



Hauptausgabe

 L'Express/Feuille d'avis de Neuchâtel
 2001 Neuchâtel
 032/ 723 53 01
 www.arcinfo.ch

 Genre de média: Médias imprimés
 Type de média: Presse journ./hebd.
 Tirage: 16'783
 Parution: 6x/semaine

 N° de thème: 844.003
 N° d'abonnement: 844003
 Page: 2
 Surface: 234'218 mm²

«Non, l'horlogerie ne revit pas les années 70»



A Baselworld, la baisse de régime de la branche horlogère est dans tous les esprits, car la crise des années 70 est encore présente dans l'inconscient collectif des horlogers. DAVID AMPECHON

CRISE Comment l'horlogerie s'est-elle remise du désastre des années 1970? Les réponses de l'historienne Laurence Marti.

LUC-OLIVIER ERARD

Laurence Marti est historienne indépendante. Depuis 20 ans, elle livre études et monographies sur l'histoire industrielle de l'Arc jurassien.

Avec «Le renouveau horloger», elle publie un essai alimenté par ses nombreux travaux et livre ainsi une réflexion inédite sur les causes du redressement de l'horlogerie suisse après la crise des

années 1970.

Là où le sens commun tend à privilégier l'émergence de grands hommes et d'idées révolutionnaires pour mythifier un redressement qui, somme toute, reste exceptionnel, l'auteure montre, au contraire, que c'est la diversité des destins, des business plans et des choix technologiques qui a permis de voir émerger peu à peu

une nouvelle industrie de la montre.

A l'heure où les horlogers sont nombreux à chercher des pistes pour donner un nouveau souffle à leurs succès, Laurence Marti façonne une vision originale de l'histoire récente de la branche, qui autorise à tirer quelques enseignements.



Hauptausgabe

L'Express/Feuille d'avis de Neuchâtel
2001 Neuchâtel
032/ 723 53 01
www.arcinfo.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 16'783
Parution: 6x/semaine

N° de thème: 844.003
N° d'abonnement: 844003
Page: 2
Surface: 234'218 mm²

Dans les années 1970, l'horlogerie suisse est mise à genoux par une crise sur laquelle divers travaux se sont penchés. Vous avez planché, vous, sur ce qui a permis à l'industrie de se relever...

La relance de la branche horlogère doit être examinée sous deux aspects principaux. La reconfiguration des structures de production, et l'évolution du produit, autant du point de vue des modes de fabrication que

des méthodes de vente. Il y a d'abord une période de complet brassage, pendant laquelle on fait complètement éclater le produit «montre» tel qu'il existait jusque-là.

Les montres deviennent des accessoires de mode, qui s'adaptent à l'air du temps. On introduit la couleur, les matières plastiques, on revoit la forme, y compris, parfois, en proposant des montres qui ne se portent pas au poignet. Durant cette période, certains se mettent aux montres à quartz, d'autres gardent résolument une voie mécanique.

Il ne s'agit pas d'un univers dans lequel tout le monde pense la même chose. Rolex a très peu investi dans le domaine du quartz, persuadé qu'il y a encore de l'avenir dans la montre mécanique. Au contraire, SMH (l'un des ancêtres du groupe Swatch) estime très vite que la mécanique n'a plus aucun avenir, et n'investit plus dans l'horlogerie mécanique pendant au moins dix ans.

Il n'y a donc pas de solution toute faite qui émerge d'un coup.

Non. Ce que j'ai essayé de

montrer, c'est que c'est bien la diversité des modèles, l'exploration de nombreuses pistes qui a permis que des solutions émergent.

Ce n'est pas l'arrivée de Swatch?

La présence d'un grand groupe est importante dans le sens où elle donne une nouvelle impulsion, et que le produit qui en sort permet de redonner confiance à l'horlogerie suisse. Mais la coexistence de plusieurs modèles

d'entreprise permet qu'ils s'alignent l'un l'autre.

Comment, par exemple?

Au début des années 80, j'avais fait une première recherche, lors de l'apparition des grandes marques du luxe. A l'époque, tout le monde horloger helvétique considère que ces gens «n'y connaissent rien», qu'ils n'ont pas de tradition horlogère.

Vingt ans plus tard, toutes les marques avaient réfléchi à la manière de lancer des boutiques, de se situer dans le monde du luxe. Cette diversité d'approches permet d'imaginer qu'on peut faire des montres de luxe, inventer des moyens pour les produire et les écouler.

