

EUROPA STAR PREMIÈRE

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

Vol.14, No 5

Genève, le 16 octobre 2012

L'EUROPE, UN (ENCORE RICHE) MUSÉE



Pierre Maillard,
rédacteur en
chef,
Europa Star

De retour d'un séjour à São Paulo, incroyable métropole de près de 20 millions d'habitants (en gros, trois fois la Suisse), on ne peut qu'être agité d'un sentiment tenace: inexorablement, historiquement, l'Europe est sur la pente déclinante. La jeunesse du monde, sa pulsation, son dynamisme, sa vitesse, son audace sont ailleurs: au Brésil, en Asie, voire bientôt en Afrique. Aveuglés par notre ethnocentrisme, nous ne nous rendons pas encore compte que le monde est vraiment devenu multipolaire et que de nouveaux flux économiques et culturels dessinent une géographie inédite. Ainsi par exemple apprend-t-on à São Paulo qu'une nouvelle élite africaine choisit massivement d'aller compléter ses études universitaires non plus en Europe ou en Amérique, mais au Brésil. Un exemple parmi tant d'autres de nouveaux liens qui se tissent sans plus passer par un "Occident" en voie d'ossification. Ou plus précisément de "muséification".

L'horlogerie en est un exemple tout à fait paradoxal. Essentiellement concentrée en Suisse, dynamique, inventive, toujours en plein essor, créatrice d'emplois (4000 nouveaux emplois au deuxième trimestre de cette année), l'horlogerie helvétique, tout sauf déclinante, semble à priori contredire les affirmations précédentes. Et pourtant! N'est-elle pas aussi emblématique d'une forme de repli sur un territoire riche mais fortement délimité, celui du "luxe". Les objets qu'elle produit, toujours plus chers et plus précieux (entre 2001 et 2011, le prix moyen à l'exportation d'une montre suisse a presque doublé, passant de 367.- CHF à 650.- CHF) s'adressent à une clientèle toujours plus aisée. La spectaculaire augmentation du chiffre d'affaires à l'export (passant dans le même temps de 9,660 milliards de CHF en 2001 à plus de 19 milliards de CHF en 2011) a en fait été tirée non pas par un dynamisme interne à l'Europe mais par la spectaculaire croissance économique des pays dits (pour combien de temps encore) "émergents" qui a favorisé l'apparition d'une nouvelle classe très aisée, et d'une classe moyenne auparavant inexistante. Le monde s'est d'une certaine façon renversé - ou est en cours de renversement - et dans cette nouvelle géographie, l'Europe, avec ses villes splendides, ses magnifiques campagnes, son art de vivre, est en train de devenir un musée aux proportions continentales. Un musée-manufacture où perdurent des métiers d'art et des savoirs inédits et précieux. Mais qui ne procurerait au monde plus que des objets de plaisir, mis à la disposition des nouveaux commanditaires régnant à présent sur l'économie mondiale. Les sorts contrastés de l'horlogerie suisse, ayant pleinement réussi sa montée en gamme en revivifiant une technologie apparemment obsolète (la mécanique), et de l'horlogerie française, restée, contrairement à la mode française, confinée dans le moyen de gamme et ayant dès lors perdu l'essentiel de sa puissance économique, démontrent parfaitement que l'Europe, si elle veut s'en sortir, est désormais "contrainte" à ne produire plus que des objets de luxe. Le danger de cette position particulière est bel et bien celui de la muséification progressive. Le "musée" Europe est encore riche. Mais on sait que, faute d'entretien et d'ouverture à un public toujours plus large, les musées se couvrent de poussière et finissent délaissés. ■

SOMMAIRE DU MAGAZINE 5/12

europa star

NO 315 OCT./NOV. 2012



Cover: PELAGOS by Tudor

42mm case in brushed titanium; self-winding mechanical movement with approximately 38 hours of power reserve. Uni-directional rotating bezel in titanium with black ceramic disc, helium escape valve, screw-in winding crown, sapphire crystal. Water-resistant to 500 metres. Titanium bracelet with folding clasp, safety catch and bracelet extension system.

EDITORIAL

Europe, a (still rich) museum

COVER STORY

Tudor - A heritage transformed

SPOTLIGHT ON LUXURY

Celsius XVI II combines advanced mechanical engineering, fibre optics and telephony
Bulgari Octo, the geometry of perfection
The audacity of Richard Mille
Alexander Shorokhoff - Russian soul, German watchmaking

GALLERY

Elegant gents' watches

PRICE LADDER

Diamond watches

GALLERY

Ladies' watches in steel

CASE STUDY

Doxa - making the most of independence

GALLERY

All-black gents' watches

STRATEGY

Casio's analogue revolution

GALLERY

Red watches

HONG KONG SHOW REPORT

Getting quieter on the eastern front
Synchronised slow-down
Morgenwerk launches GPS time
Hong Kong under the WorldWatchReport™ magnifying glass
Retailer profile: The Prince of Hong Kong

FOCUS ON LATIN AMERICA

Part 1: The challenges of a blossoming but labyrinthine market

LAKIN@LARGE

A bridge too far?

