

# EUROPA STAR PREMIÈRE

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

Vol.14, No 4

Genève, le 23 août 2012

## HORLOGERIE SISMOGRAPHE



Pierre Maillard,  
rédacteur en  
chef,  
Europa Star

Il règne en ce moment une drôle d'ambiance chez les horlogers suisses. Fort du spectaculaire et rapide redressement opéré suite à la plongée post-crise de 2009, la machine s'est à nouveau emballée, les chiffres d'exportation sont remontés au zénith, les très importants investissements productifs ont été confirmés. Partout ce ne sont que nouveaux établissements en construction, projets d'extension et autres redéploiements et regroupements. Parallèlement, une frénésie d'achats de sous-traitants a saisi les groupes et les grandes marques. Dans ce domaine, la chasse est encore ouverte même si le gibier tend à se raréfier.

Mais derrière ces gros appétits et ces grandes manoeuvres, on sent poindre une sourde angoisse, non, le mot est peut-être un peu trop fort, disons une anxiété palpable. La croissance semble marquer une petite pause et aussitôt les compteurs s'affolent. Et si la Chine ralentissait vraiment à son tour? Et si l'Europe n'arrivait pas à se sortir de la crise? Et si l'euro explosait? Et si le protectionnisme redevenait à la mode?

Ces interrogations, direz-vous, ne concernent pas seulement l'horlogerie, cette goutte d'eau dans l'océan économique mondial. Mais l'horlogerie a ceci de particulier qu'elle est aussi sensible qu'un sismographe aux frissons de l'économie générale. D'autant plus que le paradoxe veut que cet art et cette industrie du temps n'a décidément pas beaucoup de mémoire et n'agit le plus souvent qu'à court terme. La Chine s'ouvre: emplissons au plus vite tous les tiroirs, bourrons ce pays-continent de marchandises, saturons les vitrines, occupons le moindre espace! Il se dit pourtant (notre correspondant à Shanghai nous le confirme) que bien de ces orgueilleux flagships qui sentent encore la peinture fraîche sont la plupart du temps déserts. Les famoureux chiffres d'exportation en Chine (+79% entre mai 2010 et mai 2012) ne seraient-ils que du *sell-in*? Ou très largement du *sell-in*? Le doute s'installe, contribuant à cette "drôle d'ambiance" que nous évoquons.

Sismographe des sismographes, les fournisseurs et les branches annexes de la profession horlogère disent tous que les commandes se font à nouveau très prudentes, voire même sont repoussées à plusieurs mois.

Autre indice: en dehors de quelques stars sous les *sunlights*, les indépendants sont plus que jamais à la peine. Face à la force de frappe des grands groupes, ils bricolent leur destin comme ils peuvent, glissent le pied dans les portes qui s'entrouvrent, tentent de se faufiler entre les mailles d'un filet qui se resserre dangereusement tout autour d'eux, répétant comme un *mantra* que la pression des groupes leur ouvre de nouvelles opportunités.

Mais dans cette drôle d'ambiance, les innovations continuent à fleurir et les alternatives arrivent à maturité, comme nous en témoignons dans le numéro Spécial mécanique d'*Europa Star*. L'horlogerie est aussi sensible qu'un sismographe, elle monte, descend et remonte plus vite que d'autres, elle va et elle vient au rythme du monde. Son histoire témoigne de la nôtre. ■

## SOMMAIRE DU MAGAZINE 4/12

europa star

NO 314 AOÛT 2012



Cover:

**DUOMÈTRE À SPHÉROTOURBILLON**  
by Jaeger-LeCoultre

18-carat pink gold, 42mm timepiece equipped with the manually-wound Jaeger-LeCoultre Calibre 382 with 50-

hour power reserve. Inclined tourbillon carriage in grade 5 titanium revolving around two axes. Displays hours, minutes, small seconds, date, 24-hour reference time and separate power reserves for the time display and the movement. Sapphire crystals front and back. Hand-sewn crocodile leather strap.

### EDITORIAL

The watchmaking seismograph

### COVER STORY

Jaeger-LeCoultre - The Duomètre Sphérotourbillon

### INTERVIEWS

Ulysse Nardin, an exemplary transition

Louis Vuitton, a voyage to watchmaking credibility

### CONCEPTS

How TAG Heuer is slowly distancing itself from Huygens

### MECHANICAL ALTERNATIVES

Introduction - alternative solutions

Optimo, a new alternative source for assortments

Technotime: double barrels, tourbillons & balance springs

Citizen acquires Manufacture La Joux-Perret

Centagora, a new type of watchmaking "coach"

The universal additional plate from AJS

### PRICE LADDER

The price of a tourbillon

### CERTIFICATION

Putting the seal on quality

### GALLERY

Mechanical marvels

### CASE STUDY

Louis Erard: quartz goes to the aid of mechanical watch

### USA MARKET FOCUS

Distributor profile: One-on-one with Maurice Goldberger  
Market focus

### LETTER FROM CHINA

"We call Eterna 'Sleeping Beauty'"

### WORLDWATCHWEB®

The online demand for luxury watches in the US

### LAKIN@LARGE

The art of subliminal advertising

### WEB EXCLUSIVE

Concept watch: Cartier IDTWO

[europastar.com/subscribe](http://europastar.com/subscribe)

**LOMBARD ODIER**  
LOMBARD ODIER DARIER HENTSCH

[www.lombardodier.com](http://www.lombardodier.com)

## COMMENT PETIT À PETIT TAG HEUER S'ÉCHAPPE DE HUYGENS

Le Mikrotourbillon S présenté cet automne par TAG Heuer est le fruit d'une réflexion qui remonte à il y a près de dix ans. On se souvient qu'en 2003, TAG Heuer avait acheté à Jean-François Ruchonnet l'idée de la "concept-watch" V4. Le problème était que le développement et la mise au point de cette montre d'un nouveau type, utilisant des courroies de transmission en lieu et place des traditionnels trains de rouage, nécessitaient un savoir-faire et des compétences techniques extra-horlogères. Bien décidé à parvenir coûte que coûte à mettre au point et à commercialiser ce produit annoncé trop tôt, TAG Heuer fit appel à des consultants provenant d'autres domaines, tels que l'automobile, l'aéronautique, les techniques d'avant-garde. C'est dans ce cadre que Guy Semon, physicien, mathématicien, ingénieur, professeur d'université ayant auparavant travaillé auprès de la Défense Nationale française, a rencontré les équipes de TAG Heuer. Nous étions alors en 2004. En 2007, TAG Heuer demande à Guy Semon de rejoindre l'entreprise pour y monter un département de Recherche et Développement digne de ce nom. Jean-Christophe Babin, le CEO de TAG Heuer, poursuit une vision très innovante de ce que devrait être la recherche pour sa marque qui, plutôt que dans l'horlogerie classique, a trouvé depuis ses origines ses lettres de noblesse dans une horlogerie technique, entièrement tournée vers la performance et la précision.

