

HEURE

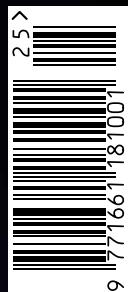
■■■■■ SUISSE

SOUS LA LOUPE:

GRAFF



HEURE SUISSE EST SUR IPAD



N° 125 - PRINTEMPS 2014 - CHF 12.- / EUR 10.-

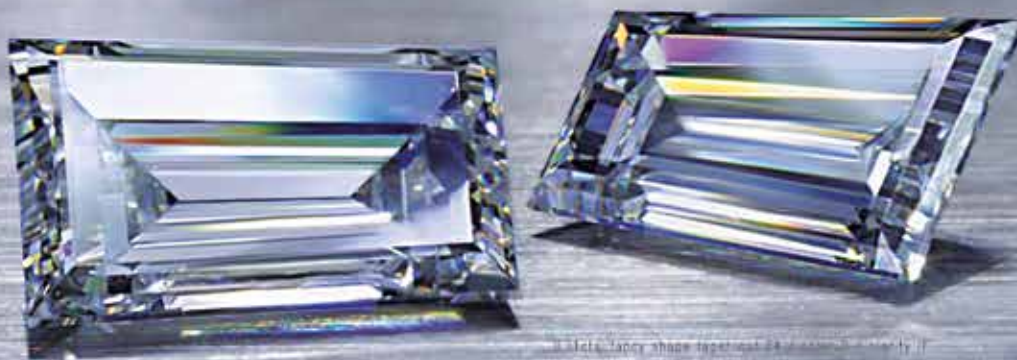


MADemoiselle PRIVÉ CHANEL

Fleur fétiche de Mademoiselle Chanel, le camélia délicat qui décore le cadran en un fin dégradé de couleurs a été brodé par les mains d'or de la Maison Lesage selon la technique traditionnelle de la « peinture à l'aiguille ». Cette œuvre exceptionnelle a été récompensée en 2013 par le Grand Prix d'Horlogerie de Genève dans la catégorie « Métiers d'Art ». Édition limitée à 18 exemplaires numérotés. Boîtier en or blanc de 18 carats serti de 642 diamants (~ 3,55 carats).



FROM THE HEART OF THE EARTH TO THOSE OF YOUR CLIENTS



VOEGELI & WIRZ

SWISS DIAMOND MANUFACTURER

— SINCE 1918 —

**Rédaction, administration
et service des abonnements:**

Promoédition SA
Rue des Bains 35
Case postale 5615 – 1211 Genève 11
Tél. +41 (0)22 809 94 60
Fax +41 (0)22 781 14 14
E-mail: redaction@heure-suisse.com
Internet: www.heure-suisse.com

Editeur délégué et chef d'édition:
Roland Ray

Rédacteur en chef:
Joël A. Grandjean
E-mail: j.grandjean@heure-suisse.com

Joaillerie et shopping:
Odile Habel
E-mail: didiabel@gmail.com

Ont collaboré à ce numéro:
Emmanuel Alder – Olivier Broto
Albert-J. de Buttes-LaCôte
Marc Antoine Charbel Fayad – Lysiane Gagnon
Loréan Khipas – Olivier Müller
Fabrice Mugnier – Eric Othenin-Girard
Roland Ray – Myriam Scherly
Gérard Sermier – Nevada Tegin
Arnaud Thomelin – Vanessa Weill

Secrétaire de rédaction:
Viviane Cattin

Mise en page et photolitho:
Atelier Promoédition / Jérémy Debray

Refonte maquette 2014:
Jérémy Debray / Atelier Promoédition

Production et marketing:
Florence Ray
E-mail: f.ray@quorum-com.ch

Publicité:
Médiapresse Pub SA
Christian Nicollier
Voie du Charriot – 1003 Lausanne
Tél. +41 (0)21 321 30 64
Fax +41 (0)21 560 55 00
E-mail: heure@mediapresse.ch

Impression:
SRQ-Kundig / Genève-Versois

Diffusion:
Kiosques et abonnés
Prix au numéro:
CHF 12.– / EUR 10.–
Abonnement (Heure et JSH):
6 numéros: CHF 60.– / EUR 50.–
12 numéros: CHF 110.– / EUR 90.–
Contact: Maïssa Naufal
E-mail: abo@promoedition.ch

Tirage 2014:
21 250 exemplaires
(dont 8550 exemplaires en allemand)
Tirage augmenté pour les éditions spéciales
SIHH, Baselworld et EPHJ-EPMT-SMT.

ISSN 1661-1810

Heure Suisse fait partie du réseau
«Heure International»

© 2014, Promoédition SA
La reproduction, même partielle, des articles, photos et
illustrations parus dans «Heure Suisse» est interdite sous
toutes ses formes éditoriales ou électroniques.

RÈGLES NON ÉCRITES

Le salon Baselworld est un héritage. C'est peu à peu que l'horlogerie s'est installée dans ces murs alémaniques, à Bâle. Au départ, il s'agissait d'une simple foire, du genre Salon des arts ménagers, à Genève, ou Comptoir vaudois, à Lausanne. Puis, les horlogers s'y sont rendus toujours plus nombreux, armés de leurs échantillons, ces montres conçues durant les longs hivers. Encore aujourd'hui d'ailleurs, la manifestation se situe à l'orée du printemps. C'est historique. En 2014 et depuis plusieurs décennies, ce salon est le plus grand rassemblement horloger au monde. S'il a longtemps eu, outre son aspect commercial, une dimension culturelle qui permettait au public de percevoir la diversité du secteur, ses nombreuses marques et la richesse de ses acteurs, il est aujourd'hui plus que jamais le reflet d'une réalité de marché. Ainsi, en 2012, avant les grands travaux de transformation, on trouvait encore plus de 70 enseignes dans la fameuse Halle 1, l'endroit qui reste celui où il faut être. Dès 2014, ce ne sont plus qu'une trentaine de marques qui y subsistent. Non pas que les autres aient disparu, mais la cherté de l'espace réorganisé a fait le tri. Donc, le spectacle actuel offert dans ce sacro-saint périmètre est la traduction en mètres carrés d'exposition d'une situation économique où les plus grands, les groupes – Swatch Group en tête – et quelques indépendants tels que Patek Philippe, Chopard ou Rolex, comme dans la fin d'une partie de Monopoly, ont pris leurs aises. Les moyens et les plus petits n'ont pu y rester, même ceux qui disposaient de privilèges historiques. Le parti pris est logique. L'horlogerie n'est-elle pas avant tout perçue dans sa dimension économique? Quant à l'organisateur, le groupe MCH, n'est-il pas coté en Bourse? Pourtant, la dimension culturelle de cette horlogerie, miraculeuse survivante des périodes de crise, mériterait d'être plus au cœur des enjeux. Elle est faite de multiples acteurs dont la créativité et la capacité à innover ne sont dictées ni par leur notoriété ni par l'état de leur trésorerie. Or, en fin de compte, ce sont les dimensions d'ordre culturel qui motivent les envies d'acheteurs venus du monde entier. C'est aussi en raison de ces valeurs, preuve que l'idéalisation fait partie du jeu, que les performances ne cessent d'être revues à la hausse. Le propre des héritages, c'est d'avoir été légués entourés d'un faisceau de règles éthiques, souvent non écrites. Plus que des règles, des vœux qui, au fond, face à la logique économique pure et dure, finissent par s'estomper et sombrer dans l'oubli. Étonnant, cette propension à oublier ce concentré de valeurs, garant de bonne santé.



© Elisabeth Ngo Ndjeng / T&G Press +41

Joël A. Grandjean, rédacteur en chef



Breguet, créateur.

Classique Hora Mundi 5717

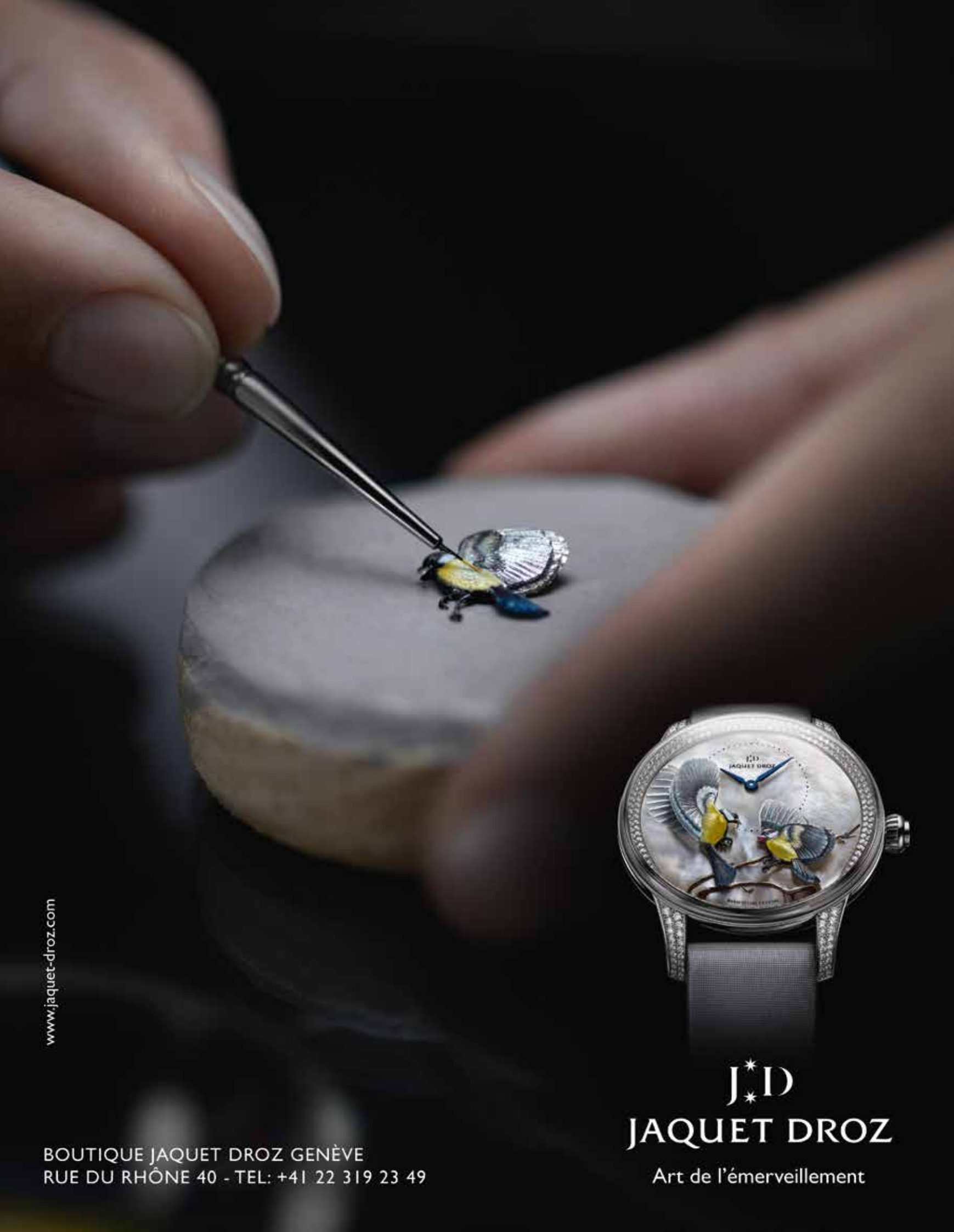
Comme une invitation au voyage, au gré des continents et des océans illustrés sur son cadran finement guilloché à la main et laqué, la Classique Hora Mundi est la première montre mécanique à fuseau horaire instantané. Grâce à un système breveté de mémoire mécanique à deux cames en forme de cœur, elle indique instantanément la date et l'heure du jour ou de la nuit d'une ville sélectionnée à l'aide du poussoir. L'histoire continue...



Breguet
Depuis 1775



BOUTIQUES BREGUET - 40, RUE DU RHÔNE GENÈVE +41 22 317 49 20 - BAHNHOFSTRASSE 1 GSTAAD +41 33 744 30 88
BAHNHOFSTRASSE 31 ZÜRICH +41 44 215 11 88 - WWW.BREGUET.COM



www.jaquet-droz.com

BOUTIQUE JAQUET DROZ GENÈVE
RUE DU RHÔNE 40 - TEL: +41 22 319 23 49



J^{*}D^{*}
JAQUET DROZ
Art de l'émerveillement



P.3 ÉDITO

Règles non écrites.

P.13 ACTU HORLOGÈRE

L'économie du Grand Genève avec Fabio Bonavita, p. 13

Cvstos s'inspire de Gustave Eiffel, p. 13

A Baselworld, les indépendants s'organisent, p. 14

P.16 RED CARPETS

Muses et musique, les voix de l'horlogerie.

