

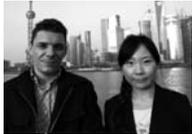
EUROPA STAR PREMIÈRE

UN SERVICE EN LANGUE FRANÇAISE D'ARTICLES À PARAÎTRE DANS EUROPA STAR MAGAZINE

Vol.14, No 3

Genève, le 15 mai 2012

SHANGHAI: NOUVELLE ANTENNE EUROPA STAR EN CHINE



Jean-Luc Adam et
Jiang Hong - Europa Star
Shanghai

Depuis le mois d'avril, *Europa Star* a ouvert un nouveau bureau à Shanghai. Dirigée par notre correspondant Jean-Luc Adam (dont vous avez pu régulièrement lire les articles dans *Europa Star*) secondé par une assistante chinoise, Jiang Hong, l'antenne chinoise d'*Europa Star* *Watches-for-China* couvre désormais l'intégralité de l'actualité horlogère chinoise, vue de l'intérieur.

Une actualité qui sera relayée à la fois dans nos magazines et en ligne.

M.Adam a déjà contribué aux nombreuses et notables améliorations que nous avons apportées à notre couverture globale du marché chinois, notamment par le biais du lancement d'un nouveau site *Web & iPad* www.watches-for-china.cn en chinois simplifié. Désormais, les internautes de la Chine continentale pourront avoir accès à tout notre contenu rédactionnel en chinois simplifié, tandis que le lectorat chinois de Hong Kong, Macao, Taiwan, Singapour et d'outremer aura accès au contenu en chinois traditionnel, par l'adresse www.watches-for-china.com, comme auparavant. De plus, il est désormais aussi possible de passer d'un simple clic sur une icône, d'un système de caractères à l'autre, ou directement au contenu anglais, français, espagnol ou russe. Avec ces compléments, tous les sites d'Europa Star et du *worldwatchweb* bénéficient maintenant de leurs propres applications gratuites *iPad SiteApp*.

Nous avons également renforcé la version chinoise de deux des sections les plus populaires de nos sites internationaux: le *Brand Index* et la section *Watch Knowledge*. Les transcriptions chinoises des nombreuses marques présentes en Chine ont été ajoutées à notre *Brand Index* qui dresse la liste de contact et d'articles rédactionnels sur plus de 500 marques, y compris celles actives hors de la Chine continentale. La section *Watch Knowledge* a été considérablement renforcée par l'apport de nombreux articles fouillés sur les aspects techniques de l'horlogerie mécanique.

Europa Star est aussi désormais présent sur le site chinois de microblogging *Weibo*, renforçant ainsi notre présence sur les plus importantes plateformes de réseaux sociaux, aussi bien que sur *Baike*, le Wikipedia chinois. Comme l'explique l'article (cf Europa Star No 313) de notre partenaire *Digital Luxury Group*, ce n'est là qu'un début et nous allons dans les mois qui viennent apporter de très nombreuses améliorations complémentaires à notre présence sur internet en Chine. La nouvelle antenne d'*Europa Star* à Shanghai vient compléter le travail fourni par notre bureau de Hong Kong, dirigé par Maggie Tong (maggietong@europastar.com), pour la région Asie-Pacifique.

Jean-Luc Adam peut être contacté directement à watches-for-china@europastar.com. Nous vous encourageons à inscrire son adresse dans vos répertoires et de lui faire parvenir toutes vos informations ayant trait au marché chinois (news, nouveaux produits, détaillants, boutiques, sponsoring, etc...).

Notre prochaine édition papier *Web & iPad* pour la Chine sortira à fin mai et c'est avec plaisir que nous vous enverrons une copie dès parution. N'hésitez pas à nous contacter.

Paul O'Neil
Managing Editor

Casey K. Bayandor
International Sales Director

LOMBARD ODIER

LOMBARD ODIER DARIER HENTSCH

www.lombardodier.com

SOMMAIRE DU MAGAZINE 3/12

europa star

NO 313 JUIN 2012



Cover:

**TWENTY-EIGHT SKELETONISED
TOURBILLON HIGH JEWELLERY**

by DeWitt

18-carat white gold, 43mm timepiece equipped with DeWitt's Calibre DW8028S with 72-hour power reserve. Manually-wound mechanical movement with hours and minutes display, tourbillon and skeletonised movement visible through transparent sapphire crystals on the front and back.

EDITORIAL

Mechanical globalisation

COVER STORY

DeWitt, when the emotion comes from the quality

POST-BASELWORLD

And so, BaselWorld 2012...?

Monsters, machines, mechanical marvels & masterpieces

STRATEGIES

Philip Stein - Operating at an altogether different frequency

Fortis celebrates its 100th anniversary

No price hikes at Tissot

LADIES' WATCHES

New creative impulses in ladies' watch design

NEW BRANDS

New (and nearly new) brands

PRICE LADDER - SPORTS WATCHES

Sports watches by price

GALLERIES

Sports watches

Prestige mechanical watches

Unusual designs

Rectangular ladies' watches

New collections

RETAIL WORLD

Dealing in Doha - The Doha Jewellery and Watches Exhibition

RETAILER PROFILE

Fifty One East, Qatar

LETTER FROM CHINA

Fiyta - Vertical take-off!

WORLDWATCHWEB®

Sina Weibo, the social media platform of reference for watchmaking in China... but is it enough?

LAKIN@LARGE

Turning the page

www.worldwatchweb.com

POST-BASELWORLD

MALCOLM LAKIN EST DÉÇU, UN PEU, BEAUCOUP, PAS DU TOUT...

Notre "roving editor" Malcolm Lakin, bien connu de toute la profession, est un fanatique de BaselWorld. Comme chaque année pour Europa Star, il a arpenté des kilomètres de couloirs, serré des centaines de mains et admiré des milliers de montres. A priori, le show de cette année ne l'a pas emballé: trop de montres-monstres importables, trop de folies gratuites. Car à ses yeux, une montre est faite: 1. pour donner l'heure, 2. pour mettre discrètement en valeur l'apparence de son porteur.