L'idée est donc de se démarquer en introduisant de la haute technologie dans des produits restant par ailleurs accessibles.

### Tout reprendre à la base

L'ingénieur Guy Semon est l'homme de la situation car, avec son bagage scientifique qui n'a, au départ, rien d'horloger (aujourd'hui, il se dit 50% ingénieur, 50% horloger), il va reprendre la réflexion horlogère à la base.

Premier constat qu'il fait: s'il existe bel et bien une norme de marche définissant ce qu'est un chronomètre (la norme ISO 3159, que l'on retrouve dans le COSC), il n'existe aucune norme définissant les critères de ce qu'est ou devrait être, en termes de précision, un

suite page 3

## INTRODUCTION PISTES ALTERNATIVES

Pierre Maillard

Il y a un peu plus d'une année, *Europa Star* publiait une longue enquête en trois volets intitulée "*La planète horlogère suisse en mouvements*"<sup>[1]</sup>. Nous y présentions en détail les alternatives indépendantes qui se développaient - et se développent toujours - suite à l'annonce du Swatch Group de la cessation progressive de ses livraisons de mouvements mécaniques et d'assortiments.

Dans cet article, Henry-John Belmont, consultant et ancien patron de Jaeger-LeCoultre, expliquait alors que "*ce ne sont certainement pas des marques isolées qui arriveront seules à faire face aux investissements nécessaires à la production de 1 voire 1,5 million de mouvements manquants. La fabrication de 250'000 calibres de base de type ETA 7750 requiert en effet un financement de l'ordre de 100 millions de francs et le recrutement de 200 à 250 personnes.*"

Depuis lors, les choses se sont encore accélérées. Tout récemment, un protocole d'accord encore confidentiel entre le Swatch Group et la COMCO (Commission suisse de la concurrence), révélé par le site Business Montres, mettait les chiffres sur la table: entre 2014 et 2015, le Swatch Group ne livrera plus que 70% des mouvements livrés en 2010, plus que 50% entre 2016 et 2018 puis plus que 30% dès 2019 - 2020. Mais c'est maintenant dans le domaine des assortiments - spiral, balancier, ancre et roue d'ancre - que la bataille est devenue cruciale puisque les livraisons diminueront de 10% à 20% tous les deux ans tout en augmentant de prix de 5% par an jusqu'à 2018, puis de 10%...

Car longtemps, Nivarox-FAR, société du Swatch Group, a régné en maître absolu sur ce secteur stratégique. Puis d'autres acteurs, encore marginaux, sont entrés dans la danse: Precision Engineering (qui fait partie du même groupe que Moser & Cie) et Atokalpa (Vaucher Manufacture). Mais les quantités disponibles chez ces deux fournisseurs restant confidentielles et le prix de leurs assortiments étant assez élevé, cette offre concerne de facto uniquement le haut du panier horloger.

Or coup sur coup, plusieurs annonces viennent d'être faites qui risquent de changer la donne. De nouvelles sources d'approvisionnement naissent qui vont graduellement offrir des alternatives pouvant intéresser l'ensemble de l'horlogerie mécanique, et non plus le seul haut de gamme.

Ainsi **Concepto**, qui avait oeuvré en secret à la mise sur pied de sa propre production de spiraux, est-il sorti du bois et a annoncé 50'000 kits pour cette année, 200'000 pour 2013 et 400'000 dans les deux à trois ans.

Autre nouvel acteur, plus modeste, **Technotime** annonce pouvoir produire aujourd'hui entre 30'000 et 40'000 assortiments complets par an.

Mais ce n'est pas seulement dans ce domaine que les alternatives prennent de l'essor. *Europa Star* s'est également rendu chez **La Joux-Perret**, qui produit 50'000 mouvements et modules par an et qui vient d'être racheté par Citizen, ce qui a créé un certain émoi dans la communauté horlogère suisse.

A d'autres niveaux aussi fleurissent des alternatives, comme par exemple dans le domaine de l'industrialisation, devenue un enjeu majeur sur lequel des sociétés d'un nouveau type se penchent, à l'exemple du "coach" **Centagora** que nous présentons dans nos colonnes. Ou comme dans le domaine des innovations, où nous avons retenu l'exemple de la platine universelle d'**AJS** qui ouvre de nouvelles perspectives à l'horlogerie mécanique de moyen de gamme. Sans doute, Nicolas Hayek avait raison de dire que l'arrêt des livraisons de son groupe à des tiers allait ouvrir une nouvelle phase d'industrialisation horlogère. Nous y sommes! ■

[1] *Europa Star* N°302, 303 et 304

Lire nos reportages dans *Europa Star* N°314 ou sur [www.europastar.com/premiere](http://www.europastar.com/premiere)

COVER STORY

## LA DUOMÈTRE SPHÉROTOURBILLON, MONTRE ULTIME ET PIÈCE INAUGURALE

Ces dernières années ont vu la multiplication des recherches menées dans de nombreux domaines horlogers, portant autant sur l'introduction de nouveaux systèmes de régulation et d'échappement, que sur les hautes fréquences ou encore sur la conjonction de plusieurs tourbillons. Mais parmi toutes ces pistes, il en est une bien différente et tout particulièrement prometteuse: le concept Dual-Wing. Ce concept révolutionnaire, né en 2007 chez Jaeger-LeCoultre, propose une architecture mécanique duale tout à fait inédite, à tel point que Jérôme Lambert, CEO de Jaeger-LeCoultre, parle à son propos d'une "révolution et non d'une simple évolution, qui ajoute un chapitre entier à l'histoire de l'horlogerie". Mais au-delà des très notables améliorations chronométriques et fonctionnelles et des innovations exclusives que le système Dual-Wing apporte, il permet aussi de renouveler en profondeur les complications traditionnelles en leur offrant une nouvelle expression stylistique unique et immédiatement reconnaissable bien qu'affichant le plus grand classicisme horloger.

