laisse qu'une marge très étroite au resserrement de l'ordonnance fédérale sur le label. Avenir hypothétique donc, attendu qu'aucun contrôle n'assure l'authenticité des produits au départ, comme le faisait si bien le contrôle légal du CTM, sabordé par les horlogers en 1991. Ils avaient estimé à l'époque «*superfétatoire et dépassé*» ce barrage fait aux renards dans le poulailler horloger. Il est vrai qu'une refonte significative du contrôle aurait été nécessaire, compte tenu notamment de l'avènement de l'électronique dans l'horlogerie, mais de là à...

Dans une étude prospective intitulée *Horlogerie suisse 2010*, diligentée par la FH en 1997, un groupe d'experts observait que «*la fabrication et la commercialisation de montres sous marques suisses resteront importantes en 2010. Si on devait retenir l'hypothèse de la prédominance de la marque sur l'indication d'origine, le manque de moyens des uns et des autres d'entretenir leur marque conduiraient vraisemblablement nombre d'entre elles à disparaître. Pourtant, parallèlement au vent de globalisation qui souffle sur le monde, il semble que l'on assiste à une volonté de la part des consommateurs à retrouver certaines racines. Le Swiss made serait alors un élément porteur non négligeable. Or, en matière d'indication d'origine suisse pour les montres, l'ensemble de l'industrie horlogère risque d'être confrontée aux difficultés d'un arbitrage entre, d'une part, des consommateurs mieux informés, plus exigeants et attentifs aux produits qu'ils achètent, et, d'autre part, des contraintes de prix de revient pour certains articles. Arbitrer cet antagonisme devrait constituer une priorité pour les responsables de l'industrie horlogère suisse. Chercher à revaloriser l'idée du Swiss made, et faire renaître autour de cette notion les sentiments qui ont fait rêver plusieurs générations dans le monde entier, devrait d'ailleurs non seulement interpeller l'horlogerie mais également d'autres secteurs d'exportation, comme celui du chocolat et du tourisme.*» •



40 TECHNIQUE TEC

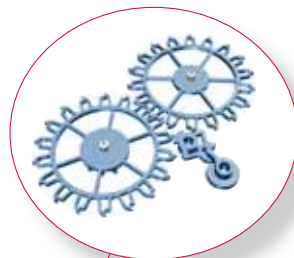
Ulysse Nardin: chat échaudé...

INNOVATIONS

1



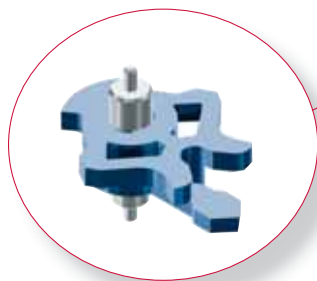
2



10



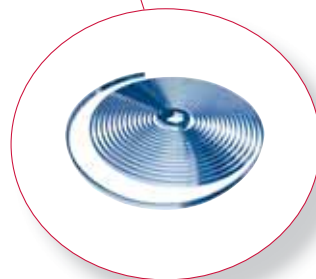
9



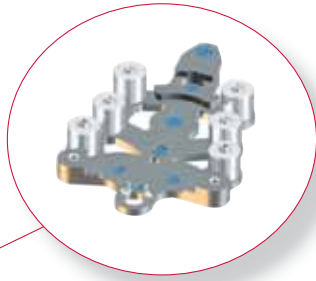
8



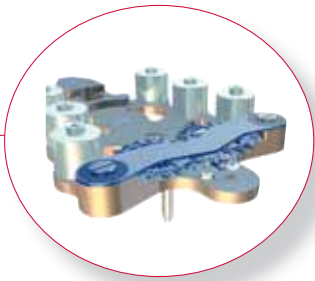
7



CHNIQUETECHNIQU



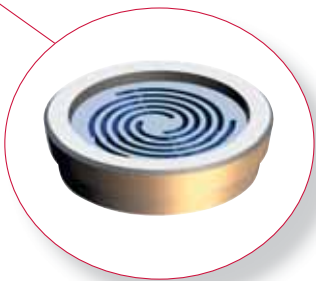
3



4



5



6

En présentant une montre concept réunissant dix percées techniques originales, Ulysse Nardin prend date. Une manière de faire le point et d'éviter d'entendre plus tard ses concurrents annoncer *urbi et orbi* des premières mondiales déjà réalisées au Locle. Chat échaudé craignant l'eau froide, Rolf Schnyder a pris cette fois les devants pour présenter les prouesses dont sa marque est capable à des représentants de la presse mondiale et des clients de tous horizons réunis au bord du lac de Neuchâtel. La formule choisie, dans le creux de l'été horloger, devait conjuguer la rigueur de la démonstration et le charme de la garden-party.

En matière d'innovation et de recours à de nouveaux matériaux, Ulysse Nardin n'en est pas à son coup d'essai. Elle a même joué les précurseurs, ouvrant avec une discrétion angélique une voie aujourd'hui suivie par les gros bras de l'horlogerie. Pour mémoire, la première montre dotée d'un échappement en silicium fut le modèle Freak lancé en 2001. En 2002, des prototypes accueillèrent les premiers spiraux en diamant, révélant l'élasticité méconnue d'un matériau aux qualités exceptionnelles, mais un peu coûteux. La première montre équipée d'un échappement en diamant était commercialisée en 2005, tandis que, la même année, l'échappement était réalisé en nickel-phosphore (NiP) et en silicium. A chaque fois, le réceptacle de ces innovations a été un modèle Freak, dont on rappellera qu'il n'est pas équipé du traditionnel échappement à ancre suisse, mais d'un échappement profondément original imaginé par Ludwig Oechslin et devenu le Dual Ulysse avec la complicité de l'équipe emmenée par Lucas Humair.