europastar.com/subscribe

LOMBARD ODIER

LOMBARD ODIER DARIER HENTSCH

www.lombardodier.com

ALEXANDER SHOROKHOFF, ÂME RUSSE, HORLOGERIE ALLEMANDE

Profondément russe, Alexander Shorokhoff l'est assurément. Et il le revendique avec force, à l'image de ses grands inspireurs à qui il a dédié certaines de ses collections: Peter Tchaïkovsky, Fedor Dostoïevski, Alexander Pushkin ou encore Leo Tolstoï. Russe, il l'est dans sa sensibilité artistique la plus profonde, par son goût des formes, des matières et des couleurs, son amour de l'artisanat, à l'opposé de la froideur industrielle dominante. Russe, il l'est aussi, toujours comme ses inspireurs, par sa vision cosmopolite. Installé depuis plus de vingt ans en Allemagne, dans la petite ville d'Alzenau, non loin de Frankfurt, il y dirige un atelier horloger d'une quinzaine de personnes. La réputation de sa marque, il l'a construite avant tout sur une grande spécialité artisanale: la gravure du mouvement. Une gravure manuelle, souvent poussée à l'extrême, riche en formes, volutes, effets de matières contrastés, qui donne à ses pièces une allure "russe" unique en son genre et très reconnaissable. "Nous devons à tout prix nous distinguer", explique-t-il, "car offrir quelque chose de différent, d'unique dans tous les sens du terme car chaque montre gravée est véritablement exclusive, est pour nous une des seules façons de pouvoir nous confronter à la concurrence impitoyable des grandes marques mondialisées du luxe. Cette approche manuelle et décorative se retrouve aussi dans le design, souvent très particulier et très affirmé, de nos montres. Autre aspect: l'usage de la couleur, sur les cadrans comme dans les mouvements. Je vous assure qu'il fallait du courage pour oser proposer des montres polychromes, comme notre provocante Miss Avantgarde...".

Le courage de la couleur

Très remarquée au cours du dernier salon BaselWorld, la Miss Avantgarde de Shorokhoff est emblématique du style si particulier de l'horloger russe. Ne ressemblant à aucune autre montre, la Miss Avantgarde (réf AS.AVG02) présente un cadran divisé en sections horaires qui toutes arborent couleur et motif différent: noir, bleu, vert, rouge, jaune, blanc, argent; échiquier, rayures, formes géométriques,

suite page 3

COVER STORY

TUDOR, UN HÉRITAGE TRANSFIGURÉ

Pierre Maillard

Tudor, dont tous les observateurs auront noté le très net retour en forme, s'appuie avec succès sur son passé pour bâtir son futur. Tudor ose affirmer avec force sa propre identité en allant puiser dans sa riche histoire (son nom a été déposé par Hans Wilsdorf en 1926 déjà, mais la marque a pris son premier véritable essor dès 1946).

Une ligne est particulièrement emblématique de ce vigoureux repositionnement sur ses propres bases. Logiquement dénommée Heritage, elle est à la source des plus récents succès de la marque, reprise en mains depuis 2010 par une nouvelle et jeune équipe attelée à renouer avec une clientèle jeune, urbaine, cosmopolite, techniquement exigeante mais attentive au style, à l'élégance, voire à une certaine émotion pouvant se dégager du produit.

Deux premières étapes

Première étape vraiment marquante de cette stratégie "back to the future": l'Heritage Chrono lancé en 2010 et qui devient immédiatement l'icône de la marque. Redonnant un nouveau souffle à la Tudor Oysterdate Chronograph des années 1970, ce modèle en revisite méthodiquement les codes pour les adapter à l'esprit du temps. Sa taille passe de 40 mm à 42 mm et toutes ses lignes sont retendues, donnant à la pièce une vigueur nouvelle. Mais son visage reste immanquablement vintage, avec son cadran gris, noir ou noir et gris souligné de détails orange et ses index blancs pentagonaux travaillés de façon à accentuer leur effet tridimensionnel. Un "détail" frappe aussi tout le monde: l'Heritage Chrono est monté soit sur acier soit sur un superbe bracelet en toile tissé de bandes noires, grises et orange, et dont la boucle est directement inspirée des ceintures de sécurité de l'époque. Soudainement, cette pièce datant de 2010, parfaitement en phase avec son temps, semble presque plus authentique que l'originale dont elle s'inspire. C'est sans doute là une des clés de son succès.

Deuxième étape de cette reconquête de son propre patrimoine en 2011 avec la Tudor Heritage Advisor. Là, c'est une pièce de 1957 qui est revisitée de fond en comble. La fonction réveil de cette pièce automatique dotée d'un module additionnel reste inchangée, mais en passant d'un diamètre de 34 mm à un bien plus contemporain 42 mm tout en conservant les proportions de la boîte, l'élanement des cornes, la pureté du cadran, elle acquiert une vigueur nouvelle. Elle se présente désormais en titane et acier, alternant subtilement polissages et brossages. Techniquement aussi, son mouvement est entièrement revisité et un nouveau module additionnel de réveil est conçu par Tudor. Comme on ne change pas une équipe qui gagne, qu'elle soit sur métal ou sur cuir alligator, un deuxième bracelet tissé, intégralement noir celui-ci, qui ne déparerait pas avec un smoking est offert.

Plongée aux sources

La troisième étape se déroule en ce moment, en compagnie de la Tudor Heritage Black Bay. Ici, il faut retourner en arrière, jusqu'en 1954, pour trouver la source d'inspiration de cette montre de plongée. Cette année-là, Tudor sort coup sur coup deux montres de plongée, une première, étanche à 100 m, suivie par une seconde, étanche à 200 m, toutes deux sans indication de date. La nouvelle Black Bay de 41 mm fait en quelque sorte la synthèse de certaines des montres de plongée les plus iconiques de Tudor, telles les pièces historiques que sont les références 7922 et 7924 (couronne de 8 mm) ou les emblématiques "Snowflake" que sont les références 7016 et 7021. Elle renoue ainsi avec la longue histoire des relations entretenues par Tudor avec le monde de la plongée (que l'on pense simplement à la montre de plongée professionnelle Tudor Prince Submariner adoptée par la marine américaine puis par la marine française). La Tudor Heritage Black Bay, montre étanche à 200 m sans date, conserve ainsi la structure générale et le design de la pièce originelle, sa fine lunette tournante unidirectionnelle qui entoure un cadran bombé et une glace aussi légèrement bombée, autrefois en plexi aujourd'hui en verre saphir. Elle conserve aussi le dessin de sa