P.21 LANCEMENTS

Modèles arrivés sur le marché ou à découvrir à Bâle.

P.34 NOUVEAUTÉS

VicenTerra, Luna: Vincent Plomb décroche la Lune, p. 34

François-Paul Journe séduit les femmes, p. 36

Chopard L.U.C 1963: pur chronomètre, p. 38

Lady 8 de Jaquet Droz: le premier modèle 100% femme, p. 40

Première mondiale Omega: l'orange s'invite en céramique, p. 42

P.44 SOUS LA LOUPE

Les montres Graff, ADN diamant. On le surnomme «the King of Diamonds» – le roi du diamant: le nom de Laurence Graff rime avec les plus beaux bijoux de monde et sa réputation joaillière n'est plus à faire. Depuis 2008-2009, la marque est entrée en horlogerie, par la porte des complications. Tant en nombre de pièces que du point de vue du catalogue original des calibres, Graff Luxury Watches ajoute la dimension horlogère à son aura. Cette année, pour la première fois depuis sa création, la marque quitte l'hôtel bâlois où elle présentait ses produits pour exposer à Baselworld. Et pas n'importe où, s'il vous plaît, directement en Halle 1.

P.48 SALONS

Baselworld: le nombril horloger de la planète.

P.50 SAGA

Jubilé: 180 ans de Jaeger-LeCoultre, flash-back.



WENGER®

Made in Switzerland



SEAFORCE
01.0643.103



www.wenger.ch





© David Cartier / Delos Communications



P. 92 JSH
Making of et décodage:
campagne coquine
chez Vincent Vaucher.

P.54 PORTRAIT

Brands & Roman: cabinet de curiosités réinventé.

P.56 MÉDIAS & COMMUNICATION

Didier Casagrande: imagineur, p. 56

Nicolas Voyame, horloger à tout faire, p. 64

P.69 CULTURE

Tradition Cartier, discret atelier à Genève, p. 69

Sélection de livres, p. 73

P.76 ÉVASION

Gérard Horlogerie: un Suisse à La Réunion, p. 76

Montréal: il y a encore des horlogers, p. 80

P.84 INTERVIEW

«Questions de temps»: Jean-Claude Biver à confesse.

P.86 B.A. - BA

Spirituel Barnabé Hossien: divines horloges.

P.88 JOAILLERIE

Les Perles de Chanel, une collection d'exception.

P.90 SHOPPING

Le plein de nouveautés pour les beaux jours.

P.95 INDEX

Marques, sociétés et institutions citées dans ce numéro.

P.96 CHRONIQUE

Confiances malmenées.



Sercab^{SA}
Proserto^{SA}
Val'Heure^{SA}

Artisans d'un
temps nouveau

www.sercab.ch www.proserto.ch www.valheure.ch





RARE EMOTION



luxury cases | watch winders | accessories


MCM
MILANO

When Details translate into Perfection

HONG KONG

KRIENS

PARABIAGO

ZHONGSHAN

KOLKATA



L'ÉMISSION ÉCONOMIQUE DU GRAND GENÈVE

Léman Bleu, la télévision régionale genevoise, vient de lancer une émission dédiée à ceux qui font l'économie genevoise. Deux fois par mois, le rendez-vous *3D ECO* permet d'aborder différentes thématiques, dont l'horlogerie. «C'est un sujet incontournable à Genève», confirme **Fabio Bonavita** (photo), rédacteur en chef et présentateur de l'émission, par ailleurs également rédacteur en chef du magazine romand *Affaires Publiques*. «Et le secteur horloger se porte bien, nous en évoquons régulièrement les enjeux. De manière plus générale,

l'émission a pour but de faire connaître ce qui se fait de bien à Genève, à travers un reportage, des témoignages sur le plateau et des brèves économiques qui apportent un éclairage chiffré sur la santé de l'économie genevoise. *3D ECO* est née de la volonté de rendre l'économie et l'entrepreneuriat humains et accessibles à tous.» Une belle initiative, amenée à s'inscrire de manière durable dans le paysage audiovisuel du canton. ●

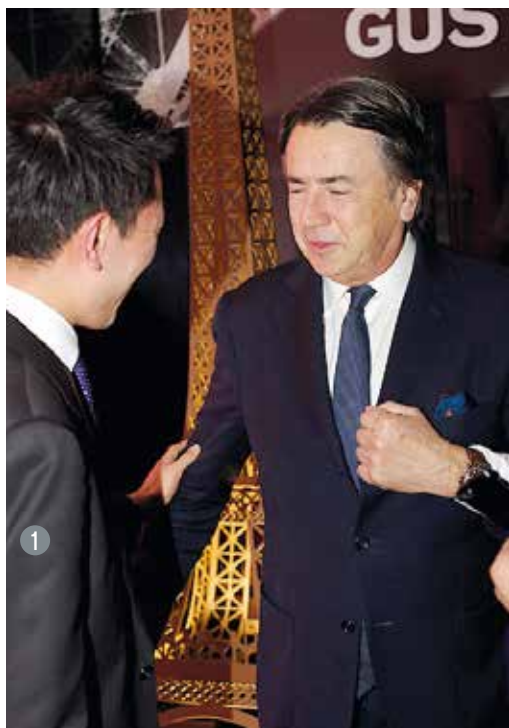
Roland Ray

www.lemanbleu.ch/emissions/3d-eco



CVSTOS, HOMMAGE À GUSTAVE EIFFEL

En marge du WPHH, le salon horloger du groupe Franck Muller, Cvstos présentait, en janvier, sa nouvelle édition limitée Gustave Eiffel (2). En hommage à ce magicien de l'acier et grâce à son descendant, **Philippe Coupérie-Eiffel** (1), la marque



lance une édition limitée de sa Jetliner Automatique. Pour Antonio Terranova, chef designer, il s'agissait de remettre en perspective l'homme et sa création. L'apparence du cadran évoque la vision qu'on peut avoir en se plaçant sous l'illustre tour. Un parti pris qui répond au vœu de Philippe Coupérie-Eiffel, gardien de la valorisation et de la mémoire de son aïeul à l'origine de plus de 300 ouvrages dans le monde, comme l'ossature de la statue de la Liberté à New York, l'achèvement du canal de Panamá ou encore le pont Maria Pia de Porto... C'est un ingénieur qui célèbre un autre ingénieur à travers une démarche créative, volontairement typée façon «haute couture horlogère». Une nouveauté à structure métallique qui coïncide, en 2014, avec le 125^e anniversaire de la tour. La fameuse croix de Saint-André, que Gustave Eiffel qualifiait de «beauté mathématique en toute simplicité», se retrouve omniprésente dans le

garde-temps. Jusque dans le traitement PVD bronze qui en évoque la couleur. Un florilège de détails évoquent les codes esthétiques dictés par Gustave Eiffel. Boîtier tonneau de 53,7x41 mm, acier 316-L ou PVD bronze, glace saphir, fond ouvert, calibre CVS 350 automatique, étanche à 100 m. 28 800 oscillations et 42 heures de réserve de marche, bracelet alligator doublé alcantara. En deux séries d'au moins 100 exemplaires — le nombre exact de pièces n'ayant pas été arrêté —, l'une couleur bronze et l'autre acier. ●

Emmanuel Alder

www.cvstos.com





SWISS CREATIVE LAB, GENÈVE ET BÂLE

Is seront à Bâle, non pas dans l'enceinte de Baselworld mais dans ses environs immédiats. Ludovic Ballouard, Edelberg, Jâmes C. Pellaton, Snyder Genève, Pierre Thomas Genève et WATCHe, en tout six indépendants réunis sous une commune bannière qui en dit long sur leur créativité et sur leur sens de l'expérimentation, seront rejoints par une bonne quinzaine de marques. A Genève, la veille de la Saint-Valentin, ils ont, en quelque sorte, orchestré une répétition générale devenue véritable événement. Dans le showroom Lamborghini, à quelques encablures du «triangle d'or» de Plan-les-Watches (Plan-les-Ouates), environ 200 personnes triées sur le volet se sont retrouvées... Au milieu de bolidés éparpillés alentour, totalement assagis, dont les couleurs mythiques évoquent rien qu'à les toucher du regard quelques vrombissements. Leurs garde-temps ou leurs accessoires ont régalié une peuplade de Genevois enchantés: collectionneurs, journalistes, cotraitants



Six marques indépendantes: (de g. à dr.) Michel Dawalibi (Jâmes C. Pellaton), Carlo Enea Naldi (Edelberg), Ludovic Ballouard, horloger indépendant, Luc Pellaton (WATCHe), Bernard Dick (Snyder Genève) et Thomas Engeler (Pierre Thomas Genève).

et, bien sûr, des curieux. C'est d'ailleurs au contact de cette frange que se situent les plus belles expériences de transmission de passion, preuve que l'attractivité de l'horlogerie demeure à elle seule le clou du spectacle. Comme dans tout regroupement de «matières humaines», le plus dur reste le ravalement des egos et l'apprentissage du vivre ensemble. On sent que cette équipe, présoudée lors d'une première exposition vécue en Chine comme un baptême du feu, est bien décidée à offrir aux étranglements que les groupes et les grands verrouilleurs de marché leur imposent, une réponse constructive. Finalement, si l'union épuise, car il ne suffit plus de s'investir que pour soi-même, elle fait aussi la force. Carlo Enea Naldi, fondateur de la haute manufacture Edelberg, une marque d'instruments d'écriture et d'accessoires en parenté avec l'horlogerie au niveau des matériaux, s'est mué en porte-parole et en rassembleur de troupes. Au point de prendre le risque, c'est un entrepreneur, de louer 380 m² sur trois étages, au Ramada Plaza Hotel, le palace le plus proche de l'entrée principale de la Halle 1 à Baselworld. Oh, non pas dans un esprit de

rébellion, mais dans celui de survivre, d'exister. Ainsi, les six marques unies dans l'événement genevois deviendront 20 marques. Armées de leurs collections, de leur détermination à en découdre avec de nouveaux marchés, ces enseignes continueront à faire parler d'elles. Entrée libre, du 27 mars au 3 avril 2014, Bâle. ● Joël A. Grandjean / TàG +41

www.swisscreativelab.com

Photos © Jean-François Würlod



Ancien ministre de l'économie à Genève, Carlo Lamprecht, président du GPHG, le Grand Prix d'horlogerie de Genève, avait fait le déplacement avec son épouse.





WORLD'S
FIRST



THE HYDRO
MECHANICAL
HOROLOGISTS

HYT

HYT a conçu le premier garde-temps réunissant haute horlogerie et mécanique des fluides. Le modèle H2, né d'une vision partagée avec Audemars Piguet Renaud & Papi, renferme un mouvement mécanique unique au monde - doté de 8 jours de réserve de marche - qui actionne le module et l'affichage des heures par des fluides.

HYT - Une nouvelle ère de l'Horlogerie commence.

GENÈVE: Montres Prestige | LAUSANNE: Ouranos | PARIS: Chronopassion | LONDRES: Kronometry 1999
HONG KONG: Elegant Watch | NEW YORK: Cellini | BEVERLY HILLS: Westtime | MEXICO DF: Berger Joyeros
TOKYO: Noble Styling Gallery

HYTWATCHES.COM



ÉCLATS DE VOIX SUR FOND DE TROPHÉES MUSICAUX

Décidément, les marques horlogères suisses sont partout. Y compris dans les coulisses des shows musicaux. Une nouvelle race d'ambassadeurs...



© 2014 WireImage



G COMME GRAMMY AWARDS ET GUCCI

Amême pas 30 ans, l'auteure compositrice interprète de Kansas City, **Janelle Monáe** (1, à g. et 3), égérie de la soul music américaine, cultive un look néo-vintage. Son allure androgyne, surmontée d'une touffe de cheveux afro sur le haut du crâne, enrobe une artiste belle et talentueuse. Sa voix à grains fait vibrer les charts avec les extraits de ses deux albums, *The Electric Lady* et *The ArchAndroid*. Une artiste qui monte, jusque sur la scène des Grammy Awards où elle se fait interviewée par **Bob Santelli** (1, à dr.), le directeur de l'événement, arborant à son poignet la nouvelle **GRAMMY® Interlocking** (4), une montre en série limitée lancée cette année par Gucci. Comme la célèbre statuette en forme de gramophone qui récompense les lauréats, ce garde-temps a été réalisé en **GRAMMIUM®**, un nouvel alliage mis au point par **John Billings** (2), un artisan qui crée à la main les courbes de l'illustre trophée. ●



1

B COMME BEYONCÉ ET BOUCHERON

La règle de quatre? Née un 4 septembre – on taira l'année –, mariée un 4 avril (04.04) avec Jay-Z, lui-même né un 4 décembre, il semble presque normal que la diva américaine **Beyoncé** (photos), dont le précédent album s'intitule *4*, craque pour la bague de la maison Boucheron baptisée **Quatre** (1). Elle la porte régulièrement depuis la sortie de son dernier album, simplement nommé *Beyoncé*, et durant sa tournée mondiale, le «The Mrs. Carter Show World Tour». Evidemment, ça ne se remarque pas forcément du premier coup d'œil, vu que la belle offre un panel de panoramas à dévisager et à scruter bien avant que l'on ne se soucie de son index. ●



© 2013 Kevin Mazur

© 2013 Kevin Mazur



(De g. à dr.) Sandra Bauknecht, François-Henry Bennaïm et Florence Jacquinot.

