

EUROPA STAR PREMIÈRE

Un service en langue française d'articles à paraître dans EUROPA STAR MAGAZINE

Vol.16, No 4

Genève, le 20 Août 2014

MÉCANIQUE INTELLIGENTE



Pierre Maillard
rédacteur en chef,
Europa Star

Un intéressant article de *The Economist* ("The high-tech world of old-world watches") a récemment jeté un pavé dans la marée montante des fameuses smart watches. Sa thèse: il y a beaucoup plus d'innovation dans l'art de la mécanique horlogère que dans les "smart" watches. Celles-ci ne seraient en fait qu'une nouvelle façon de conditionner et d'adapter des fonctions et des applications déjà existantes dans un "mash-up" de téléphone, de capteur d'activité et de diffuseur de musique. Et bien qu'il s'en soit vendu près de 2 millions d'exemplaires l'année dernière, il semblerait,

selon une étude de Endeavour Partners menée aux Etats-Unis, qu'un tiers des acheteurs s'en fatigue rapidement et arrête tout simplement de les porter au bout de six mois.

Au contraire, toujours selon *The Economist*, la bonne vieille horlogerie mécanique s'avérerait comme le lieu de la véritable innovation, une innovation stimulée en premier lieu par les "vastes profits générés par la watch valley suisse" et par "les utilisations inattendues de matériaux non traditionnels qui pourront dans l'avenir transformer toute l'industrie".

A l'appui de sa thèse, *The Economist*, cite abondamment la *Sistem51* de Swatch comme étant une percée majeure (voir dans le numéro 4/14 d'Europa Star notre débat sur la simplification mécanique) mais se fait avant tout l'apôtre de l'usage révolutionnaire du silicium, citant en exemple le mouvement à force constante de Girard-Perregaux. De quoi rassurer nos horlogers?

Pas vraiment. Car le nouveau Messie dont tout le monde attend avec anxiété l'apparition s'appelle Apple. Quel visage aura-t-il? Se contentera-t-il de s'adresser à tous ceux qui lui sont déjà fidèles, tous ces ultra-connectés qui s'inclineront forcément devant sa puissance et qui glisseront aussitôt à leur poignet le d'ores et déjà fameux bracelet? Ou Apple s'affrontera-t-elle aussi à tous les tenants de la Haute Horlogerie, un public plus riche, plus cultivé, plus sensible au luxe traditionnel?

Entre les horlogers qui écartent d'avance tout risque d'être phagocytés par le nouveau "monstre" connecté et ceux qui tremblent déjà pour leurs biens, la vérité se tient probablement à mi-chemin. Tout comme l'invention de la photographie n'a pas tué la peinture mais l'a profondément transformée en la libérant du carcan de la reproduction réaliste, l'avènement de la smart watch, quoiqu'il advienne, a toutes les chances de transformer profondément l'art et la technique horlogères.

Une des vertus de l'article de *The Economist*, est de démontrer que dans la bataille *bi-tech* qui se prépare, l'horlogerie suisse ne manque pas d'armes et a les moyens, financiers, humains et technologiques, de répondre aux nouveaux défis. Mais pour y répondre de la façon la plus adéquate et "smart" possible, il convient avant tout de ne pas se réfugier dans le déni, comme cela a été le cas dans le passé lors de la fameuse crise du quartz qui faillit tout balayer. L'arrogance est la pire des conseillères. Mais par ailleurs, la "connexion" tant vantée de tous avec tous et de tout avec tout (car outre la montre dite intelligente, il faut s'attendre à ce qu'on nous propose des réfrigérateurs intelligents, des voitures intelligentes, des biberons intelligents, etc...) trouvera ses limites dans sa propre prolifération. Tout le monde - beaucoup de monde et peut-être de plus en plus de monde - n'a pas envie d'être sans cesse connecté aux réseaux. Une des forces de l'horlogerie traditionnelle est aussi sa poésie mécanique qui nous connecte non pas à l'internet mais au cosmos, aux mystères du temps, à la beauté. C'est peut-être là son atout majeur. ■

A DÉCOUVRIR
DANS **europa star**
N° 326 AOÛT/SEPTEMBRE 4/2014
SORTIE LE 26 AOÛT



Cover:

**HYBRIS MECHANICA 11 – MASTER ULTRA THIN
MINUTE REPEATER FLYING TOURBILLON
by Jaeger-LeCoultre**

A 41 mm white gold watch with a thickness of 7.9 mm equipped with a Calibre 362 automatic movement with a power reserve of 45 hours. Hours, minutes, minute repeater and tourbillon functions, silver grained dial, alligator leather strap, water-resistant to 30 metres. www.jaeger-lecoultre.com

SOMMAIRE DU MAGAZINE (en anglais)

EDITORIAL

Mechanical Intelligence

COVER STORY

Jaeger-LeCoultre - When "excess" is in fact a matter of due measure

MECHANICAL

Simplicity is a complex business!
Simply Talking Complications with Ludwig Oechslin
Simply Talking Complications with Stephen Forsey
Movements: Who will succeed ETA?
Are In-House movements Important?
Unlocking Alternative Escapements
Entry-Level Mechanicals

WORLDWATCHWEB

What is driving Online Interest for the Luxury Watch Industry's "High Range" Brands?

BRANDS

A Courageous Trio: Valbray, Chronoswiss, Ateliers de Monaco
Straight talk with Gucci's Patrizio Di Marco

LETTER FROM CHINA

25th Shenzhen watch and clock fair - Je t'aime, moi non plus

LETTER FROM USA

The recovery is coming, but it's not here yet

RETAILER PROFILE

Tourneau - Ira Melnitsky

SERVICE PLEASE

Service Experiences - Part 2

LAKIN@LARGE

Quelle surprise: a freebie!

SPOTLIGHT

The World's first hybrid time-keeping system by Casio

LOMBARD ODIER

LOMBARD ODIER DARIER HENTSCH

www.lombardodier.com



LETTRE DE CHINE

25^E FOIRE HORLOGÈRE DE SHENZHEN JE T'AIME, MOI NON PLUS...

Jean-Luc Adam

Le "Sino-Swiss Free Trade Agreement" se-coue la 25e foire horlogère de Shenzhen. Plus que dans tout autre secteur, l'accord de libre-échange ballote les deux pays entre espoir et crainte.