carrure, avec ses cornes fines et allongées, le biseau de son entrecornes, ses gros index luminescents et ses fameuses aiguilles "Snowflake" (une demande exprimée à l'époque par les plongeurs de la marine française afin de mieux différencier en eaux troubles l'aiguille des heures de celle des minutes). Mais une multitude de petits détails lui donnent sa nouvelle allure pleinement contemporaine, à l'image du fin crantage de sa lunette tournante ou de sa grande couronne de 8 mm marquée de l'emblème de la Rose de Tudor. La couleur bordeaux foncé très particulière de sa lunette provient des archives de la maison, repérée sur une pièce du début des années 80. Son allure vintage est renforcée par de subtils décalages, un "vieillessement" maîtrisé, à l'image de son cadran noir poudré de chocolat ou de son échelle d'un or tirant sur le bronze ou encore l'or rose qui enserme ses index et ses aiguilles " Snowflake ", jusqu'au beige clair du revêtement luminescent (qui devient vert dans le noir). Autant de fines touches qui confèrent à cette pièce son aspect original. Dotée d'un mouvement automatique, elle est offerte sur acier ou cuir vieilli et, dans tous les cas, s'accompagne aussi de l'immanquable bracelet tissé, ici d'un noir profond et plus épais que d'ordinaire, question de robustesse essentielle.

Prêt pour les grands fonds

Le deuxième "exercice" 2012 de Tudor en relation avec le monde de la plongée se nomme Pelagos. Dans ce cas, il s'agit moins de la remise en forme d'un modèle précis du passé que d'une synthèse d'éléments divers puisés dans ce passé, à l'image, stylistiquement parlant de ses étonnants index carrés ou de ses aiguilles "Snowflake". Mais si cette identité reprend ainsi des codes historiques, elle les recompose et s'en joue de façon à proposer une pièce inédite et puissante. Véritable instrument de plongée, la Pelagos est d'une forte technicité. Étanche à 500 m et donc dotée d'une valve à hélium, équipée d'un mouvement mécanique à remontage automatique, elle est taillée dans du titane entièrement satiné qui lui donne un aspect brut et une patine qui accentue son aspect sportif et professionnel. Sa lunette unidirectionnelle est réalisée en titane avec disque noir en céramique mat microbillée aux indications recouvertes de matière luminescente blanche. Développée en conjonction entre ingénieurs et plongeurs professionnels qui l'ont régulièrement testée à -40 m dans les eaux troubles à cette profondeur, du Lac Léman tout proche du siège de Tudor, elle est ainsi dotée d'une innovation qui intéressera plus d'un amateur de plongée. En effet, les plongeurs professionnels ont fait remarquer aux ingénieurs de Tudor que, sous la pression aquatique, le tour de poignet du nageur pouvait perdre jusqu'à 17 mm de circonférence. Le bracelet en titane brossé de la Pelagos a ainsi été doté d'une boucle dite "intelligente". En fait, il s'agit d'un système breveté de glissière à trois positions qui, en plus du classique premier mécanisme de rallonge, permet un fin réglage automatique. En effet, grâce à un mécanisme à ressort, la boucle devient auto-rétractable et se tend ou se détend toute seule, s'adaptant automatiquement aux variations de la taille du poignet soumis à plus ou moins grande pression. La Pelagos est aussi disponible avec un bracelet caoutchouc doté d'un troisième brin que l'on peut simplement adapter en tirant dessus.

Synthèses

Non pas rééditer à l'identique des pièces anciennes mais en capturer l'esprit, en saisir l'essence iconique. Synthétiser les apports stylistiques du passé et les exprimer de la façon la plus contemporaine possible. Reprendre les fonctionnalités tout en leur apportant des améliorations techniques. En quelques mots, on peut résumer ainsi la démarche gagnante de Tudor. S'appuyant sur une communication d'une grande efficacité graphique et dont les repères - notamment le rouge et le noir, omniprésents - lui donnent une forte identité, s'accompagnant d'un environnement spécifique aux contours marqués - sportivité affirmée avec vigueur mais avec grande élégance, esprit vintage mais contemporanéité évidente -, Tudor a pleinement retrouvé sa place autonome dans le concert des marques. Elle s'adresse ainsi à des consommateurs jeunes, sensibles au style. Nombreux d'ailleurs, parmi les clients de la marque, sont ceux qui ignorent les liens organiques qui lient Rolex et Tudor. Mais s'ils l'apprennent, ils ne peuvent être que confortés dans leur choix - si par hasard ils en avaient besoin. ■

cercles, spirale se répartissent de façon provocante, tout en permettant une lecture aisée des indications horaires.

Réalisé en émail à froid, ce cadran dont les index sont des brillants, surmonté d'un très large et symbolique chiffre 60 que l'on retrouve dans toute la collection Avangarde, recouvre un mouvement automatique ETA 2824 dont le rotor est, bien évidemment, gravé main. Limitée à 500 exemplaires vendus au prix de 990.-€, cette « talking piece » qui, de l'avis même de son designer Alexander Shorokhoff "n'est pas destinée à tout le monde", est une démonstration de liberté créative en forme "d'alternative aux offres des grandes marques dominantes." Sur le versant masculin, cette démonstration de liberté créative prend le nom de Watch Dandy (réf. AS.AVG01, limitée à 168 exemplaires, 43,5mm de diamètre, boîte acier étanche à 5 atm, calibre automatique ETA 2824, rotor gravé), dont le cadran noir gravé clou de Paris se voit partiellement plaqué d'un motif aux lignes étranges qui plongent volontairement le spectateur dans une forme d'interrogation: ces formes évoquent-elles "l'espace ou la fulgurance des mouvements d'un Ninja, sont-elles traditionnelles ou high-tech?" se demande en souriant Alexander Shorokhoff.