OUVERTURE À ZÜRICH POUR AUDEMARS PIGUET

On savait que le carnet d'adresses de **François-Henry Bennaïm** (1, au milieu), le nouveau patron d'Audemars Piguet, regorgeait de people. En tout cas lorsqu'il était à New York. L'enfant prodige étant de retour à la Vallée, nul doute qu'il n'a pu s'empêcher de sourire en voyant défiler les stars locales alémaniques, ces visages qui ponctuent l'actualité VIP outre-Sarine. Car c'est bien au 32 de la Bahnhofstrasse, dans le Zurich passant et luxueux, que la marque vient d'ouvrir sa dernière boutique. Ouf, la beauté gracieuse et la voix de **Melissa Bon** (2), connue en Francophonie suite à son passage dans l'émission *The Voice*, ont certainement pu lui faire oublier, le temps d'une chanson, son américaine nostalgie. Plus encore, l'incroyable talent de **Nicole Bernegger** (3), une soul singer à la voix black dans un corps de Suissesse blonde, a dû le transporter dans les faubourgs de Harlem tout en lui indiquant qu'il a fait le bon choix en rejoignant les helvètes terroirs. ●



Olivier Audemars, membre du Conseil d'Administration d'Audemars Piguet, Nicolas Kappenberger, directeur général Suisse & Europe de l'Est d'Audemars Piguet, Guido Zumbühl, directeur général du groupe Bucherer, et le photographe Dan Holdsworth.



Oliviero Bottinelli, directeur général Asie-Pacifique d'Audemars Piguet.



Le top model Zoe Torinesi et le chef Philippe Rochat.

Ronald Sauser et Silvia Affolter.



Photos © Alexandra Pauli





À LONDRES, LES BRIT AWARDS

Manifestation en direct, relayée télévisuellement sur le plan mondial – plus de 22 millions de téléspectateurs –, les Brit Awards récompensent la crème de la scène musicale du moment, zestés branchouille, indiquant les tendances et révélant les artistes à venir. Au passage, ceux-ci reçoivent, pour ceux qui sont primés, un garde-temps Raymond Weil spécifiquement frappé du sceau de la cérémonie. Cette année, en février, sur les 75 montres Freelancer offertes par Raymond Weil, le partenaire officiel des Brit Awards, voici quelques heureux élus qui en gagnèrent une: **Emeli Sandé** (1), **Ben Howard** (2), **Louis Smith** (3), **Rafe Spall** (4), **Ed Sheeran** (5), le groupe **One Direction** (6), **Tom Daley** (7), Tom Odell, Robbie Williams, Justin Timberlake, Bryan Ferry, Calvin Harris, Taylor Swift, Mumford & Sons, Delilah, Jake Bugg, Ne-Yo, Plan B, Labrinth, Simon Pegg, le groupe Alt-J, Jessie Ware, Greg James... ●



THE MASTERGRAFF ULTRA FLAT
THE WORLDS THINNEST FLYING TOURBILLON

GRAFF

THE MOST FABULOUS JEWELS IN THE WORLD

29 RUE DU RHÔNE, 1204 GENEVA TEL +41 22 819 6060
THE ALPINA GSTAAD, 23 ALPINA STRASSE, 3780 GSTAAD TEL +41 33 744 7480
GRAND HOTEL PARK, 29 WISPILENSTRASSE, 3780 GSTAAD TEL +41 33 744 9700

WWW.GRAFFDIAMONDS.COM



MONTBLANC

TimeWalker Extreme Chronograph DLC

Du boîtier au cadran en passant par le bracelet, Montblanc habille de noir sa célèbre TimeWalker. Ce chronographe, recouvert d'un revêtement DLC de type Black 4, propose des affichages sur différents plans. Le niveau médian, qui occupe le centre et la périphérie du cadran, s'orne d'un délicat motif étampé, composé de fines rainures qui décrivent une forme de cercle.

Le rehaut, qui affiche l'échelle des secondes du chronographe grâce à la fine aiguille centrale, se subdivise en quarts de seconde clairement visibles. Les compteurs, eux, se positionnent à 6 h, 9 h et 12 h. Sportive et camouflée, cette montre au look carbone se porte en toute circonstance grâce aussi à un bracelet composite caoutchouc et veau avec surpiqûre ton sur ton. ●



PIAGET

Altiplano 900P

Un nouveau record de finesse pour Piaget! La maison repousse une fois encore les limites de l'horlogerie en dévoilant une montre mécanique de 3,65 mm d'épaisseur seulement. Si certaines de ses pièces sont plus fines qu'un cheveu, ce modèle n'en demeure pas moins fiable et résistant. Les horlogers de Piaget ont, en effet, pensé cette montre différemment. La distinction entre le mouvement et l'habillage est résolue, les trois éléments qui constituent une montre ont fusionné pour ne former qu'une seule et même partie. Le fond de la boîte fait office de platine du calibre, au lieu de n'être qu'une simple coquille, et

l'affichage du cadran s'effectue au même niveau que les composants du mouvement. ●



**BASEL
WORLD**



CHRISTOPHE CLARET

Poker

Plus besoin de casino pour jouer au poker! Christophe Claret a mis au point une montre surréaliste et addictive pour collectionneurs avertis. L'horloger a développé un mécanisme qui intègre les 52 cartes, les règles et l'ensemble des combinaisons possibles dans une partie de poker pour trois joueurs simultanés. Les cartes sont distribuées aux joueurs à 6 h, 10 h 30 et 2 h 30, dans leurs guichets. Un système de persiennes orientées les rend invisibles pour les autres joueurs. Le poussoir à 10 h révèle le flop, un autre à 8 h dévoile le turn, puis la river. Un timbre cathédrale retentit à chaque pression des correcteurs flop et turn/river. Mais le spectacle technique ne s'arrête pas là: au dos de la montre se trouve une roulette, incarnée par la masse oscillante, qui permet de parier sur son chiffre fétiche! ●



VACHERON CONSTANTIN

Patrimony Traditionnelle Tourbillon 14 jours

Vacheron Constantin conjugue l'art de la complication et l'art du squelettage. La manufacture joue d'un double effet tridimensionnel, émanant à la fois de l'architecture du mouvement et de son décor d'inspiration gothique. Le cadran ouvre ainsi une profondeur impressionnante qui laisse apparaître les composants d'un mouvement à l'allure déstructurée. Mais, en réalité, la pièce ne laisse rien au hasard. Quatre barillets sont superposés deux par deux dans la partie supérieure du mouvement, générant davantage d'encombrement que dans la partie inférieure. La maison joue avec les volumes en architecturant son calibre par strates, créant ainsi une profondeur soulignée par les différents motifs de gravure. ●

AUDEMARS PIGUET

Royal Oak Offshore

La manufacture du Brassus abandonne complètement la partie chic du leitmotiv de sa montre octogonale Royal Oak, pour livrer un garde-temps ultrasportif et durement viril. Massive, imposante, dynamique et bien évidemment mécanique à tous les niveaux, la nouvelle Offshore reprend les codes de la montre originale de 1994 en apportant une touche de modernité.

Les poussoirs du chronographe et la couronne en caoutchouc ont été remplacés par de la céramique.

Le cadran est marqué d'un motif tapisserie, très présent chez Audemars Piguet, qui offre un jeu de lumière et de relief intéressant. Sur la variante présentée ici, l'orange des aiguilles de chronographe apporte une touche fraîche et énergique en contrastant avec le gris du boîtier en acier et le bleu royal du cadran et du bracelet caoutchouc! ●



CARTIER

Astrocalendaire

Ce quantième perpétuel créatif, associé à un tourbillon, démontre le talent de la maison Cartier à réinventer les plus grandes complications. Ses ateliers ont réalisé là un quantième perpétuel concentré à l'allure d'amphithéâtre, avec, en son centre,

un tourbillon volant emblématique de la marque. Visuellement, cette association multidimensionnelle inédite est captivante, elle aspire le regard de celui qui la porte. Cette innovation technique élimine les risques de casse lors du changement de date aux horaires déconseillés et permet également un réglage simple et rapide avec la seule couronne. Audacieux et inventif, ce modèle, au boîtier platine de 45 mm de diamètre, est édité en série limitée de 100 exemplaires. ●



BASEL
WORLD

DAVID VAN HEIM

Omina GMT

L'arrivée en 2014 de cette virile lookée technique chez David Van Heim s'inscrit dans la plus pure tradition du *Holland design* et d'une marque à l'esthétique attractive qui joue l'accessibilité.

Étanche à 30 m, sportive, la Omina GMT joue avec intelligence de ses alternances entre surfaces satinées et brillantes. Son double fuseau horaire

incite aux heures partagées, protégées par un verre traité saphir.

Protège-couronne technique, deux couronnes, cette boîte de forme existe en cinq versions, dont cette PDV or rose, cadran blanc et bracelet blanc en silicone naturel. Sur une plaque

arrimée au cadran par quatre vis, trône le logo de la marque. ●



A. LANGE & SÖHNE

Lange 1 Moon Phase

A. Lange & Söhne se renouvelle encore et toujours, tout en préservant ses codes esthétiques. Le charme inconditionnel d'une Lange 1 réside dans son cadran argenté dans la plus pure des traditions, avec ses deux affichages décentrés. En jouant sur cette force, la maison allemande a idéalement placé une phase de lune accompagnée d'une voie lactée dans le cadran des heures-minutes. Le boîtier, d'un diamètre de 41 mm, disponible en platine, or rose ou or jaune, est prolongé par un bracelet croco cousu main avec boucle ardillon. Prestigieuse et élégante, cette pièce à remontage manuel, offrant une réserve de marche de 72 heures, confirme la chevauchée de la marque vers les sommets de la haute horlogerie. ●



TF EST. 1968

Boutons de manchette «T-Mechanic Open Side»

Fidèle à ses codes identitaires, le mouvement et l'esprit ludique, la marque TF Est. 1968 décline ses célèbres boutons de manchette d'inspiration horlogère, façon transparence optimale: le tube en verre PPMA, traité saphir, résiste à toute rayure ou agression. Il laisse admirer les rouages d'un authentique calibre horloger, cette fois monté en ligne. De qualité allemande, le système de clip est stable, son clic franc et clair. Coloris acier, or rose plaqué et PVD noir. En peu de temps, les boutons de manchette TF Est. 1968, comme les autres accessoires – stylos, porte-clefs et même montres –, se sont fait une place dans plus de 500 points de vente autour de la planète. ●

BASEL
WORLD



PARMIGIANI FLEURIER

Tonda Metrographe

La marque se rajeunit avec cette montre sportive et décontractée destinée à une clientèle trendy et urbaine. On repère immédiatement la patte Parmigiani sur le boîtier de la Metrographe, avec ses cornes allongées et racées ainsi que sa forme presque ovale. Mais la véritable innovation esthétique se trouve sur le cadran. Simple à lire et dynamique, le chronographe propose deux compteurs qui forment un 8, recouverts de Superluminova pour une lecture en toute circonstance. Au choix, un bracelet acier pour renforcer le côté sportif ou une version cuir d'Hermès pour un rendu plus chic. Une montre résolument contemporaine aux finitions irréprochables, disponible à un prix défiant toute concurrence. ●

JAEGER-LECOULTRE

Master Ultra Thin Minute Repeater Flying Tourbillon

Si la perfection est atteinte, non pas lorsqu'il n'y a plus rien à ajouter, mais lorsqu'il n'y a plus rien à retirer, pour citer Saint-Exupéry, la onzième interprétation de la collection Hybris Mechanica en est la preuve mécanique. Cette répétition minutes ultraplate (7,9 mm) est équipée d'un tourbillon volant doté d'un balancier volant qui offre une visibilité intégrale sur l'organe réglant. Un spectacle offert à l'œil dans une perspective originale et radicalement différente de ce qu'il est habituellement donné de voir. Au niveau du poussoir qui fait sonner les heures, minutes et quarts d'heure sur demande, une clé de sol se dessine sur le cadran pour donner un petit côté «fashion». ●