Au 1er juillet 2014, l'accord de libre-échange entre la Suisse et la Chine est entré en application. Progressivement, la Suisse étendra sa plate-forme "duty free" de la petite Hong Kong à toute la Chine continentale! Mieux, elle implantera ses propres réseaux de vente dans les principales métropoles. "Avec l'avantage imbattable sur les réseaux chinois de pouvoir offrir une remise supplémentaire allant jusqu'à 35%", déclare Mengjin Wang, expert de l'horlogerie chinoise et l'un des négociateurs de l'accord de libre-échange. Prix plus bas, authenticité garantie et service après-vente de qualité, les montres suisses pourraient connaître un second souffle sur le marché chinois! Succès dont ne profiteront guère les entreprises chinoises à cause de la loi Swissness portant à 60% la valeur nationale d'une montre Swiss made, "mesure protectionniste qui frappera durement les fournisseurs chinois", prévient Eddie W. H. Leung, président de "Horologe Advisory Committee of HKTD". Les leaders chinois semblent découvrir la complexité du mécanisme politique helvétique où le peuple reste la pièce maîtresse. Ainsi, le gouvernement fédéral a ouvert un marché que l'initiative populaire a aussitôt protégé, faisant de la petite Suisse la grande gagnante de cet accord de libre-échange. Les négociateurs suisses enfoncent le clou en exigeant du gouvernement chinois davantage de respect de la propriété intellectuelle avec, à l'appui, une liste de marques chinoises enfreignant les critères du Swiss made. Acculée, la Chine sera contrainte d'appliquer ses propres loi anti-contrefaçon (oui, elle en a!) sans pouvoir se cacher derrière la récurrente excuse du "phénomène culturel". Une liste des contrevenants sera bel et bien dressée.

Et l'industrie horlogère chinoise, qu'a-t-elle à gagner? Avec l'accord, on espère se rapprocher de la Suisse et "y envoyer des Chinois

suite page 3

FAIRE SIMPLE, C'EST COMPLIQUÉ!

Pierre Maillard

A la faveur d'un apparent "retour à la simplicité" mécanique, Europa Star a cherché en compagnie de quelques horlogers à débroussailler les complexes chemins de la simplicité.

Avec les participations de Denis Flageollet (De Bethune), François-Paul Journe (FPJ), Edouard Meylan (H. Moser & Cie.), Luc Perramond (La Montre Hermès), Sandro Reginelli (Maurice Lacroix) et Jean-Marc Wiederrecht (Agenhor).

Après des années de "démésure" mécanique, on semble assister à un retour à plus de "mesure", tant au niveau technique que du point de vue esthétique. La surenchère démonstrative qui a poussé designers et constructeurs à exhiber les "entrailles" de leurs garde-temps, à gonfler leurs dimensions et à empiler les complications est en net reflux, comme on a pu le constater à Bâle cette année.

La simplicité, la pureté de l'apparence, la sobriété des matériaux sont à nouveau privilégiés par nombre de marques et de créateurs fort différents et œuvrant dans tous les segments de prix. Est-ce là un constat objectif et partagé ou une seule impression subjective?

Pour en avoir le cœur net et mieux comprendre ce phénomène - si tel était le cas - Europa Star a interrogé divers acteurs du monde horloger.

Assiste-t-on réellement à un retour à plus de simplicité et de "mesure" horlogères?

Sur ce premier point, le constat du retour à la simplicité semble largement partagé et pour la plupart des observateurs cette tendance n'est pas une surprise mais s'est graduellement dessinée depuis quelques années. Ainsi, pour Luc Perramond, CEO de La Montre Hermès, "depuis plusieurs années déjà, nous ressentons ce retour à des objets plus authentiques sans superflu technique ou esthétique". Pour Sandro Reginelli, directeur Produits et Marketing de Maurice Lacroix, "cette tendance est donnée, très clairement... On a pu la voir arriver depuis quelque temps déjà, mais elle est désormais bien installée." Même son de cloche chez Jean-Marc Widderecht, d'Agenhor, un constructeur indépendant qui œuvre pour nombre de clients fort différents et dispose donc d'une vue très large du marché. Selon lui, "effectivement le nombre de pièces très compliquées souvent sans raisons évidentes avec des esthétiques complexes et chargées semble en régression. Une nouvelle tendance "néo-classique" basée sur des mécaniques beaucoup plus sobres et surtout beaucoup plus plates progresse depuis quelques années déjà."

Mais Denis Flageollet, co-fondateur et directeur du département technique de De Bethune, tempère ces affirmations: "J'espère pouvoir faire un jour ce constat car la démesure mécanique n'inspire que problèmes et débouche finalement sur un désintérêt", nous déclare-t-il, sous-entendant qu'il reste encore un long chemin à accomplir pour parvenir à plus de "mesure". Mais s'il rejette la "démésure mécanique", il plaide avec force pour "la démesure créative" qui elle, "est toujours pleine de sens et devrait pouvoir nous astreindre à la simplicité. Soyons donc créatifs et nous atteindrons peut-être cette bonne "mesure"!".

Une intéressante injonction qui, comme nous le verrons plus loin, repose sur un tout autre constat: faire "simple" est compliqué.

Ce "retour" à plus de simplicité est-il un simple effet de balancier ou un phénomène qui s'inscrit dans la durée? Les raisons plus profondes sont-elles d'ordre sociétal, économique?

"A mon sens, le classique et l'élégant ont toujours été présents. Mais il me semble que ce sont les extrêmes qui ont changé. On a coupé un des pieds de la courbe de Gauss et on revient à des montres plus classiques, plus épurées", pense Edouard Meylan, le jeune CEO de H. Moser & Cie, une marque emblématique de la recherche d'une certaine pureté horlogère. Selon lui, le phénomène est clairement sociétal et cyclique: "Le luxe existe depuis des millénaires, mais la façon de consommer le luxe évolue. Ce phénomène est-il cyclique? Certainement."



De même, aux yeux de Sandro Reginelli, «on constate un peu partout un retour aux sources, à l'authenticité. C'est une tendance lourde, qui n'est pas propre au secteur de l'horlogerie. D'un point de vue sociétal, on se dirige vers une exigence de légitimité de la part du consommateur, que ce soit au niveau esthétique et technique, mais aussi environnemental, historique. La course au superflu est clairement enterrée, on souhaite un retour à la simplicité.»

Pour Luc Perramond, c'est tout aussi clairement «une tendance de fond après des années d'excès et d'euphorie. Une tendance qui, note-t-il en passant, bénéficie à Hermès qui a toujours privilégié la simplicité, la discussion, la fonction utile, l'authenticité, le design sans superflu.»