Après s'être penché avec ironie sur les derniers "monstres" de MB&F, Harry Winston et autres HYT, il entame son long parcours parmi les marques qu'il juge plus adéquates à son poignet. Et peu à peu, le voilà qui reprend des couleurs et retrouve toute sa passion pour l'horlogerie. Une passion qui couvre un large spectre et qui ne s'embarrasse pas des hiérarchies conventionnelles. Il nous décrit avec le même appétit le dernier Chronomat 44 GMT de Breitling ou un Tourbillon Planétaire de Franc Vila qu'une modeste montre à US\$75 de chez Ritmo Mundo.

Cet éclectisme est à l'image même de BaselWorld, mais Malcolm Lakin a ses préférences, qu'il ne cache pas. Ainsi rend-t-il sa traditionnelle visite à Bell & Ross, décrétant la nouvelle Aviation Collection comme étant "un must très portable, même un dimanche après-midi sur les Champs Elysées de la Halle 1 de Baselworld, lorsqu'il faut slalomer entre les familles, les poussettes et les chiens", ou va admirer les dernières créations de Maurice Lacroix dont il est un fan depuis toujours. Mais surtout, se promener en sa compagnie nous permet de faire de nombreuses découvertes, parmi des marques qui sont souvent absentes des grands titres de la presse horlogère. Il s'ébahit devant l'audacieuse Angolo Suisse de Modex Time & Jewellery, décrit avec gourmandise les dernières baroques montres féminines de deLaCour, détaille les nombreuses nouveautés que l'on trouve chez Guess et chez Gc ou encore rend une instructive visite à Raketa, nous apprenant au passage que cette manufacture sauvée in extremis des ruines du post-communisme fait tout, de A à Z, y compris

suite page 3

EDITORIAL

GLOBALISATION MÉCANIQUE

Pierre Maillard

En 1969, Seiko remportait le Concours de Chronométrie de l'Observatoire de Neuchâtel. La réponse helvétique fut immédiate: les Concours de Chronométrie ne seraient plus organisés! En plein déclenchement de la "crise du quartz", il fallait dresser des pare-feux et empêcher que les Japonais ne se saisissent de cet avantage. On connaît la suite, la longue descente aux enfers de l'horlogerie suisse dévastée par le quartz puis sa remontée à la surface suivie de son triomphe avec la relégitimation progressive de la voie royale qu'est celle de la montre mécanique.

Cette renaissance a été rendue possible par un très important effort de rationalisation industrielle emmenée par Nicolas Hayek à la tête de la SMH qui deviendra par la suite le Swatch Group. Devenu le fournisseur quasi-exclusif de toute l'horlogerie mécanique helvétique en pleine renaissance, à qui il a très ponctuellement et très régulièrement fourni tous les composants dits stratégiques (et, à l'époque, Europa Star fourmillait de publicités pour ETA), le Swatch Group a par la suite réorienté sa stratégie industrielle au profit de plus en plus exclusif de ses propres marques en pleine expansion en avertissant dès 2001 qu'il allait progressivement cesser de fournir les maisons tierces devenues graduellement, en partie grâce à lui, d'importantes concurrentes.

Qui pensait alors que cette décision allait entrouvrir une brèche dans les murs de la forteresse suisse, brèche qui allait permettre aux Japonais de faire aujourd'hui, douze ans plus tard, leur entrée fracassante au sein du territoire horloger helvétique? Et ce au moment même où la FH et le gouvernement suisse s'entendaient pour renforcer les critères du Swiss Made!

Faute d'avoir développé par elles-mêmes toutes les alternatives industrielles nécessaires pour faire face à la limitation progressive des livraisons du Swatch Group, les marques helvétiques voient désormais les Japonais s'introduire dans les zones stratégiques du terrain. Citizen a ainsi racheté le fabricant de mouvement La Joux-Perret, une des alternatives (partielles) à ETA, au nez et à la barbe des groupes et des marques suisses (le Swatch Group ne pouvait pas surenchérir, la Commission de la Concurrence l'aurait certainement empêché). Dans le même temps, TAG Heuer, brutalement privé d'assortiments par Nivarox-FAR, se tournait vers Seiko pour s'approvisionner en spiraux. Voici donc les deux géants japonais installés à des degrés divers au cœur de la "fabrique" horlogère suisse. Nul doute que pour Seiko cette opération intervient à point nommé car la marque, qui n'a jamais cessé de produire des montres mécaniques de très haute qualité mais distribuées jusqu'à présent essentiellement sur le marché intérieur japonais, se lance aujourd'hui dans une vaste offensive destinée à promouvoir internationalement ses garde-temps mécaniques sous la dénomination Grand Seiko. Quant à Citizen, l'acquisition de La Joux-Perret peut lui permettre de s'imposer graduellement comme la seule véritable alternative de masse face au retrait d'ETA. Encore faudra-t-il que le groupe nippon y consacre de très importants moyens. Ce que Citizen Holdings, qui pèse lourd, peut sans doute s'autoriser.

Tout ça, nous assure-t-on de toutes parts, n'affectera en rien le sacro-saint Swiss Made! Sur le papier, non. Car dans les faits, la "suisstitude" horlogère, à 50%, à 60% voire à plus, ressemblera de toutes façons à une coquille vide. Mais l'important n'est pas là, dans la "pureté" présumée de ce label. L'important est dans la préservation d'un tissu industriel et artisanal le plus dense possible. L'idéal serait aussi qu'il demeure le plus indépendant possible. Mais ça, c'est une autre affaire, bien plus large, qui a à voir avec la prééminence grandissante des groupes dans tous les secteurs économiques et dans le monde entier. Que ceux-ci s'appellent Swatch, Richemont, LVMH, Seiko ou Citizen n'est que secondaire... ■

COVER STORY

DEWITT, QUAND L'ÉMOTION VIENT DE LA QUALITÉ

"Le seul aspect rationnel du luxe est la qualité", aime à dire Jérôme de Witt, "pour le reste ce n'est que de l'irrationnel, de l'émotionnel, du rêve."

"Irrationnel" pourrait être effectivement le qualificatif idoine pour la pièce la plus démonstrative dévoilée par DeWitt à Baselworld 2012, la X-Watch

Sous son capot d'acier en forme de X qui recouvre partiellement le cadran se cache une motorisation de compétition mécanique. Qu'on en juge un peu: le mouvement unique, placé dans un boîtier réversible, affiche sur une face un tourbillon, sur l'autre un chronographe, et sur ses deux faces heures et minutes bi-rétrogrades, le tout entraîné par une masse oscillante périphérique. Ce moteur survitaminé de 544 composants est le 3ème mouvement 100% manufacturé DeWitt et répond au doux nom de calibre DW 8046.