Mais par ailleurs, celui-ci présente sa collection Avangarde, lancée en 2011, comme étant l'expression de la "part allemande" de son âme russe. On y trouve toute une série de chronographes manuels ou automatiques, sur base ETA modifiée Dubois-Dépraz, mais aussi un chronographe sur base Valjoux réalisée en Russie mais dont l'affichage a été transformé en régulateur, ou encore un modèle plus sobre, la New Portuguese, dont le cadran gravé de motifs tressés, est disponible en quatre couleurs différentes. Cette ligne Avangarde, toujours surmontée de son chiffre 60, est en effet plus tempérée et plus sobre d'apparence que la ligne Heritage qui, comme son nom l'indique, puise directement aux sources les plus russes de son créateur.

Heritage artisanal

Lancée dès 2003, la collection Heritage abrite les lignes artisanales Peter Tchaïkovsky, Fedor Dostoïevski, Alexander Pushkin ou Leo Tolstoï. Ici, chaque montre est intégralement confiée aux soins d'un maître-horloger en charge de sa réalisation complète (ce dont

suite page 4

atteste pour chaque montre un certificat signé de l'horloger responsable). Une des plus richement gravées est la ligne Leo Tolstoï. Chaque mouvement - en l'occurrence un calibre russe 3133 identique au Valjoux - est entièrement démonté, gravé manuellement jusque dans le plus petit de ses détails puis patiemment remonté, réglé, contrôlé. Chacun de ces mouvements est donc parfaitement unique et certains, plus exclusifs encore, sont intégralement squelettisés et enserrés dans des boîtiers eux-mêmes richement gravés.

Un des plus récents exemples de ce travail artisanal de haute exécution est la montre réveil de la ligne Peter Tchaïkovsky. Il s'agit là d'un mouvement Schild, également fait en Russie, dont Alexander Shorokhoff a racheté tous les exemplaires restants. Particularité de cette montre: elle se soulève de façon à pouvoir être posée verticalement pour faire son office de réveil mécanique.

Distribuée dans 30 pays, dont l'Allemagne, la Grande Bretagne ou les USA, cette marque de niche est particulièrement appréciée sur les marchés asiatiques. Japon, Hong Kong (avec 12 enseignes uniquement dans cette ville), Singapour, Malaisie, Thaïlande, Philippines sont de plus en plus friands de cette élégante et artisanale alternative qui allie rigueur horlogère germanique et complexe âme russe. ■

LE PRINCE DE HONG KONG

Jean-Luc Adam

Pour réussir dans la vente horlogère à Hong Kong, où la compétition fait rage comme nulle part ailleurs, il faut davantage que représenter de célèbres marques, il faut devenir une marque! C'est le cas de Prince Jewellery & Watch, l'une des grandes enseignes de la ville, et Joseph Chu, son directeur général, nous confie ses secrets.

Rappelons qu'à elle seule, la «petite» Hong Kong vend bien plus de montres que les 50 Etats des Etats-Unis! Mais comble de l'horlogerie, il n'y a aucun endroit au monde où porter une montre est si superflu, il suffit de tourner la tête à droite pour lire l'heure sur des dizaines de cadrans étincelants exposés

suite page 5

CELSIUS X VI II MARIE HAUTE MÉCANIQUE, FIBRES OPTIQUES ET TÉLÉPHONIE

Lors du lancement de Celsius X VI II en 2010, nombreux, parmi les observateurs, étaient ceux qui affichaient un certain scepticisme, ne voyant aucun avenir dans cette hybridation entre téléphonie et haute horlogerie. De plus, en 2010, l'horlogerie se relevait à peine de la crise traversée durant l'année précédente (faut-il le rappeler: une baisse de près de 25% des exportations horlogères suisses!) et un téléphone, certes doté d'un tourbillon mais vendu à 250'000.-€ paraissait chose incongrue.

Mais la jeune équipe fondatrice de Celsius a tenu bon. Elle a tenu bon parce qu'elle dispose depuis les débuts de son aventure, en 2006, d'un plan de route détaillé d'une remarquable cohérence. Ce qui a sans doute brouillé les cartes, mais du même coup a aussi fermement positionné Celsius dans le cercle du prestige, est le fait que le premier produit présenté, LeDix Origine, se situe au sommet de l'offre de la marque. Une offre que Celsius X VI II est en train de constituer pas à pas, avec une grande rigueur et un objectif ultime: fusionner deux approches que tout oppose: la Haute Mécanique - la High Mec - et le monde des ondes et des courants électriques. Mais contrairement à de nombreuses marques, Celsius a opté pour une stratégie de "descente en prix progressive". Une descente toute relative, ceci dit, car le deuxième modèle dont la sortie est imminente, l'Optic GMT, est vendu aux alentours des 75'000.-€, et que le futur modèle Hybride, avoisinera les 35'000.-€.

Le second paradoxe de cette stratégie originale est que, malgré leur prix décroissant, plus les modèles se succèdent, plus leur technologie est innovante et pousse toujours plus loin l'interconnexion entre mécanique et téléphonie. Car tel est l'agenda assez fou de Celsius (qui se distingue nettement des autres tentatives de donner au téléphone portable ses lettres de noblesse luxueuse): parvenir à intégrer le plus étroitement possible les deux mondes antagonistes, jusqu'à créer un téléphone signalant les appels par une grande sonnerie mécanique! Un casse-tête programmé. Mais en attendant de parvenir à ce graal de la "haute téléphonie mécanique", revenons à l'offre présente qui constitue autant de pas dans cette direction.

