

europa star

EN FRANÇAIS

PREMIÈRE

VOL. 13, NO 2 – GENÈVE, LE 24 MARS 2011



*The Europa Star
Special BASELWORLD issue is
available in Hall 1.1- Stand A17*

2011 BASELWORLD
LA GRANDE NORMALISATION

Sur iPad www.europastar.com ou www.europastar.com/premiere



MILUS

SWISS MADE SINCE 1919

TRI 3 REPETITION MINUTES
RETROGRADE
TIRION

BASELWORLD | MARCH 24TH TO 31ST, 2011 | HALL 1.0 STAND B29

THE PLAYFUL SPIRIT OF TIME



WWW.MILUS.COM

MILUS INTERNATIONAL SA | 2502 BIEL-BIENNE | SWITZERLAND | TEL. +41 (0)32 344 39 39 | INFO@MILUS.COM



GRAND COMPLICATION REF. 5208 BY Patek Philippe
950 platinum, 44 mm timepiece equipped with Patek Philippe's Calibre R CH 27 PS QI with 48-hour power reserve. Self-winding mechanical movement, minute repeater and subsidiary seconds; chronograph with column wheel, chronograph hand, 60-minute and 12-hour counters; instantaneous perpetual calendar; day, date, month, and leap-year cycle in apertures, day/night indicator and moon phases. Patek Philippe Seal. www.patek.com

SPECIAL BASELWORLD 2011 Magazine contents

EDITORIAL	An ode to paper
COVER STORY	What is hiding in Patek Philippe's 'Reference 5208P'?
RETROSPECTIVE-PERSPECTIVE	The great normalization
CHANEL SPECIAL SUPPLEMENT	Audacity and Expertise
IN MOVEMENT	Harry Winston, new impulses in watchmaking • Urwerk - The pioneering researchers of the UR-110 • Christophe Claret launches his brand with a gaming spirit • Watch making 2.0 by Haultence • Antoine Prezioso, 'Operation Power' • Swatch watch
STRATEGIES	TAG Heuer - The first integrated chronograph with 1/100th of a second • The belle coherence of Zenith • The very innovative Calibre Royal by Pequignet is here! • The two pillars of Corum • A new Tambour Chronograph for Louis Vuitton • Raymond Weil - Music, Maestro! • Maurice Lacroix, Seconds squared
GALLERY	Tourbillons and complications • The best of the classics • A whirl wind of women's watchmaking • Sport, sports and more sports • The best design watches • DeWitt
ON STAGE	The rising strength of Armin Strom • Century and the art of sapphire crystal • Armand Nicolet focusing for 2011 • Perrelet previews moonbeams and tourbillons • Bell & Ross's new vintage time ally • Ventura is back—and alive, thank you! • Jean-Mairet & Gillman's Hora Mundi • Carl F. Bucherer adds to the Patravi EvoTec • Hanhart stays true to its heritage and values • Victorinox Swiss Army goes clean and classic • New looks and new boutiques for Bedat & Co • Philip Stein is feeling good • Ernest Borel – The dancing couple expands its collection • Haurex - Italian design, Italian time
DESIGN	Mondaine Simply Elegant, Giant and Savonette • Obaku Denmark launches an ultra slim sports watch • IceLink hits the slopes
BEHIND THE SCENES	The art inside the movement
WORLDWATCHWEB®	WorldWatchReport: Seven years of analyzing the watch industry and its presence on the Internet
LAKIN@LARGE	Earthquakes, promiscuity and a parrot
SPOTLIGHTS	Orient Watch – The fusion of precision and beauty

**Available at Europa Star booth
Hall 1.1 Stand A17**

Are you interested in any of the above articles?
Yes, then click on www.europastar.com !

Type article's title in SEARCH box

Ode au papier

EDITORIAL



► **Pierre M. Maillard**
Editor-in-Chief
Europa Star

Je viens de regarder ma boîte email, et j'ai constaté qu'il y avait encore 656 messages non ouverts, sans compter les 324 que j'ai flanqués d'un petit drapeau rouge pour signifier leur importance en même temps que j'en diffèrais la réponse. Il est devenu aujourd'hui si facile d'envoyer une image, un communiqué, un pdf, bref tout ce que vous voulez à propos de n'importe quoi, qu'on ne voit pas pourquoi on s'en priverait. Et les horlogers ne s'en privent guère. Vous avez changé la couleur d'un cadran? Ça vaut bien un communiqué et quelques photos. Comme un communiqué se doit de comporter quand même quelques lignes, vous tournez autour du pot et pondez quelques beaux paragraphes sur la couleur chocolat, par exemple. Vous avez dégotté une vitrine non loin de Park Avenue, de la Bahnhofstrasse ou à Trifouillis-les-Oies, peu importe? Il vous faut vite le faire savoir à la planète entière et lui demander si elle veut devenir votre ami. Un petit tour sur votre page Facebook s'impose donc, histoire d'apposer quelques affiches sur le mur. Un "ambassadeur" bodybuildé ou une jolie "ambassadrice" vient faire un tour dans votre boutique? Tapez tout de suite *youTube* et postez fissa votre vidéo. Ou mieux, *twittez* au fur et à mesure de son arrivée et de sa visite. Vous avez à chaque fois droit à 140 signes pour dire: ... "sa limousine n'est pas encore arrivée mais déjà trois personnes attendent"... "sa limousine est en vue mais un camion de livraison s'est posé devant la boutique"... "il est en train de sortir de sa limousine...non ce n'est pas lui..." etc. Que faire face à cette avalanche "d'informations" si tant est qu'on puisse encore appeler ainsi cette débauche d'insignifiance? Deux attitudes se partagent. Le journaliste peut devenir un "passeur". Un bien beau mot pour ce qui n'est souvent que pren-