L'hyperactivité créatrice de la modeste marque est parfaitement ciblée. Celle qui fut jadis la reine des chronomètres de marine mise aujourd'hui sur l'application de technologies très avancées. La raison en est simple: *«Nous ne pouvions pas concurrencer les grandes marques sur le terrain de l'horlogerie traditionnelle, reconnaît son propriétaire et animateur en chef. Elles maîtrisent parfaitement l'usinage des matériaux classiques et sont imbattables sur ce terrain-là. En revanche, nous pouvions nous distinguer et apporter quelque chose de nouveau dans l'horlogerie en explorant des technologies de pointe développées dans d'autres domaines. En trouvant les bons partenaires, avec des investissements mesurés et*

Jean-Philippe Arm

TECHNIQUETECHNI

judicieux, nous pouvions également nous assurer ainsi l'approvisionnement en composants de base, à un moment où cet aspect-là des choses devient crucial...»

Technologies pointues. Ulysse Nardin s'est donné les moyens de ses ambitions en travaillant avec divers instituts spécialisés, en Allemagne et en Suisse, avant de créer en 2006 avec Mimotec (lire *Watch Around* n° 001) une société commune, Sigatec. Les technologies maîtrisées par cette entité basée à Sion associent la photogravure (LIGA) et la gravure profonde (DRIE) pour produire dans différents matériaux des microcomposants impossibles à réaliser par la voie conventionnelle.

La montre concept *Innovision* réunit dix innovations. Le dénominateur commun de la moitié d'entre elles est la réduction des coefficients de frottements, qui vise évidemment la suppression des points de lubrification, vieux rêve des horlogers. L'échappement *Dual Ulysse* (2), ainsi qu'un barillet sur roulement à billes (1), répondent à cette exigence depuis 2005, de même désormais que des paliers en silicium (3) qui remplacent les rubis dans la platine. On retrouve le silicium apprêté à différentes sauces, en solo pour le spiral (7) et pour le pont d'échappement (4), associé au nickel dans un pont bi-matières (5) fabriqué pour la première fois en combinant les technologies LIGA et DRIE. Son élasticité fait merveille par ailleurs dans un dispositif antichoc (6) inédit et prometteur. Ici, la combinaison gagnante d'une technologie nouvelle et d'un matériau nouveau réduit les cinq microcomposants de l'amortisseur à un seul élément monolithique.

Sigatec a mis au point une nouvelle technique pour fabriquer en une seule pièce des microcomposants jusqu'alors issus de différents éléments réunis par assemblage, une opération toujours délicate. Ainsi, grâce à une attaque de la matière rendue possible par les deux faces, un plateau et sa cheville, associés traditionnellement au terme de multiples opérations, sont réalisés en un monobloc (8). De même pour le bloqueur de l'échappement et son dard (9). Enfin, le nouveau procédé ouvre la voie à la fabrication de mobiles, comme le tandem rouepignon (10), en une seule pièce, avec des avantages considérables à la clé. Au-delà des subtilités techniques, on comprend aisément que la simpli-

Le gratin et le Graal horloger. L'utilisation de nouveaux matériaux par un nombre croissant de marques serait un phénomène de mode si elle se limitait à des préoccupations esthétiques ou de pur marketing. Mais ils jouent un rôle décisif dans la quête du Graal horloger: la réalisation de mécanismes sans lubrifiant. Si Ulysse Nardin a lancé le sprint, les ténors sont dans la course et roulent à un train d'enfer. Compétition de haut niveau, où le silicium répond particulièrement aux attentes. Pas étonnant dès lors qu'il tienne la vedette dans les réalisations novatrices de Patek Philippe, associé dans ce contexte, mais en amont, à Rolex et au groupe Swatch: roue d'ancre en 2005 et balancier-spiral *Spiromax* en 2006. Le silicium a désormais sa place au cœur des mouvements, de Breguet à Frédérique Constant, qui offre aux regards sa roue d'échappement en silicium. Pour la synthèse, Jaeger-LeCoultre s'illustre cette année par son modèle *Master Compressor Extreme LAB*, un véritable cocktail de nouveaux matériaux conduisant à la suppression de toute lubrification.

fication des opérations supprime des problèmes en amont, tandis que la limitation du nombre de composants élimine en aval des risques d'usure, de fatigue et de dysfonctionnements. Et l'on retiendra aussi que les avancées les plus fécondes ne sont pas forcément celles qui sautent aux yeux du profane. En revanche, quand on touche au cœur même des processus de fabrication avec un saut technologique et qualitatif, il y a fort à parier que les retombées soient nombreuses et durables. Parmi les dix avancées recensées dans *Innovision*, quelques-unes équipent déjà certains modèles récents, d'autres seront introduites au coup par coup dans des calibres existants ou à venir.

Un modèle les réunissant toutes n'est pas à l'ordre du jour. *Innovision* est bien une montre concept et non le prototype d'un modèle commercialisable, même si elle est déjà convoitée et a fait l'objet de critiques esthétiques, par définition hors de propos. A quand la copie? Tout va très vite aujourd'hui, ce qui justifie une telle démarche: faire le point et prendre date. ●