Capot refermé, toutes les indications restent parfaitement visibles. Côté tourbillon, la lecture est particulièrement simple et la montre affiche un visage très marquant, à la fois précieux et sportif. A 6h le tourbillon fait office de petite seconde. A gauche les heures rétrogrades, à droite les minutes rétrogrades se détachent avec netteté tandis qu'à 12h s'affiche la réserve de marche à aiguille, semblable à une jauge directement extraite d'un cockpit.

Quatre poussoirs positionnés sur les parties supérieures et inférieures de la boîte en titane Grade 5 permettent d'actionner le capot en X qui s'ouvre en son milieu et se relève automatiquement à une vitesse mécaniquement contrôlée pour dévoiler en majesté l'intégralité du cadran. On découvre alors qui se détache sur fond de motif guilloché soleil une applique centrale en forme de sablier. On peut dès lors faire pivoter le boîtier pour découvrir la face chronographique de la X-Watch.

C'est un mouvement chronographe squeletté qui se détache avec force et netteté sur un fond constitué d'une plaque de nickel d'argent noircie. Cette plaque isole la partie chronographe du mouvement monté sous le tourbillon. A elle seule, cette plaque d'un millimètre d'épaisseur représente une performance ardue à réaliser car elle est percée de 58 trous dont l'ajustement se fait au micron. Heures et minutes rétrogrades se lisent de la même façon que sur la face tourbillon, dans deux segments placés à gauche et à droite du cadran. Le compteur des secondes du chronographe s'affiche par guichet sur un disque placé à 12h. Le compteur des 30 minutes s'affiche sur 3 niveaux de 10 minutes par une aiguille à 3 bras prolongés par un petit disque. Tout autour se découvre la ronde sinusoidale de la masse oscillante périphérique. Cette courbe intérieure aux lignes particulières entraîne le système de remontage automatique séquentiel (ASW) breveté qui permet, grâce à deux bras d'armage, de remonter le barillet jusqu'à 96% puis de le laisser librement se dérouler sans contact jusqu'à 92% avant de reprendre contact, via un levier, avec le rouage de remontage. Ce remontage séquentiel offre une distribution constante et stable de l'énergie vers l'échappement, dans la plage idéale comprise entre 92% et 96% du couple du ressort de barillet.

Refermons le capot sur ce chronographe d'allure aussi précieuse que sportive! La lecture des heures, minutes et des temps courts se fait parfaitement entre les branches du X qui soulignent encore la vigueur stylistique de la pièce.

Trois ans de recherche et développement pour cette pièce aussi "irrationnelle" visuellement qu'économiquement: 25 X-Watch sont disponibles au prix de 398'000.- CHF pièce. Mais il est vrai qu'à l'occasion de sa toute première présentation, lors de la vente aux enchères Only Watch à Monaco en septembre 2012, elle a atteint le prix de 410'000.- euros, soit environ 492'000.- CHF (...)

Lire la suite notre article dans Europa Star N°313 ou sur www.europastar.com/premiere

ses spiraux et échappements (avec à présent des machines rachetées au Swatch Group). Bref, il y en a vraiment pour tous les goûts et la liste des marques visitées ne s'arrête pas, loin de là, aux quelques unes que nous venons de citer. A la fin de sa visite, le voilà à nouveau tout excité. Mais il a un souci: l'année prochaine, BaselWorld a annoncé que les stands seront plus grands mais que l'espace total sera plus restreint: 20'000m2 en moins! Et de se demander: "Où seront les petits, les modestes? Seront-ils là dans ce grand cirque. Si non, envoyez les clowns!".

A lire dans Europa Star N°313

NOUVELLES MARQUES, MARQUES DE RETOUR ET NOUVELLES COLLECTIONS

Paul O'Neil s'est lancé à la recherche de quelques nouvelles marques ou de marques de retour à BaselWorld après une période d'absence plus ou moins longue. Parmi les nouvelles marques, il a remarqué l'offre de De Motu, "la fabrique horlogère probablement la plus septentrionale au monde car située juste derrière l'aéroport d'Helsinki." Certainement pas un hasard, car De Motu propose de véritables instruments destinés aux pilotes de jets, avec une montre étonnante, l'Accelerometer, équipée d'un mouvement électronique maison, qui mesure les "G" jusqu'à 11G. A découvrir.

Nouvelle marque également, ou renaissance plus exactement, pour la maison Venus, relancée depuis Genève en 2011. Venus revient avec des chronographes très sportifs, équipés comme il se doit de mouvements Venus calibre 175 (sur base ETA Valjoux 7750), mais aussi d'audacieuses montres féminines de... 44mm. Kienzle n'est pas une marque véritablement nouvelle, mais 2012 n'était que sa seconde année de présence à Bâle. L'occasion de présenter une nouvelle collection pour femmes, des extensions de sa robuste ligne Octopussy parée de couleurs ou la très innovante Sonar dont le cadran reprend l'aspect des écrans radars. Avec succès semble-t-il puisque la marque passe cette année de 35 à 50 marchés. Swarovski n'a rien d'une nouvelle marque mais présente cette année sa toute première collection masculine, sur quartz ou mouvement

suite page 4

automatique, qui se décline avec ou sans index en cristal Swarovski et mixe céramique, acier, PVD noir pour d'étonnantes et très masculines montres classiques ou sportives.

A lire dans Europa Star N°313

TISSOT, FORTIS, PHILIP STEIN

Sur les pas de Paul O'Neil, découvrez les dernières réalisations de marques aussi différentes les unes des autres que Tissot, Fortis, Century ou Philip Stein, auxquelles il consacre des articles respectifs.

Tissot, précisément, dont le CEO François Thiébaud, déclare à notre journaliste ne pas craindre une quelconque crise car, "si les choses se gâtent, alors celui qui achetait une Omega achètera une Longines, et celui qui aurait acheté une Longines, achètera une Tissot." Au Swatch Group, on est jamais mieux servi que par soi-même.