BREGUET



Classique Tourbillon Extra-plat

La Classique Grande Complication Tourbillon Extra-plat de Breguet est un concentré de technologies. Habillée de platine, la montre affiche un tourbillon excentré doté d'une cage en titane, avec spiral et échappement en silicium. Son calibre bat au rythme de 28 800 alternances par heure, ce qui est considérable pour un tourbillon. Mais, grâce à un barillet haute énergie – qui a fait l'objet d'un

dépôt de brevet –, sa réserve de marche présente une remarquable autonomie de 90 heures. Logé dans un boîtier de 7 mm d'épaisseur, ce mouvement constitue l'un des tourbillons les plus plats au monde. Signature Breguet, le cadran en or argenté comporte quatre types de guillochures pour un rendu prestigieux. Le tour d'heures et de minutes est ainsi rehaussé d'un décor Clous de Paris et la bordure est en Grain d'orge. ● ▶





EPHJ

ENVIRONNEMENT
PROFESSIONNEL
HORLOGERIE
JOAILLERIE



EPMT

ENVIRONNEMENT
PROFESSIONNEL
MICROTECHNOLOGIES



SMT

SWISS MEDICAL
TECHNOLOGIES

SALON INTERNATIONAL

LEADER DE LA HAUTE PRECISION

HORLOGERIE JOAILLERIE - MICROTECHNOLOGIES - MEDTECH

LEADER MONDIAL DES
SAVOIR-FAIRE POUR
L'HORLOGERIE-JOAILLERIE



R E N D E Z - V O U S
DU 17 AU 20 JUIN

2014
G E N E V E



GAINERIE 91




 **BASELWORLD**
Stand J 50 - Hall 2.0
27 Mars - 3 Avril 2014

Sejac
Since 1976

www.sejac.fr
info@sejac.fr



www.packing91.ch
info@packing91.ch

GAINERIE 91 • 11 rue Mercure • 91230 MONTGERON • FRANCE
Tel : +33 (0)1 69 03 21 53 • info@gainerie91.com

www.gainerie91.com





BASEL
WORLD

ZENITH

El Primero Lightweight

Zenith continue de bousculer les codes! En 1969, la manufacture lançait El Primero, le premier chronographe automatique à construction intégrée. Quarante-cinq ans après, elle parie sur les nouveaux matériaux en sortant une version ultralégère de son chef-d'œuvre. Le mouvement est en titane et silicium, tandis que le boîtier se pare de carbone et d'aluminium céramisé. Le résultat: une diminution du poids d'un quart – 15 au lieu de 21 g –, à performances identiques. La montre est également plus résistante, sa boîte plus grande, son étanchéité renforcée et son esthétique (date, index, etc.) retravaillée. ●



BASEL
WORLD

SEIKO

Astron GPS Solaire

Le meilleur ami du globe-trotteur! Etre à l'heure partout sans avoir besoin de régler sa montre, c'est le rêve de tout voyageur... Lancée pour célébrer le 100^e anniversaire de la première montre-bracelet de la marque et dédiée à son fondateur, Kintaro Hattori, l'Astron GPS Solaire est équipée d'un système innovant et breveté, capable de recevoir les signaux GPS, d'analyser et de s'ajuster aux 39 fuseaux horaires et de donner l'heure locale en moins de trois minutes. Pour couronner le tout, la montre est munie d'une batterie alimentée par l'énergie solaire captée par le cadran. Elle affiche également la date et est étanche à 100 m. Son boîtier en acier ou en titane, au fond gravé du S de Seiko, est recouvert d'un traitement noir très résistant. Il est habillé d'une lunette en céramique et d'une couronne munie d'un cabochon en onyx. ●

BASEL
WORLD

BLANCPAIN

Villeret

Priorité à l'authenticité et au respect de la tradition, la nouvelle Villeret accueille un cadran émail grand feu avec trois aiguilles et une date. Que demander de plus? Ce nouveau modèle respecte l'ensemble des codes de la collection Villeret, avec un boîtier double pomme en or rouge et des aiguilles feuilles de sauge évidées. Le cadran est sobrement animé par le quantième à 3 h, ainsi qu'une seconde centrale. Le fond saphir permet d'admirer le jeu délicat des décors, Côtes de Genève pour le mouvement et nid d'abeille sur la masse. Livré avec un bracelet chocolat en alligator, cette montre s'inscrit comme un maillon fort de l'emblématique collection Villeret. ●





ULYSSE NARDIN

Classico Horse

BASEL
WORLD

La manufacture du Locle rend hommage à l'année du cheval avec un cadran en émail qui puise son caractère dans une technique ancestrale. Les artisans appliquent la méthode complexe du champlévé, qui nécessite de creuser les cavités directement sur le cadran avant de les remplir d'émail. Sa palette de tons terreux – noir, blanc, brun, gris et vert –, créée à partir de différents oxydes métalliques, retranscrit le paysage et la horde sauvage. La pièce est ensuite cuite jusqu'à ce que l'émail fonde puis, une fois refroidie, elle est polie par les mains expertes des maîtres artisans. Produite en édition limitée à 88 exemplaires en or rose 18 carats, la Classico Horse offre un spectacle chevaleresque qui saura ravir les passionnés. ●

BASEL
WORLD

CORUM

Admiral's Cup Double Tourbillon

Le calibre CO 1008 met en scène un double tourbillon, associé à une date rétrograde. Dans une architecture contemporaine alternant finitions polies et satinées, le boîtier dodécagonal présente une construction conçue par strates, avec des inserts en titane qui viennent se glisser tour à tour entre le fond et la carrure, puis entre la lunette et la carrure, dans un jeu de volumes maîtrisés. Le cadran arbore un motif exclusif développé par Corum:

le grenadier fendu. Dessinant de petits carrés incisés en diagonale, cette composition joue d'un relief atypique que vient souligner le rehaut frappé des fanions nautiques emblématiques de la collection Admiral's Cup. Tandis que les deux tourbillons évoluent en bas du cadran, une dynamique flèche rouge vient pointer la date rétrograde sur l'arc de cercle se déployant dans la partie supérieure, tel un prolongement des deux cages. ●



BASEL
WORLD

HAMILTON

Pan Europ Day-Date

La marque continue de faire du luxe abordable son leitmotiv. Avec cette nouvelle Pan Europ aux finitions irréprochables, Hamilton veut séduire une clientèle dynamique, amoureuse des designs vintage. Le boîtier coussin au style rétro accueille un cadran soleillé bleu ou gris avec des index revêtus de Superluminova.

Accompagnée d'un bracelet Nato et d'une lunette tournante unidirectionnelle bleue ou noire, cette montre semble tout droit sortie des seventies. Le mouvement, visible au dos, est décoré tout en se dotant d'une nouvelle masse oscillante monobloc.

L'avoir au poignet, c'est porter la précision suisse dans un accessoire à l'esprit américain, avec un rapport qualité-prix unique. ●





ANTOPI SA

Rue Jérusalem, 9 • CP 3017 • 2303 LA CHAUX DE FONDS • SWITZERLAND
Tél: (41) 32 967 94 40 • Fax: (41) 32 967 94 41
E-mail: reception@antopi.ch

30° floor SkyLounge

Ludovic Ballouard Watches Genève
Moritz-Grossmann Watches Glashütte
A. Favre et Fils Watches Genève
J. C. Pellaton Watches Le Locle
Alex Hüning Watches Genève
Cabestan Watches Genève
Naldi-Italy - Rigi Tresor

3° floor

Edelberg Haute Manufacture Zug
Underwood (London)
Watch.e Genève
Pierre Thomas Genève
Lic Straps Belgium
GB Jewels
Greco Watches Genève
Frederic Jouvenot Watches
Tiret New York Watches
Basse Broyé Watches Avanches
L'Arbre Switzerland
Dietrich 1969 Watches Zug
Time to Act - Polio Watch

ground floor

Rudis Sylva Watches Les Bois

SwissCreative LAB

Since 2010 and after an amazing experience in

China, we are proud to welcome you for the

5th edition in our Private Concept Exhibition

"Swiss Creative Lab" together with

20 independent Swiss and international brands

Exhibition Tower

RAMADA PLAZA HOTEL

Main Fair Place in Basel

380m2 on 3 floors

including the gorgeous

SKY LOUNGE on the 30th floor

Are you ready to discover the *haute manufacture*?

march 27 - april 3, 2014
during BaselWorld

FREE ENTRY



BASEL
WORLD

ORIS

Darryl O'Young

Partenaire de différentes courses automobiles depuis plus de quarante ans, la maison horlogère suisse Oris présente une édition limitée en hommage à l'une des légendes du circuit GT: Darryl O'Young. Cette nouvelle venue, inspirée du monde automobile, est un véritable clin d'œil aux différents exploits du pilote. Le chiffre 10, de couleur rouge vif, placé sur le cadran fait référence à sa dixième participation au GP de Macao et le chiffre 55 – son numéro de course – est placé sur le rehaut, à 11 h, en gris foncé. La lunette en céramique dispose d'une échelle tachymétrique, tandis que le dos de la montre évoque une jante de voiture et laisse transparaître le rotor rouge caractéristique de la maison Oris. ●



BASEL
WORLD

ARMAND NICOLET

L14

La maison suisse de luxe Armand Nicolet, née à Tramelan, dans le Jura bernois, poursuit son voyage vers les sources de son histoire. En effet, le modèle L14 met en scène un authentique calibre datant de 1957, redécoré et mis au goût du jour. Sous la glace en verre saphir, traitée antireflets des deux côtés, se dévoile un cadran gris squeletté avec la petite seconde à 6 h. Les finitions Côtes de Genève sont remarquables et se marient audacieusement avec la lunette en acier du boîtier revêtu de DLC noir. La montre s'accompagne d'un bracelet en cuir d'alligator noir, avec boucle en acier traité DLC noir également. Étanche à 50 m et disposant d'une réserve de marche de 36 heures, la L14 est éditée en série limitée à 499 exemplaires, soit le nombre de calibres historiques retrouvés. ●

BASEL
WORLD

LONGINES

Column-Wheel Single Push-Piece Chronograph

Longines se la joue vintage. Forte de son histoire liée au chronographe et à l'aviation, la marque développe une nouvelle montre au style rétro, élégante et sportive, avec son propre calibre. A

l'instar de son ancêtre, ce chronographe est muni d'une roue à colonnes. Toutes ses fonctions peuvent être contrôlées sur simple pression du monopoussoir intégré à la couronne cannelée. Le cadran blanc, orné de chiffres peints noirs et d'un «12» rouge, fait référence aux designs

Longines de l'époque. Le trio d'aiguilles en acier bleui vient renforcer le charme de la pièce qui, il faut le rappeler, cache sous son boîtier en or rose, un calibre ETA spécialement conçu pour la marque. ●



BASEL
WORLD

FRÉDÉRIQUE CONSTANT

Slimline Moonphase Manufacture

Face à l'engouement suscité par sa collection Slimline Moonphase Manufacture, la marque propose sa pièce phare avec désormais un bracelet en acier à sept maillons et fermoir papillon. Pleine de charme et de modernité, cette montre, d'un diamètre de 42 mm, est astucieuse grâce à une couronne qui suffit à maîtriser toutes les fonctions via trois positions. Bleu ou argenté, son cadran épuré, protégé par une glace saphir, est ponctué d'aiguilles et d'index en nickel. La date et les phases de lune s'affichent à 6 h. Le fond du boîtier transparent révèle un mouvement à remontage automatique de 26 rubis, perlé et décoré Côtes de Genève, soigné jusque dans les moindres détails et doté une réserve de marche de 42 heures. Un garde-temps qui combine, de manière raffinée, esthétique classique et look sportif... ●

ARMIN STROM

Tourbillon Gravity Fire

Armin Strom a deux passions: défier les lois de la gravité et briser les codes esthétiques. La manufacture expose, côté cadran, à la fois le remontage et la régulation. Tandis que le mécanisme du tourbillon assure la précision chronométrique et diminue les effets de l'attraction terrestre sur la marche du mouvement, le microrotor intégré se sert de cette force pour fournir de l'énergie aux rouages. Cette prouesse technique se donne en spectacle sur un cadran qui démontre toute la maîtrise d'Armin Strom en matière de squelettisation. Les aiguilles affichent le temps de manière décentrée, alors que le mouvement prend vie grâce à une décoration puissante et aventureuse. Edition limitée à 50 exemplaires. ●