dre d'une main et relayer de l'autre en mettant en ligne le plus vite possible l'info reçue. Car ce flux continu d'informations souvent négligeables s'auto-alimente, pourrait-on dire, de sa propre vitesse de propagation. La vitesse de la transmission de l'information est devenue une "qualité" presque supérieure à la validité de l'information elle-même. Pourvu qu'on le sache aussitôt, le reste n'a guère d'importance. Et aussitôt vu, relayé, propagé, ce même message sera oublié, relégué au fin fond des archives virtuelles, quelque part dans une cave de *Google*. Le fantôme actuel de la géolocalisation par *smartphone* et des perspectives commerciales encore jamais vues qu'elle serait en mesure d'apporter, ne fera encore qu'augmenter cette saturation déjà patente. Vous ne pourrez plus passer devant une boutique, une affiche ou changer de trottoir sans que votre smartphone ne s'emplisse de messages ciblés qui vous sont "personnellement" destinés et qui rivalisent pour vous attirer. Une forme de cauchemar urbain.

L'autre attitude du journaliste est de trier dans cette masse indistincte. Et de ne relayer que ce qui fait sens, en l'ayant analysé, comparé, mis en perspective. Et dans cet exercice, le médium papier reste souverain pour de nombreuses raisons mais aussi (surtout?) pour une, toute simple: imprimer une information sur du papier, puis distribuer ce "papier" est long (relativement à l'instantanéité de l'électronique), oblige à passer par des étapes incontournables (il faut écrire, mettre en page, mettre en impression, relier, charger des camions et pour ce qui est d'Europa Star, envoyer ces milliers d'exemplaires du magazine par courrier postal aux quatre coins du globe), et par conséquent coûteux. Vous faites donc attention à deux fois à ce que vous allez coucher sur ce papier. Vous triez, vous examinez, vous évaluez.

Le papier est donc loin d'être mort. Au contraire, ça devient de plus en plus un produit de luxe, qui se doit donc d'être à la hauteur de ses promesses. Comme une montre de Haute Horlogerie.

LOMBARD ODIER
LOMBARD ODIER DARIER HENTSCH

www.lombardodier.com



de GRISOGONO
GENEVE



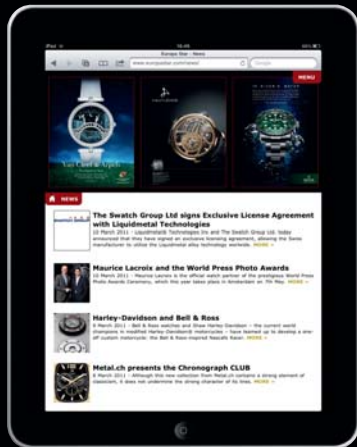
INSTRUMENTO
N° UNO

BLACK
FOREVER

BOUTIQUE DE GRISOGONO
27, RUE DU RHÔNE - TÉL. 022 317 10 82

www.degrisogono.com

DUBAI - GENÈVE - Gstaad - HONG KONG - KUWAIT - LAS VEGAS - LONDON - MOSCOW
NEW DELHI - NEW YORK - PARIS - PORTO CERVO - ROME - ST BARTHELEMY - ST MORITZ - TOKYO



Click on your iPad:

www.europastar.com

(English)

www.horalatina.com

(Spanish)

www.watches-for-china.com

(Chinese)

www.europastarwatch.ru

(Russian)

Le World Watch Report: une stratégie photographie en temps réel

- Au fait, on parle sans arrêt de Facebook, mais ils sont combien, en tout, les fans de haute horlogerie qui fréquentent ce réseau social?

- 150'000!

- Ah bon, et qui est-ce qui a le plus d'amis, parmi les marques de haute horlogerie?

- Audemars Piguet, 45'000.

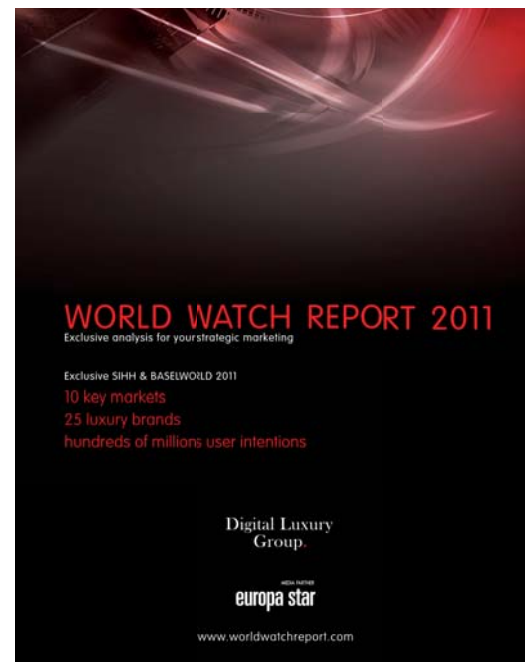
- Et elles y sont toutes, ces marques?

- Non. Patek Philippe n'a aucun ami sur Facebook pour la simple raison qu'elle en est absente.

- Comment tu sais tout ça?

Tout ça? Mais bien plus que ça! Le World Watch Report 2011 est une incomparable mine d'informations qui va bien au-delà de ce petit exemple. IC-Agency, qui publie cette année la septième édition de son WWR, est une agence de jeunes têtes chercheuses qui ont mis au point un outil d'analyse exceptionnel. Un outil qui est taillé à la mesure des enjeux représentés aujourd'hui par les nouveaux canaux de communication électronique, que ceux-ci soient des réseaux sociaux, des moteurs de recherche, des sites, des blogs ou des tweets...