Peu avant Bâle, Paul O'Neil s'est glissé dans une petite cérémonie privée organisée par Fortis pour célébrer ses 100 ans d'existence. L'occasion pour la marque de rappeler ses nombreux hauts faits spatiaux et de lancer une série de nouveaux modèles très intéressants, à l'image de la B-47 Mysterious Planets. Autre marque innovante dans un créneau très particulier, Philip Stein et sa "Natural Frequency Technology". Will Stein, son CEO, met les bouchées doubles pour démontrer que sa technologie à base de "fréquences naturelles" apporte un bien-être objectif et est déterminé à le démontrer scientifiquement. Paul O'Neil en fait l'expérience grâce à des... tranches de citron, d'où toute acidité semblait avoir disparu! Et ça marche, semble-t-il, car Will Stein prétend pouvoir écouler 80'000 montres cette année, dont une nouvelle collection masculine limitée de montres squelettées à la main par Stefan Kudoke, et affirme être "la marque numéro 1 aux Philippines". A vérifier.

A lire dans Europa Star N°313

FLORILÈGE DE COULEURS

Century présente une très intéressante nouvelle matière, du saphir qui a la structure cristalline de l'alexandrite. Trois ans de développement

suite page 5

ALORS, BASELWORLD 2012...?

Pierre Maillard

La question qui nous est rituellement posée au retour de BaselWorld se résume à un mot: "alors?" Alors quoi? Les tendances, les bruits et les rumeurs, les stratégies et les tactiques, les changements et les permanences, les nouveaux modèles, les succès et les inquiétudes...?

On se retrouve à chaque fois un peu embarrassé car comment résumer la formidable et kilométrique caverne d'Ali Baba qu'est BaselWorld, dans laquelle se côtoient presque démocratiquement de somptueux trésors et de modestes breloques. Comment répondre simplement à une question (trop) simple alors que l'horlogerie, tout comme nos sociétés, avance à des vitesses bien différentes selon que l'on soit puissant et reconnu ou faible et inconnu. Alors oui, les chiffres globaux sont excellents et les perspectives semblent riantes. Mais derrière cette accorte et souriante façade, s'ouvrent des paysages bien plus contrastés.

Sourde anxiété

Il y avait cette année quelque chose de curieux dans l'atmosphère bâloise, comme une légère mais perceptible anxiété. Avec ses 19,3 milliards (+19,2%) 2011 fut certes une année historique mais ces chiffres ont été atteints dans un contexte général qui a vu s'accélérer la concentration en cours, que ce soit dans le domaine de la production comme dans celui de la distribution. En fait, c'est toute la structure de la branche horlogère - particulièrement en Suisse - qui est en train de se modifier et de chercher ses nouveaux équilibres. Et à n'en pas douter, ce rééquilibrage - mais le terme est sans doute trop faible pour ce qui est une véritable mutation - va encore s'accélérer au cours de l'année à venir. Une vaste partie de go est en cours qui explique la fébrilité de certains acteurs qui voient leurs positions s'effriter et leurs territoires se rétrécir. Parmi ces acteurs figurent marques, agents, distributeurs et détaillants qui tous redoutent les effets de la vaste verticalisation entamée symboliquement il y a douze ans quand Richemont a racheté LMH (Jaeger-LeCoultre, IWC, Lange & Söhne) pour plus de 3 milliards de CHF, qu'en même temps LVMH rachetait TAG Heuer pour 739 millions de dollars (soit 1,138 milliard de CHF de l'époque), et que simultanément Nicolas Hayek annonçait son intention de graduellement arrêter la livraison de mouvements à des tiers. Il aura donc fallu une dizaine d'années pour que les effets de ce "big bang" - constitution des grands groupes et arrêt programmé des livraisons d'ETA et de Nivarox-FAR - se fassent pleinement ressentir, à la fois pour le meilleur - la réindustrialisation progressive de la Suisse horlogère - et pour le pire - l'étouffement tout aussi progressif des marques, des distributeurs et des détaillants indépendants.

Cette reconfiguration va encore s'accélérer avec la fermeture programmée d'un très vaste nombre de vitrines indépendantes (à titre d'exemple, on racontait dans les couloirs de Bâle, sans pouvoir le vérifier, que sur les quelques 80 points de vente Omega existants aujourd'hui en Suisse, il n'en subsisterait qu'une dizaine d'ici deux ans) au profit des marques elles-mêmes et de leurs propres réseaux de boutiques, et des grands groupes de distribution et leurs "multiplexes" horlogers planifiés un peu partout.

Tropismes asiatiques

D'autres considérations ajoutaient à la nervosité ambiante. Parmi celles-ci, l'annonce toute récente du rachat stratégique du fabricant de mouvements La Joux-Perret par le groupe japonais Citizen (qui, rappelons-le au passage, pèse près de 1,5 milliard de CHF, soit à peu près l'équivalent de l'horlogerie LVMH) ou encore le passage, plus symbolique mais néanmoins marquant, d'Eterna (qui produit une part de ses propres mouvements) en mains chinoises, voire celui, anecdotique pour le coup, de de Grisogono passé quant à lui en mains lusitano-angolaises! Outre Citizen, qui s'installe au cœur de l'horlogerie suisse et qui va donc bientôt pouvoir proposer des mouvements mécaniques Miyota Swiss Made, l'autre géant japonais Seiko vient apporter une aide décisive à TAG Heuer, privé depuis le début de cette année d'assortiments Nivarox-FAR (Swatch Group) en lui fournissant des assortiments produits par sa filiale Seiko Instruments Inc. (SII) spécialement développés et bénéficiant du procédé de pointe Liga. Les cartes sont donc en pleine redistribution et les joueurs qui se sont

réveillés un peu tard face à la menace clairement brandie par le Swatch Group, se pressent désormais fébrilement autour de la table. (lire à ce sujet notre éditorial)

Autre sujet de fébrilité largement commenté à BaselWorld, la dépendance envers l'empire chinois (Chine continentale, HK, etc...), qui absorbe plus de la moitié des montres exportées de Suisse. Certains y voient le risque d'une grosse "bulle" qui pourrait fort bien exploser à la faveur d'un retournement politique ou économique.