En quoi, plus précisément, consiste ce concept Dual-Wing qui ouvre donc de nouvelles avenues techniques et esthétiques, telles qu'elles s'incarnent dans la collection Duomètre?

### Une montre, deux cerveaux

Métaphoriquement, Dual-Wing se résume en quatre mots: "Une montre, deux cerveaux". En d'autres termes, deux mécanismes distincts cohabitent à l'intérieur d'un seul et même mouvement. Ils partagent le même organe réglant mais disposent chacun de leur propre source énergétique. Principal avantage de cette architecture bicéphale d'un nouveau genre: la consommation d'énergie requise par la complication ne perturbe plus l'approvisionnement énergétique constant requis pour la précision et l'exactitude de l'organe réglant. Cette cohabitation révolutionnaire peut emprunter diverses architectures selon les fonctionnalités de la pièce.

Cette conception révolutionnaire a trouvé sa première application dans la montre Duomètre à Chronographe, sortie en 2007. Dans ce garde-temps inédit, la fonction chronographique partage une seule et même régulation avec la fonction horaire. Mais par ailleurs, chacune de ces deux fonctions dispose de sa propre source indépendante d'énergie et de son propre train de rouage dédié. En conséquence, la marche, tout comme l'enclenchement ou le déclenchement du chronographe, n'interfèrent plus en rien avec la mesure horaire et n'altèrent aucunement la chronométrie de l'heure, de la minute et de la seconde. Cette même source énergétique duale indépendante permet aussi à la complication chronographique d'entraîner une seconde foudroyante au 1/6e de seconde.

La deuxième application du même concept Dual-Wing, mais interprété tout différemment, se retrouve dans la montre Duomètre à Quantième Lunaire, sortie en 2009. Cette fois, c'est directement à l'organe réglant lui-même qu'est dédiée une des deux sources énergétiques indépendantes, l'autre étant à l'affichage des fonctions: heures, minutes, secondes, quantième et phase de lune pour les deux hémisphères. Leur synchronisation est assurée par le mécanisme de l'aiguille de la seconde foudroyante qui progresse par sauts d'un sixième de seconde. C'est donc, soit-dit en passant, la seule montre au monde qui permet d'ajuster l'heure elle-même au 1/6e de seconde et ceci sans devoir suspendre le battement de l'organe réglant.

### Premier tourbillon au monde ajustable à la seconde

Présentée cette année, la nouvelle Duomètre Sphérotourbillon se base quant à elle sur une nouvelle déclinaison, totalement originale, du concept Dual-Wing. Une déclinaison qui permet à la Manufacture d'introduire une complication inédite au service de la plus haute précision. En effet, tout comme dans la montre Duomètre à Quantième Lunaire Calibre Jaeger-LeCoultre 381, la conception duale du nouveau Calibre Jaeger-LeCoultre 382 offre à l'organe réglant une réserve d'énergie qui lui est exclusivement dédiée. (...)

Lire notre Cover Story dans Europa Star N°314 ou sur [www.europastar.com/premiere](http://www.europastar.com/premiere)

chronographe. Car, et c'est là où le bât blesse, la mise en fonction via un embrayage d'un chronographe intégré (ou additionnel, peu importe) dans une montre par ailleurs classifiée chronomètre, nécessite un apport énergétique supplémentaire qui vient perturber la marche chronométrique de la montre. Dès lors que son chronographe est en fonction, celle-ci n'est plus un chronomètre!

### Déconnecter les deux fonctions

Guy Semon décide alors d'ouvrir une nouvelle voie en déconnectant les deux fonctions et en les montant en parallèle. D'un côté la fonction horaire, qui dispose de sa propre source d'énergie (barillet), de sa propre transmission (trains de rouage) et de sa propre régulation, et de l'autre la fonction chronographique, disposant elle aussi de sa propre source énergétique, de sa propre transmission et de sa propre régulation. Dès lors, en l'absence d'embrayage liant les deux fonctions, la marche du chronographe n'interfère plus en rien avec celle de la montre, ouvrant du coup la possibilité de certifier pour la première fois la fonction chronographique. Plus important encore, cette déconnection des deux fonctions permet un calibrage précis de l'énergie requise pour chacune d'entre elles et permet dès lors de monter en fréquence pour réguler la fonction chronographe à 5Hz (qui permet d'afficher le 10ème de seconde), à 50Hz (le 100ème de seconde) voire à 500Hz (le 1'000ème de seconde).

### "Pour apprécier le 100ème, il faut connaître le 1000ème."

Premier exercice pratique - et commercial puisque la pièce en question a été mise sur le marché à l'été 2011 - le Mikrograph. Douze brevets accompagnent cette première montre à chaîne duale dans laquelle coexistent donc deux barillets distincts et deux régulateurs, un 4Hz pour la fonction horaire, et un 50Hz pour la fonction chronographique au 100ème de seconde, lisible sur la plus grande échelle, soit celle qui fait tout le tour du cadran.

Mais, précise aussitôt Guy Semon, "pour pouvoir apprécier le 100ème, il faut pouvoir être capable de compter le millième" - comme sur une règle métrique, pour pouvoir apprécier le centimètre, il faut pouvoir compter le millimètre! (...)

Lire la suite dans Europa Star N°314 ou sur [www.europastar.com/premiere](http://www.europastar.com/premiere)

## TECHNOTIME: DOUBLE BARILLETS, TOURBILLONS ET SPIRAUX

"Technotime est encore un petit acteur mais très déterminé. Nous commençons à monter en puissance, nous nous acheminons vers plus de volume et construisons pas à pas notre crédibilité", affirment en coeur Laurent Alaimo, le CEO, François Dreyer, administrateur et membre du conseil d'administration, et Sébastien Gigon, le directeur des ventes.