Grâce aux outils qu'ils ont mis au point, ils sont en mesure d'analyser de façon détaillée les intentions de recherche d'un panel qui se chiffre en centaines de millions d'internautes et autres surfeurs nomades, répartis sur les 10 marchés principaux du monde, y compris la Chine, la Russie, le Brésil et l'Inde. Une analyse portant sur 25 marques représentatives de tous les segments – de la haute horlogerie aux marques internationales de qualité – et englobant 800 des modèles et collections les plus demandés. IC-Agency, qui peut déterminer modèle par modèle lesquels sont les plus recherchés, qui plus est, en sachant parfaitement d'où provient la demande et quand elle est formulée, sait aussi déceler avec précision le pourcentage de ces recherches qui s'égarent vers la contre-façon et est capable de méticuleusement quantifier l'intérêt médiatique suscité par plus de 120 "ambassadeurs" mis au service de ces marques.

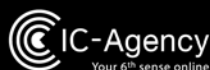


Les outils de communication électronique donnent à leurs usagers une impression de libre circulation, mais le parcours de ces mêmes usagers, leurs faits et gestes, leurs intentions et leurs choix peuvent être suivis à la trace. Tant et si bien qu'en analysant une masse de données critiques statistiquement si performante, IC-Agency est à même de livrer une photographie du marché en temps réel d'une précision difficilement comparable. Anonymes, spontanées, représentatives, non de vagues souhaits mais de véritables intentions exprimées par le consommateur, les informations ainsi recueillies ont une valeur stratégique pour tous les acteurs de la grande scène horlogère.

Associée à IC-Agency depuis ses débuts, Europa Star, qui avait d'emblée compris le grand intérêt de cette démarche, est fier de voir que des partenaires aussi prestigieux que The New York Times, l'agence Bloomberg, CNBC Europe, le Women's Wear Daily ou encore la Fondation de la Haute Horlogerie l'ont désormais rejoint.

Stratégique, disions-nous!

www.worldwatchreport.com



Saisir les opportunités et devancer les menaces d'Internet ?

Offrez à votre marque le sixième sens

Competitive Intelligence - Customer Insight - eStrategies - Reputation Management

QUE CACHE LA "RÉFÉRENCE 5208P" DE PATEK PHILIPPE?

Qui, au premier coup d'œil, saurait déceler sous le visage limpide de la "Référence 5208P" une Grande Complication exceptionnelle, deuxième au classement des plus Grandes Complications de la collection "courante" Patek Philippe, juste derrière la fameuse Sky Moon Tourbillon?

La simplicité d'apparence, la pureté des lignes, l'absolue lisibilité de cette pièce d'exception est, pourrait-on dire, une forme d'ultime politesse. Un comble de raffinement. Quand tant d'autres garde-temps exhibent ostensiblement leurs propres complications, la Patek Philippe Triple Complication Référence 5208P, tout en délicatesse, en réserve et en retenue, se fait au contraire presque modeste. En ceci, elle est à sa façon la quintessence du "style" Patek Philippe: tout à la fois un art, un artisanat, une éthique et une technologie innovante qui place la distinction, l'usage et la fiabilité au-dessus de toute autre valeur.

Et pourtant!

Sous ce cadran presque dépouillé, se cache un mouvement qui allie remontage automatique, répétition minutes, chronographe monopoussoir, quantième perpétuel instantané à guichets et phases de lune. Soit l'addition et la fusion de trois complications majeures au sein d'un mouvement de 32mm de diamètre pour 10,35mm de hauteur, contenant pas moins de 701 composants, le Calibre R CH 27 PS QI. Un calibre qui, par ailleurs, bat au rythme d'un échappement et d'un spiral en Silinvar®, un dérivé du silicium. Une première dans la famille des Grandes Complications Patek Philippe.

Bien plus qu'un "empilement"

Concevoir, construire, mettre au point, manufacturer, décorer, et certifier un tel mouvement a posé de nombreux défis aux ingénieurs et horlogers de la manufacture genevoise. On l'imagine aisément, coupler



répétition minutes, chronographe et quantième perpétuel n'est pas simple affaire d'empilement de complications. Ainsi, une des difficultés majeures rencontrées au cours de cette longue élaboration résidait dans la nécessité de créer de véritables déviations mécaniques, parfaitement contrôlées, entre le mouvement de base automatique, le chronographe, l'affichage de l'heure et le système de sonnerie. Il a fallu ainsi placer le mécanisme de chronographe entre le mouvement de base et le module de calendrier à affichage instantané. Le lien direct entre l'aiguille des heures et la sonnerie de la répétition étant ainsi coupé, il a été nécessaire de concevoir des systèmes de renvoi afin de pouvoir entraîner heure et chronographe tout en synchronisant parfaitement les indications visuelle et sonore de l'heure. Au passage, plusieurs brevets ont été déposés.

Le nouveau Calibre R CH 27 PS QI est ainsi constitué de trois "couches" étagées pourrait-on dire. La première couche contient le mouvement de base, automatique à répétition minutes, que l'on peut admirer au

verso de la montre, avec son micro-rotor et son régulateur de sonnerie protégé sous une croix de Calatrava en or. Le "couplage" de ce calibre de base avec un chronographe à roue à colonnes monopoussoir, posait de sérieuses questions quant à la transmission de la force au chronographe. Les ingénieurs de Patek Philippe ont ainsi

dû rajouter au centre une grande roue engrenée par pignon sur la roue de la minute, interrompant du coup tout lien direct entre l'aiguille des heures et la sonnerie de la répétition, nécessitant ainsi les renvois évoqués plus haut.