Jean-Marc Wiederrecht lui aussi y voit un effet de retour de balancier. «Comme dans la plupart des domaines de la vente, la durée de vie des produits est de plus en plus courte. L'horlogerie, pour les mêmes raisons commerciales et de marketing, se doit de proposer des changements très fréquents; au sortir d'une période de forte représentation de montres très «musclées», il est assez logique que le retour de balancier soit puissant», analyse-t-il.

A son tour, Denis Flageolet tente de développer sa pensée, répétant que ce retour à la simplicité, s'il n'est pas encore pleinement avéré à ses yeux, «ne pourrait être que salutaire! Mais je parlerais plus d'un besoin d'équilibre que de simplicité, certainement causé par une société qui manque cruellement de stabilité.»

Quant à François-Paul Journe, il botte en touche et ramène le phénomène à un simple effet de mode. «Une marque fait un truc spécial qui est vu, voire même acheté, alors dix autres suivent et ça crée un phénomène de mode... Maintenant, ça ne me concerne pas, je ne suis pas les autres, je fais mon chemin avec mes idées et si elles plaisent tant mieux, sinon je les remets dans ma guitare, comme disait le chanteur George Brassens.»

Ce retour à la simplicité est-il observable sur tous les marchés?

Pour Denis Flageolet, la simplicité ou ce qu'il nomme plus précisément «l'équilibre» est une question d'éducation et de culture. Et le véhicule principal de cette évolution vers l'équilibre passe par l'émotion. «L'émotion de l'amateur le transforme progressivement en esthète et l'esthète reconnaît le parfait équilibre. Partout dans le monde, sans différenciation, des êtres humains se tournent vers cette recherche noble. Souhaitons que leur nombre augmente chaque jour.»

Mais Sandro Reginelli est quant à lui plus pragmatique: «De manière beaucoup plus triviale, cette tendance est aussi due en grande partie à l'influence grandissante du marché asiatique, et plus spécifiquement du marché chinois. La demande de ces marchés s'oriente clairement vers des garde-temps 3 aiguilles et de plus petit diamètre, ce qu'ils identifient aujourd'hui comme la référence du code horloger suisse, du «Swiss Made». Ce que corrobore à sa façon Edouard Meylan tout en renversant les pôles de la discussion car à ses yeux, ce sont «les marchés les plus établis qui semblent consommer un luxe moins ostentatoire que les marchés émergents. Donc, au fur et à mesure que les marchés émergents deviennent de plus en plus établis, il n'est pas surprenant de voir une tendance vers le classique dans ces marchés.» Deux points de vue contradictoires sur les influences réciproques d'un marché à l'autre. Le débat reste donc ouvert: le retour à plus de classicisme est-il du fait des Chinois ou des consommateurs les plus avertis? Des deux, sans doute.

L'avènement annoncé des montres dites «intelligentes» renforcera-t-il par contre-coup ce retour à un classicisme horloger plus affirmé?

Il se pourrait bien, en effet, que le retour déjà constaté aux fondamentaux horlogers soit encore accentué par l'arrivée d'un nouveau type de concurrence, les smart watches. Sur cette question brûlante, mais souvent esquivée par les horlogers suisses, c'est Sandro Reginelli qui fournit la réponse la plus étayée. Pour lui, il s'agit d'un «vaste débat auquel il est très difficile de répondre à l'heure actuelle. Il est clair que les montres intelligentes - les fameuses smart watches dont tout le monde parle - d'ores et déjà présentes sur le marché sous forme de gadgets, n'ont pas encore atteint leur maturité technologique. Le produit reste encore à définir, sa valeur ajoutée n'étant en l'état actuel pas encore vraiment perceptible. Mais on peut d'ores et déjà simplement constater que cette nouvelle donne fera indiscutablement

afin d'apprendre à produire de meilleure qualité, à mieux réparer et aussi à comprendre la technologie de la mécanique suisse», déclare Leung. Espoir a priori naïf face à l'une des industries les plus protectionnistes au monde depuis l'attaque du quartz japonais. Wang, quant à lui, propose d'accueillir en Chine les maîtres horlogers suisses à la retraite pour «aider l'industrie chinoise», dit-il en citant un premier candidat fraîchement pensionné, issu d'une vénérable marque de Genève.

LA COMPÉTENCE S'ACHÈTE!

Les Chinois n'ont évidemment pas signé un accord dont le succès repose sur une poignée de vieux maîtres et une fournée d'apprentis! Plus ambitieux, le véritable plan est peut-être plus confidentiel. Rappelons que la Suisse est au cœur d'une Europe en crise qui relève ses barrières protectionnistes. Or, la Suisse peut importer et exporter sans restriction vers l'UE et la Chine pourra graduellement importer et exporter sans restriction vers la Suisse et vice-versa: l'enjeu chinois de l'accord est donc avant tout de créer une tête de pont vers l'Europe. Pour l'industrie horlogère, c'est plutôt l'inverse: acheter des compétences en Suisse pour augmenter la plus-value des montres chinoises. S'étonnera-t-on de découvrir que le premier membre de la toute nouvelle «Swiss-China

suite page 4

SMART WATCH

AUX ABONNÉS ABSENTS!

Shenzhen étant l'un des grands centres de production de composants électroniques, on peut penser que l'industrie horlogère cantonaise et hongkongaise se lance sur la vague montante de la smart watch. Or, à la foire horlogère de Shenzhen, c'est le calme plat... Seule Ezon, spécialisée dans les montres digitales sportives multifonctions, dévoile une montre légèrement connectée. TianBa sort un prototype dont le cadran affiche quelques fonctionnalités d'un smartphone. La smartwatch chinoise proviendra donc, elle aussi, du secteur de la téléphonie mobile, à savoir des marques Huawei, Meizu, Xiaomi, Lenovo, ZTE, Oppo et Coolpad. Mais le mot d'ordre est attendre que les grandes marques américaines et coréennes perfectionnent les technologies à coup de gros investissements pour trouver, quelques mois plus tard, tous les composants à bas prix permettant de s'engouffrer dans le futur segment de la smart watch low cost.

suite page 4



HK BIENTÔT KO?

Hong Kong est le premier marché d'exportation de l'horlogerie suisse. La raison tient à sa situation géographique doublée de sa politique fiscale qui en fait le duty-free de la Chine et la plateforme de distribution de tout le Sud-est asiatique. Haut-lieu du tourisme, l'ex-colonie britannique est truffée de boutiques de montres et la tentation d'acheter est grande. D'autant que le personnel de vente est qualifié et la crédibilité est garantie. Mais sur dix ans, la Chine continentale va réduire de 60% les droits de douanes sur les importations de montres suisses dans le cadre de l'accord de libre-échange, de 18% la première année et 5% les 9 années suivantes. A court terme, la Chine et Hong Kong afficheront les mêmes tarifs. Et certains prennent les devants, déclare Mengjin Wang, "Le groupe LVMH a d'ores et déjà égalisé les prix de ses montres suisses dans les deux zones!"