Les projecteurs se sont récemment tournés vers Technotime lorsque cet automne la manufacture, que personne n'attendait, a remporté le troisième prix du Concours de Chronométrie 2011, dans la catégorie Tourbillons, derrière deux ténors: Greubel Forsey et Chopard Manufacture.

Cette récompense arrivait à point nommé pour cette équipe qui a développé son calibre TT791.50, un tourbillon 60 secondes et double barillet, avec des moyens autrement plus limités que ses concurrents.

Mais, fierté supplémentaire, ce calibre était équipé d'un spiral intégralement "fait maison"! Car désormais, Technotime est entré dans le club très restreint des fabricants de spiraux. Mais un petit retour en arrière s'impose.

### Sur les cendres de France Ebauches

Technotime sort du bois à BaselWorld en 2004. L'époque semble propice: consolidations et verticalisations sont en cours, la Chine monte en puissance, le Swatch Group commence à resserrer la vis. De nouveaux espaces apparaissent donc pour les fournisseurs et autres motoristes. "Mais passer à l'exécution, c'est autre chose", expliquent les responsables de la maison. Dans l'enthousiasme, Technotime est parti à la bataille avec un modèle d'intégration globale: conception, fabrication des composants et des spiraux, assemblage.

Mais la crise va passer par là et mettre à mal ce modèle. Technotime était en fait né sur les cendres de France Ebauches. Mais l'outil industriel français, qui maîtrisait tous les métiers horlogers, sauf le traitement de surface et la décoration mais y compris la fabrication du spiral, s'est avéré vieillissant. "Les rigidités structurelles françaises, le manque de flexibilité et de capacité d'adaptation et les coûts prohibitifs ne nous ont pas permis de relancer

suite page 5

## CITIZEN REPREN MANUFACTURE LA JOUX-PERRET

Alors que tous les regards étaient ces derniers temps obsessionnellement tournés vers la Chine et que le moindre investissement chinois dans l'horlogerie suisse était scruté à la loupe, la nouvelle, annoncée peu avant Baselworld, a pris toute la communauté horlogère suisse par surprise: le groupe japonais Citizen venait de racheter Manufacture La Joux-Perret!

Ou plus exactement le holding Prothor qui, outre la manufacture de mouvements et modules La Joux-Perret, englobe aussi le fabricant de composants Prototec et la marque de haut de gamme Arnold & Son.

La transaction avoisinerait les 65 millions de CHF, pour un chiffre d'affaires total d'environ 40 millions de francs, réalisés avec 150 personnes.

Il suffit de feuilleter le catalogue des clients en mouvements complets et en modules additionnels de La Joux-Perret pour comprendre que l'enjeu est de taille. On y retrouve pêle-mêle Baume & Mercier, Raymond Weil, Louis Vuitton, Concord, Corum, Hublot, Montblanc, Eberhard & Co., Panerai, Graham, Franck Muller, Paul Picot, Girard-Perregaux, Carl F. Bucherer, Jaquet Droz... et la liste n'est pas exhaustive.

Pour en savoir un peu plus sur les raisons de ce "transfert", Europa Star a rencontré Frédéric Wenger, ancien actionnaire majoritaire de Prothor et toujours directeur général de La Joux-Perret.

### Europa Star: Pourquoi avoir vendu La Joux-Perret, dont les carnets de commande semblent très bien garnis?

**Frédéric Wenger:** C'est une étape dans une aventure qui remonte à 2001 quand, avec d'autres investisseurs, j'ai racheté la manufacture de mouvements Jaquet. Comme tout le monde le sait, Jean-Pierre Jaquet, qui était resté jusqu'alors opérationnel dans la société, a eu de gros déboires judiciaires personnels dès 2003. Nous avons coupé toute relation avec lui, entièrement repris les choses en mains, considérablement développé la société et en 2007 nous avons déménagé dans de nouveaux locaux, mieux adaptés à notre important outil industriel. Après dix ans d'activité en constante croissance, nous nous sommes posés la question sur la meilleure façon d'assurer le long terme de notre entreprise. S'associer à un groupe nous est apparu comme étant la solution la plus apte à garantir cette pérennité. Par ailleurs, certains des investisseurs de départ tenaient à réaliser leur investissement. Dans ces conditions, nous nous sommes engagés dans un processus classique de mise sur le marché, en passant par une banque-conseil.

### ES: Et les candidatures ont afflué?

**FW:** Oui, évidemment, plusieurs groupes et entités se sont intéressés au dossier et ont déposé des offres. Je ne peux pas vous en dire plus sur leur identité, question de confidentialité. Mais au terme du processus, l'offre déposée par Citizen nous est apparue comme étant la plus intéressante, non seulement au point de vue financier, mais le profil même de Citizen correspondait étroitement à ce que nous cherchions.

### ES: En quoi, au juste?

**FW:** Eux aussi sont des industriels, pas des gens de marketing. Citizen a cette vision industrielle, dirigée vers le long terme, que nous cherchions. C'est un groupe important, qui pèse près de 3 milliards de CHF et qui se classe au quatrième rang mondial des sociétés horlogères, avec environ 5% du marché mondial. Cette puissance va nous permettre de poursuivre activement notre développement et de renforcer notre position dans le domaine des montres mécaniques. (...)

Lire l'interview complet dans Europa Star N°314 ou sur [www.europastar.com/premiere](http://www.europastar.com/premiere)

## LOUIS VUITTON, VOYAGE VERS LA CRÉDIBILITÉ HORLOGÈRE

Il y a dix ans maintenant que le malletier Louis Vuitton s'est lancé dans l'horlogerie. Qui dit malletier pense voyage et c'est donc en toute cohérence que la montre emblématique de Louis Vuitton porte le nom apparemment étrange de "Tambour". Car "tambour" est le nom donné au XVème siècle aux toutes premières horloges portatives dont la forme évoquait précisément celle de cet instrument de percussion. Ces premières horloges voyageuses conçues pour accompagner tel ou tel souverain passant d'un château à l'autre, permettaient de toujours conserver l'heure par devers soi. A l'époque, un éminent signe de pouvoir! Peut-être est-ce toujours le cas?