Face à tous ces périls, réels pour certains, encore imaginaires pour d'autres, les premiers contre-feux s'allument ici et là. "Les distributeurs et les détaillants savent maintenant qu'ils vont perdre leurs vaches à lait", nous explique ainsi Jan Edöcs qui a quitté Milus (en mains chinoises) pour intégrer Consalve, un consultant en "business development" et un "family office" basé à Berne. Il entend y développer des solutions alternatives, passant par des plateformes de coordination regroupant investisseurs, marques et distributeurs indépendants, à même de proposer des alternatives viables aux détaillants indépendants qui se voient soit privés de marques porteuses, soit contraints par celles-ci de remplir leurs tiroirs à ras-bord.

De l'importance de la créativité indépendante

Or, bon nombre de ces petites marques indépendantes ont démontré, à BaselWorld, l'importance de leur présence dans le paysage horloger global. Par leur créativité souvent débri-dée, elles servent d'aiguillon et de laboratoire à toute une profession. Contraintes de proposer des pistes techniques et esthétiques innovantes, elles ont fait étalage cette année d'une grande créativité, défrichant de nouveaux territoires, mixant horlogerie traditionnelle et technologies issues d'autres domaines. Ainsi Christophe Claret a-t-il présenté une pièce assez ébouriffante qui répond au doux nom de X-TREM-1. Ebouiffante, parce que pour la première fois en horlogerie l'indication des heures et des minutes n'est aucunement reliée au mouvement. Il n'existe en effet aucune connexion mécanique entre l'indication rétrograde qui se fait par deux petites sphères évidées qui se trouvent emprisonnées dans deux tubes de saphir posés de chaque côté de la carrure et le mouvement lui-même, régulé par un tourbillon volant incliné à 30° et monté sur une platine curvex. Ces deux petites sphères se meuvent par sustentation magnétique, emportées par deux micro-aimants tractés à l'intérieur du mouvement par des câbles de soie tressée. Le magnétisme étant un des pires ennemis des mouvements mécaniques, ces deux aimants ont été configurés de telle sorte qu'ils n'exercent leur magnétisme que dans une seule direction, leur champ n'interférant en rien avec le reste du mouvement. Gourmand en énergie, cet affichage magnétique est alimenté par un barillet dédié tandis qu'un deuxième barillet est réservé au tourbillon qui régule le rouage temps. Le rouage d'affichage, énergétiquement indépendant, est quant à lui régulé par une ancre entraînée par une came liée au rouage temps et qui libère toutes les 25 secondes une dent de la roue d'ancre du rouage d'affichage.

Une pièce d'exception, limitée à 8 exemplaires par exécution (boîtier or gris et titane, or rose et titane ou platine et titane) et dont le prix annoncé est de 264'000.- CHF!

Fluides et rouages

Autre pièce, tout aussi inédite, qui a marqué les esprits à BaselWorld, la montre à affichage hydraulique de HYT. On doit cette idée folle à Lucien Vouillamoz dont le profil est tout sauf horloger: ingénieur en physique nucléaire, il est aussi...théologien. Autour de lui s'est réunie une "dream team", composée notamment d'un investisseur, Patrick Berdoz, de Bruno Moutarlier, ancien directeur industriel d'Audemars Piguet et du "wonder-boy" et agitateur d'idées horlogères Vincent Perriard (ex Concord, ex Technomarine). Il fallait bien des compétences diverses pour que ces "Hydro Mechanical Horologists" parviennent à créer la première montre au monde qui ose mélanger fluides et rouages. Comment cette machine d'un nouveau genre fonctionne-t-elle? Deux pompes en forme de soufflet, à la fois très souples et résistantes, sont disposées à 6h. Animé par un mouvement mécanique à remontage manuel qui entraîne une came montée en lieu et place de l'aiguille des heures, un piston vient actionner le soufflet, ou la pompe émettrice, poussant progressivement un liquide aqueux chargé de fluorescéine dans un tube capillaire qui fait le tour du cadran. L'heure se lit ainsi au fur et à mesure de la progression de ce liquide fluorescent qui, en avançant dans le tube, repousse dans l'autre soufflet récepteur un liquide transparent. Parvenu à 18h, le liquide fluorescent

suite page 6

qui trouvent leur expression dans un modèle nommé avec justesse Mogul Alexandrite.

De Grisogono donne à fond dans la couleur, diurne et nocturne, avec une très intéressante collection, la Tondo By Night, qui a la particularité d'utiliser un composite de fibre de verre photoluminescente qui donne à la montre une aura blanche, orange, rose, verte ou violette accordée avec des pierres idoines. Etonnant.

Ebel se recentre à nouveau sur les montres féminines, visant les plus jeunes avec de délicieuses Brasilia Mini de 23,7 mm et les plus fortunées avec une nouvelle Beluga Grande sertie de 36 diamants.

Tandis que Gucci capitalise sur sa Bamboo Collection, façonnée dans du véritable bambou, DeLaneau revient à Bâle après dix ans d'absence, s'installe dans d'élégants containers disposés dans une cour ouverte et présente une collection très raffinée qui décline en émail le thème du cerisier.

A lire dans Europa Star N°313

MONTRES SPORTIVES DE LA MEILLEUR MARCHÉ À LA PLUS CHÈRE

Le plus sportif de nos journalistes, Keith Strandberg, s'est lancé dans le grand marathon des montres sport. Mais qu'est-ce qu'une "montre sport"? Et combien coûte une "montre sport". On savait déjà qu'il y en a pour tous les goûts et toutes les bourses mais autant le démontrer avec précision.

Difficile de trouver une montre sportive de qualité, robuste et Swiss Made, en-dessous de 500€. Mais en-dessous de 1'000€, ce n'est pas ce qui manque. Keith Strandberg a fait son choix parmi tous les modèles: Technomarine Locker, Victorinox Swiss Army Divemaster 500, Locman Change, Skywatch Oceanaut, Tissot PRS 330 Chrono Quartz Tony Parker ou encore Alpina Extreme Diver sont tous en-dessous de la barre fatidique.

Le segment 1'000€ à 2'500€ est le plus convoité et le plus compétitif. On y trouve déjà des montres dotées d'excellents mouvements, d'utiles fonctions, des designs segmentant. Tous les modèles qu'il pointe dans cette catégorie sont mécaniques et, sans tous les citer, vont de l'Hamilton Kaki X-Patrol à 1295€ à la Tubbahata Limited Edition d'Oris qui se négocie à 2'350€.

suite page 6

Segment après segment, on passe ainsi de la fourchette 2'500€ - 5'000€ (Maurice Lacroix, Ball, Rado, Bell & Ross...), à celle de 5'000€ - 10'000€ qui voit l'entrée des grands noms, comme Rolex, Zenith ou Omega, mais laisse place à de nombreuses propositions indépendantes. Puis au-dessus de 10'000€, palier après palier, on grimpe au ciel dans les bras de la RM 038 Tourbillon Bubba Watson de Richard Mille, à 590'000 US\$.