Une marque comme Ebel ouvre une boutique à une époque où cela est inimaginable. Tandis que des petites marques se créent pour se lancer à fond dans la mécanique, et sortent des complications, des montres squelettes incroyables qu'on ne pensait plus du tout voir...

Qu'est-ce que cette crise nous apprend sur la situation d'aujourd'hui?

On ne se trouve pas du tout de-

vant le même cas de figure. Tant que la volonté de distinction et les différences de fortune existent, les objets de luxe seront recherchés. Et le luxe, c'est un marché de niche, donc relativement protégé. On peut se demander si ce sera toujours la montre qui sera l'objet de luxe par excellence, mais nous ne faisons pas face à l'effondrement de toute une production comme cela s'est passé dans les années 1970. La Suisse produisait alors en masse

des montres pas forcément d'une qualité exceptionnelle. La référence, c'était la précision. Au moment de l'arrivée de la montre à quartz, qui est en elle-même «précise», cette référence disparaît, il faut en trouver une autre.

Comment jugez-vous la législation sur le «swiss made», à cet égard?

Je crois que c'est ce qui a permis l'internationalisation de la production, mais en même temps les limites qu'il impose ont permis de maintenir une industrie en Suisse. Le Swiss made, on en a fait un label de référence, ce qui fait qu'on ne peut plus vraiment faire de montre de luxe ailleurs qu'en Suisse. Et ce n'est pas une question technique. Le succès de la montre mécanique a permis de créer un univers autour d'un objet a priori obsolète, en lui donnant une valeur, en l'ancrant dans une tradition.

Dans l'Arc jurassien, d'autres industries s'installent. Est-ce que la crise horlogère y est pour quelque chose?

Je crois qu'elle a eu un effet.



Hauptausgabe

L'Express/Feuille d'avis de Neuchâtel
2001 Neuchâtel
032/ 723 53 01
www.arcinfo.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebdo.
Tirage: 16'783
Parution: 6x/semaine

N° de thème: 844.003
N° d'abonnement: 844003
Page: 2
Surface: 234'218 mm²

Cette nébuleuse qu'était l'industrie horlogère a connu des concentrations, mais il y a aussi tout un réseau de fournisseurs qui ont dû se demander quoi faire alors que l'horlogerie, qui assurait 90% des commandes, s'est effondrée.

C'est à ce moment-là que l'industrie du décolletage s'est tournée vers la connectique, l'automobile, le médical, etc. Le réseau de fournisseurs s'est en quelque sorte éloigné de l'horlogerie, qui reste un client important, mais qui n'est plus le seul débouché.

Pour ce qui est des fournisseurs strictement horlogers, comme les fabricants de boîtes et de cadrans, ils ont été pour l'essentiel

intégrés à des grands groupes. De ce point de vue, on prive une partie du tissu industriel de sa matière, et c'est un danger.

Pourquoi?

L'innovation, pour émerger, demande de la rapidité, de la flexibilité. Ça ne veut pas dire que les grands groupes n'innovent pas, ils y mettent des moyens considérables. Mais ce qu'on a vu dans les années 80, c'est que ce sont les réactions rapides de petites entreprises qui ont permis de découvrir les voies du succès. Et ça, avec l'intégration de plus en plus grande des groupes du luxe, on est peut-être en train de le perdre.

L'un des points qui ressort de

mon livre, c'est que dans un premier temps, cet éclatement de l'industrie horlogère, que l'on ne voit pas dans d'autres industries en tout cas en Suisse, a été transformé en atout. Ce qui peut sembler préoccupant, c'est que désormais, cette intégration entraîne une uniformisation qui est peut-être un frein au renouvellement.

Le renouveau horloger, Contribution à une histoire récente de l'horlogerie suisse (1980-2015) Par Laurence Marti. Editions Alphil, Neuchâtel, 2017

DOSSIER COMPLET



Retrouvez l'ensemble de nos articles sur Baselworld et l'horlogerie, ainsi que toutes les news durant le salon à l'adresse baselworld.arcinfo.ch

Petite bibliothèque amoureuse de l'horlogerie

LIVRES L'univers des montres vous fascine et vous êtes curieux d'en savoir plus sur l'horlogerie? Nous avons demandé au libraire Vincent Belet, gérant du magasin Payot dans la Métropole horlogère, de vous concocter une petite liste pour bien débiter vos lectures.

HISTOIRE

Histoire de l'horlogerie à la vallée de Joux, Marcel Piguet, Editions Antoine Simonin, 2016. Réédition d'un ouvrage historique de 1895, augmenté de photos et d'une mise en contexte.