Hamdi Chatti, directeur Montres & Joaillerie de Louis Vuitton, apprécie particulièrement cette référence historique qui rappelle l'identité essentiellement voyageuse de sa marque. *Europa Star* l'a récemment rencontré pour faire le point de ces dix ans d'horlogerie Louis Vuitton.

**Europa Star: Coup sur coup, Louis Vuitton vient d'annoncer l'acquisition de la Fabrique du Temps, un constructeur de mouvements très pointu, celle également de Léman Cadran, un cadranier haut de gamme, et l'achat et la transformation d'un grand bâtiment dans la banlieue horlogère de Genève. L'horlogerie Louis Vuitton aurait-elle décidé de devenir manufacture?**

**Hamdi Chatti:** Je ne sais pas si le terme est exact, mais je préfère parler d'artisans manufacturiers. Essentiellement, ce que nous visons c'est l'indépendance créative. Notre projet est de réunir sous un même toit, à l'horizon 2013 - 2014, les trois pôles essentiels de notre activité horlogère: les Ateliers Horlogers Louis Vuitton qui emploient 50 personnes à la Chaux-de-Fonds, l'unité de développement de mouvements La Fabrique du Temps, ainsi que Léman Cadran. Jusqu'à présent, nous maîtrisons directement le début et la fin du processus de fabrication horlogère. Soit, d'un côté la création, le développement, le prototypage, et de l'autre les terminaisons, comme l'empilage, le réglage, l'emboîtement, le contrôle. Réunir sous un seul toit les diverses compétences que nous avons déjà va nous permettre de graduellement maîtriser tout l'entre deux qui nous manque encore.

**ES: Question de crédibilité horlogère?**

**HC:** Nous voulons nous installer durablement dans le haut de gamme horloger et y acquérir non seulement une pleine crédibilité mais marquer un territoire bien précis dans ce segment. Cette stratégie passe par une nécessaire indépendance créative permettant la mise au point intégrale de mouvements exclusifs et par une tout aussi nécessaire crédibilité industrielle acquise par l'industrialisation progressive de notre production propre. Et dès lors que nous serons installés à Genève, nos produits les plus haut de gamme pourront porter le Poinçon de Genève.

**ES: Dans ce processus d'intégration, irez-vous jusqu'à maîtriser l'habillage?**

**HC:** Nous voulons commencer par réaliser tous nos prototypes de boîtes par nous-mêmes. Et demain, sans doute, déciderons-nous de faire tout ce qui est habillage or directement en interne. Mais l'essentiel, pour l'heure, tient au développement de nos propres mouvements exclusifs.

**ES: En ce sens, l'acquisition de La Fabrique du Temps est un signe fort. Les deux créateurs de cette maison, Michel Navas et Enrico Barbasini figurant parmi les meilleurs constructeurs et créateurs de mouvements de l'horlogerie suisse...**

**HC:** Nous ne sommes pas des inconnus les uns pour les autres, car dès 2009 nous avons développé avec eux notre très innovant mouvement Spin Time... (...)

Lire l'interview complet dans *Europa Star* N°314 ou sur [www.europastar.com/premiere](http://www.europastar.com/premiere)

pleinement France Ebauches", nous expliquent-on. L'actionnaire principal, le chinois Chung Nam, consent alors à ce que Technotime change son fusil d'épaule, renonce au modèle d'intégration totale et se replie sur son cœur de métier: d'un côté la réalisation de calibres propriétaires et de l'autre la production en interne de spiraux. Tout le reste, fabrication de composants, décoration, finitions et assemblage, se fait dès lors avec un réseau de partenaires avec lesquels une collaboration très étroite et fortement imbriquée a été mise en place. (...)

A lire dans *Europa Star* N°314  
ou sur [www.europastar.com/premiere](http://www.europastar.com/premiere)

## CENTAGORA, "COACH" HORLOGER D'UN NOUVEAU TYPE

Le nom de Centagora est apparu en pleine lumière lors du dernier BaselWorld quand a été dévoilée la nouvelle Opus 12 de Harry Winston. Ainsi ce n'était pas, comme à l'habitude, un maître-horloger déjà réputé à qui l'on devait cette étonnante montre "copernicienne", mais à une équipe connue jusqu'alors des seuls professionnels. Centagora est née en 2008 mais a vraiment pris ses contours actuels en 2010 seulement. Au départ, elle est le fait de quatre associés, Christophe Lüthi, ingénieur en micro-techniques, Emmanuel Bouchet, maître-horloger d'origine française qui fut responsable des complications, des méthodes horlogères et du laboratoire auprès de grandes marques suisses, Nicolas Dürrenberger, ingénieur en mécanique et horloger-rhabilleur, et Thierry Jacques, informaticien, ingénieur en sciences de gestion, responsable financier de Centagora.

Essentiellement, cette équipe qui s'est depuis renforcée par l'apport d'un ingénieur d'études et d'un chef de projet, se présente comme un "coach horloger". Une configuration qu'on a pu voir dans d'autres industries mais qui reste assez inédite dans le monde horloger. Car en effet, Centagora propose une palette de services qui en fait un interlocuteur polyvalent d'un nouveau type: création et développement, conseil et coaching, analyse technique, formation, outsourcing, co-innovation et enfin assemblage et emboîtement de petites séries spéciales ou particulièrement complexes. On le voit, la palette est large. Regardons-la d'un peu plus près.

suite page 6

**Une boîte à idées**

Centagora est une "boîte à idées". De par ses compétences croisées entre, rapidement dit, horlogerie, ingénierie, méthodes et industrialisation, des idées et des solutions innovantes, telle que précisément l'Opus 12 et son affichage orbital d'un nouveau genre, sortent de cette "boîte". Elles peuvent être de génération spontanées et être proposées à des marques, ou au contraire répondre à une demande ou une sollicitation provenant d'une marque. Dans les deux cas, un designer est étroitement lié au processus de création. Un processus qui ne s'arrête pas là mais se poursuit en interne par les études de faisabilité, la construction - qui se fait pas à pas, côte à côte devrait-on dire, avec le soutien des horlogers - jusqu'à la supervision de la fabrication des composants des prototypes qui sont assemblés, modifiés et validés sur place.