Puier dans le répertoire chronographique

Par ailleurs, le chronographe se devait d'être le plus fin possible (2,4mm) afin de ne pas augmenter de façon significative la hauteur totale du calibre et donc de la montre. Puisant dans leur très riche répertoire de mouvements de chronographe, les horlogers genevois se sont inspirés de plusieurs de leurs réalisations antérieures, notamment du calibre CHR 27-525 PS, le mouvement de chronographe à rattrapante, à roue à colonnes et à roue d'embrayage le plus plat du monde. A ce calibre a été emprunté le système d'entraînement par friction des totalisateurs des minutes et des heures qui, tout en assurant la finesse de l'ensemble, permet de compenser les différences de couples entre chronographe enclenché et arrêté, assurant ainsi une amplitude de balancier parfaitement régulière. Le même calibre a aussi inspiré les





profils des dents des roues de chronographe, spécifiquement conçus pour réduire les frottements, et donc accroître le rendement. Mais c'est d'un autre calibre du répertoire Patek Philippe, le CH 29-535 PS à remontage manuel que proviennent les constructions brevetées des marteaux de remise à zéro autorégulants, permettant d'assurer l'exactitude de leur positionnement au centième de millimètre près.

A 2h, un seul poussoir active la mise en marche, l'arrêt et la remise à zéro des secondes et de leurs fractions, par trotteuse centrale, et des minutes et heures par compteurs traînants, respectivement à 3h et à 9h.

Instantanéité et synchronisation

Passer du niveau chronographe au niveau quantième perpétuel, qui plus est quantième instantané à guichets, a, comme on l'a déjà souligné, nécessité de profondes modifications de la construction et de l'architecture du mouvement. Dans l'espace restreint du chronographe, il a fallu intégrer un système de renvois de la minute car la chaussée des minutes ne pouvait pas traverser le mobile de chronographe. Le mouvement rotatif de la chaussée des minutes est donc dévié latéralement jusqu'au niveau supérieur du chronographe et, à ce niveau, renvoyé au centre d'où il pilote les aiguilles des

heures et des minutes, les affichages instantanés du calendrier, les phases de lune et une discrète indication jour/nuit.

L'instantanéité et la synchronisation des affichages du quantième est assurée par une grande bascule, à elle seule composée de 15 pièces, qui intervient notamment quand par exemple, à minuit, tous les affichages doivent sauter ensemble. En complément, deux ressorts-sautoirs égalisent de façon constante l'énergie transmise à chaque changement d'indication, afin qu'elle ne soit ni trop forte ni trop faible et qu'on évite ainsi des affichages d'indication partiels ou ayant sauté au-delà, par trop plein d'énergie. Au bout du compte, quel gain en affichage représente cette disposition du quantième en guichets! Que de place ainsi laissée au parfait affichage des minutes et des heures chronographiques!

On allait presque en oublier le troisième complication, la répétition minutes.

Comme on l'a expliqué plus haut, le mécanisme lui-même de la répétition minutes est logé à la base du mouvement. Pour le reste, il est le fruit des années de recherches menées par Patek Philippe et ses horlogers dans ce domaine – pas moins de 9 références de Répétition Minutes dans la collection courante. Une quête du son, de la signature acoustique de chaque pièce qui passe par la mise au point des meilleurs alliages, l'optimisation de la forme des timbres, de leur mode de fixation. Sans parler du réglage du jeu des râtaux, limaçons et autres marteaux qui concourent à produire le son le plus cristallin qui soit. Un son dont la qualité est, pour chaque pièce, personnellement agréée par MM Thierry et Philippe Stern, le président et président d'honneur de la manufacture.

Gains procurés par le silicium

Si l'on retourne à nouveau la pièce, l'œil exercé peut entreapercevoir le versant technologique de cette Triple Complication, sous la forme de son échappement Pulsomax® et de son spiral Spiromax®, tous deux donc en Silinvar®. Pourquoi Patek Philippe mise-t-elle sur cette technologie?



Quand on pose la question aux horlogers responsables de son développement, ils sont catégoriques. Ici, le premier gain est la performance et la fiabilité atteinte par le chronographe. Car en effet, échappement et spiral en dérivé de silicium offrent un rendement énergétique supérieur, dont toute la plus value (d'environ 30%) est directement mise au service du chronographe. Par ailleurs, les mêmes horlogers soulignent aussi la constance de marche remarquable obtenue par ces composants en Silinvar®, ainsi que leur durabilité supérieure. Pour un chronographe, qui consomme beaucoup d'énergie qu'il soit en stop ou en marche, notamment de par les frictions de son mécanisme, c'est un gain considérable.

Un visage dépouillé

En découvrant pour la première fois la Patek Philippe Triple Complication référence 5208P", on ne saurait immédiatement deviner que douze affichages se partagent son cadran or anthracite satiné soleil, tant son visage semble pur, presque dépouillé. Les trois guichets du calendrier – encadrés d'or gris diamanté poli - s'affichent en arc de cercle dans la partie supérieure, dégagant ainsi tout l'espace nécessaire aux deux cadrans auxiliaires du chronographe et à la petite seconde à 6h, surmontée d'un guichet inversé de phases de lune. Deux petits guichets supplémentaires se cachent au bas des cadrans auxiliaires du chronographe, les années bissextiles entre 4h et 5h, et un jour/nuit entre 7h et 8h. Sous l'évidente lisibilité et la grande élégance, se cache un complexe cadran "cloche", minutieusement évidé de façon à ce qu'il puisse se poser le plus bas possible contre le mouvement, afin de préserver la minceur de la pièce. Mais c'est aussi un cadran techniquement très exigeant. Les



grands guichets, la généreuse typographie des affichages dans un espace restreint, imposent un surcroît de précision dans l'exactitude du positionnement des guichets et des cadrans secondaires. Les disques de quantième, sautant instantanément et étant d'une précision extrême, le moindre décalage ne saurait être toléré.