ET ENCORE...

A découvrir dans Europa Star N°313 une très intéressante interview de Bruce Du, CEO de FIYTA Holdings Ltd, première marque chinoise à être présente dans la Halle 1 de Baselworld. Réalisée en Chine par notre correspondant Jean-Luc Adam, elle permet de mieux entrevoir les grandes ambitions de cette marque qui se veut très qualitative. Le titre dit tout: Vertical Take-Off.

Toujours à propos de la Chine, Pablo Mauron, qui dirige l'antenne DLG China de notre partenaire DLG Group, nous dit tout sur Sina Weibo, la plateforme social media de référence pour l'horlogerie en Chine. Cet équivalent chinois de Twitter joue un rôle considérable pour les horlogers. Mais est-ce suffisant? se demande notre expert.

De retour de la Doha Jewellery and Watches Exhibition, Keith Strandberg présente un ensemble de réflexions sous le chapeau de "Dealing in Doha", livrant de précieuses informations sur le marché qatari, le rôle des familles régnautes, les marques qui performant et s'entretient longuement avec Bader Al-Darwish, propriétaire du Fifty One East, le plus exclusif grand magasin du Qatar.

MICROBLOGGING EN CHINE

Sina Weibo, plateforme social media de référence pour l'horlogerie en Chine... mais est-ce suffisant?

Pablo Mauron, General Manager, DLG China - On ne présente plus Sina Weibo, l'outil de microblogging (Weibo en mandarin) de référence en Chine. Créée en 2009 sur le concept de Twitter, la plateforme Sina Weibo permet de partager avec son réseau des messages textes, mais également photos ou vidéos et

suite page 7

rétrograde en position initiale avant de recommencer sa course horaire. L'idée semble simple mais sa réalisation est d'une grande complexité (7 brevets ont été déposés). Ces difficultés tiennent aussi bien à la nature des composants très particuliers qu'il a fallu mettre au point (les soufflets en alliage électro-déposé, la composition moléculaire des deux liquides qui, bien que se touchant, ne se mélangent pas, le capillaire lui-même) qu'aux solutions "nanométriques" qu'il a fallu trouver pour parvenir à une étanchéité parfaite (une seule microgoutte en plus ou en moins et ce sont cinq minutes d'erreur à l'affichage). Cette machine hydraulique et mécanique est offerte, dans sa version de base en titane, au prix de 43'800.-CHF. Mais de telles innovations, magnétiques ou hydrauliques, ont-elles un véritable avenir? En d'autres termes, ouvrent-elles de véritables pistes inédites à l'horlogerie? Chez HYT on y croit fermement et tout un programme de développement est déjà en place jusqu'en 2015, avec de nouveaux produits spéciaux: une H2 en 2013, H3 en 2014 et H4 en 2015.

Affichages coperniciens

Cependant, force est de constater que ces innovations ne touchent essentiellement qu'aux technologies de l'affichage. Il en va de même avec la très poétique nouvelle Opus d'Harry Winston, 12ème du nom. On la doit à l'horloger d'origine française Emmanuel Bouchet qui, avec le constructeur Nicolas Dürrenberger et Christophe Lüthi, a créé en 2008 Centagora, une entreprise spécialisée dans le développement de mouvements. Leur idée est lumineuse: tout comme la terre tourne autour du soleil, pourquoi l'heure ne tournerait-elle pas autour du centre de la montre! C'est cette "révolution copernicienne" que le trio a mis au point grâce à l'accord passé avec Harry Winston qui en a fait son Opus 12. Disons-le d'emblée, l'effet, spectaculaire, est à la fois saisissant, gracieux et poétique. Imaginez donc une montre dépourvue d'aiguilles centrales mais comme hérissée sur tout son pourtour de douze paires d'aiguilles superposées, une étant plus longue - les minutes - que l'autre, - les heures. A chaque passage de cinq minutes, l'aiguille des minutes concernée tourne sur elle-même et vient afficher sa face colorée en bleu. Au passage de l'heure se déclenche un magnifique et aérien ballet: tour à tour toutes les petites aiguilles des heures tournent progressivement autour des aiguilles des minutes, montrant leur face bleue un bref instant avant de disparaître à nouveau, jusqu'à la "nouvelle" heure qui pivote également autour de la grande aiguille des minutes pour venir se placer au-dessus d'elle et montrer sa face bleue indiquant la nouvelle heure. Seul un film (à découvrir sur notre site europastar.com) pourra rendre précisément compte de cette animation unique en son genre. Afin de ne pas perdre pour autant le décompte exact des minutes qui s'écoulent entre deux aiguilles de cinq minutes, un petit compteur à aiguille gradué de 0 à 5 indique de façon rétrograde les minutes écoulées (avec d'ailleurs une précision supplémentaire à l'affichage traditionnel qui permet de lire visuellement les secondes s'écoulant de 15 sec en 15 sec entre les minutes). Enfin, une petite seconde flottante tourne au centre du cadran.

Ce complexe et néanmoins très lisible ballet copernicien (un ballet sonore également, car on entend distinctement le cliquetis des aiguilles qui tournent) est mené grâce à deux couronnes qui orbitent autour du cadran et dont les sections dentées engrènent les roues d'entraînement des aiguilles palier après palier. Motorisée par un mouvement mécanique à remontage manuel oscillant à 18'000 A/h, l'Opus 12 est dotée de deux barillets indépendants, un barillet dédié à l'animation et l'autre au mouvement, chacun étant doté de 45 heures de réserve de marche. Esthétiquement, la montre est aussi une réussite avec ses surfaces microbillées et ses effets de semi transparence qui lui confèrent une profondeur mystérieuse. Sont prévues 120 pièces en zaliu (plus 12 pièces serties baguette et 12 autres serties brillants) pour la somme de 243'000.- CHF. Plus que jamais, un beau jouet, pour millionnaires.