Jusque là, un service relativement classique. Mais là où Centagora va plus loin, c'est dans la validation de l'outil industriel qui produira en série. En passant du prototype à la pièce de série, les technologies changent ce qui, automatiquement, influe sur le produit lui-même. C'est donc jusqu'à la validation de la série zéro que se poursuit l'examen qui se porte sur l'ensemble des processus de fabrication et de contrôle des pièces et des composants, comme des processus de montage qui s'ensuivront. "Nous pensons toujours industrialisation", explique Christophe Lüthi, directeur de Centagora, "notre philosophie du produit est là. Car aujourd'hui, un bon produit c'est un produit qui s'assemble facilement."(...)

A lire dans *Europa Star* N°314  
ou sur [www.europastar.com/premiere](http://www.europastar.com/premiere)

## OPTIMO, NOUVELLE SOURCE ALTERNATIVE D'ASSORTIMENTS

Le jeune Valérien Jaquet a faim. Une grande faim. Et sans doute que les déboires de son père, Jean-Pierre Jaquet, encore empêtré dans une affaire judiciaire qui l'a contraint à vendre sa florissante entreprise en 2003 (maison rebaptisée depuis La Joux-Perret et récemment acquise par Citizen, lire notre article dans ce numéro) ont quelque chose à y voir. Car peu à peu, depuis 2006 et la fondation de Concepto, le fils semble reconstruire pas à

suite page 7

**ULYSSE NARDIN, UNE TRANSITION EXEMPLAIRE**

Comment succéder au charismatique Rolf Schnyder, patron emblématique d'Ulysse Nardin, subitement décédé en avril 2011? Comment succéder à ce visionnaire qui avait racheté l'entreprise familiale en 1983, alors que plus personne ne croyait à l'avenir de la montre mécanique, et qui a réussi à la ramener au pinacle des marques helvétiques?

Ce sont avec ces questions en tête qu'Europa Star est allé à la rencontre de Patrik Hoffmann, nommé CEO deux courtes semaines seulement après le décès de Rolf Schnyder.

**Europa Star: Une année s'est passée depuis la mort de Rolf Schnyder et on a l'impression qu'Ulysse Nardin, dont l'image était pourtant si intimement liée à la personnalité de son patron, a poursuivi comme tout naturellement son cours. Comment s'est passée cette transition forcée?**

**Patrik Hoffmann:** Il y avait évidemment une très forte personnalisation de la marque Ulysse Nardin, cristallisée autour de celui qui en avait fait un succès considérable. Mais Rolf avait tout préparé. A sa mort, tout était prêt pour la meilleure des transitions possibles, dans une entreprise qui compte quand même plus de 400 personnes. Car il n'était pas seul, loin de là. La force de notre entreprise tient à un groupe dirigeant très soudé, qui était déjà là, autour de lui: Pierre Gyax, le "Mr Silicium", à présent COO, Susanne Hurni, responsable de toute la communication, Lucas Humair, à la tête des opérations à la Chaux-de-Fonds, Patrice Carrel, responsable des finances et de la logistique, et moi-même, nommé CEO. Il n'y a donc eu aucune interruption, dans aucun domaine, et nous fonctionnons un peu comme le Conseil Fédéral, en bonne intelligence et dans un climat excellent.

**ES: Dans cette configuration collégiale, quel est votre rôle de CEO?**

**PH:** Mon rôle est d'avoir l'image la plus complète possible de la société, toute l'image. Au niveau financier, la compagnie est parfaitement saine: nous appartenons au trust familial mis en place par Rolf Schnyder et nous ne devons strictement rien aux banques. Tous nos investissements sont faits à l'interne. Au niveau essentiel des produits et des mouvements, la direction prise depuis des années était et reste très claire. Une des dernières choses que Rolf ait faite, avant sa mort, fut de présenter notre tout nouveau calibre maison 118 à BaselWorld 2011. Un pas capital pour Ulysse Nardin. Ça faisait dix ans qu'on y travaillait mais la décision de le construire pour de bon a été prise il y a quatre ans: il nous fallait notre "tracteur" de base et celui-ci arrive maintenant à point nommé.

**ES: Ce calibre 118 va-t-il équiper toutes vos montres?**

**PH:** Nous produisons environ 25'000 montres par an. Cette année, 3'000 calibres 118 seront disponibles, 8'000 à 10'000 l'année prochaine. Notre objectif est de parvenir à environ 80% de montres équipées de notre calibre d'ici 5 ans.

Mais ces douze derniers mois, nous avons aussi fait trois autres pas importants... (...)

Lire l'interview complet dans *Europa Star* N°314 ou sur [www.europastar.com/premiere](http://www.europastar.com/premiere)

## CASE STUDY

**LE QUARTZ AU SECOURS DE LA MÉCANIQUE**

En 2009, en pleine "crise des subprimes", alors que l'horlogerie suisse, à la peine, s'effondre de 25%, Alain Spinedi, patron de Louis Erard, entend à la radio Jean-Claude Biver. Le très médiatique patron de Hublot est en train de dresser le portrait des marques qui risquent de disparaître dans la tourmente: "jeune, comportant moins de 20 personnes et agissant dans le milieu de gamme." "Exactement Louis Erard", pense alors Alain Spinedi.

Cet entrepreneur avisé a en effet relancé la marque en 2004 avec deux credo "intangibles": exclusivement de la montre mécanique, en-dessous de 2'000.- CHF. Et il emploie alors moins de vingt personnes (28 aujourd'hui).

suite page 7

Depuis 2007, il est dans les chiffres noirs mais ETA a annoncé vouloir diminuer ses livraisons de mouvements. Dès 2008, il est donc obligé de faire mentir son premier credo - rester en-dessous de 2'000.- CHF - et est contraint de grandir en valeur à défaut de pouvoir le faire en quantité. Il grimpe alors jusque dans les 3'000.- CHF avec de petites complications utiles et introduit une collection féminine. Il va même jusqu'à proposer des modèles or à 11'500.- CHF. Il a trouvé son créneau, pense-t-il alors, qu'il définit comme étant "de la haute horlogerie à prix juste". A l'automne 2008, la faillite de Lehman Brothers sonne la fin de la "récréation": cette fois, les choses se gâtent sérieusement. Mais Alain Spinedi va contredire les prophéties de Jean-Claude Biver. En effet, la crise qui touche à présent l'horlogerie a pour effet collatéral de rendre l'accès aux mouvements mécaniques à nouveau plus aisé. Très réactif, Alain Spinedi opère alors un rétro-pédalage et peut à nouveau proposer un segment de montres mécaniques dans le bas du moyen de gamme, vers les 800.- CHF. L'année suivante, 2010, sera de fait son meilleur exercice. Louis Erard a traversé la crise sans encombre, son image s'est affermie et désormais Alain Spinedi peut s'imposer dans plusieurs segments de prix, de 600.- CHF à 5'000.- CHF.