Pour que Hong Kong reste un grand marché de l'horlogerie, elle devra surtout faire la différence sur le service. A suivre!

Investment Platform Association" (SCIPA) est la fédération horlogère de Shenzhen? Cette plateforme assistera les investisseurs chinois à trouver des entreprises en Suisse. Le contraire est aussi vrai, certes, mais les entreprises suisses comptent déjà parmi les investisseurs les plus actifs dans l'Empire du Milieu avec plus de mille entreprises et succursales suisses, employant plus de 120 000 personnes.

A son tour, la Suisse doit s'attendre à l'arrivée d'investisseurs chinois, en particulier dans ses petites et moyennes entreprises, réputées pour leurs compétences mais aux capacités parfois limitées. Ceci explique pourquoi l'USAM (Union Suisse des Arts Et Métiers), puissante organisation faitière des PME suisses, a vite accepté la carte de membre de la SCIPA. Et dans les allées de la foire horlogère de Shenzhen, on découvre que le savoir-faire suisse intégré aux montres chinoises est déjà en vitrine...

SWISS DESIGN, SWISS MOVEMENT

Sur le stand Ebohr - marque du groupe China Haidian - nous rencontrons Gaosheng Yan, vice-pdg et directeur du design, à propos de la nouvelle marque Ebohr Complication (EC). La première collection faite exclusivement de montres à mouvements automatiques et à tourbillons est notre coup de cœur de la foire de Shenzhen. En effet, toutes les pièces

suite page 5

évoluer notre industrie. Dans quel sens? Cette arrivée va-t-elle renforcer, par effet de miroir, le classicisme du secteur horloger ou au contraire provoquer une cohabitation progressive, pourquoi pas en imaginant des garde-temps à la fois mécaniques à l'allure classique mais offrant en parallèle une technologie "intelligente" avancée? À en juger par certains indices, comme par exemple l'intérêt qu'Apple porte à l'industrie horlogère traditionnelle ou au concept de certains nouveaux arrivants sur le marché tels que la marque Withings, ou à la naissance probable de la montre hybride "Meca-Intelligente" (c'est peut-être la surprise que nous prépare Apple...) j'aurais tendance à pencher vers cette seconde hypothèse. Reste à souhaiter que cette révolution se fasse dans le velours et pas dans le sang. Il n'est souhaitable pour personne de revivre une crise telle que celle que nous avons subie dans les années 1970 lors de l'avènement du quartz."

C'est également ce que pense Denis Flageollet qui y voit cependant une opportunité quand il nous déclare que les smart watches provoqueront "un manque d'émotion au poignet, manque qui sera comblé par des objets purs et empreints de discernement". Ce que partage pleinement Edouard Meylan, pour qui ce phénomène nouveau "aura une influence certaine, même si les montres connectées sont pour moi des outils et pas des objets de luxe. Leur design obligatoirement plus "technique" devrait pousser les tendances horlogères vers encore plus de classicisme afin de renforcer la démarcation."

Un point de vue que développe Jean-Marc Wiederrecht quand il explique "qu'effectivement, l'apparition de ce nouveau type d'objet ne donnant d'ailleurs que très accessoirement l'heure, oblige à faire un point de situation dont il ressort très clairement que les montres "intelligentes" permettent d'offrir des prestations tout à fait inimaginables avec les moyens mécaniques composant les montres actuelles. Partant de ce constat, il est logique que les marques essayent de se différencier de ces nouveaux objets en renforçant et en communiquant les atouts qui ont fait le succès des montres mécaniques, tels la beauté et les extraordinaires qualités microtechniques nécessaires au fonctionnement de nos bons vieux garde-temps, en mettant en avant la bienfacture et le respect de concepts de construction souvent très anciens."

Mais Luc Perramond, lui, ne pense pas qu'il y ait influence réciproque. A ses yeux, "les deux phénomènes ne sont pas liés. Il s'agit de deux marchés différents avec des clientèles aux besoins très différents." Mais qui sait? La perméabilité des frontières est peut-être plus grande qu'on ne l'imagine et le "classicisme" pourrait changer de camp. Le design d'Apple, avec ses lignes pures et sa simplicité graphique, obligera peut-être l'horlogerie à se distinguer en exhibant à nouveau ses uniques entrailles mécaniques?

Les outils informatiques de conception ont-ils, par leurs extraordinaires potentialités, contribué à rendre plus complexes des mouvements qui auraient pu au contraire être simplifiés?

La course à la complexité horlogère et à l'empilement de composants s'est très nettement amplifiée avec l'apparition de nouveaux instruments de conception assistée par ordinateur directement couplés à des machines CNC de plus en plus performantes. Cette liaison entre informatique et mécanique a permis de réaliser des dispositifs et des mécanismes très sophistiqués, accélérant la course à une certaine "déméure" horlogère.

Pour Denis Flageollet, c'est une évidence car "trouver une solution à un problème est tellement facilité par de tels outils que de nombreux ingénieurs et constructeurs ont perdu le sens premier de leur métier, qui est celui de trouver LA solution. Mais heureusement bon nombre d'entre eux savent aussi garder l'esprit serein face à la puissance de ces outils."

Aux yeux de Jean-Marc Wiederrecht, ces outils informatiques ont un double visage, à la fois positif et négatif. Car, comme il nous l'explique, "l'extraordinaire puissance des nouveaux outils informatiques et également des nouveaux moyens de production (matériau, usinages) a permis la réalisation d'objets impossibles à réaliser ou même à imaginer dans un passé pas si éloigné. Et ces progrès ont souvent permis de grandement améliorer la qualité des produits et de proposer des montres souvent plus précises et dotées de nouvelles fonctionnalités.

Malheureusement, avec ces outils la tentation est également grande de moins réfléchir et



donc de permettre la réalisation de montres qui s'avéreront plus complexes que nécessaires et donc plus chères et moins fiables." Une opinion que partage Edouard Meylan, pour qui "beaucoup d'OVNIS horlogers sont nés grâce au potentiel de ces outils et de nouvelles technologies comme le LIGA. Tout est possible sur ordinateur et beaucoup de concepteurs et de marques en ont fait les frais. Car il n'est pas facile de passer d'un concept sur ordinateur à un objet fiable et rentable. Il est important dans tout cahier des charges de se fixer des objectifs de prix. Cela force à avoir une approche industrielle et de simplification et cela a en principe aussi pour bénéfice d'augmenter la fiabilité."