Un profil étonnant

Seul le verrou qui glisse sur flanc gauche de la carrure indique que nous sommes en présence d'une répétition minutes. A 2h, au-dessus de la couronne, on découvre le monopoussoir qui commande l'activation

du chronographe. Quatre discrets correcteurs s'échelonnent sur les mêmes flancs du boîtier: jour mois, phases de lune et date. Enfin, serti à 6h, un petit diamant vient, comme de coutume, signaler que le boîtier a été taillé dans du platine 950. Ce boîtier rond en trois parties (fond, carrure et lunette), de 42 mm de diamètre pour une épaisseur de 15,70 mm, qui semble si classiquement élégant vu de face, réserve une surprise quand on le regarde de côté. Ce boîtier est en effet intégré entre deux brancards auxquels il est vissé. Grâce à cette architecture particulière, les cornes ont pu être entièrement ajourées, allégeant les

lignes du boîtier et procurant à la pièce un profil aérien d'une étonnante modernité. Soit-dit en passant, le seul polissage extérieur et intérieur de ces cornes ouvragées dans du platine demande une rare maestria. Montée sur bracelet alligator écailles carrées, brun chocolat brillant, cousu main, et doté d'une boucle déployante en platine, la Patek Philippe Triple Complication est livrée avec deux fonds interchangeables: un fond saphir et un fond plein en platine qui se prête à toutes les gravures personnalisées que souhaiterait y voir figurer son propriétaire. Et comme toutes les grandes complications de la maison, la Patek Philippe Triple

Complication est présentée dans un écran rotatif qui assure la continuité de son bon fonctionnement. Dotée bien évidemment du Poinçon Patek Philippe, qui vaut homologation esthétique et technique et qui n'est délivré qu'après une batterie conjuguée de tests et de contrôles sans comparaison dans l'horlogerie, la Patek Philippe Triple Complication référence 5208P entre à présent dans la collection Patek Philippe, où elle occupe désormais une place d'honneur. Seul problème, sa rareté. Car, malgré tous les efforts fournis par la manufacture, elle ne pourra être livrée qu'au compte-gouttes. ■

LA GRANDE NORMALISATION

Nous sommes tous des petites secondes qui trottent vite à la surface du temps, avant de disparaître et de céder la place à une autre petite aiguille qui courra à son tour sur son cadran. Avant de disparaître elle aussi. Capturer ce battement du temps, ordonner l'éphémère et le mettre en forme – en gloire, parfois même – est le beau métier de l'horloger. C'est là aussi la part de fascination qu'exerce toujours, continue et continuera d'exercer l'horlogerie. Preuve en est, les crises vont et viennent, les marchés sont verrouillés les uns après les autres, les détaillants indépendants se raréfient, les grands ne cessent de grandir encore et les petits de rapetisser, mais rien ne décourage les vocations. Combien de marques a-t-on vu naître ainsi, en 2010? Après toutes celles qui avaient déjà surgi en 2009, dont les business plans avaient été concoctés alors que le ciel était "la seule limite", mais qui furent contraintes d'affronter la pluie et l'orage dès leur première sortie en ville. Nous n'en avons pas fait le compte exact mais force est de constater que les horlogers ont une force de résilience souvent étonnante. Car malgré la grande secousse financière, puis économique, puis sociale, les marques disparues corps et biens sont somme toute pas si nombreuses que ça. L'horlogerie, donc, poursuit sa route, et reprend même avec vigueur le chemin de la croissance, rattrapant à marche forcée le temps perdu: avec 16,15 milliards de CHF d'exportations horlogères en 2010, l'horlogerie helvétique revient quasiment à son record de 2008, établi à 17 milliards! La crise n'aurait donc été qu'une parenthèse d'un an. Mais que s'est-il passé au cours de cette "parenthèse"?

Un reflet du monde tel qu'il va

Je l'ai trop souvent dit et redit, mais l'horlogerie peut très bien se lire comme le reflet assez fidèle des plus larges évolutions

sociales, politiques, économiques du monde. Au social, au sens large, l'horlogerie doit ses formes, ses couleurs, ses tendances. A l'économique, elle est étroitement enserrée par les règles du jeu financier et boursier, la mondialisation en cours, les taux de change, le prix du travail et celui des matières premières. Devant le politique, l'horloger, qui, s'il a certes parfois l'âme artiste, est aussi et avant tout un commerçant, et doit donc comme tel plier l'échine devant les pouvoirs et montrer patte blanche. (Être aujourd'hui distributeur de grande horlogerie suisse en Tunisie, en Egypte ou à Bahreïn ne doit pas toujours être simple à gérer, tant la montre de haut de gamme est devenue l'un des symboles les plus forts et les plus voyants de la réussite et de la classe dirigeante).

Or, que nous dit ce reflet?

L'élargissement de la fracture

Le premier constat, le plus important car il conditionne tous les autres, est celui de l'élargissement de la fracture. Tout comme sur la scène du "vrai" monde, le fossé entre les plus riches, les plus puissants – Swatch Group, Richemont, LVMH -, les plus établis et institutionnels - Rolex, Patek Philippe – quelques gros indépendants – Chopard, Breitling, Raymond Weil et autres – et tout le reste, toutes les autres marques, ce fossé s'agrandit sans cesse. Au point que dans nos colonnes, un horloger indépendant qui exerce depuis plus de vingt ans affirme à propos des petits indépendants: "on étouffe, on va tous crever..." (lire dans *Europa Star Spécial BaselWorld 2011* l'article sur Antoine Prezioso).