LeDix Furtif

Après l'inaugural LeDix Origine, en titane et inserts de bois d'ébène, édité à 18 exemplaires, puis Le Dix Véloce, en titane traité PVD noir avec inserts de fibre de carbone, également édité à 18 exemplaires, voici venu le tour de la dernière série de ces téléphones inauguraux, avec tourbillon, LeDix Furtif, en fibre de carbone et édité à 3 x 8 exemplaires (respectivement avec inserts noirs, platine ou or rose). Fonctionnellement semblable à la pièce fondatrice LeDix Origine en titane, le choix du carbone a cependant posé d'épineux problèmes à ses concepteurs. En effet, et contrairement à une montre traditionnelle, les problèmes d'interférence entre matériaux et électronique sont particulièrement aigus dans la téléphonie, et notamment du côté de l'antenne et de son positionnement. Pour ces raisons d'interférence et de résistance aux chocs (un téléphone ça peut tomber plus facilement qu'une montre) il était impossible d'utiliser une technique déjà éprouvée comme celle du carbone forgé. Il a donc fallu que les concepteurs, avec l'aide de Buch Composites, une société jurassienne spécialisée dans ces domaines, mettent au point une technique particulière. A l'intérieur d'une matrice, les fibres de carbone sont collées par strates de façon à former un bloc compact de fibre de carbone qui est thermoformé dans un four à haute pression. Puis ce bloc est ensuite usiné en trois dimensions dans la masse; une opération complexe, dévoreuse d'outils mais qui, au final, procure à la coque du téléphone ses formes furtives qui rappellent l'aéronautique et de très inédits effets de matière. De plus, 18 mois de recherches auront été nécessaires pour régler les problèmes d'interférence entre ondes, courants électriques, matériaux et pièces mobiles.

L'Optic GMT

En même temps que sort cette ultime série du LeDix, Celsius lance cet automne le second étage de la fusée, sous la forme d'un nouveau produit très innovant, l'Optic GMT. On y retrouve bien évidemment le désormais fameux "remontage papillon" qui remonte le barillet du

mécanisme horloger du téléphone (pour mémoire, à chaque ouverture et fermeture du téléphone, le mouvement horloger est remonté de 2,23 heures). Ce mécanisme horloger est basé sur un mouvement de style Unitas qui a été retourné pour que l'organe réglant soit visible sous la glace saphir (d'une taille inédite) de la coque extérieure du téléphone. Le mouvement a été retravaillé en profondeur, notamment au niveau de la raquetterie et du col de cygne. Mais ce qui distingue surtout l'Optic GMT est son mode d'affichage de l'indication GMT et de celle de la date. Si heure, minute et réserve de marche sont classiquement indiquées par aiguilles, le GMT et la date le sont par fibre optique, d'où le nom de la pièce. Pour la première fois en horlogerie - et en téléphonie - des indications générées mécaniquement sont affichées par le biais de fibres de quartz. Ce choix de la fibre de quartz (que l'on retrouve sur le nez de certains avions de chasse) est dû aux propriétés amagnétiques de ce matériau. Une qualité indispensable quand on se retrouve en compagnie d'une antenne, d'un Bluetooth et de bien d'autres ondes diverses. La fibre optique affichant l'heure GMT est positionnée verticalement au-dessus d'un disque affichant les heures. L'effet est un peu celui d'une loupe, mais ici le chiffre ne semble pas posé au fond d'un puits mais comme flotter à la surface, avec une légère pixellisation. La date elle, est inscrite sur un cylindre tournant et se lit au bout d'une longue fibre optique qui, après avoir fait un coude débouche au bas de la coque du téléphone. Le chiffre semble apparaître à la surface de la tranche inférieure du téléphone (quand, par exemple, celui-ci est posé sur une table), qui plus est - technologie hybride le permettant - éclairé par un petit led qui le fait ressembler au phare central d'une voiture-concept, soulignant ainsi les qualités de design des produits de Celsius XVI II.

Trois fois vingt-huit exemplaires de l'Optic GMT vont voir le jour: l'Optic GMT Furtif, en fibre de carbone microbillée et fibre de quartz tressé pour la protection de l'antenne, la version Optic GMT Origine en titane gris, fibre de carbone tressé et fibre de quartz, et la version Optic GMT Veloce en titane noir, fibre de carbone tressé et fibre de quartz, finitions de la coque poli et satiné, ponts bleus du mécanisme.

Puis verra le jour une deuxième utilisation de la fibre optique dans une Optic Lune espérée pour BaselWorld 2013.

En route vers l'Hybride

La troisième phase d'imbrication technologique est déjà en développement et son nom suffit à comprendre l'enjeu des recherches: L'Hybride. Essentiellement, il s'agit de parvenir à remonter un énorme barillet (contenant un ressort de 4 mm se déroulant sur 1 m de longueur) en ouvrant et en refermant le couvercle du téléphone. Ce barillet se décharge ensuite dans une "cinématique" qui comprend 4 générateurs tournant à 8'000 tours minute. Les forces générées dans les dentures sont particulièrement considérables et les quatre ingénieurs de Celsius travaillant à 100% sur ce projet (une dizaine de prototypes ont déjà été testés) ont collaboré étroitement avec Mimotec, notamment au niveau des roulements qui ne peuvent être réalisés de façon traditionnelle avec des rubis. Pour l'instant, une ouverture de couvercle génère une seconde de conversation. On est encore loin du compte, donc, mais pas à pas la chimère du téléphone intégralement mécanique et autonome se rapproche. Sur la date de sortie de ce modèle Hybride, qui, s'il comportera bel et bien un authentique mécanisme "horloger" n'affichera pas d'indications horaires et sera vendu aux alentours de 35'000.-€, les responsables de la marque restent prudents et, soucieux de confidentialité, ne veulent guère en dire plus pour l'instant.