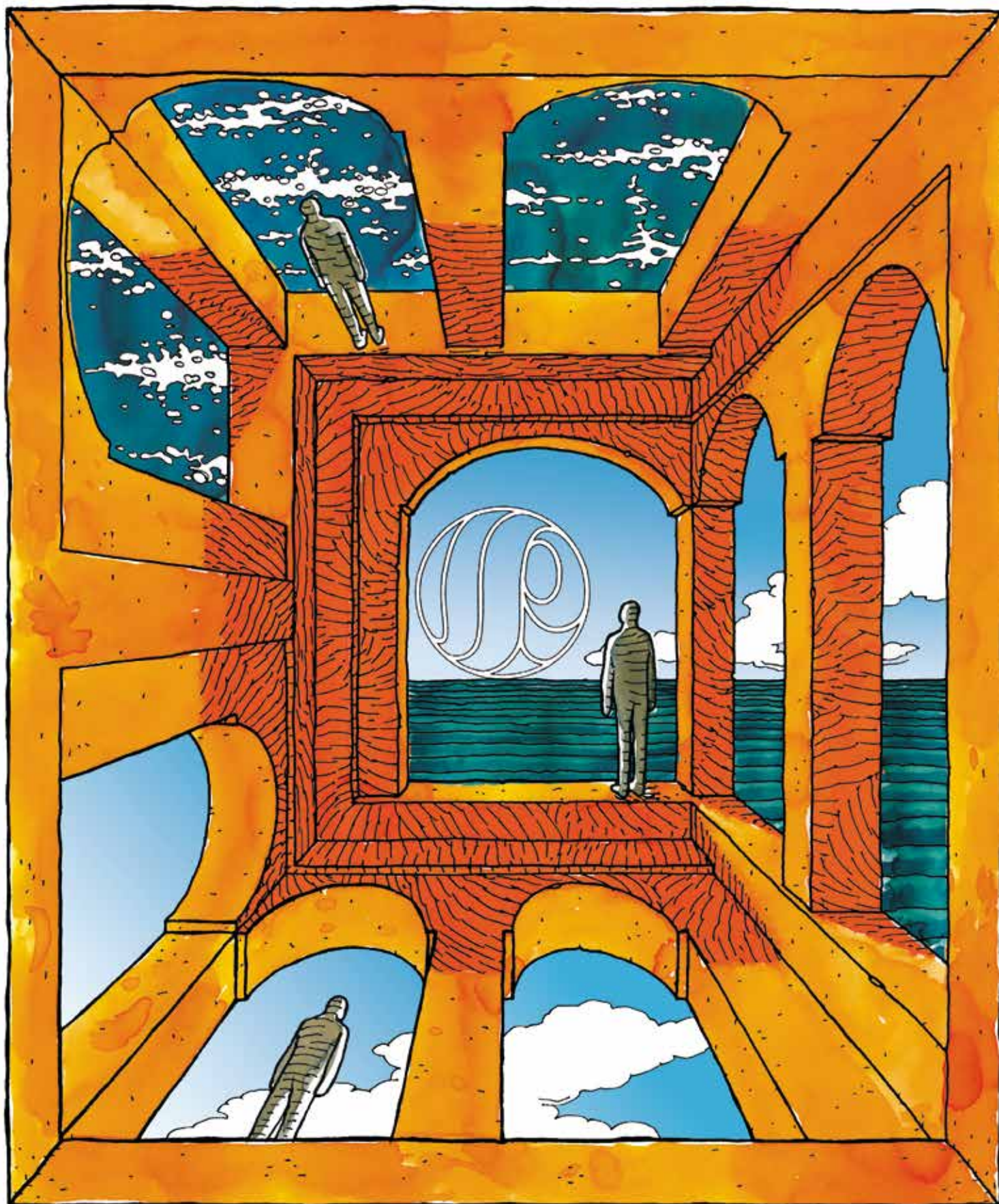
BASEL
WORLDBASEL
WORLD

AUGUSTE REYMOND

Elégance

Un boîtier en acier poli traité PVD rose, d'un diamètre de 40,5 mm, un cadran argent satiné soleil avec trois aiguilles et une date, un bracelet en cuir... Que demander de plus? La maison Auguste Reymond, née en 1898 dans le paisible village de Tramelan, dans le Jura suisse, dévoile une montre intemporelle qui joue sur l'harmonie des formes classiques et simples. Sous la boîte, se trouve un mouvement basé sur le calibre ETA 2824-2, respectant les critères de précision suisses. Auguste Reymond a réalisé une décoration sobre et plaisante à regarder, notamment grâce à une masse oscillante traitée PVD or rose au motif Côtes de Genève. Étanche à 50 m, cette montre se porte sur un bracelet en cuir brun avec décor alligator et boucle ardillon en acier traité PVD rose. ●





Promotion SpA
BRACELETS

Tel.: +39 0444 341412 - Fax: +39 0444 341408 - <http://www.promotionbracelets.eu> - E-mail: promotion@goldnet.it



VICENTERRA, LUNA: POUR ELLE, ON DÉCROCHERAIT LA LUNE

De la Terre à la Lune... L'aventure VicenTerra saupoudre d'un bonheur horloger vrai, une actualité dominée par la guerre mondiale des grands groupes. Comme quoi, les indépendants ont encore leur mot à dire.

Vincent Plomb a de la suite dans les idées. Après avoir fait revivre, en version troisième millénaire, le principe de la souscription tel que l'initia déjà Abraham-Louis Breguet, il récidive. Sa Luna débarque, toujours sur un même principe de préachat. Elle peut s'appuyer sur le succès de la première montre VicenTerra, la GMT 3, celle par qui la marque est arrivée jusque dans les registres du commerce d'un Jura suisse qu'elle arbore avec fierté. Parti de rien, ou plutôt d'une foi qui déplace les montagnes, l'authentique Jurassien incarne son peuple, réputé déterminé. Les cent acheteurs de sa première montre aux allures

de mini-planétarium, grâce à sa mini-terre mobile, ne le regretteront jamais. Ils ont au poignet ou dans leur coffre un collector sorti tout droit de la fabrique, un garde-temps réussi, acquis au tiers du prix que vaudrait une telle horlogerie mécanique si elle était servie sur les étals. Sûr, l'objet prendra de la valeur, d'autant qu'il s'enracine, et l'actualité le démontre, au cœur d'une histoire humaine et entrepreneuriale peu banale.

COMPLICATIONS SPATIALES, UNE SIGNATURE

Véritable étoile horlogère, cette Luna met en scène, selon une esthétique qui étonne par sa maturité, deux astres inséparables, la Terre et la Lune. La Terre, déjà incluse dans le nom de la marque, se voit ici répondante de son satellite. Décidément, la pousse prometteuse s'est inscrite, déjà avec sa GMT 3 et sa GMT 3 Tome 2, en amont d'une tendance qui voit fleurir, ici ou là et chez les plus grandes enseignes, moult éloges aux planètes. Ses complications spatiales continuent de surprendre: à 7 h, l'astre tournant indique les phases de lune tandis qu'à 5 h, une terre miniature bleu azur s'observe telle qu'on pourrait la voir depuis le Soleil. A 12 h, au top de la pièce dont la boîte transcende la forme tonneau, il y a, de jour, un soleil qui suit la course du temps et, de nuit, un ciel étoilé. Cette trinité d'animations ludiques, à laquelle s'ajoute une grande date totalement décomplexée, n'alourdit en rien un cadran noir profond qui puise son élégance



L'histoire de la marque VicenTerra s'appuie sur le succès de la GMT 3, vendue en souscription à une centaine d'aficionados. Ici, la version Tome 2.

et son étonnante lisibilité dans un classicisme zesté d'anticonformisme.

La voix des indépendants est inspirante. N'en déplaise aux intérêts financiers des cotés en Bourse. Rarement petit label horloger n'aura détenu, dans son ADN, autant de poésie en mariant l'esthétique à la technique. Avis aux collectionneurs de la planète, cette marque jurassienne bien tangible n'a rien ni de l'ovni ni de l'étoile filante... ●

www.vicenterra.ch



La Luna est habitée par un calibre automatique de Vaucher Manufacture Fleurier, un mouvement maison qui bénéficie d'une fiabilisation réservée aux grands noms de l'horlogerie.

Ci-contre: Pour la première fois depuis la création de la marque, en plus d'une centaine de pièces en acier, une série de 14 pièces dans chaque or – blanc, jaune et rouge – est au programme.





FRANÇOIS-PAUL JOURNE: DANGER, L'HORLOGER SÉDUIT LES FEMMES

F.P. Journe, la plus masculine des signatures horlogères, s'aventure sur le terrain de la montre dame. Avec un concept inédit dont l'ultracomplexité confine à la plus pure des élégances, la simplicité.

Je ne suis pas sûr de tolérer longtemps cette nouvelle montre électromécanique... Car en l'inventant et en la fabriquant – *Invenit & Fecit* est son slogan –, il est clair que François-Paul Journe s'offre une sacrée longueur d'avance en matière de séduction de la gent féminine. Loin de lui l'idée de simplement réduire la taille de l'un de ses garde-temps, de lui ajouter ici ou là quelques rangées de pierres afin de le rendre féminin. Son *Elégante*, spécifiquement conçue pour elles, est un cadeau particulièrement dangereux. Si j'entreprends de la détailler, c'est afin qu'aucun homme

FRANÇOIS-PAUL NE PERD PAS UNE SECONDE, TOUT EN SE PROPOSANT D'ARRÊTER LE TEMPS.

ne se risque à l'offrir autrement qu'en toute connaissance de cause. Idéalement, ce serait préférable que la femme se l'achète seule.

SUBTILES ATTENTIONS, SÉDUCTION

Avant toute chose, mise en garde. Si, de nuit, votre conjointe pousse une exclamation admirative en regardant sa montre, c'est que l'horloger lui a adressé un message secret. Des détails du cadran qui, invisibles la journée, apparaissent dans l'obscurité, par luminescence. Est-ce un code de ralliement, un signal? Allez savoir... Ce qui est sûr, c'est que l'esprit de François-Paul Journe hante tout ce qui se rapporte à cet objet, jusqu'à son très parisien film de lancement où sa silhouette se profile en filigrane. Il est partout. Il a même trouvé le moyen de détecter tous les mouvements de votre femme... en installant un capteur, visible sur le cadran à 5 h. En fait, toute la stratégie d'approche de cet horloger passé maître dans les arts de la simplification, c'est de faire croire à ces dames qu'elles ont désormais une alliée fidèle. Une montre qui, grâce à ce capteur, s'économise au point de durer dix ans sans être remontée. En effet, elle s'arrête au bout d'une trentaine de minutes après avoir été posée, puis, au moindre mouvement, se remet en marche en rattrapant le cours du temps grâce à un microprocesseur. Pour ce rattrapage, le mécanisme et les aiguilles usent

du chemin le plus court, même s'il s'agit du sens contraire de celui des aiguilles d'une montre. C'est beau, léger, ludique. C'est mû par un calibre électromécanique inédit dont le développement aura nécessité huit ans. Sacré François-Paul... Il sait parler aux femmes. Sur fond de platine, d'or rouge ou de titane, avec cette boîte «tortue» plate, ce magicien leur offre un concentré de simplicité. Il parvient à leur faire croire que l'*Elégance*, ce n'est pas si compliqué que ça, en apparence. ●

www.fpjourne.com



En version titane, boîte surmoulée caoutchouc, bracelet caoutchouc décliné en sept coloris: blanc, rose, bleu, chocolat, bleu nuit, rouge ou vert kaki.



François-Paul Journe part à la conquête de YouTube en jouant son propre rôle dans le film de lancement de l'*Elégante*, sa première collection de montres pour femme.



Les femmes et l'horloger caressent le même rêve: pouvoir arrêter le temps et le redémarrer à l'envi. Boîte en or rouge 5N, sertissage en option. Cadran intérieur saphir gravé, cadran extérieur à appliques vissées.



CHOPARD L.U.C 1963: UN PUR CHRONOMÈTRE POUR 50 ANS D'HISTOIRE

Quelle meilleure incarnation de la mouvance «retour aux fondamentaux» que ce chronomètre L.U.C 1963, qui débarque à Baselworld armé de ses valeurs originelles. Précision, classicisme et Poinçon de Genève.

Les Scheufele étaient précurseurs il y a cinquante ans. Cette grande famille joaillière allemande de Pforzheim a bifurqué vers l'horlogerie avec la certitude que c'était en Suisse qu'il fallait s'installer. Au moment de faire leur marché des marques à reprendre puis à développer, les Scheufele sont recalés par quelques noms historiques tels que Baume & Mercier par exemple. Ils jettent alors leur dévolu sur la marque lancée à Sonvilier, en 1860, par Louis-Ulysse Chopard. Pendant une courte passade, ils sont perçus comme étant plus people et jet-set qu'horlogers de manufacture, avant d'être admis dans le cénacle des marques fleurons. Depuis, cette entreprise familiale fait tout juste et trouve toujours le moyen de transformer les passions de ses membres – cinéma, classic cars – en succès commerciaux.