Un bouquet de raisons a mené à cette situation. Pêle-mêle, on y trouve des motifs industriels, des logiques de distribution, des stratégies d'expansion.

Raisons industrielles: le Swatch Group ayant menacé de cesser la distribution de ses tracteurs ETA, il a ainsi relancé et affermit l'effort d'industrialisation mené tam-

bour battant par ses concurrents. Ces efforts considérables arrivent aujourd'hui à maturité et ces lourds investissements doivent trouver leur rentabilité (à ce sujet, et à titre d'exemple, citons simplement les nouvelles installations "à flux tendu" de Cartier – cf. *Europa Star 4/10*). Cette rentabilité nécessaire de l'outil productif renforce l'agressivité commerciale et médiatique des groupes, hâtifs de conquérir les plus larges parts de marché possibles et de verrouiller au plus vite les portes et les vitrines gagnées de haute lutte.

Comme il en a été le cas pour leur verticalisation industrielle, les groupes investissent désormais massivement dans la conquête

ment dû à la nature précisément industrielle de ce "conglomérat horloger et technique", qui lui a donné une longueur d'avance, lui permettant de labourer en profondeur le terrain avant les autres. Pour l'anecdote, je me souviens personnellement avoir vu, en 2004 sur la place Tiananmen de Pékin strictement dépourvue de toute publicité, entre l'entrée de la Cité Interdite et le Mausolée de Mao, une grande horloge Omega, plantée sur les marches du Musée National, égrenant le compte-à-rebours des futurs JO. Et des milliers de chinois de faire la queue jour après jour pour se prendre en photos à côté de l'horloge signée d'un très visible Omega, à tel point qu'il doit exister

Comme sur la scène du "vrai" monde,
le fossé entre les plus puissants et
toutes les autres marques s'agrandit
sans cesse.

de ces territoires, directement à travers une politique d'ouverture parfois effrénée de boutiques en nom propre (se paiera-t-elle un jour, tels les subprimes?), et indirectement en montant les réseaux de distribution les plus étendus possibles. Une stratégie du pied dans la porte.

Sell-in chinois

La Chine est bien évidemment l'exemple phare de cette bataille pour les premières places et on dit partout, sans pouvoir en apporter la preuve formelle, que les chiffres faramineux de ce marché (+ 57% cette année) reflète avant tout le dynamisme du sell-in qui y est pratiqué. Les tiroirs et les coffres se remplissent partout, mais les produits qui se vendent ne sont pas toujours ceux qui font les unes!

Sur ce terrain chinois, l'avantage du Swatch Group est criant. Sans doute est-ce large-

ment aujourd'hui des dizaines voire des centaines de millions de photos siglées Omega dans les foyers chinois.

Un autre horloger indépendant, de taille moyenne et très bien implanté de longue date en Chine nous le confirmait, prédisant que si, aujourd'hui, il y a encore de la place pour tout le monde en Chine, d'ici quelques années, le Swatch Group aura peut-être ramassé l'essentiel de la mise. Une pénétration qui n'est pas seulement à mettre au compte de l'assise industrielle du groupe mais aussi de la diversité de son offre, qui est la seule à couvrir de façon totalement cohérente et complémentaire l'ensemble des produits horlogers, du haut au bas de gamme.

Captation de concepts

Parmi toutes les autres raisons qui concourent aussi à rendre les grands toujours plus

grands et à confiner ainsi les petits dans des niches de plus en plus étroites, il en est une qui joue un rôle loin d'être négligeable. Graduellement, les groupes et certaines des marques les plus importantes se sont emparés de nouveaux territoires, de niches particulières qui n'étaient jusque là occupées que par les petites marques indépendantes, souvent constituées autour d'un

dans le domaine de la recherche en haute mécanique, en fonctions acrobatiques ou en prouesses d'affichage (bien que dans ce dernier domaine précis, les indépendants aient encore une longueur d'avance). C'est ainsi que désormais on trouve dans les groupes des montres-concept qui, auparavant, étaient réservées aux marques de niche les plus novatrices. L'extension du

Au cours de l'année dernière, ce sont les sous-traitants qui ont le plus fortement senti la fragilité de leur modèle.

"maître-horloger" ou d'une pratique singulière de l'horlogerie. Occupant déjà le centre de la page, les grands groupes se sont étendus latéralement, sur les bas-côtés et dans les marges, y ouvrant leurs propres "laboratoires" de recherche, si l'on veut, absorbant progressivement les idées et les concepts des indépendants. A cet égard, la vogue, inextinguible semble-t-il, des tourbillons est particulièrement représentative. Chaque marque semble absolument tenir à ce qu'un tourbillon extravagant figure dans ses collections, à double ou triple rotation, excentré, déporté, suspendu, posé au bout d'une aiguille, satellisé... Des "expériences" qui, jusqu'à peu, étaient réservées aux seules marques d'ultra-niche mécanique mais que l'on retrouve aujourd'hui chez les plus *mainstream* d'entre elles. Stylistiquement également, les grandes marques, toujours à l'affût de ce qui pourrait faire du buzz, ont appris à s'emparer d'idées puisées chez les indépendants – contraints d'innover pour survivre – et à en développer pleinement le potentiel. On avait vu cette "captation" à l'œuvre il y a une bonne dizaine d'années, quand les grandes marques avaient compris le potentiel commercial qu'il y avait dans une offre de produits au design rigoureux mais destinés au plus grand nombre, asséchant du coup certains indépendants qui oeuvraient avec passion, mais péniblement, dans ce secteur. Aujourd'hui, l'histoire se répète

domaine des groupes est ainsi de plus en plus marquée, et aucune niche ne saurait être à l'abri.