Explorations scientifiques

Avec TAG Heuer, qui accumule décidément les explorations, il ne s'agit ici plus tant de variations autour de l'affichage que d'une réflexion en profondeur sur le cœur même de la régulation horlogère. Que ce soit au travers des recherches menées avec une rigueur toute scientifique sur les hautes fréquences, sur les champs magnétiques (avec le régulateur Pendulum) ou le régulateur à microlames du Mikrogirder (à ce sujet, lire Europa Star n°312), on pensait qu'après avoir passé la barre du 1/100ème puis du 1/2000ème de secon-

de, TAG Heuer se calmerait un instant. Mais, peine perdue, la tête chercheuse de TAG Heuer, Guy Semon, se faisait un plaisir à Bâle de montrer aux initiés sa nouvelle invention, le Mikrotourbillon. En fait, il s'agit de deux tourbillons régulant deux chaînes distinctes (la "chaîne duale" que l'on retrouve dans le Mikrograph, le Mikrotimer et le Mikrograph). Le premier tourbillon est un 4Hz "standard" assigné aux heures et minutes, tandis que le second est un 50Hz qui bat donc à 360'000 A/h et qui régule la fonction chronographique de la montre, affichant le 1/100ème de seconde (pour 80 minutes de réserve de marche). A cette vitesse d'alternance, ce tourbillon accomplit un tour en 5 secondes! C'est par ailleurs le seul tourbillon que l'on puisse enclencher et arrêter à volonté. S'il s'agit bel et bien là d'une performance - qui aboutit certes à un affichage inédit - elle se veut avant tout au service de la recherche chronométrique. Est-ce vraiment le cas? Ou, en d'autres termes, ce tourbillon ultra rapide directement affecté au calcul des temps courts apporte-t-il un surcroît de précision et une meilleure régulation? Les quelques maîtres-horlogers que nous avons interrogés à ce sujet n'en n'écartaient pas la possibilité théorique mais restaient circonspects. Quoiqu'il en soit - et Europa Star reviendra dessus - TAG Heuer démontre avec ce Mikrotourbillon (à 220'000.- FS, une vingtaine de précommandes auraient été enregistrées à BaselWorld) son dynamisme exceptionnel ainsi que sa large avance concurrentielle dans le domaine de la recherche sur les hautes-fréquences, un sujet qui s'est imposé dans l'actualité mécanique de l'année écoulée.

Bread and butter

Mais, aussi intéressantes ces percées soient-elles, là n'est pas le bread and butter de TAG Heuer. Il faut plutôt aller le chercher du côté d'une chronographie beaucoup plus industrialisée. A commencer par le calibre 1887 qui avait fait couler tant d'encre car la marque avait annoncé en avoir acheté les plans à Seiko et ne les avoir transformés qu'après les révélations de la blogosphère. Sa production est montée en puissance cette année pour parvenir à 50'000 exemplaires (toujours à ce sujet, lire notre éditorial). En parallèle, TAG Heuer a mis en chantier sous le nom de code de 1888 un autre calibre chronographe, intégralement in house celui-ci, et qui sortira des chaînes de production dès la fin 2013. Ce nouveau calibre intégré présentera une autre architecture que le 1887 (dont les compteurs sont disposés en 6/0/12 alors que le "1888" est disposé en 3/6/9). Ce nouveau calibre chronographe permettra ainsi à TAG Heuer de couvrir l'ensemble des esthétiques chronographiques horlogères. L'autre chantier ouvert de TAG Heuer concerne la part féminine. Aujourd'hui elle se monte à 25% environ et l'objectif est de l'amener à 35% - 40%. L'arme de cette conquête se nomme Link Lady, une montre "easy-to-wear, sparkling, and feminine", comme le souffle l'ambassadrice Cameron Diaz. Des montres quartz en forme de galets de 29,5mm ou 34,5mm, aux cadrans guillochés en formes de vagues concentriques, montées par attache centrale à de fluides bracelets Link redessinés pour l'occasion. Au sommet de la pyramide des Link Lady, la Diamond Star est une petite automatique dont la masse oscillante, plus grande que le mouvement et en forme d'étoiles endiamantées, tourne comme en suspension transparente entre deux verres saphir (29mm, or rose 18K, 192 diamants). Le buzz bâlois disait que Cameron Diaz viendrait en personne lancer cette offensive féminine. Le buzz disait vrai et la fête en son honneur fut évidemment une des plus courues de BaselWorld.

Rolex's buzz

Mais le buzz qui, dès le premier jour et avant l'ouverture des portes, rendait fous les accros aux tweets et autres agités du blog, prenait la forme d'une interrogation quasi-existentielle dans le milieu horloger: on racontait que Rolex allait lancer une toute nouvelle collection!!! Là aussi le buzz disait vrai: voici la Sky-Dweller monter la rampe (aussitôt "éclipsée" médiatiquement par la Deep Sea emportée par James Cameron descendue elle au fond de la Fosse des Mariannes). Rolex n'a pas pour habitude de lancer une nouvelle collection à la va vite et on peut imaginer le parcours du combattant que ce modèle a dû franchir avant que d'être dûment homologué pour l'éternité. C'est là le premier calendrier annuel de la marque et on ne dira jamais assez que le calendrier annuel, "popularisé" si l'on ose employer ce terme par

suite page 8

s'est rapidement imposée comme la référence social media dans l'écosystème digital chinois. Revendiquant 300 millions de comptes actifs, la plateforme a tout naturellement attiré l'attention des marques horlogères de luxe au point de devenir une alternative de choix à des sites institutionnels souvent défaillants ou inadaptés au marché chinois.

Sina Weibo a en effet de nombreux atouts pour les marques de luxe, grâce à un degré de pénétration très fort sur les villes du premier tiers, un réseau incluant de nombreux leaders d'opinions, des célébrités locales ou internationales, ainsi que toute la constellation de socialites de Shanghai ou de Beijing. Les marques horlogères ne s'y sont pas trompées. Elles sont dorénavant nombreuses à utiliser ce canal pour développer leur stratégie social média en établissant le dialogue avec les internautes chinois, à l'instar de Twitter ou Facebook pour les marchés occidentaux.