Simplicité et intimité

Contrairement à tous les acteurs de la téléphonie, Celsius XVI II a opté pour un clavier standard, et non pas pour la technologie tactile. L'idée est d'en rester, pour ce téléphone qualifié "d'objet intime, émotionnel", à la plus grande simplicité. A rebours des Smartphones le choix des fonctions va directement au plus simple et au plus utile: téléphonie, messagerie, carnet d'adresse, sous-menu internet, e-mail et appareil photo. Mais même ces trois dernières fonctions seront supprimées dans les modèles Hybride à venir, qui seront basés sur plateforme Android 3G. (...)

Lire la suite dans Europa Star N°315 ou sur www.europastar.com/premiere

dans les vitrines. Il faut le voir pour le croire, les boutiques de montres mono ou multimarque sont omniprésentes dans tous les quartiers touristiques de l'ex-colonie britannique. Alors comment une chaîne telle que Prince Jewellery & Watch fait-elle pour tirer son épingle du jeu? Joseph Chu, son directeur général et accessoirement conseiller honorifique de la «Federation of Hong Kong Watch Trade & Industries Ltd», nous explique les raisons du succès de «Prince», mais aussi les difficultés qui se profilent et les nouveaux challenges à relever.

Europa Star: Prince, c'est combien de boutiques?

Joseph Chu: Trente à Hong Kong, deux en Chine continentale - l'une à Canton et l'autre à Shanghai - ainsi que deux à Macao. Et encore six boutiques Omega. Au total, Prince possède 40 points de vente.

ES: Comment se portent les affaires?

JC: Pas mal du tout car nous pouvons compter sur nos 28 ans d'expérience et depuis que Hong Kong est devenue une Région administrative spéciale (SAR) ouverte à la clientèle chinoise, nous avons multiplié nos points de ventes.

ES: Mais le vent tourne, Pékin a récemment augmenté la taxe sur les produits de luxe importés de Hong Kong, incitant les Chinois à acheter en Chine...

JC: 90% de notre clientèle vient de Chine continentale! Il y a plusieurs raisons à cela, à commencer par le prix. En Chine, il faut ajouter la taxe d'importation plus cette taxe «de luxe», ce qui rend nos montres 20 à 30% plus avantageuses. Mais certaines marques tentent de réduire l'écart ce qui explique que, sur certains modèles, le prix affiché en Chine et à Hong Kong est le même, sauf que l'un est libellé en yuan chinois et l'autre en dollar de Hong Kong, ce qui signifie un avantage de change en notre faveur de 18%... Mais acheter à Hong Kong est aussi une question de confiance car c'est la certitude de ne pas acheter une montre de contrefaçon ou de seconde main. Enfin, le conseil à la clientèle est plus professionnel.

ES: Mais les citoyens chinois ont l'obligation de payer les taxes à la frontière...

JC: Officiellement oui! Mais s'ils ne déclarent rien aux douanes et qu'ils portent la montre au poignet, c'est OK. C'est pourquoi la montre est achetée sans sa boîte.

suite page 6

ES: Un acheteur qui débarque à Hong Kong pour la première fois est littéralement assiégé de boutiques. Comment faites-vous pour qu'il préfère votre enseigne à celle des autres?

JC: Autrefois, le client allait d'une boutique à l'autre pour négocier les prix dans le but de décrocher le plus gros rabais. Mais depuis quelques temps déjà, les marques ont un «discount control» et surveillent de près les prix de vente effectifs. Nous pouvons librement offrir jusqu'à 10% de remise, mais au-delà, le revendeur s'expose à une sanction. Et s'il se fait prendre à plusieurs reprises, la marque peut dénoncer le contrat et le vendeur, perdre sa distribution.

ES: Comment les marques font-elles pour vérifier?

JC: Elles envoient des acheteurs secrets, le fameux «client mystère», parfois des Européens voire même (rires) des Japonais... On ne peut vraiment pas les repérer. Aujourd'hui, croyez-moi, tous les revendeurs vendent au même prix.

ES: Avec un contrôle des prix, n'est-ce pas encore plus difficile de se démarquer?

JC: Cela se joue désormais sur le professionnalisme, en particulier dans le haut et très haut de gamme avec des montres chères équipées de grandes complications. Ici, notre expérience creuse la différence car il faut savoir expliquer et parler le même langage que le client. Notre force, c'est donc un personnel passionné sur qui repose la responsabilité de la vente. Il subit aussi un entraînement intensif, notamment en termes de politesse. Notre décoration est également très soignée et nous sommes créatifs dans nos concepts de ventes. Par exemple, cela fait sept ans que nous apparaissions sur TVB, une célèbre chaîne de télévision de Hong Kong, visible un peu partout sur le câble.

ES: Si les choses sont si positives, pourquoi s'implanter en Chine continentale?

JC: Nous nous préparons! Je vous ai dit que 90% de notre clientèle était chinoise alors imaginez si un jour Pékin décide d'abolir les taxes! Pourquoi l'acheteur viendrait-il ici à Hong Kong s'il peut acheter la même montre au même prix dans sa propre ville? (...)

Lire l'article complet dans Europa Star N°315 ou sur www.europastar.com/premiere

RÉVOLUTION ANALOGIQUE CHEZ CASIO

Kazuo Kashio, Président et CEO de Casio, a l'habitude de dire que "si ce n'est pas révolutionnaire, ce n'est pas un produit Casio." On pourrait penser que ce n'est là qu'un slogan marketing mais à y regarder de plus près, il s'agit d'une véritable conviction, ancrée dans l'histoire même de ce qui est aujourd'hui un très puissant conglomérat réalisant un chiffre d'affaires de 2,8 milliards d'euros et employant près de 12'000 personnes dans le monde. On mesure mieux la performance accomplie quand on sait que Casio a été fondé en 1946, dans les ruines encore fumantes de Tokyo, par le frère aîné de Kazuo, Tadao Kashio (décédé en 1993), rapidement rejoint par ses trois frères. Issus d'une famille très pauvre contrainte de quitter sa campagne à la suite du grand tremblement de terre du Kanto en 1923 (plus de 100'000 morts), les quatre frères Kashio vont bâtir leur empire à partir de 1954, date à laquelle ils exposent le premier prototype d'un calculateur révolutionnaire. Compact, entièrement électrique, c'est une première mondiale qu'ils commercialisent dès 1957 sous le nom de Casio 14-A. La Casio Computer Co. Ltd est née. Et elle n'arrêtera plus de sortir des produits révolutionnaires: le 001 en 1965, première calculatrice de bureau avec mémoire, les séries AL-1000 en 1967, premières calculatrices de bureau électronique programmables, la Casio Mini, en 1972, première calculatrice de poche au monde...