Les sous-traitants fragilisés

Mais au cours de l'année dernière, plus que les indépendants ce sont les sous-traitants qui ont le plus fortement senti la fragilité de leur modèle. Poussés à investir souvent lourdement pour affronter une demande sans cesse en augmentation, contraints par la compétition à s'équiper en outils de pointe, à pousser leurs recherches mécaniques, à se lancer dans des études portant sur les matériaux ou les modes de production, ils ont ressenti de plein fouet la baisse soudaine de leurs carnets de commandes – voire certaines annulations pures et simples.

Les jeux d'absorption, d'intégration, les rachats et les prises de participation ont fait le reste, fragilisant plus avant la profession. Une profession qui, certes, a elle aussi été aveuglée un temps par la marche triomphale du marché horloger, avant de ressentir durement son étroite dépendance aux retournements soudains de ce marché. Mais quand un horloger peut toujours destocker ou, si nécessaire, comprimer ses effectifs, externaliser, se tourner vers d'autres fournisseurs, un sous-traitant n'a pas ce volant d'action à disposition. A moins que, comme un Christophe Claret, qui n'a pas peur d'avouer publiquement une baisse de son chiffre d'affaires de 30% en 2010, on

ne crée à son tour sa propre marque horlogère, pour compenser les commandes annulées (lire à ce sujet notre article dans *Europa Star Spécial BaselWorld 2011*). Mais tout le monde n'est pas en mesure de le faire, bien évidemment.

Effets néo-classiques

On a beaucoup parlé de la grande vague néo-classique, en termes essentiellement stylistiques, pour y voir une "esthétique de crise". Mais qu'en est-il en termes économiques? En d'autres mots, quelles sont les conséquences sur le tissu industriel, sur la sous-traitance, sur le devenir des marques de cette vogue du "deux aiguilles et petite seconde" qui prévaut aujourd'hui?

A en entendre toujours un Christophe Claret, la baisse de 30% qu'il a personnellement enregistrée provient essentiellement de l'arrêt brusque de projets mécaniques innovants qu'il menait pour d'importantes marques. La récente déconfiture des Artisans Horlogers, de très pointus constructeurs au service de la nouvelle horlogerie, semble confirmer cette fâcheuse tendance.

La vogue néo-classique provoque ainsi mécaniquement – comme par "transfert de couple" – l'arrêt de programmes de recherche, longs, coûteux, souvent délicats à fiabiliser et à homologuer, au profit d'une horlogerie plus simple à mettre en oeuvre,

moins un style plus mesuré qu'auparavant, a pour effets conjugués de marginaliser encore un peu plus les side-players et de renforcer les *main-players*.

Brouillard d'insectes éphémères

Parallèlement, un autre phénomène vient brouiller les cartes. Il y a un peu plus d'un an, le 27 janvier 2010 – que ça paraît loin déjà – Steve Jobs présentait l'iPad. Retenons cette date, non pas tant pour l'iPad lui-même que comme une date symbolique: pas la mort du papier, comme on l'a tant entendu, mais la multiplication infinie des "papiers"! L'accès nomade instantané au flux incessant de l'information mondialisée et socialisée, ouvre certes de nouvelles perspectives aux marques, et parmi elles singulièrement aux plus modestes, dont les messages peuvent désormais se glisser dans mille interstices, rebondir, essaimer comme jamais auparavant. Mais cet avantage risque fort de se voir annihiler par le vaste brouillard des informations – un brouillard comme constitué de milliards d'insectes éphémères en mouvement incessant (à ce sujet, lire notre éditorial dans *ES Spécial BaselWorld 2011*). Dans ce "nuage" électronique saturé, bien peu de choses finissent par surnager et c'est souvent une illusion de croire que l'accès à la communication n'ayant jamais été

Quelles sont les conséquences sur le tissu industriel de cette vogue du "deux aiguilles et petite seconde"?

qui pose moins de problèmes de production, qui exige moins d'opérations, qui permet une plus grande rationalisation. Ceci dit, réussir pleinement une trois aiguilles ultra-plate est tout un art, qui ne se maîtrise pas si facilement que ça et qui exige aussi sa propre légitimité (à ce propos lire notre compte-rendu du SIHH dans *Europa Star 1/11*). Tout semble donc montrer que la crise, suivie du repli quasi-général sur un style minimaliste et néo-classique, ou tout au

aussi facile, il serait plus facile de la faire passer. Parvenir à se faire entendre correctement réclame beaucoup de cohérence, de la constance, des moyens et une énergie à toute épreuve (citons à titre d'exemple, un Jean-Claude Biver ou un Max Büsser, deux communicateurs hors pair, dont les pratiques, les produits et les exercices sont fort différents, mais l'énergie promotionnelle comparable).

(suite page 14)



Pastel & Fluo

New Summer 2011



 Ice[®]
watch



Ice Jelly Collection



Become our fan on
f Facebook

 www.ice-watch.com

EUROPA STAR LAUNCH ON IPAD

Europa Star's new application for iPad is a unique* free communication media for all the publication's friends, the watch community, their followers and aficionados. Just click on www.europastar.com in the browser of your iPad.

This new application will also be available for all tablet users regardless of the platform in use.

Europa Star is proud to add this new tool to its media network, which currently includes five websites and eight magazines: Europe, International, USA & Canada, China, Latin America and Spain, Ukraine and French Première editions. For more information about our media options, have a look on ABOUT US on your iPad!