La conquête du temps – l'histoire de l'horlogerie des origines à nos jours. Dominique Fléchon, Flammarion, 2011.

PATRIMOINE

Les métiers de l'horlogerie, Bernard Muller, Antoine Simonin. Editions de la Châtère, 2006. Un inventaire improbable des

métiers du temps, illustré par Mix et Remix.

Le Pays de Neuchâtel et son patrimoine horloger, présentation de Laurent Tissot et Jacques Bujard, préface de Jacques Hainard. Editions de la Châtère, 2008.

La montre mécanique et ses complications, Ryan Schmidt, Editions Bibliothèque des Arts, 2016.

Finition et décorations horlogères, Caroline Sermier et Giulio Papi, Editions Auderemars Piguet, 2006. Les auteurs réclament une prise de conscience sur l'existence de finitions industrielles vendues comme artisanales. Une problématique

qui reste actuelle avec les progrès des machines!

DICO

Dictionnaire de l'horlogerie, Fritz von Osterhausen, Editions Art et Images, 2014. Pièces, techniques d'usinage, mécanismes, machines, outils, formes: près de 3000



Hauptausgabe

 L'Express/Feuille d'avis de Neuchâtel
 2001 Neuchâtel
 032/ 723 53 01
 www.arcinfo.ch

 Genre de média: Médias imprimés
 Type de média: Presse journ./hebd.
 Tirage: 16'783
 Parution: 6x/semaine

 N° de thème: 844.003
 N° d'abonnement: 844003
 Page: 2
 Surface: 234'218 mm²

mots horlogers.

TOURISME

Les maîtres du temps – l'aventure horlogère de Genève à Bâle, Jean-Robert Probst, Editions Cabédita, 2016. De Genève à Bâle, les lieux emblématiques de l'horlogerie.

POLAR

La pendule du souvenir et La montre disparue, Thierry Amstutz, Slatkine, 2016.

LE CLIN D'ŒIL DE BASELWORLD

Alain Berset au micros



DAVID MARCHON

Hier à Bâle, le conseiller fédéral Alain Berset a parcouru le salon de l'horlogerie à l'occasion de son ouverture au public.

Dans son discours, au moment de couper le ruban, Alain Berset a rappelé que peu d'autres secteurs économiques ne sont autant associés à la Suisse et à son mode de vie.

Le ministre a salué à travers l'horlogerie «une certaine philosophie du travail sans lequel il n'y aurait pas d'excellence».

HYT L'as de l'heure liquéfiée fait scintiller la mécanique.

Brillance à remontage manuel

Comme si donner l'heure avec un fluide ultra-techno ne suffisait pas, HYT décline sa maîtrise de l'heure liquéfiée. Cette fois, c'est la mise en valeur des mécanismes qui monte d'un cran dans le nouveau modèle H4.

Le fluide phosphorescent peut être éclairé par LED, grâce à une microgénératrice composée d'un fil de cuivre et de quelques minuscules aimants. Après avoir remonté le ressort grâce à la couronne, comme pour une montre manuelle, on peut libérer cette énergie pour un éclairage de quelques secondes. Ce mécanisme présenté en début d'année

est déjà amélioré, puisque grâce à des LED bleues, la lumière permet d'éclairer le mécanisme par la phosphorescence de micro-particules prises dans la masse du cadran transparent. Pour acquiescer cette nouveauté, il vous faudra déboursier 95 000 francs. On n'est pas près de voir un tel mécanisme, très complexe, dans une montre d'entrée de gamme... mais un modèle plus simple est aussi lancé: la H0 (moins de 40 000 francs). Une impressionnante glace, presque une boîte saphir, permet de voir le trajet du liquide, et le cadran est en ivoire... de mammouth.