En guise de célébration de leur arrivée aux commandes de la marque, et surtout pour se

KARL-FRIEDRICH SCHEUELE À PROPOS DU CHRONOMÈTRE L.U.C 1963:
«IL RAPPELE LES MONTRES QUE MON PÈRE FAISAIT
DANS LES PREMIERS TEMPS DE LA REPRISE.»

payer au passage le luxe d'être jusqu'au-boutistes, les Scheufele, Karl-Friedrich en tête, transcendent les initiales du père fondateur avec la sortie, majeure, de ce chronomètre. Faut-il au passage rappeler que le terme «chronomètre» désigne non pas un garde-temps qui mesure des intervalles de temps, mais une montre qui s'acquitte de son devoir premier, à savoir donner l'heure, de la manière la plus précise qui soit? La L.U.C 1963 le fait si précisément qu'elle a passé des tests et que son appellation de chronomètre lui vient d'un bureau officiel de certification.

BELLE HORLOGERIE, POINÇON DE GENÈVE

Authentique dépositaire des chronomètres d'antan, servis façon montres de poche, comme ceux que produisaient Chopard encore en 1963, cette élégante de 44 mm de diamètre, dont la blancheur translucide du cadran évoque la porcelaine, est d'ailleurs habitée par un calibre généreux, le L.U.C 63.01-L à remontage manuel. Un mouvement d'une réserve de marche de 60 heures, développé en partenariat avec l'Ecole d'horlogerie de Genève. Un mouvement récipiendaire d'une tradition de décors et de finitions que valide le Poinçon de Genève et qui est surplignée par l'alternance de l'or et de l'acier mêlés.

Histoire de l'inscrire d'entrée dans l'histoire de la marque, Chopard n'en fera que deux séries de 50 exemplaires, l'une en or rose, l'autre en platine. Si on déduit les deux exemplaires que garderont la famille et ses proches, il y a fort à parier que cette pièce commémorative sera un collector. Et pas seulement au sein du cercle grandissant des aficionados de la marque. ●

www.chopard.com



Le calibre L.U.C 63.01-L est une version essentielle du calibre L.U.C 63.0-L. © F. Bertin, photographie USPP, fbertain@vtx.ch



Le chronomètre L.U.C 1963, voulu par Karl-Friedrich Scheufele pour célébrer les 50 ans d'arrivée de son père aux commandes de la marque.



Double certification, le chronomètre L.U.C 1963 dispose de son bulletin du COSC (Contrôle officiel suisse des chronomètres) et de celui du Poinçon de Genève. Aiguilles dauphines, chiffres romains, minuterie chemin de fer, cadran épousant l'ensemble de la pièce, petite seconde à 9 h.



LADY 8 DE JAQUET DROZ: SOPHISTICATION HAUTEMENT JOAILLIÈRE

Jaquet Droz montre l'infini de la sensualité et de la féminité avec sa dernière-née, la Lady 8, nouveau modèle de haute joaillerie.

Avec ce nouveau modèle 100% féminin, la marque rend hommage à la femme. Symbole de complétude et d'infini, le chiffre 8, obtenu par l'entrecroisement des deux cadrans, est devenu le chiffre fétiche de la manufacture Jaquet Droz, son signe de pure esthétique et d'épure. Pour la première fois, ce 8 s'étend sur la boîte et la boucle de ce modèle sophistiqué, en harmonie avec l'ADN de la maison, mariant savoir-faire, matières et mécanique horlogère.

LE TEMPS SENSUEL

Si, dans le bouddhisme, huit chemins existent pour conduire au nirvana, chez Jaquet Droz, un jeu de ruban fait naître le premier cercle du 8, où se niche une perle, naturelle pour la version or blanc, de Tahiti pour l'or rouge et en verre d'aventurine pour la déclinaison acier. A 12 h, ultime touche de coquetterie ludique, la Lady 8 accueille un ornement qui,

associé au cadran de son choix, invite sa propriétaire à quelques rotations. Charmante idée qui rappelle que l'on peut occuper son temps comme on le souhaite. Le premier cercle du 8 entrelace les courbes du second autour d'un boîtier aux formes voluptueuses, décliné en or gris, or rouge ou acier serti. L'allure tridimensionnelle est encore appuyée par les effets de volume et de profondeur de la couronne. Serait-ce un corps de femme en forme de sablier aux courbes sensuelles?

Trois versions, trois déclinaisons. L'acier épouse un cadran aventurine pour une allure fantasque. L'or rouge opte pour un comportement plus affranchi avec un cadran gravé laser. Quant à l'or blanc, il se laisse charmer par la nacre, incarnant une douceur presque maternelle. Comme pour nuancer le large spectre de la féminité, Jaquet Droz s'offre une grande liberté dans le design et son mouvement in-house est coiffé d'une masse



Alors que la mode est aux brindilles et à l'ultraplat, la Lady 8 de Jaquet Droz rappelle que l'essence de la beauté féminine s'exprime aussi à travers les formes.

gravée en forme de robe. Décomplexée, tout en rondeurs, comme sortie d'un tableau de Botticelli, cette Lady 8 est dotée d'un cabochon assorti à sa version. Son cadran cambré et ses aiguilles rebondies lui confèrent des mensurations au glamour incontestable. Alors que la mode est aux brindilles et à l'ultraplat, ce modèle rappelle que l'essence de la beauté féminine s'exprime aussi à travers les formes.

Comme toute femme, la Lady 8 se veut un peu capricieuse. Pour n'entraver en rien sa fluidité et son élégance aérienne, les cornes ont été remplacées par un bracelet en satin ou en alligator en prise directe avec le boîtier. La boucle déployante en forme de 8, subtilement et spécialement créée pour ce modèle, offre l'exquis sentiment à celle qui le porte de détenir un secret jalousement gardé... ●



Fer de lance de Jaquet Droz, perpétuer les savoir-faire d'exception tels que les gestes du graveur.



La Lady 8 s'inscrit dans la continuité du savoir-faire artisanal de Jaquet Droz,
qui vise à créer des pièces uniques ou en séries limitées
selon les désirs de sa clientèle.



INVENTION TECHNIQUE OMEGA: LA COULEUR VIVE S'INVITE EN CÉRAMIQUE

La marque horlogère Omega frappe un grand coup dans le domaine de la technique de la céramique. Elle présente en effet, en première mondiale, la Seamaster Planet Ocean Orange Ceramic.

Les esprits grincheux diront que la céramique est une matière connue et qu'il n'y a pas de quoi pavoiser. Ils ont tort car s'il est vrai que la céramique est apparue voici bientôt quinze ans, elle s'exprimait en noir ou en blanc, voire dans des couleurs pastel. De fait, les couleurs vives manquaient dans le panel des céramiques techniques. Ce manque était notamment dû à de nombreux problèmes de pigmentation avec un orange soutenu. Après des multitudes d'essais, le résultat a été obtenu à travers divers traitements thermiques.

L'INVENTION INCARNÉE PAR UNE SEAMASTER

Il a fallu deux ans de développement pour arriver à ce résultat et pas moins de 3500 heures de tests de stabilité. De fait, la lunette en céramique a été soumise aux plus

DÉFI ET COMPLEXITÉ DE PRODUCTION: CETTE MONTRE-BRACELET A ÉTÉ
FABRIQUÉE EN ÉDITION LIMITÉE DE HUIT EXEMPLAIRES.

mauvais traitements. Comme le soulignent les gens d'Omega, «nous voulions pouvoir offrir un garde-temps parfait».

Et parfaite elle l'est, cette Seamaster Planet Ocean Orange Ceramic. Elle se présente dans un boîtier brossé et poli de 43,50 mm de diamètre, avec une lunette tournante bidirectionnelle GMT graduée sur 24 heures dont l'anneau poli est donc en céramique orange. Cette montre-bracelet a été fabriquée en édition limitée de huit exemplaires, ce qui témoigne du défi et de sa complexité de création. Gravés sur le boîtier, l'inscription *World Premiere* et le numéro d'édition limitée confirment son caractère unique. Le verre saphir au dos du boîtier offre une vue parfaite sur le calibre mécanique OMEGA

Coaxial 8615, équipé d'un spiral en silicium Si14. De plus, les chiffres en Liquidmetal à base de platine 850, les lignes de l'échelle, le rehaut et le triangle sur la lunette renforcent l'esthétique.

CÉRAMIQUE, PLATINE ET OR

Sous le verre saphir bombé inrayable, le cadran en platine 950 à finition sablée vient compléter l'anneau de la lunette en céramique orange et le splendide boîtier en platine 950. Juste au-dessus du trou de centre, l'inscription «Pt950» identifie le matériau de ce cadran fascinant.

En plus des indices et des aiguilles facettés en or gris 18 carats des heures, des minutes et des secondes, la Seamaster Planet Ocean Orange Ceramic présente divers éléments en aluminium orange, tels que les chiffres 6, 9 et 12, la mention GMT en applique et l'aiguille GMT centrale qui effectue une rotation complète toutes les 24 heures. Cette complication utile peut être utilisée avec la lunette tournante pour lire aisément l'heure dans un deuxième et un troisième fuseau horaire. Entièrement en platine, y compris la boucle déployante, étanche à 60 bars (600 m / 2000 pieds), ce garde-temps sera vendu au prix de 59 000 francs hors taxe. Et, sincèrement, ce n'est pas cher! ●



Le verre saphir au dos du boîtier offre une vue parfaite sur le calibre mécanique OMEGA Coaxial 8615, équipé d'un spiral en silicium Si14.

www.omega.ch



L'aiguille GMT centrale effectue une rotation complète toutes les 24 heures, une complication utile qui, utilisée avec la lunette tournante, permet de lire aisément l'heure d'un deuxième et d'un troisième fuseau horaire.



GRAFF LUXURY WATCHES: LA CARTE MANUFACTURE, LE GYROGRAFF TOURBILLON

Impliquée en horlogerie suisse depuis 2008, la marque connaît un essor fulgurant. Désormais, à son code identitaire intimement lié aux diamants, s'ajoutent ceux du savoir-faire manufacturier et des calibres compliqués.

En matière d'horlogerie compliquée et de mouvements manufacture, le nom de Graff n'est pas encore spontanément cité. D'autres enseignes, pratiquant la culture des racines historiques ou les produits de niche pour collectionneurs initiés,

sont plus régulièrement mentionnées. Il se pourrait bien que la perception évolue au regard des performances étonnantes qui jalonnent la trajectoire horlogère de cette maison anglaise qui, pour ses garde-temps, s'est définitivement ancrée dans le terroir helvétique, dépassant largement les critères du Swiss made. Par année, ce sont plus de mille garde-temps typés, facilement reconnaissables, qui sont fabriqués par un collège de fournisseurs triés, les meilleurs de Suisse. Cet incroyable essor a été rendu possible au sortir d'une rencontre entre le joaillier diamantaire Laurence Graff, père fondateur, et Michel Pitteloud, un vénérable de l'horlogerie armé d'une expérience de plus de trente ans au service des grandes marques suisses. La passion commune, dotée d'un solide réseau mondial de distribution et d'une créativité sans limites, s'est occupée du reste...

EN COUVERTURE, LE DIAMOND GYROGRAFF TOURBILLON

Figurant en couverture de ce magazine, cette nouveauté 2014 enrichit la collection MasterGraff. Tutoyant l'excellence de la mythique complication du tourbillon deux axes, les exemplaires limités de ce garde-temps – une série de 20 pièces en or blanc et une autre de 20 en or rose – jouent



En couverture de ce magazine, le Diamond GyroGraff Tourbillon en or blanc.

avec brio la partition d'une esthétique subtile, faite de facettes et de symétries. Les facettes, signes de reconnaissance de la marque depuis son entrée en horlogerie, ont été entièrement serties d'un total de 72 diamants de 8,03 carats. Elles encerclent une carrure virile de 48 mm de diamètre, offrant un contraste avec la noirceur profonde d'un cadran guilloché qui tire vers le classicisme, sans faire l'économie de touches et de reliefs contemporains. Gage d'équilibre parfait dans la partie inférieure



Version en or rose massif du Diamond GyroGraff Tourbillon présenté sur la couverture de ce magazine.

du modèle, l'ouverture positionnée à 5 h, dédiée au tourbillon, répond à celle, posée à 8 h, des phases de lune. A 11 h, une aiguillette renseigne sur l'état de la réserve de marche du calibre à remontage manuel. Preuve que ce calibre disposant d'une soixantaine d'heures de réserve de marche a été spécifiquement développé pour Graff Luxury Watches, les fonctions heures et minutes ont été excentrées vers le haut tandis que la couronne, surmontée d'un diamant, a été posée à 2 h, ce qui est original. Enfin, l'iconique émeraude triangulaire, griffe immuable du diamantaire, occupe la position zénithale. ●

www.graffdiamonds.com

EXCLUSIF, MASTERGRAFF GRAND DATE DUAL TIME TOURBILLON

Habité par le mouvement manufacture Graff calibre 5, ce concentré mécanique de science horlogère célèbre le génie minutieux d'horlogers de talent, sans rien renier de son identité «graffique». Plus accessible côté diamètre, avec ses 43 mm, cette montre compliquée en or rose massif est la conjonction de plusieurs complications horlogères de haut vol: un tourbillon volant, l'indication d'un deuxième fuseau horaire ainsi qu'une grande date élégamment située juste en dessous du triangle iconique de la marque Graff. ●



Présenté en première à Baselworld 2014, ce garde-temps installe définitivement la marque dans les rangs des grandes signatures manufacturières suisses.