Mais plutôt que de s'en prendre aux outils, d'autres de nos observateurs pointent la responsabilité première de l'homme qui manie ces outils, ce que résume parfaitement Luc Perramond quand il dit que "ce ne sont pas les outils qui ont complexifié les mouvements mais les hommes à la recherche d'avantages concurrentiels. En agissant ainsi, ils ont perdu le sens du bel objet". Une opinion largement partagée par Sandro Reginelli pour qui, "quels que soient la puissance ou le potentiel offerts par la technologie informatisée, il faut bien comprendre que ce n'est pas l'outil mais l'homme qui développe les mouvements... (tous). En règle générale, les complications ou les évolutions techniques sont d'abord imaginées par l'esprit créatif des horlogers. Les outils informatiques n'interviennent qu'ensuite en facilitant les tâches de développement, de calcul et de conceptualisation, rétrécissant le temps nécessaire à une éventuelle industrialisation et définissant mieux le champ des possibles."

Avec son franc-parler habituel, François-Paul Journe taille à vif dans le débat: "C'est très difficile dans un bureau d'études de trouver des gens qui simplifient, ils dessinent et après que les horlogers se débrouillent! Lorsque je faisais mes montres à la main et les pièces avec la scie et la lime, je peux vous dire que chaque pièce de moins à fabriquer était une bonne nouvelle. C'est pour cela que j'ai toujours simplifié et essayé de faire des pièces à double fonction, c'est devenu avec le temps un réflexe." La simplification serait-elle donc fille naturelle du travail manuel?

Comme le dit Ludwig Oechslin, la voie de la simplification "oblige à penser plus". Y parvenir est donc plus complexe conceptuellement que la voie consistant à "empiler" les composants?

Ce paradoxe - être simple est plus compliqué - est relevé par l'ensemble de nos intervenants. "Faire simple est bien plus difficile que faire compliqué", surenchérit François-Paul Journe, "et ceux qui font compliqué ne se posent en fait pas les bonnes questions, ils vont à la facilité." C'est ce que dit en d'autres termes Denis Flageollet quand il affirme que "la voie de la simplification oblige aussi à 'maîtriser plus' et à 'se cultiver' plus".

Sandro Reginelli évoque lui aussi cette question de la culture horlogère. S'affirmant totalement en accord avec Ludwig Oechslin, dont il souligne en passant le rôle précurseur dans ce mouvement de retour à la simplicité, il rappelle qu'il "faut se remémorer les fondamentaux de l'histoire horlogère pour pouvoir les repenser. Il est certain que le besoin de se démarquer de ses concurrents et la course à l'innovation à laquelle le marché et les médias nous obligent ont sans doute poussé nos constructeurs à prendre la voie de la surenchère. Il est effectivement tellement plus facile et rapide d'empiler. Mais au final nous en sommes ramenés à la définition que Leonard de Vinci en faisait à la Renaissance déjà: la simplicité est la sophistication ultime. Les nouveaux besoins de simplicité générés en réaction à cette course effrénée à la complication vont nous obliger à remettre l'ouvrage sur le métier."

Jean-Marc Wiederrecht abonde dans le même sens. "Je suis totalement d'accord avec Ludwig Oechslin. La recherche du "plus simple possible" est absolument nécessaire pour réaliser un "vrai beau" produit horloger. La complexité non nécessaire est une preuve de manque de réflexion qui provoque une augmentation de prix, une fragilité et un besoin de SAV accrus. Le temps consacré à la conceptualisation est fondamental et peut parfois être très long. La phase de construction ne devrait intervenir qu'après avoir pris tout le temps nécessaire pour envisager toutes les voies possibles y compris les plus improbables. Cette "perte de temps" dans la phase de pré-construction permet de décider, dans un premier temps, de l'opportunité de poursuivre ou non le développement! Puis, s'il est décidé de continuer, de le faire de la manière la plus simple possible." De ce long et difficile exercice de simplification, Edouard Meylan

suite page 6

affichent un design à la fois élégant, audacieux et sans la moindre faute de goût. Selon les rumeurs, ce design maîtrisé proviendrait des stylistes Codex... "Non, il s'agit d'une coopération entre un bureau de design suisse indépendant et celui d'Ebohr. Notre studio a adapté les projets aux goûts de notre clientèle asiatique." Ebohr Complication est-elle une simple vitrine ou aura-t-elle une véritable existence commerciale? "EC nourrit de vraies ambitions, avec des prix attractifs: les modèles automatiques sont à 4000 yuans (env. 600 francs suisses), le premier tourbillon volant à calibre Sea-Gull est à 17 000 yuans (2400 francs) et le tourbillon carrousel à calibre Shanghai Watch Factory est à 90 000 yuans (13 000 francs)."

suite page 6

LA SUISSE FACE À TROIS PROBLÈMES

1: ETA fournit de moins en moins de mouvements mécaniques à des marques tierces qui n'ont souvent aucune autre alternative et donc risquent la disparition. Fiyta - client d'ETA pour son haut-de-gamme - est confronté au même problème, mais va le résoudre en développant sa propre manufacture de mouvements en Suisse. On peut envisager que d'autres poids lourds de l'horlogerie chinoise fassent de même, désormais encouragés par l'accord de libre-échange. Imaginons un développement et un assemblage suisse, des composants chinois et un "Swiss movement" gravé sur le cadran! Pour le marché chinois, c'est déjà une énorme plus-value, la clientèle aura l'assurance d'avoir un "moteur fiable sous le capot". Et c'est déjà une arme redoutable pour conquérir sereinement tous les marchés du monde... Un peu à l'image des poinçons, le Swiss made (60% de valeur nationale), le Swiss label avec l'arbalète (70%) protégeront surtout les produits des grands groupes horlogers et les manufactures de haut-de-gamme, pas les autres.

2: A-t-on tenu compte du soudain management "à la chinoise" dans les paisibles entreprises suisses? Le choc culturel n'a-t-il pas été violent entre le groupe China Haidian et les managers de ses marques suisses (Corum, Eterna, Codex)?