Toutefois la Chine a plusieurs facettes et l'utilisation croissante d'Internet ainsi que la demande significative pour les produits horlogers depuis le reste du territoire démontre l'importance de ne pas limiter sa stratégie aux villes du premier tiers. En effet selon le WorldWatchReport 2012, l'étude de référence publiée par Digital Luxury Group, 47% de la demande exprimée dans les moteurs de recherche pour des montres de luxe en Chine provient des provinces non-côtières.

Une unique stratégie digitale pour le marché chinois ?

Alors qu'il ne fait aucune doute que l'expansion d'une marque sur le marché chinois passe par l'augmentation de son influence sur les villes du 1er tiers, l'enjeu commercial représenté par les provinces secondaires est d'ores et déjà stratégique pour une industrie horlogère nourrissant de grandes ambitions sur ce territoire.

Dans des régions qui sont encore rarement couvertes de manière optimale par les réseaux de distribution, les marques doivent alors trouver des canaux complémentaires pour générer de la visibilité sans être tributaires d'une présence en boutique. Le canal digital s'impose alors comme une alternative de choix. Cependant la disparité du marché chinois en termes de consommation du luxe, d'utilisation du digital et tout simplement à un niveau socio-culturel vient malgré tout complexifier la donne. En effet, une stratégie digitale

suite page 8

s'appuyant sur l'avant-gardisme d'une ville telle que Shanghai, ou la maturité des consommateurs de Beijing ou de Guangzhou n'est pas nécessairement une approche adaptée pour les villes du second tiers dont la consommation du digital diffère grandement.

Quelle alternative pour les "low-tier cities" ?

Sans surprise, à ce jour en Chine, le succès de Sina Weibo a donné naissance à de nombreuses copies, allant de la simple réplique à des versions apportant plus ou moins d'innovation au concept de base. Parmi les principales, on note Tencent, Sohu, Netease... autant de noms peu familiers aux oreilles des marques horlogères pour lesquelles, le passage à Sina Weibo a déjà constitué une étape majeure. Il est toutefois une plateforme qui de par son historique au sein du paysage digital chinois, et de par son volume d'utilisateurs actuels devrait attirer l'attention des marques de luxe : **Tencent Weibo.** (...)

A lire dans Europa Star N°313

DL
G.

CONNECTING
ICONIC
BRANDS
TO THEIR
CLIENTELE
ONLINE

Digital Luxury
Group.

DIGITAL-LUXURY.COM

media partner **europa star**

Patek Philippe, est la complication utile majeure, bien avant le chronographe dont on sait qu'il n'est presque jamais utilisé. Esthétiquement, une innovation très réussie permet à ce calendrier annuel rolexisé de s'affranchir totalement des modes d'affichage habituels: les mois sont indiqués par coloration d'un des douze guichets qui surplombent les douze chiffres romains des heures. La date est classiquement disposée par un guichet-loupe à 3h. Mais la Sky-Dweller est aussi une montre à second fuseau horaire. Le temps de référence se lit sur une bague entièrement ajourée qui vient afficher une des 24h en-dessous d'une flèche rouge surplombée en majesté de la Couronne Rolex. Cet affichage très intuitif du calendrier annuel, de l'heure locale et du home time est commandé par la lunette tournante Ring Command (3 positions: date et mois, heure locale, home time) qui interagit avec le nouveau calibre automatique 9001 doté du mécanisme patenté Saros. Ce système qui gère l'alternance irrégulière des mois de 30 et 31 jours est bâti autour d'un planétaire central piloté par le disque de saut instantané de la date - quelques millisecondes suffisent pour passer du 30 ou du 31 au 1er du mois suivant. Dès son apparition cette pièce, bien plus belle en nature qu'en photo, s'est naturellement rangée dans la longue lignée des légendes Oyster. Pour sa première sortie, elle est proposée en or à environ 37'000.-CHF, ce qui la place assez haut parmi les quelques 180 modèles et 3'000 combinaisons de la marque.

Tudor plonge dans son passé

Le petit frère Tudor poursuit quant à lui son travail réflexif de revitalisation de son propre patrimoine. Et jusqu'à présent, ça lui réussit très bien.

Pour preuve, la nouvelle Heritage Black Bay, une réinterprétation d'un standard de 1954, avec son cadran bombé, sa lunette bordeaux, ses aiguilles "snowflakes", typiques de ces premières montres de plongée. Revisitée, redimensionnée à 41mm, elle est étanche à 200m, dotée d'un mouvement automatique 2824 et se présente sur cuir patiné (2'950.-CHF) ou bracelet acier (3'250.-CHF).

La rétro-chic et ultra-lisible Pelagos plonge quant à elle avec sa valve hélium jusqu'à 500 mètres. En titane satiné qui lui donne un aspect brut, montée sur un bracelet en titane doté d'un mécanisme d'auto-ajustement par ressorts qui lui permet de se régler automatiquement par contraction ou élargissement selon la pression sous-marine, (ou livrée avec un bracelet caoutchouc permettant de la fixer sur la combinaison) elle tire son héritage stylistique de plusieurs modèles qui ont ponctué l'histoire de Tudor. Son prix de 3'950.-CHF en fait une redoutable compétitrice sur ce marché de la plongée par ailleurs très fréquenté (lire dans Europa Star n° 313 l'article de Keith Strandberg sur les montres sport).

La plus belle et plus simple montre du salon

De l'autre côté de l'allée royale qui traverse la Halle 1, se dresse le stand à la Guggenheim de Patek Philippe (un emplacement que la manufacture genevoise conservera l'an prochain, comme nous l'a expliqué Thierry Stern livrant quelques confidences quant à la "véritable guerre des emplacements" qui se trame à Bâle en vue de 2013). Dans ce temple de l'horlogerie baudelairienne ("là tout n'est que luxe, calme et volupté"), ce n'étaient pas moins de 26 nouveaux produits que l'on pouvait découvrir. (...)

Lire la suite notre article dans Europa Star N°313 ou sur www.europastar.com/premiere

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.

europa star 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, Rédaction magazine : editomagazine@europastar.com,
Rédaction web : editoweb@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.boralatina.com / www.europastar.es, www.europastarwatch.ru

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, EuropaStar.com/the-knowledge, American Time, Watch Aficionado, CIJ International Jewellery TRENDS & COLOURS, CIJintl.com, Eurotec, Eurotec.ch, Eurotec-online.com, Bulletin d'informations