MONTRES BUTTERFLY, ÉLÉGANTES ET CLASSIQUES

Existe-t-il plus gracie que l'éphémère vol d'un papillon venu se poser au détour d'une lunette sertie? Cette envolée horlogère poétique entre en résonance avec une gamme de bijoux à la gloire de ce lépidoptère. Un florilège de pendentifs, de boucles d'oreilles, de bagues et de broches conjugue la grâce du papillon, toutes ailes déployées, surpris un instant immobile avant son envol vers d'autres cieux. La poésie tant des couleurs que des traits de cette silhouette se devait d'être traduite en expression horlogère.

Deux séries de montre dame en or blanc, d'un diamètre de 26 mm, viennent enrichir l'enchanteresse collection Classic Butterfly de Graff: la Butterfly 1, dont le noir du cadran est assorti au satin du bracelet, célèbre le rouge vif, le bleu profond et le vert corporate de quelques précieux rubis, saphirs ou émeraudes, jouant d'harmonie avec une lunette sertie de diamants; la Butterfly 2 entièrement dédiée, jusqu'au parterre de son cadran, aux diamants. Les sertisseurs réputés du joaillier ont ici encore réalisé des miracles. La lunette en or blanc des deux garde-temps totalise en son pourtour 41 diamants, la boucle du bracelet 21, tous de 3,19 carats, tandis que chaque papillon en affiche quatre de 2,3 carats. ●

La Butterfly 2, entièrement pavée, totalise 190 diamants pour un total de 6,70 carats, dont huit (4,60 carats) pour les ailes des papillons. Série limitée.





L'UNIVERS GRAFF, UN MONDE À PART



Synonyme des plus beaux bijoux du monde, ce joaillier est réputé intransigeant en matière de qualité, de choix des pierres et de savoir-faire. Laurence Graff serait-il le «King of Diamonds»?

En tous les cas, c'est ainsi qu'on surnomme ce joaillier qui affirme être encore aujourd'hui nourri par la même fascination que celle qu'il ressentit lorsque, tout jeune, il fut confronté pour la première fois au diamant. Depuis, il en a manipulé les plus rares spécimens. C'est en 1960 qu'il fonde sa société, aujourd'hui dirigée par son fils François Graff, CEO, tandis que son frère Raymond gère l'atelier des

MONTRES GRAFF: «ELLES TIRENT LEUR INSPIRATION DU DIAMANT, ELLES SONT NÉES D'UN DIAMANT, ELLES SONT AUSSI ÉTERNELLES QUE LE DIAMANT...»

bijoutiers et son neveu Elliott le design, le commerce et la production joaillière. Enfin, en mai 2008, Michel Pitteloud, grand professionnel du secteur horloger devenu consultant indépendant, reçoit la mission de concevoir et de fabriquer une collection

de montres Graff qui soit profondément en phase avec le style particulier du joaillier.

MAÎTRISE DE L'APPROVISIONNEMENT

SAFDICO (South African Diamond Corporation) est l'un des plus importants producteurs de diamants en Afrique du Sud. L'entreprise, leader local de la coupe et du taillage, dont le groupe Graff est actionnaire, complète le travail confié aux ateliers les plus appréciés de New York, d'Anvers et, plus récemment, du Botswana. SAFDICO vient d'y installer un nouveau complexe d'affinage du diamant, qui emploiera à terme plus de 500 professionnels. Sur le plan de la qualité, cette entité réserve ses meilleures prises à la marque Graff. Pas étonnant que le parcours du joaillier soit jalonné par les bijoux les plus rares et les plus médiatisés de la planète (voir encadré).



OUVERTURE À ZÜRICH

S'appuyant sur un réseau de plus de 40 boutiques en nom propre, les montres Graff se destinaient d'abord à une clientèle de fidèles de la marque, épris de bijoux et de pierres précieuses. Grâce à elles, nombreuses sont les opportunités de convertir aux arts mécaniques horlogers de nouveaux consommateurs. Déjà présente à Genève et à Gstaad, la marque ouvrira un quatrième point de vente en Suisse, à la Bahnhofstrasse à Zurich. Six cents mètres carrés confiés aux architectes d'intérieur de la maison. A l'intérieur, de splendides et riches panneaux muraux en noyer laqué s'intégreront dans un cadre de marbre strié. Côté éclairage, un imposant lustre en cristal de Bohème étendra ses centaines de gouttes de verre parfaitement taillées, rappelant les mille éclats du diamant. Durant les trois dernières années, de nouvelles boutiques se sont ajoutées à la présence de Graff, à Londres, New York, Hong Kong et au Japon. Elles témoignent de son expansion dans le monde: Shanghai, San Francisco, Dubai, Hangzhou, Macao, Séoul, Abu Dhabi... Et d'autres ouvertures sont annoncées en Europe, en Asie et au Moyen-Orient... ●

En 2008, Graff acquiert le quinzième plus gros diamant brut jamais découvert, 603 carats, le Promise of Lesotho. Finement taillé et poli par une équipe d'experts, ce joyau a permis d'extraire 26 pierres impeccables allant de 3,14 à 76,41 carats. De quoi réaliser un collier unique, l'un des plus précieux au monde... Et l'histoire du joaillier regorge d'acquisitions semblables. ●

COLLECTIONS HORLOGÈRES ET TECHNICITÉ

Lancée en 2009, la production de montres-bracelets inspirées du diamant part à la conquête des marchés du monde. Nommé CEO de Graff Luxury Watches, Michel Pitteloud constitue un véritable trésor de cinq grandes collections: technique, sport, soirée, montres joaillerie et Bespoke. Il par-sème la jeune aventure de développements

horlogers techniques appelés à asseoir le nom Graff dans le périmètre exigu des manufactures. Aujourd'hui, tant en nombre de pièces qu'en inventivité, la marque, de moins en moins méconnue des collectionneurs et aficionados de haute horlogerie, s'appuie déjà sur le développement de cinq calibres manufacture. Le calibre 1 à remontage automatique et grande date, développé pour l'élégante GraffStar; le calibre 2, qui

habite la ScubaGraff; le calibre 3, destiné à la nouvelle GraffStar extraplate; le calibre 4, qui se niche dans la MasterGraff Ultra Fat. Enfin, c'est le calibre 5 tourbillon grande date et double fuseau horaire qui recevra les honneurs à Baselworld 2014. Il devrait permettre à cette signature joaillière d'ajouter enfin la dimension manufacture qu'elle mérite. ●

ACTIONS CARITATIVES

Soutenue par la Graff Diamonds Foundation, la Fondation FACET (For Africa's Children Every Time) se dédie, depuis 2008, à la distribution de fonds pour l'éducation, la santé et le bien-être des orphelins et des enfants laissés pour compte en Afrique subsaharienne. Son premier projet? La création d'un centre au Lesotho, suivi d'un centre au Botswana ouvert en 2011. Un troisième ouvrira prochainement pour soutenir les enfants de la région des vignobles sud-africains. Enfin, en 2014, la fondation FACET lancera un programme innovant de centres mobiles, qui profitera à 1200 enfants et adultes de cette même zone. ●

www.facet-foundation.org

FULL PAVÉ, MASTERGRAFF ULTRA FLAT TOURBILLON

Lancé à 50 exemplaires en 2013, ce tourbillon arrive cette année en version full sertie. Facetté et pavé de diamants, jusqu'aux cornes de sa boîte en or rose ou platine 1000 de 43 mm de diamètre, son épaisseur est de 6,95 mm. Seule l'ouverture de la cage du tourbillon renseigne le spectateur sur les richesses complexes de son mouvement, le calibre Graff 4, un mécanisme tourbillon à remontage manuel spécifiquement développé par les artisans horlogers de la maison, d'une rare finesse avec ses 3,5 mm d'épaisseur. ●





BASELWORLD: BÂLE, LA CAPITALE MONDIALE DE L'HORLOGERIE

Chaque année, plus de 1400 exposants, 100 000 visiteurs et 3500 journalistes venus du monde entier se rendent dans ce salon mondial de l'horlogerie, véritable baromètre des tendances. Un événement ouvert au grand public.

Durant huit jours, du 27 mars au 3 avril 2014, Baselworld révélera les dernières nouveautés et innovations des grandes maisons horlogères et des marques issues du monde de la mode. Au cours des dix dernières années, les marques de montres et de bijoux sont devenues des indicateurs de tendances essentiels dans le secteur du lifestyle. Les stylistes, les designers et les spécialistes du marketing à l'affût des derniers trends viennent chercher leur inspiration à



Baselworld, ce sont plus de 100 000 visiteurs en provenance de 100 pays qui s'y donnent rendez-vous. © MCH Messe Schweiz (Basel) AG

ACHETER SON TICKET SUR PLACE OU PAR INTERNET

Baselworld est accessible à tout un chacun. Les visiteurs n'ont aucune obligation de préinscription. Le ticket d'entrée est délivré sur place. La carte journalière est à 60 francs. Possibilité d'acheter une carte pour toute la durée du salon à 150 francs. On peut également acheter un ticket online sur le site officiel. Le ticket online Baselworld permet de gagner du temps: vous pouvez acheter et imprimer très facilement et rapidement votre carte d'entrée jusqu'au dernier jour du salon, ou convertir le bon d'un exposant en carte d'entrée via internet. Les cartes d'entrée sont disponibles à partir de mi-janvier. ●

<http://services.baselworld.com/go/id/beit/lang/fra>

Bâle. L'édition 2013 avait frappé les esprits les plus créatifs. Visiteurs et experts ont pu admirer, entre autres, la réplique de la maison de la place Vendôme de Boucheron, un serpent de bronze de 82 m de Bulgari ainsi que les cinquante écrans de Gucci...

L'ANNÉE DE TOUS LES RECORDS

La cuvée 2013 avait également été celle de tous les records, soit 122 000 visiteurs, en hausse de 17% par rapport à l'édition précédente. Il est vrai que l'inauguration du nouveau complexe de halles de la Foire

VOIR LES MONTRES, PLUS SI ENTENTE

Ouverte au public, la plus grande manifestation horlogère au monde permet également, si l'on s'y rend en famille, de découvrir Bâle. Tout le monde connaît le zoo de Bâle, mais pourquoi ne pas visiter le jardin botanique de l'Université de Bâle? Un guide audio en plusieurs langues, dont le français, vous guidera à travers une vaste collection de plantes les plus variées. Vous pouvez non seulement admirer la célèbre collection de cactus et d'orchidées, mais également visiter la Maison tropicale qui vous transportera dans le monde fascinant de la forêt humide. La vieille ville de Bâle vaut le détour. A tous les coins de rue, des bâtisses du XV^e siècle cohabitent avec des constructions contemporaines de maîtres. A visiter également, le musée Tinguely, poétique et très amusant. ●

- ▶ 122 000 visiteurs originaires de 100 pays;
- ▶ 1460 exposants originaires de 40 pays;
- ▶ 3610 journalistes originaires de 70 pays;
- ▶ 141 000 m² de surface d'exposition.

Chiffres: Baselworld 2013

de Bâle avait suscité beaucoup d'intérêt. Conçu par le cabinet d'architecture Herzog & de Meuron, cet écrin marque l'avènement d'une ère nouvelle pour la cité rhénane, qui se dote ainsi d'une infrastructure idéale pour les foires et salons de grande envergure. Mariant parfaitement fonctionnalité et esthétique, ses qualités architecturales le hissent au rang des bâtiments emblématiques et ses équipements ultramodernes viennent répondre aux besoins d'une clientèle toujours plus exigeante en matière de performance et d'innovation.

Une passerelle relie directement le Centre de congrès de Bâle avec le nouveau complexe de halles, permettant ainsi à Bâle de disposer d'une infrastructure optimale pour l'organisation de grandes manifestations. Doté d'une capacité d'accueil de 10 000 personnes, ce bâtiment de 220 m de long pour 99 m de large et 32 m de haut offre au rez-de-chaussée ainsi que dans les deux étages supérieurs surplombant la Place de

la Foire une surface d'exposition totale de 38 000 m², soit l'équivalent de six terrains de football. Au total, la Foire de Bâle est désormais en mesure de proposer près de 141 000 m² de surface d'exposition, dont 74 000 m² dans la seule Halle 1.