3: Si la Suisse devient effectivement une tête de pont chinoise vers l'Europe, ne lui reprocherait-on pas d'abuser du système et d'accélérer la désindustrialisation européenne? A-t-on imaginé les réactions voire les représailles que pourrait infliger Bruxelles à Berne?



D'autres surprises nous attendent chez Fiyta où nous conversons avec Bruce Du, le pdg. La nouvelle collection Photographer est plus audacieuse que jamais, avec des touches de couleur, des cadrans 3D et une évocation plus directe à l'univers de la photo. Rappelons que Fiyta est la seule marque chinoise à exposer dans la prestigieuse Halle 2 de Baselworld! Pourquoi investir autant d'argent à Bâle si son marché est principalement axé sur la Chine et l'Asie du Sud-est? "C'est beaucoup d'argent mais le monde de l'horlogerie se retrouve à Baselworld. Nous avons déjà des boutiques en Amérique du Nord et un jour, nous serons également en Europe", assure M. Du. Et où en est la collaboration avec Emile Chouriet, racheté par le groupe il y a quatre ans? "La marque suisse reste parfaitement autonome, mais nous venons d'acheter une manufacture de mouvements à Genève pour produire des calibres simples qui équiperont nos montres Fiyta. Et ce sont les horlogers d'Emile Chouriet qui supervisent le développement", confie le patron. Fiyta et Ebohr n'ont donc pas attendu l'accord de libre-échange pour investir en Suisse. ■

A DÉCOUVRIR ÉGALEMENT DANS CE NUMÉRO

L'édition d'août/septembre d'Europa Star consacrer une large portion de ses pages au «retour à la simplicité» dont vous avez pu lire un avant-goût dans ce numéro de Première. Des figures horlogères comme Ludwig Oechslin s'expriment sur les différentes facettes de ce concept... paradoxalement si complexe!

En couverture, le modèle «Hybris Mecanica 11» de Jaeger-LeCoultre présente de son côté un trésor d'innovations, relatées par Pierre Maillard. Ou quand l'«excès» n'est qu'apparence et requiert en réalité un équilibre finement calibré, une «juste mesure» savamment orchestrée...

Cette édition s'attaque à bien d'autres horizons, comme les avantages et inconvénients des différents modèles d'échappements. Mais aussi les modèles entrée de gamme, qui suscitent bien souvent le premier émoi devant le miracle du temps mécanique. Ou encore une rencontre avec le directeur de Tourneau, l'un des plus grands détaillants au monde.

Et bien sûr, on finira sur une note d'humour avec le billet de notre chroniqueur Malcolm Lakin, qui a rendu une savoureuse visite à la mairie de Menton, dans le sud de la France.

donne un exemple concret: "Prenons le cas du mouvement 327 de H. Moser & Cie. Dans la première version de ce mouvement, nous avons 14 types de vis différents. Il a fallu la collaboration de trois personnes pour arriver à réduire le nombre à deux types de vis. Le prix d'une vis peut paraître négligeable par rapport à l'ensemble mais, par contre, réduire le nombre de types de vis permet de diminuer les temps d'assemblage et, là, ce n'est plus négligeable."

En choisissant la voie de la simplicité, l'horlogerie gagne-t-elle en fiabilité et en précision?

Jean-Marc Wiederrecht en est plus que persuadé. "Les contraintes auxquelles sont soumises les montres bracelet sont telles que toute complexification rend la montre plus fragile. Il est d'ailleurs piquant de voir que les systèmes complexes, par exemple pour essayer d'améliorer la précision, ne donnent pas de meilleurs résultats au porter que des montres simples et bien réalisées. Les avantages théoriques censés être apportés étant annihilés par l'augmentation des composants nécessaires. La récente "Swatch Sistem51" est certainement la montre automatique la plus simple et contenant le moins de composants jamais construite. Malgré une production à très grande échelle et des prix de fabrication (suisse!) défiant toute concurrence, cette montre a des fonctionnalités et performances très honorables. Son extrême simplicité a certainement aidé grandement dans ces magnifiques résultats." Tandis que Luc Perramond affirme à son tour que "la complexité mécanique génère des risques de mauvais fonctionnement de manière exponentielle" et que Denis Flageollet répond d'un "absolument" sans appel, Sandro Reginelli se montre quant à lui plus nuancé. "Pas forcément. Cette simplicité pourrait n'être à l'avenir qu'apparente, purement esthétique, cachant des complexités techniques. Mais dans l'immédiat et d'un point de vue industriel, n'oublions pas que certaines marques ont massivement investi dans le développement de leurs mouvements actuels, qu'il s'agit désormais de rentabiliser, les tendances s'exprimant par la simplicité dans le design. D'autres se mettent en quête pour l'avenir de simplicité dans la construction de leurs futurs mouvements, parfois même en s'inspirant de pièces remontées de leurs musées maison. Mais au final fiabilité et précision viennent avec le temps et se jugent dans la durée..." François-Paul Journe lui aussi émet quelques doutes, mais d'un autre ordre: "La fiabilité, ce n'est pas si simple. La simplification l'accroît à condition que cela soit bien pensé! Il faut simplifier mais pas au détriment de la fiabilité. Attention aux pièges! Cet équilibre est le fruit de l'expérience."

Demeure un constat, que nous livre Edouard Meylan. Nommé à la tête de H. Moser & Cie avec pour tâche principale de fiabiliser industriellement et de rentabiliser les montres si "sobres et essentielles" de la firme de Schaffhouse, il nous adresse un rappel salutaire: "N'oublions pas que même pour les produits simples, il reste indispensable de passer par toutes les étapes de prototypage, de test, de fiabilisation, d'industrialisation. La simplification du produit ne signifie pas la simplification du processus de "go to market". Sans même évoquer les "complications" qui s'ensuivent jusqu'à ce que cette montre si "simple" parvienne dans les vitrines, puis en sorte. ■

Les montres les plus compliquées sont-elles réellement les meilleures? L'accord de libre-échange avec la Chine profitera-t-il à l'industrie horlogère suisse? Que faire maintenant que le Swatch Group a annoncé sa volonté de réduire ses livraisons de mouvements? La production de calibres maison est-elle importante? Quelle stratégie adopte le président de Gucci Worldwide? C'est à ces questions – et à bien d'autres – que tentent de répondre nos journalistes. Le journal Première vous donne un avant-goût, en français, de ce que vous retrouverez dans les pages du magazine Europa Star (en anglais). Abonnez-vous dès à présent!

europa star

www.europastar.com/subscribe





MOUVEMENTS: QUI POUR REMPLACER ETA?