La H4 Néo, de HYT. SP



Hauptausgabe

L'Express/Feuille d'avis de Neuchâtel
2001 Neuchâtel
032/ 723 53 01
www.arcinfo.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebdom.
Tirage: 16'783
Parution: 6x/semaine

N° de thème: 844.003
N° d'abonnement: 844003
Page: 2
Surface: 234'218 mm²

CARNET DE BÂLE

ZENITH

Un El Primero «dopé» au carbone



KEYSTONE

«Une nouvelle attitude.» Patron du pôle horloger du groupe LVMH – propriétaire des marques Zenith, TAG Heuer et Hublot –, **Jean-Claude Biver** (photo Keystone) veut engager une synergie. «Pas une synergie des marques, mais de gens», relève-t-il. C'est ainsi qu'une équipe s'est mise au travail pour développer le nouveau modèle de Zenith. Le résultat est bluffant. Le modèle Defy est équipé d'un mouvement El Primero nouvelle génération. «Un mouvement basé sur les mathématiques, qui n'a rien à voir avec ce qui existe», dit le boss. Outre qu'il peut mesurer un temps court au 100e de seconde, son spiral est en composite carbone à matrice nano tubes de carbone, un matériau breveté. Alors que le mouvement El Primero d'origine battait à 36 000 alternances/heure, le nouveau-né pulse 10 fois plus vite. «Zenith est ma dernière marque», confie Jean-Claude Biver. Il entend, avec l'aide tout le groupe, l'amener au sommet. **DAD**

LANG & HEYNE

La tradition horlogère saxonne

La Saxe est le royaume de l'horlogerie allemande. La jeune marque Lange & Heyne est née en 2001. Elle présente aujourd'hui des montres-bracelets de très haut de gamme. Entièrement faites maison, à l'exception du spiral et des pierres précieuses. La marque en produit aujourd'hui une cinquantaine par année «Nous sommes très fiers de notre indépendance», confie Marco Lang, horloger et un des fondateurs de la société installée à Dresde. Toutes les pièces sont à remontage manuel. La dernière, de forme carrée, affiche heure et minute, ainsi qu'une seconde excentrique à 6 heures. Les platines et les rouages sont en or. Prix d'entrée de cette nouvelle collection: un peu plus de 28 000 francs. «Nous travaillons comme des horlogers du 19e siècle avec certaines techniques du 21e siècle», précise l'horloger. L'équipe, treize personnes au total, est amenée à pratiquer divers métiers. «La construction, chez nous, ne se fait pas avec un kit», conclut Marco Lang. **DAD**



SP



Hauptausgabe

 L'Express/Feuille d'avis de Neuchâtel
 2001 Neuchâtel
 032/ 723 53 01
 www.arcinfo.ch

 Genre de média: Médias imprimés
 Type de média: Presse journ./hebd.
 Tirage: 16'783
 Parution: 6x/semaine

 N° de thème: 844.003
 N° d'abonnement: 844003
 Page: 2
 Surface: 234'218 mm²


LONGINES

Le choix de Kate Winslet

Longines célèbre cette année les 60 ans de son modèle Flagship. Pour l'occasion, la maison de Saint-Imier, propriété de Swatch Group, dévoile une réinterprétation de cette pièce. «*Le cadran a été choisi par Kate Winslet elle-même quand elle est venue visiter Longines en mai de l'année dernière*», explique Florie Maugeon, responsable des relations publiques pour la Suisse. L'actrice britannique, rendue célèbre par son rôle dans «Titanic», est ambassadrice de la marque depuis 2010. Le modèle Flagship, dans sa version acier, est limité à 1957 pièces. Son prix est de 1910 francs. Cette année, Longines dévoile aussi une nouvelle collection, Record. Les modèles sont équipés de mouvements automatiques, «avec un spiral en silicium», relève Florie Maugeon. Ce qui lui donne «une qualité de fonctionnement irréprochable. Toute la collection est certifiée Cosc.» Elle est destinée aussi bien aux hommes qu'aux femmes. Prix d'entrée: 1840 francs. **DAD**

PEOPLE

Le docteur Shepherd à Bâle pour Jack Heuer



L'acteur et pilote de course américain Patrick Dempsey était hier à Bâle. Ambassadeur de Tag Heuer, il est venu au salon pour présenter un court-métrage en hommage à Jack Heuer, dans lequel il joue, et pour lequel il est pour la première fois passé derrière la caméra, indique la marque. Le projet cinématographique met en scène celui qui est surtout connu, en Europe, pour incarner le fameux docteur de la série Grey's Anatomy. On le voit au volant d'une MGA rouge, rappelant la première voiture que Jack Heuer a reçue de son père lorsqu'il fut le premier de la famille à obtenir son diplôme – celle qui a fait naître son amour pour la course. À l'écran, l'acteur porte une édition spéciale Autavia 55th Anniversary. «To Jack» était présenté aujourd'hui en avant-première à Baselworld, alors que TAG Heuer dévoile son édition spéciale Autavia 55th Anniversary, une réédition de la célèbre Autavia, mythique chronographe de pilote, conçu par Jack Heuer en 1962.