Entrée en horlogerie

C'est le succès immédiat et fulgurant de la Casio Mini qui a décidé de l'entrée en horlogerie de Casio en 1974 avec le lancement de la montre électronique Casiotron. On était alors en pleine révolution des montres quartz qui, techniquement, ne sont en fait "rien d'autre" que des calculateurs comptant les pulsations d'un oscillateur à quartz. Entrer en horlogerie allait donc permettre à Casio de développer plus avant encore la technologie déjà mise au point pour ses calculatrices. Une voie d'accès toute naturelle en quelque sorte. Mais dans une industrie horlogère japonaise strictement verticalisée de la production jusqu'à la distribution, il était bien difficile de produire indépendamment et d'accéder aux marchés. Après deux ans d'efforts la sortie de la Casiotron digitale affichant ses chiffres en cristal liquide, dotée pour la toute première fois d'un calendrier perpétuel électronique, va pourtant lancer la saga horlogère des frères Kashio.

Le choc G-SHOCK

Cette saga va véritablement prendre son envol planétaire quelques années plus tard avec la sortie de la très révolutionnaire G-SHOCK en avril 1983. Au jour d'aujourd'hui, 30 ans après sa naissance, cette montre d'une robustesse à toute épreuve, qu'on peut lancer sans dommages du haut d'un immeuble, au look puissant et affirmé, immédiatement reconnaissable, s'est vendue à près de 60 millions d'exemplaires. Et ce n'est pas terminé, loin de là, quand on constate le renouveau actuel de l'engouement pour cette montre déclinée aujourd'hui de mille façons (y compris avec affichage analogique), bourrée de technologies diverses (radio-control, énergie solaire) et dotée d'innombrables fonctions.

Avec la G-SHOCK, Casio est devenu un acteur horloger reconnu qui s'est invité dans le top ten mondial des groupes et des marques horlogères les plus importantes en termes de chiffre d'affaires. Ce rang a été atteint en poursuivant une démarche tout à fait particulière: faire évoluer la montre d'un simple "outil" indiquant l'heure à un véritable dispositif au poignet, délivrant toute sortes d'informations: le calculateur (apparu en 1980), le dictionnaire (1982), le GPS (1992, première mondiale), la caméra digitale (2000)... etc.

Mais au-delà des fonctions, Casio s'est aussi ingénié à mettre au point des technologies performantes, dont le radio-contrôle horaire et, surtout, l'utilisation avancée de l'énergie solaire, comme l'a démontré en 2001 la montre ana-digi WVA-300, première montre à énergie solaire à être radio-contrôlée. Cette performance a été rendue possible par divers développements technologiques poursuivis par Casio dans les domaines de la miniaturisation et de la basse consommation énergétique.

L'ambition analogique

Lancée en 2000, la marque Edifice démontre la nouvelle ambition de Casio dans le domaine de la montre analogique. Avec Edifice, Casio entend conquérir de nouvelles parts de marché dans un secteur qui représente, faut-il le rappeler, la part la plus importante du marché horloger mais dans lequel elle ne jouait jusqu'à présent qu'un rôle marginal. Pour y parvenir, Casio n'entend pas entrer en compétition frontale avec les horlogers suisses mais bel et bien capitaliser sur ses propres atouts spécifiques et sa maîtrise des technologies et des fonctions liées à l'électronique. S'adressant à un public jeune, actif, urbain, Edifice cherche à donner un nouveau visage analogique aux avancées technologiques réalisées par la marque. Composée uniquement de montres acier au design épuré et très contemporain, au rapport qualité/prix imbattable, la ligne Edifice va bientôt proposer trois gammes de montres spécifiques: la gamme d'origine, "Active Racing Line", inspirée des sports automobiles, la gamme "Solid Urban Line", la plus épurée stylistiquement, et la gamme "Advanced Marine Line", étanche à 200 mètres et inspirée, comme son nom l'indique, des sports nautiques.

Un modèle emblématique

A titre de démonstration des qualités particulières de la gamme Edifice, penchons-nous un instant sur un nouveau modèle emblématique qui concentre l'essentiel des avancées technologiques de Casio. Baptisé EQW-A1110DB-1ADR, ce chronographe est équipé des systèmes "Smart Access" et "Tough Movement". Qu'est-ce à dire plus précisément? Le système "Smart Access" a été conçu pour parvenir à exprimer les fonctions digitales sous une forme analogique. Il comprend une série de moteurs (jusqu'à cinq moteurs) qui pilotent indépendamment les unes des autres les aiguilles des heures, des minutes et des secondes. Cette "autonomie" des différentes aiguilles permet des affichages multifonctionnels d'une haute précision. Ces différentes fonctions sont sélectionnées et activées grâce à une couronne électronique qui rend cette opération facile, immédiate et intuitive. On peut ainsi passer instantanément d'un affichage horaire normal au mode chronographe (qui permet d'enregistrer jusqu'à dix temps intermédiaires), ou de basculer entre les différents fuseaux horaires, de passer automatiquement à l'heure d'été, ou encore d'afficher instantanément le temps universel coordonné (UTC).