### Pris en tenailles

Mais en 2011, nouveau coup de semonce. Au renchérissement quasi insupportable du franc suisse s'ajoute la décision de la COMCO qui autorise le Swatch Group à diminuer drastiquement ses livraisons de mouvements à des tiers. Et son fournisseur agréé, Sellita, se trouve dans l'impossibilité de compenser immédiatement la baisse des livraisons en provenance d'ETA. Louis Erard fait alors partie des 9 sociétés qui tentent de s'opposer à la décision de la COMCO mais qui seront vite "balayées". Il se sent dès lors pris en tenaille bien que 2011 ait été une très bonne année pour lui, avec 16'000 montres écoulées pour un chiffre d'affaires qui dépasse pour la première fois la barre symbolique de 10 millions de CHF. Persuadé qu'ETA ne reviendra jamais en arrière (il a travaillé 13 ans pour le Swatch Group qu'il connaît donc très bien de l'intérieur) et tout aussi certain que l'euro ne remontera pas de sitôt, il lui faut dès lors trouver une nouvelle stratégie. S'il ne fait rien, il est condamné à une croissance molle qui ne lui permettra pas de faire les investissements marketing nécessaires: la distribution s'en ressentira forcément. S'il se dépositionne complètement et choisit de monter en gamme fortement, il prend de gros risques: il lui faudrait alors investir massivement dans le marketing et repenser sa distribution tout en ignorant si une nouvelle image Louis Erard serait acceptée par les marchés. Il lui reste la solution médiane: retrouver son positionnement d'origine et du même coup confirmer sa croissance par le volume. Mais cette stratégie implique de se libérer de la pression d'achat des seuls mouvements mécaniques, donc de renier son autre premier credo - ne faire que de la montre mécanique -, qu'il pensait intangible, et de passer au quartz en ouvrant sa marque plus largement au public féminin.

### Identifier une niche délaissée

Car si sa pyramide de produits s'échelonnant de 800.- CHF à 3'000.- CHF lui semble relativement bien équilibrée, il lui faut proposer aussi des produits en-dessous de ces 800.- CHF, et retrouver ainsi un seuil d'entrée avoisinant les 450.- CHF. Il faut également qu'il y parvienne sans toucher à ce qui a fait son succès. Louis Erard s'est bâti une image de montre à petite complication et au design classique: ces paramètres fondamentaux seront conservés, de même que le caractère spécifique de chaque collection. Mais si le développement des collections mécaniques reste essentiel, l'introduction d'une nouvelle ligne féminine quartz va lui permettre de grandir aussi en volume. Car Alain Spinedi a remarqué qu'il y avait dans ce domaine une niche fort peu exploitée: entre 245.- CHF et 450.- CHF, on trouve en effet un nombre considérable de marques fashion qui proposent des montres très mode aux femmes. Mais entre 450.- CHF et 850.- CHF, prix auquel démarrent les collections féminines des horlogers de milieu de gamme qui sont ses concurrents, comme Maurice Lacroix, Frédérique Constant ou Longines, il y a tout un espace qui lui semble libre. Une niche quelque peu négligée, dans laquelle il va s'engouffrer.

pas tout ce que le père a perdu. Et va même plus loin que lui car désormais, avec sa nouvelle société Optimo, Valérien Jaquet affirme pouvoir offrir "une véritable nouvelle alternative dans la production industrielle d'assortiments horlogers".

### Dans le plus grand secret

Montée dans le plus grand secret mais fruit d'une réflexion entamée il y a 15 ans déjà par le père puis reprise il y a 3 ou 4 ans par le fils, Optimo annonce pouvoir produire à terme, soit d'ici 2015, entre 300'000 et 400'000 assortiments complets - balancier-spiral, roue d'échappement, ancre. Pour l'instant, Optimo en prévoit 50'000 dans l'année et 200'000 dès 2013. Occupant une quinzaine de personnes qui officient derrière des vitres opaques et une porte sécurisée, les laboratoires occupent un vaste angle du bâtiment où sont regroupées les différentes sociétés du groupe Concepto. Optimo y maîtrise intégralement l'ensemble de la chaîne de production industrielle d'assortiments. Depuis la coulée de l'alliage du spiral jusqu'à la rectification de la roue d'échappement. (...)

A lire dans Europa Star N°314  
ou sur [www.europastar.com/premiere](http://www.europastar.com/premiere)

## LA PLATINE ADDITIONNELLE UNIVERSELLE D'AJS

Une révolution pour le moyen de  
gamme mécanique?

On dit que la nuit porte conseil. C'est en tous cas ce qui est arrivé au jeune constructeur horloger Anthony Saunier, d'AJS Production (à Porrentruy, dans le Jura suisse), qui un beau matin s'est réveillé d'un très bon pied: s'il n'avait pas bien dormi, c'est parce qu'il avait échafaudé durant son demi-sommeil une innovation mécanique qui pourrait bien bouleverser l'affichage de nos montres - et du coup chambouler aussi la pyramide des produits mécaniques. De quoi s'agit-il?

### Modularité totale des affichages

Imaginez une "platine additionnelle universelle" - tel est son nom - qui soit percée d'une large série de trous permettant de positionner "tout ce qu'on veut où on veut" sur le cadran: GMT, Grande Date, Jour de la semaine,

Régulateur, Lune, Jour et Nuit... D'ordinaire, ces indications sont positionnées à des emplacements rigoureusement prédéterminés. Mais avec cette platine totalement modulable, on peut désormais positionner les indications par secteur de 30° où bon nous semble sur toute la surface du cadran. On peut donc aussi très bien imaginer disposer par exemple quatre indications GMT différentes sur un même cadran... pour celui qui voudrait à tout prix disposer de quatre fuseaux horaires!