Serge Maillard

Dès 2020, Swatch Group sera autorisé à ne plus livrer ses clients tiers en mouvements ETA. Pour Sellita et Soprod, les deux plus importants fabricants alternatifs de calibres Swiss made d'entrée et de milieu de gamme, les enjeux sont importants. Plongée dans le cœur des montres suisses.

Au dernier salon EPHJ, qui s'est tenu à Genève en juin, plusieurs spécialistes du calibre ont répondu présent: Technotime, Vaucher Manufacture ou encore Dubois Dépraz. Mais deux absences de marque étaient à signaler: Sellita et Soprod, les alternatives Swiss made les plus importantes, en termes de volumes, aux "tracteurs" d'ETA. Historiquement, la filiale de Swatch Group représente, selon différentes estimations, près des trois quarts des mouvements mécaniques standard produits en Suisse (soit 5 à 6 millions d'unités). Très peu d'alternatives existent pour l'entrée et le milieu de gamme, surtout à moins de 200 francs l'unité. "Soprod était là l'année passée. Quant à Sellita, ils ne ressentent pour l'heure pas de besoin particulier de s'afficher", explique André Colard, le co-fondateur de cette "Mecque" suisse de la microtechnique, qui rassemblait quelque 825 exposants actifs dans l'horlogerie, la machine ou le medtech lors de cette édition.

Les deux fabricants avaient peut-être la tête ailleurs. Et le regard fixé sur une date en particulier: 2020. La pression a été importante ces dernières années. Après de multiples rebondissements, retours en arrière et remises au point, la Commission de la concurrence (Comco) et le Swatch Group sont finalement parvenus à un accord en octobre dernier, qui engage en réalité toute l'industrie horlogère. Selon les termes exacts de l'accord, "l'obligation de livrer des mouvements mécaniques restera valable jusqu'au 31 décembre 2019". Sur la base de la moyenne des années 2009-2011, ETA doit livrer en 2014/2015 75%, en 2016/2017 65% et en 2018/2019 55% des quantités vendues. Dans ce cadre, l'entreprise s'engage à traiter chacun de ses clients "de manière égale".

COURSE CONTRE-LA-MONTRE

Chez Sellita, le directeur Miguel Garcia exprime son soulagement. "La décision de la Comco nous a donné de l'oxygène. Tous les clients seront traités à la même enseigne. Nous en faisons partie." En 2013, la firme de La Chaux-de-Fonds, qui emploie 500 personnes en Suisse et en Allemagne (contre 300 il y a un an - cela donne une idée de l'expansion en cours), a livré 1,4 million de mouvements: 800'000 calibres Sellita, et 600'000 calibres ETA assemblés et revendus. Mais en deux ans, Swatch Group a déjà commencé à réduire ses livraisons à Sellita, puisque l'entreprise neuchâteloise affichait en 2011 une production totale de 1,6 million de mouvements.

La course contre-la-montre est engagée: "Notre objectif est de remplacer les mouvements achetés chez ETA par des calibres Sellita à l'horizon 2019. Nous devons donc développer notre production "maison" d'au moins 600'000 mouvements d'ici là." Mais l'entreprise reste dépendante du Swatch Group pour ses assortiments - les organes réglants de la montre, soit l'échappement, le balancier et le spiral. Là aussi motif de soulagement pour Miguel Garcia, la Comco a contraint la filiale du groupe biennois Nivarox à poursuivre ses livraisons. La commission estime ne pas avoir la "visibilité" nécessaire pour établir un calendrier de réduction. Nivarox détient un monopole encore plus conséquent qu'ETA, puisque la société couvre peu ou prou 90% de la production d'assortiments destinés aux horlogers suisses. Les efforts de Sellita, qui livre quelque 250 marques, vont se concentrer sur ces pièces stratégiques, pour les calibres maison. "La production interne d'assortiments se met en place. Mais c'est un processus très long..."

Les calibres SW de Sellita se basent sur les caractéristiques (dimensions et fonctions) de mouvements ETA tombés dans le domaine public. La société neuchâteloise a ainsi développé des alternatives directes à des "best-sellers" du Swatch Group: d'abord le SW 200 pour s'intégrer à la place de l'ETA 2824, mouvement historique de la firme de Granges; puis, le SW 300 comme clone de l'ETA 2892 et, enfin, plus haut de gamme, le SW 500 pour se substituer au chronogra-

suite page 8

RUÉE SUR LES DAMES

"Avec l'arrêt programmé des livraisons ETA, un certain nombre de marques ont décidé de se replier des mouvements automatiques Dame vers le quartz, observe le directeur de Technotime Laurent Alaimo. Nous avons un projet de partenariat et même lancé une étude sur les mouvements Dame, car nous avons reçu des demandes en ce sens. Mais le marché est confus. Les mouvements sont très compliqués à réaliser, en raison de leur taille réduite. Pour nous, ce serait un peu la cerise sur le gâteau!"

La mode a souvent alterné (comme chez les Messieurs, il faut le souligner) entre petits et gros calibres: peut-on se permettre d'utiliser un mouvement Hommes ou faut-il absolument des dimensions réduites? Un dilemme, pour les horlogers. Et un manque de visibilité dommageable, pour les motoristes.

Qu'à cela ne tienne, plusieurs fabricants de mouvements se jettent à l'eau. A commencer par Sellita: "Cette année, nous avons développé un calibre Dame, le SW1000, un 9 lignes automatiques; un mouvement manufacture pour lequel nous ne sommes pas partis d'une base de calibre ETA", explique le directeur Miguel Garcia.

Son concurrent Soprod ne veut pas se laisser distancer: il annonce être en train de développer un mouvement Dame 8 ¾. "Notre objectif à terme est une production de 100'000 à 200'000 pièces. Nous avons désormais la capacité de tout réaliser à l'interne", souligne Gérald Roden, directeur général de Swiss Festina Group. Pourquoi cette décision? "Ce n'est pas qu'une affaire d'investissements. Après l'A10, nous avons pris le temps de la réflexion avant de lancer notre deuxième mouvement. Nous hésitions entre un chronographe équivalent au 7750 d'ETA et un calibre Dame. En réalité, il est possible que nous puissions lancer les deux."