Le système "Tough Movement", quant à lui, combine l'alimentation énergétique de la montre par énergie solaire, son radio-pilotage, un dispositif de correction automatique de la position des aiguilles en cas de décalage et une structure de monture hybride conçue pour une très grande résistance aux chocs. Dans le domaine de l'énergie solaire, Casio a accompli de grands pas en diminuant drastiquement l'énergie requise par la montre à tel point que celle-ci n'a plus besoin de l'apport supplémentaire d'une batterie mais comporte uniquement un accumulateur, la rendant parfaitement autonome (et écologique). Par ailleurs, le panneau solaire, intégré au cadran, est devenu totalement invisible. Cette autonomie est encore renforcée par le radio-pilotage multibande qui permet de capter les signaux horaires de six différents transmetteurs à travers le monde (deux au Japon, et un respectivement en Chine, aux USA, en Allemagne et au Royaume-Uni).

Technologie et design au service du porteur

Comme le disent les responsables de Casio, "le but n'est pas de mettre le maximum de technologie dans une montre mais d'employer la technologie pour faciliter la vie du consommateur". C'est dans ce même esprit qu'a été pensé le design de la gamme Edifice qui cherche à refléter avec la plus grande lisibilité et la plus grande pureté la technologie contenue dans la montre. Sur un axe vertical, sont disposés deux sous-cadrans carrés dont les lignes acérées accentuent l'aspect fonctionnel de la montre: à 12h on trouve la fonction 24h et à 6h se trouve l'indicateur des modes et fonctions sélectionnées, dont une fonction réveil. A 9h, une échelle verticale évoquant la jauge d'une voiture de sport indique la réserve d'énergie et l'activation ou la désactivation de la réception des signaux radio (gourmande en énergie). (...)

Lire l'article complet dans Europa Star N°315 ou sur www.europastar.com/premiere

«GPS-TIME» SELON L'ALLEMAND MORGENWERK

22 ans après la Junghans Mega 1 - la toute première montre-bracelet radio-pilotée -, une autre marque allemande, Morgenwerk, présente la Satellite Precision pilotée par GPS. Cette fois, le signal ne provient plus d'ondes radiodiffusées par six horloges atomiques fixes, mais par 30 satellites GPS en orbite autour de la terre. Arne Maximilian Römer, designer de la marque de Hambourg, nous explique les défis techniques de cette technologie naissante.

Europa Star: L'avantage?

Arne Maximilian Römer: «L'heure exacte sur la toute surface du globe et automatiquement ajustée au fuseau horaire correspondant. Notre montre haut-de-gamme capte même d'autres informations pour afficher, sur son écran digital noir, les coordonnées géographiques, une boussole, l'altitude, etc.». Nos montres GPS passionneront les amateurs de haute précision.

Qu'est-ce qui distingue cette montre de ses concurrents?

Un design sobre qui cache son contenu technologique. Puis, en déplaçant les antennes sur les deux entrecornes, nous avons réduit l'épaisseur à 14 mm.

L'autonomie, c'est semble-t-il le grand défi?

Imaginez, les montres GPS digitales dédiées aux activités sportives doivent se recharger après une demi-journée d'utilisation! Pour résoudre le problème, nous avons implanté une batterie ultra performante et développé un mouvement à quartz thermocompensé dont la précision atteint +/- 3 s par mois, ce qui réduit sensiblement la «correction». Ce comportement économise beaucoup d'énergie de réception à l'antenne, de sorte que la batterie de nos modèles assure une autonomie maximale de 18 mois. Ensuite, via un chargeur solaire externe, donc sans problème de compatibilité de prises de courant on peut simplement recharger la montre.

Lire la suite dans Europa Star N°315 ou sur 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**

A LIRE EGALEMENT DANS CE NUMERO:

- Une interview exclusive de Francesco Trapani, ancien CEO de Bulgari et actuel responsable de la division horlogère de LVMH, à propos de l'important lancement de la Bulgari Octo.
- Autre interview exclusive: Richard Mille nous parle des derniers développements stratégiques de sa marque.
- Quel est le prix d'une montre sertie de diamants? La réponse s'échelonne entre le stratosphérique et le très abordable.
- A l'occasion d'une importante exposition rétrospective au Château des Monts, au Locle, retour sur les plus de 120 ans d'histoire de la marque Doxa et aperçu de son actuel positionnement.
- De retour de la foire horlogère de Hong Kong, Paul O'Neil nous livre ses impressions, dévoile les modèles les plus marquants et analyse les derniers chiffres.
- La première partie de notre Focus sur l'Amérique Latine examine les challenges posés par ce vaste et complexe marché.

AU SOMMAIRE DU PROCHAIN NUMERO 6/12 D'EUROPA STAR, A PARAÎTRE LE 13 DECEMBRE 2012:

- En avant-première, les modèles et les tendances qui vont marquer les esprits lors de la prochaine "wonder week" horlogère genevoise: SIHH, GTE, salons privés.
- Les Arts et les Montres. Un ensemble d'articles explorant les rapports entre l'horlogerie et les arts, l'architecture, la danse ou le cinéma.
- Introduction d'une nouvelle rubrique régulière qui se penchera sur les aléas non seulement du service après-vente mais de la notion même de service au client, telle qu'elle s'applique de par le monde, pour le meilleur et parfois pour le pire.
- Et toutes nos autres nombreuses rubriques régulières...

Délais réservations publicitaires: 20 novembre 2012

Vos contacts:

Casey K. Bayandor • Tel. +41 22 307 78 37 • cbayandor@europastar.com
Nathalie Glattfelder • Tel. +41 22 307 78 37 • nglattfelder@europastar.com

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.horalatina.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 / HonaLatina.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