Europa Star continues its role as a pioneer of the watch media industry: it was one of the first publications to go online back in 1998 (first English, Spanish and Chinese websites!) and continues to be at the forefront of media technology.

The current application is simultaneously available in English, Spanish, Chinese, French and Russian.

We hope you enjoy this new application and feel free to send us your comments and suggestions at: contact@europastar.com.



Happy reading, surfing and swiping !
Your Europa Star team.

*Includes over 10,000 watch articles

(suite)

Parfois, un miracle survient

Mais il arrive parfois qu'un "miracle" survienne. Cette année, il s'appelle Laurent Ferrier. Surgi de "nulle part" (ce n'est pas vrai, il a accumulé une extraordinaire compétence horlogère, notamment auprès de Patek Philippe), cet homme, à l'âge de la retraite, a étonné toute la communauté horlogère avec sa proposition ultra-classique, réalisée avec une virtuosité décorative de grande orthodoxie mais poussée à un niveau rarement atteint. Soudainement, tout le monde s'est entiché de cette horlogerie apparemment à contre-courant (à Baselworld l'année dernière, son tout petit stand jouxtait celui de Snyder et de ses girls en mini-jupe intergalactique, c'est dire l'abîme séparant deux extrêmes de l'horlogerie) mais qui a surgi à point nommé, à la veille donc du grand tournant néo-classique. Le prix de la montre homme qu'il a reçu lors du Grand Prix d'Horlogerie de Genève en novembre, en témoigne.

Economiquement, la marque Laurent Ferrier n'a strictement aucune incidence sur la marche des affaires horlogères. Symboliquement, par contre, ça prend tout son poids. Il fallait un héros à la "révolution" néo-classique et il était tout trouvé. Les héros sont toujours choisis du côté des petits; c'est l'éternel David contre Goliath, (mais en fait, David est une légende inventée par Goliath pour mieux tromper son monde...).

Accès aux marchés

Mais, comme une hirondelle ne fait pas le printemps, un Laurent Ferrier ne fait pas le bonheur de tous les petits David. Car le nerf de la guerre reste avant tout l'accès aux marchés, et donc au client final. Logiquement, c'est donc dans le domaine de la distribution que la situation s'est le plus tendue en 2010. Nous vivons en effet une forme de paradoxe: jamais l'offre n'aura été si vaste, si diversifiée, permettant au

consommateur de choisir littéralement tout et son contraire, et jamais il n'aura été si difficile pour tant de marques petites et moyennes de "rentre dans les vitrines". Partout, les portes se verrouillent et la crainte monte. Preuve en est, c'est toujours sous couvert d'anonymat, à de rares exceptions près qui ne sont généralement pas les plus représentatives, que les horlogers "ostracisés" osent parler. C'est dans l'anonymat des back office que montent les pressions: pressions pour écarter des concurrents, pour remplir les tiroirs en faisant miroiter l'accès aux nouveautés, pressions politiques, aussi, comme on a pu le voir en Chine. En ceci, l'horlogerie ne fait pas exception. Partout, dans toutes les activités, l'accès direct à la clientèle ou au

surtout le portefeuille qui n'y soit plus. Trop d'excès tue durablement les excès. Avec la normalisation économique va de concert la normalisation esthétique. Mais c'est sans compter sur la naturelle vitalité humaine, pourrait-on dire. Et il ne faut jamais oublier que l'improbable d'aujourd'hui peut devenir la réalité de demain (les peuples de l'Afrique du Nord nous l'ont récemment montré). La chance paradoxale de l'industrie horlogère de qualité est sa relative lenteur. Qu'on le veuille ou non, il faut du temps pour mettre réellement au point un nouveau produit – et nombreux sont ceux qui se sont brûlés les ailes en l'oubliant. Ce temps relativement long permet aussi l'émergence de nouvelles propositions et rend la scène – c'est

Les héros sont toujours choisis du côté des petits

public se raréfie et se resserre au profit d'oligopoles maîtrisant l'essentiel des canaux. Les détaillants indépendants – exactement comme les salles de cinéma indépendantes qui vivent le même phénomène – sont ainsi pris entre le marteau sell in des plus puissants et l'enclume des boutiques en nom propre qui s'ouvrent à proximité. Le métier est fragilisé, mettant du coup en péril la survie des petites marques qu'il représentait.

La grande normalisation

En fait, historiquement parlant, tout porte donc à croire que l'horlogerie est entrée dans une de ces périodes qu'on nomme "normalisation". L'essentiel des affaires horlogères mondiales est de fait contrôlé par une poignée de big players à vocation mondiale. L'effervescence créative qu'on avait pu constater au cours des années qui ont précédé la crise de 2008-2009 s'est très sérieusement calmée. Le cœur n'y est plus vraiment, à moins que ce soit

là que réside le paradoxe – plus vivante et plus mobile que si la vitesse pure y régnait en seule maîtresse. Et les nouveaux outils de communication, même s'ils génèrent beaucoup d'illusions, comme on l'a dit ci-dessus, peuvent aussi autoriser de fulgurantes percées.

Comme on le disait en introduction, "nous sommes tous des petites secondes qui trottent vite à la surface du temps", et, heureusement, nous ne savons pas toujours ce qui nous attend vraiment. ■

EUROPA STAR PREMIÈRE

Editeur : Europa Star HBM SA, 25 route de Acacias, CH 1227 Carouge-Genève
Pour plus d'information, cliquez sur www.europastar.com ABOUT US et CONTACT US
Imprimé en Suisse



BASELWORLD

THE WATCH AND JEWELLERY SHOW
MARCH 24 – 31, 2011

WWW.BASELWORLD.COM