Des réflexions qui sont également d'actualité chez Vaucher Manufacture: "Pour l'instant, notre seul mouvement Dame est un 10 ½, précise le directeur Jean-Daniel Dubois. Or, si nous prétendons être une manufacture, nous nous devons de présenter une collection complète Homme et Dame. Nous réfléchissons donc à un calibre Dame de taille 9 ½. Un motoriste doit pouvoir offrir l'ensemble de la gamme." Mesdames, vous voilà averties!



europa star

Editions magazines et business papers:

- Europa Star EUROPE (6x)
- Europa Star INTERNATIONAL (6x)
- Europa Star USA & CANADA (6x)
- Europa Star WATCHES-FOR-CHINA (6x)
- Europa Star LATIN AMERICA / SPAIN (3x)
- Europa Star UKRAINE (2x)
- Europa Star PREMIÈRE Spécial Baselworld

Sites internet du WorldWatchWeb et leurs applications iPad (SiteApps):

- Europastar.com (anglais)
- Watches-for-china.com (chinois traditionnel)
- Watches-for-china.cn (chinois simplifié)
- Horalatina.com / Europastar.es (espagnol)
- Europastarwatch.ru (russe)
- Europastar.com/premiere (section en français)
- Watch-Aficionado.com (sommaires des magazines en ligne)
- CIJintl.com (bijouterie-joaillerie / anglais)

Informations et contacts:

Casey Bayandor, Executive Director
cbayandor@europastar.com

Nathalie Glattfelder, Marketing Director
nglattfelder@europastar.com

Europa Star HBM, tel. +41 22 307 78 37
contact@europastar.com

Mediakit: www.europastar.biz



phe 7750. De très nombreux horlogers suisses utilisent ces modèles comme "standard", qu'ils peuvent ensuite personnaliser au moyen de complications. En une décennie, sous l'impulsion de son directeur - et propriétaire - Miguel Garcia, Sellita s'est forgé une réputation d'alternative crédible, capable de rivaliser, tant du point de vue qualitatif que quantitatif, à ETA. Reste à voir si, en produisant ses propres assortiments, la firme demeurera compétitive sur les prix.

BULLE OU PÉNURIE?

Loin derrière Sellita en termes de volumes, avec plus de 100'000 mouvements produits en 2013, Soprod présente en revanche la particularité de ne pas dépendre du Swatch Group pour les assortiments: "La production de mouvements n'est pas un métier facile, surtout quand on décide de ne pas copier ETA! Nous fabriquons tout à l'interne, sauf les pierres, le ressort de barillet et l'amortisseur de choc", précise Gérald Roden, directeur général de Swiss Festina Group. Etablie aux Reussilles (JU), Soprod peut se fournir dans les autres filiales du groupe Festina Suisse, dont MHVJ, dans la Vallée de Joux, pour l'échappement, et MSE, à Muriaux (JU), pour les spiraux.

"Nous enregistrons une demande croissante, de nouveaux clients arrivent presque chaque semaine", assure le responsable. La méfiance semble cependant encore régner, dans le monde horloger, sur la solidité des alternatives à ETA. Il faudra s'y faire: "Beaucoup de clients veulent visiter nos ateliers pour s'assurer que tout est bien fabriqué sur place et à l'interne!"

Le mouvement SOP A10 de Soprod constitue une alternative au 2892 d'ETA. En raison de sa production moins volumineuse, la société ne peut en revanche pas rivaliser directement avec ETA ou Sellita sur les prix. "L'A10 est disponible à 180 francs l'unité. Nous ne proposons pas différents niveaux de qualité, nous sommes équivalents au standard "Top" de chez ETA."

Comptant environ 400 employés en Suisse, le groupe Festina ne destine qu'une fraction de ses mouvements - 7 à 8% - à une marque "maison", Perrelet. "De son côté, Candino se fournit en mouvements ETA ou Ronda quartz." L'écrasante majorité de la production est donc écoulee auprès de clients tiers, dont de grands groupes, poursuit Gérald Roden: "Beaucoup de clients nous sont fidèles, mais n'aiment pas trop que leurs sous-traitants parlent d'eux..."

Entrepreneur une phase de rationalisation - notamment via un regroupement de certaines activités à Bienne - et non dépendant du Swatch Group, le patron de Festina Suisse a une lecture logiquement différente de l'accord avec la Comco: "Cette décision favorise les marques qui bénéficiaient déjà d'un quota auprès de Swatch Group. D'une certaine manière, la Comco "sponsorise" donc Sellita, qui obtient ses échappements car elle est déjà sous contrat avec ETA. En fabricant tout nous-mêmes, nous avons des coûts plus élevés."

Retrouvez dans le magazine Europa Star numéro 4/14 (en anglais) ou sur notre site internet www.europastar.com/premiere (en français) le reste de cet article, avec des interviews des directeurs de sociétés actives dans le mouvement comme Technotime, Vaucher Manufacture et les nouveaux venus de K1. Sans oublier les marques qui ouvrent leur production de calibre à des tiers, telles Eterna et Maurice Lacroix.

EUROPA STAR PREMIÈRE est un service gratuit d'information en langue française réservé à nos annonceurs horlogers suisses. Le but de la publication est la diffusion en tant que référence rapide, des sommaires, extraits et sélections d'articles à paraître, de façon illustrée en langue anglaise, espagnole, chinoise et russe, dans les éditions internationales d'Europa Star, The World's Most Influential Watch Magazine & Website.

Publié par Europa Star HBM SA

Route des Acacias 25, CH 1227 Genève. Tel. 022/307 78 37, Fax 022/300 37 48

Informations générales : contact@europastar.com / Publicité Suisse, Italie, USA : cbayandor@europastar.com / Publicité Autres pays : nglattfelder@europastar.com / Administration, Comptabilité: cgiloux@europastar.com

Sites web & iPad horlogers: www.worldwatchweb.com, www.europastar.com, www.watches-for-china.com, www.watches-for-china.cn, www.horalatina.com / www.europastar.es, www.europastarwatch.ru, www.watch-aficionado.com

Les publications et sites web du groupe Europa Star HBM: Europa Star Europe, Europa Star International, Europa Star China, Europa Star USA & Canada, Europa Star en Español, Europa Star Ukraine, Europa Star Première, Europastar.com, EuropastarJewellery.com, Europastar.es / HoraLatina.com, Watches-for-China.com, WorldWatchWeb.com, American Time, Watch Aficionado, watch-aficionado.com, CIJ International Jewellery Trends & Colours, CIJintl.com, Eurotec, Eurotec.ch, Eurotec-online.com, Bulletin d'informations

Voici notre nouvelle expression. Votre impression?

srokundig
IMPRIMEUR CONSEIL

sro-kundig sa, Route des Fayards 243
Case postale 147 / CH-1290 Versoix, Genève
www.sro-kundig.ch / Tél. 022 795 17 17