Grand avantage, cette platine additionnelle de 2,2 mm d'épaisseur et de 30 mm de diamètre se monte sur des mouvements mécaniques trois aiguilles standard, type ETA ou clones de ceux-ci. (...)

Lire la suite dans **Europa Star N°314** ou sur [www.europastar.com/premiere](http://www.europastar.com/premiere)

DL  
G.

CONNECTING  
ICONIC  
BRANDS  
TO THEIR  
CLIENTELE  
ONLINE

Digital Luxury  
Group.

DIGITAL-LUXURY.COM  
WORLDWATCHREPORT.COM

media partner **europa star**

### Les débuts d'une Romance

Le fer de lance de cette nouvelle stratégie se nomme collection Romance. Une collection de volume exclusivement féminine, uniquement motorisée quartz et dont le prix d'entrée est de 480.- CHF sur cuir et 610.- CHF sur métal. Proposée en trois dimensions, respectivement de 30 mm, 33 mm ou chronographe 36 mm, elle grimpe progressivement jusqu'à 2'750.- pour un chronographe sur bracelet métal serti de diamants Top Wesselton! Acier ou PVD or rose, cadran de nacre ou fin guilloché, sur cuir ou sur métal, la collection Romance reste stylistiquement du pur Louis Erard. Classique et légèrement pimentée, très horlogère d'apparence, elle semble avoir été aussitôt adoptée par les détaillants de la marque. Un réseau de distribution qui comporte environ 750 points de vente auquel Alain Spinedi entend rester étroitement lié. Romance ne sera donc pas distribuée dans la grande distribution mais devrait contribuer, par le volume, à améliorer la rentabilité de ses partenaires. Il entend ainsi passer des 16'000 montres écoulées en 2011 à 21'000 montres pour l'année en cours, espérant atteindre un chiffre d'affaires de 12 millions de CHF. Un développement intégralement autofinancé, impliquant aussi de nouveaux investissements publicitaires, une nouvelle campagne et un nouveau stand à BaselWorld 2013. Bâle lui coûtait jusqu'à présent 200'000.- CHF par an mais lui coûtera 600'000.- CHF dès l'année prochaine où il s'installera dans la Halle 1. "Rien que pour Bâle, il faut que je fasse un million de CHF de chiffre d'affaires supplémentaire. Mais c'est un risque que je dois prendre", estime Alain Spinedi. Cette "opération quartz" va-t-elle s'étendre aux hommes, lui demande-t-on? Rien n'est moins sûr, affirme-t-il en retour. D'autant plus que, petit à petit, on retrouvera une plus grande disponibilité dans l'offre de mouvements mécaniques. Alors, le quartz ne sera-t-il qu'un retournement stratégique temporaire pour la marque qui affirme toujours son fier slogan "Swiss Mechanical Watches"? Ou la cohabitation prendra-t-elle une forme définitive? Car, ne l'oublions pas, si le prix des montres quartz est bien plus bas que celui des montres mécaniques, les marges qu'on peut y faire sont souvent plus intéressantes. A condition que le volume soit au rendez-vous. ■

Voir l'article dans **Europa Star N°314** ou sur [www.europastar.com/premiere](http://www.europastar.com/premiere)

### ET ENCORE...

A découvrir dans **Europa Star No.314** notre "market focus" sur les Etats-Unis, qui prend le pouls du secteur horloger américain, notamment en interrogeant les marques et leurs détaillants et en présentant les dernières analyses de notre partenaire Digital Luxury Group, spécialiste dans le marketing du luxe online. Pour notre rubrique « Retail World » nous avons également interviewé Maurice Goldberger, expert du déstockage, lors de son passage à Genève pour discuter de son lancement dans la distribution.

Continuant notre série de « Price Ladders », où nous présentons une catégorie de garde-temps classés par prix, Keith Strandberg est allé regarder les étiquettes de prix des tourbillons. Pour sa part, Paul O'Neil s'est consacré aux labels de qualité et présente les derniers changements dans les critères pour le décernement du Poinçon de Genève ainsi que la Qualité Fleurier. Pour bien terminer, Jean-Luc Adam de notre bureau de rédaction à Shanghai a réussi à décrocher une interview exclusive avec M. Jianguang Shang, PDG de l'important groupe horloger chinois China Haidian, récent acquéreur d'Eterna.

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

Publié par Europa Star HBM SA

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

Informations générales : [contact@europastar.com](mailto:contact@europastar.com), Rédaction magazine : [editomagazine@europastar.com](mailto:editomagazine@europastar.com),

Rédaction web : [editoweb@europastar.com](mailto:editoweb@europastar.com) / Publicité Suisse, Italie, USA : [cbayandor@europastar.com](mailto:cbayandor@europastar.com) /

Publicité Autres pays : [nglattfelder@europastar.com](mailto:nglattfelder@europastar.com) / Administration, Comptabilité: [cgiloux@europastar.com](mailto:cgiloux@europastar.com)

Sites web & iPad horlogers: [www.worldwatchweb.com](http://www.worldwatchweb.com), [www.europastar.com](http://www.europastar.com), [www.watches-for-china.com](http://www.watches-for-china.com), [www.horalatina.com](http://www.horalatina.com) / [www.europastar.es](http://www.europastar.es), [www.europastarwatch.ru](http://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](http://Europastar.com), [Europastarjewellery.com](http://Europastarjewellery.com), [Europastar.es](http://Europastar.es) / [HoraLatina.com](http://HoraLatina.com), [Watches-for-China.com](http://Watches-for-China.com), [WorldWatchWeb.com](http://WorldWatchWeb.com), [EuropaStar.com/the-knowledge](http://EuropaStar.com/the-knowledge), American Time, Watch Aficionado, CIJ International Jewellery TRENDS & COLOURS, [CIJintl.com](http://CIJintl.com), Eurotec, Eurotec.ch, Eurotec-online.com, Bulletin d'informations