En 2013, nombreux ont été les exposants à avoir profité de cette incroyable réorganisation des espaces pour se lancer dans la conception de nouveaux stands, tous plus fous les uns que les autres. On se souviendra de celui d'Hermès notamment. Au milieu de cette surenchère, la marque Patek Philippe était restée placidement accrochée à son stand habituel, étonnamment fort adapté au contexte revisité. Cette année, elle a prévu inaugurer son nouvel écrin, ce qui ajoutera, en complément d'une visite convenue des autorités fédérales, une bonne raison de piaffer d'impatience. A vos marques... ●

www.baselworld.com

SE REPÉRER GRÂCE À UNE APPLI

L'application Baselworld, disponible gratuitement dans l'App Store, contient tous les plans interactifs des halles en 3D, ce qui permet de s'orienter sans difficulté dans le salon. Grâce à des informations détaillées sur les exposants et les médias ainsi qu'à un aperçu des événements et des conférences de presse, la visite de Baselworld s'opère de manière optimale. Outre les fonctions habituelles, il est possible d'ajouter des notes et des photos aux données d'un exposant, et de sauvegarder ainsi facilement des informations importantes. Pendant le salon, un choix d'articles du dernier numéro des *Baselworld Daily News* sera également disponible. ●



BASELWORLD: DE L'ADN À NOS JOURS

1917: La première «Foire suisse d'échantillons Bâle» (MUBA) voit le jour avec un secteur spécial Horlogerie et Bijouterie.

1931: Première «Foire suisse de l'horlogerie» lors de la MUBA, dans un pavillon indépendant.

1973: Première «Foire européenne de l'horlogerie et de la bijouterie» (FEHB).

1986: Des exposants extra-européens sont admis pour la première fois.

1999: Inauguration de la nouvelle Halle de l'horlogerie (Halle 1), qui peut abriter des stands à trois étages. Structure sectorielle très claire du salon.

2003: Nouvelle marque et titre officiel: Baselworld, The Watch and Jewellery Show. Cette appellation souligne la position de l'événement mondial leader de l'industrie du luxe.

2004: Un nouveau complexe de halles est transformé en un temps record en «Hall of Universe» pour héberger les pavillons nationaux. Avec une surface d'exposition de 160 000 m², Baselworld atteint de nouvelles dimensions.

2007: Pour la première fois, plus de 100 000 visiteurs sont accueillis à Bâle: avec un chiffre record de 101 700 visiteurs venus de 100 pays, les remarquables chiffres d'affaires réalisés par les exposants et l'immense intérêt suscité auprès des médias, Baselworld 2007 entre de manière éclatante dans l'histoire.

2013: Une modernisation profonde du parc des expositions de Bâle a été engagée et s'est poursuivie jusqu'en 2013. Le projet des architectes bâlois Herzog & de Meuron porte sur une surface d'exposition brute de 141 000 m². ●



JUBILÉ: 180 ANS DE JAEGER-LECOULTRE

La grande maison du Sentier fêtait, en 2013, ses 180 ans d'existence. L'occasion d'un flash-back en 18 chiffres ou groupes de chiffres.



1



2



3



4



5

1833-2013 Date de la fondation de Jaeger-LeCoultre. L'année passée, la marque fêtait ses 180 ans d'existence.

1840 Invention de la machine à tailler les pignons par Antoine LeCoultre.

1844, 1847 En 1844, Antoine LeCoultre invente le Millionomètre. L'ambitieux horloger met au point le premier instrument capable de mesurer avec exactitude le millième de millimètre. En 1847, ce sont Antoine et Elie LeCoultre qui inventent le remontoir à bascule.

1907 Avec ses 1,38 mm d'épaisseur, le calibre LeCoultre 145 apparaît en 1907 et détient le record mondial, un résultat hors norme pour l'époque.



- 1_ Antoine LeCoultre (1801-1881), le fondateur de la marque.
- 2_ Edmond Jaeger (1858-1922), grand horloger français et spécialiste de la micromécanique fine, quitte son Alsace natale pour s'établir à Paris.
- 3_ Le Millionomètre d'Antoine LeCoultre mesure le millième de millimètre.
- 4_ Antoine et Elie LeCoultre inventent le remontoir à bascule.
- 5_ A la Galerie du Patrimoine, le musée Jaeger-LeCoultre, un aperçu des cadrans historiques de la Reverso.
- 6_ La Reverso apparaît en 1931. Ici, le modèle de l'époque.
- 7_ Ancienne publicité de cette montre réversible.



1928, 1929, 1931 1928 correspond à l'invention de l'Atmos. Cette fascinante mécanique tutoie l'éternité puisqu'elle puise son énergie dans la variation de la température ambiante. 1929 signe l'arrivée du Calibre 101, qui habille encore aujourd'hui toutes les pièces de haute joaillerie. Quant à 1931, c'est l'année de naissance d'une icône, la Reverso.

1953 Cette année-là, la Futurematic devient la première montre entièrement automatique, sans couronne de remontoir.

2004 Il s'agit de l'année de la Gyrotourbillon 1 et du début du partenariat avec la marque automobile Aston Martin (ligne AMVOX).

2005 La marque perpétue son histoire avec la reine des complications horlogères, la répétition minutes, en créant sa Master Minute Repeater Antoine LeCoultre.

2100 C'est l'année jusqu'à laquelle sont réglés tous les quantième perpétuels de la marque. Autrement dit, jusqu'à cette date, aucun ajustement n'est nécessaire...



400, 1249 La marque a déposé plus de 400 brevets. Le nombre de calibres qu'elle a conçus et fabriqués s'élève à 1249. Soixante d'entre eux sont toujours dans les collections actuelles.

1000, 3 Chaque pièce est soumise à mille heures de contrôle, c'est une garantie. Quant au nombre de mois pour assembler une grande complication, il s'élève à trois.

1300 C'est le nombre de composants assemblés dans la Duomètre à Grande Sonnerie.

2 Toutes les montres de la ligne Duomètre sont équipées de deux barillets. Il s'agit du concept Dual-Wing, où deux mécanismes distincts et autonomes sont réunis dans un même boîtier.



8_ La naissance de la Reverso est intimement liée à l'histoire et aux besoins des joueurs de polo.

9_ Mille heures de test.

10_ Dans un mur au musée Jaeger-LeCoultre au Sentier, un aperçu des calibres développés et fabriqués par la marque.

11_ Le Duomètre à tourbillon sphérique.

12_ Arts du sertissage.

13_ Arts de l'émaillage et de la peinture miniature.

14_ Le fameux serti neige de Jaeger-LeCoultre.

55, 12 Dans le coffret Hybris Mechanica 55, trois garde-temps cumulent au total 55 complications. Quant à la nouvelle collection Hybris Artistica, présentée au SIHH en 2014, elle ne compte que douze pièces d'exception.

60 C'est le nombre de diamants sertis sur la Rendez-Vous Night & Day, dont le diamètre est de 34 mm.

3, 60, 2012 Côté distribution, il y a trois boutiques en Suisse, 60 dans le monde, dont la plus grande a été ouverte à Paris en 2012, place Vendôme.

1350, 180 Au Sentier, dans la vallée de Joux, la manufacture regroupe 1350 collaborateurs pour 180 savoir-faire, dont les arts de l'émaillage.

25 000 La totalité de la surface de la manufacture du Sentier, située à 1004 m d'altitude, est à ce jour de 25 000 m²...



DE LA MONTRE À L'OBJET RARE: BRANDS & ROMAN RÉINVENTE LE CABINET DE CURIOSITÉS

Entre cabinet de curiosités, musée, showroom de luxe et salon d'un club sélect, dans une superbe bâtisse à travers laquelle coule un ruisseau, Brands & Roman propose ses merveilles au visiteur.

Haute joaillerie, accessoires de luxe, horlogerie d'exception et designs de toutes les époques, on trouve dans cette demeure centenaire tous ces objets dont on n'aura jamais besoin mais qui font tellement envie.

Roman Büchi a promené son talent de designer en joaillerie et horlogerie pendant de nombreuses années. On lui doit, entre autres, les premières perles taillées, travaillées comme des pierres précieuses. Il s'en est, par exemple, servi pour paver la carrure et le cadran d'une série de montres ou réaliser la couronne de Miss Japon. Eclectique par nature, esthète par goût, commerçant dans l'âme, Roman Büchi ne pouvait se contenter d'un seul domaine, fût-il aussi intéressant et prestigieux. A la recherche de l'inédit, il a trouvé ce bâtiment atypique, gardé par un magnifique jardin français et dans lequel on pénètre par une porte voûtée derrière laquelle s'ouvre une première pièce qui donne naissance à un splendide escalier d'acajou en colimaçon.

LOUIS AUDEMARS «GRANDE COMPLICATION LA RUSSE II»

Pour l'amateur d'horlogerie, c'est certainement une des pièces maîtresses de Brands & Roman. Montre rarissime, cette Louis Audemars «Grande Complication La Russe II» fait figure de star dans cet univers de belles



Roman Büchi, designer en joaillerie et horlogerie, réinvente le cabinet de curiosités et crée un club d'esthètes et de passionnés, comme lui.

choses. Une pièce unique du XIX^e siècle, dotée d'un double calendrier perpétuel se référant aux calendriers julien et grégorien et d'une répétition minutes pour deux fuseaux horaires. Elle côtoie une montre-bracelet automatique Louis Golay pour dame, ornée de 122 perles et 452 diamants, et toutes les deux sont le symbole non seulement d'un certain luxe mais aussi de l'anticonformisme qui caractérise les deux créateurs.

LES CRÉATIONS MAISON

Roman Büchi reste avant tout un créateur. Il expose ses plus belles et plus récentes pièces, telle cette première mondiale Pearls

of Time, une montre entièrement pavée de perles véritables qui garnissent également la tranche de la montre. Bagues, bracelets, tours de cou uniques, de nombreuses pièces originales s'offrent aux envies des visiteurs; parmi elles, des perles taillées en baguette, une autre exclusivité de la maison. La force créative de Roman Büchi se prolonge dans la nouvelle collection B Stars, une série de pièces originales en forme d'étoiles, sorties de toutes les couleurs scintillantes de l'arc-en-ciel.

DE TOUT, DE RIEN, MAIS QUE DU BEAU!

Un splendide lustre Empire accueille le visiteur au sommet de l'escalier. Chez Brands & Roman, le moderne fraie avec l'ancien. Des vitrines d'artisans horlogers ou de créateurs contemporains regardent avec respect des enseignes du XIX^e ou des fauteuils Chesterfield dont des centaines de séants ont apprécié le cuir. Devant un cognac, on devise, on compare, on se raconte ou on imagine les histoires des merveilles qui nous entourent, muettes uniquement en apparence tant leur façon exprime leur riche vécu. Sous un trophée de rhinocéros ou le regard moqueur d'un portrait accroché au mur, on plonge dans un univers qui oublie le temps en le montrant à travers des époques différentes mais marquées par le bon goût qui règne sur les lieux.

«UN LIEU OÙ L'ON CÔTOIE DE MAGNIFIQUES
GARDE-TEMPS, MAIS OÙ LE TEMPS NE COMPTE PAS»

| PORTRAIT |

C'est dans cette superbe bâtisse traversée par un ruisseau
que s'est installé Brands & Roman.

DEMANDEZ, ON TROUVERA

Certes, il y a de nombreuses délicieuses tentations chez Brands & Roman. Mais peut-être n'y trouverez-vous pas immédiatement la pièce qui fera pâlir de jalousie votre voisin, ou tout simplement cet objet rare dont vous rêvez depuis longtemps. Il vous suffira de demander au maître des lieux de partir en chasse de votre graal. Le réseau européen développé par Roman Büchi permet, dans l'immense majorité de cas, de mettre la main sur le trésor convoité, retrouvé chez un antiquaire milanais, dans un château français, une vente aux enchères londonienne ou chez un collectionneur barcelonais.

DÉCOUVRIR ET PARTAGER

En finalité, et hormis les objets mis en vente qui permettent à Brands & Roman de vivre, Roman Büchi a créé un club, dont les membres se retrouvent périodiquement sur un thème, avec un invité ou une présentation exclusive. Pour l'inauguration, en décembre dernier, la maison a reçu plus de 300 personnes, amenées en limousine. Huîtres et champagne, risottos inédits aux myrtilles, à la truffe ou aux framboises par exemple, une soirée à l'image des lieux: classe mais pas snob, chic mais pas ostentatoire. ●

www.brandsandroman.com



Star parmi les belles choses alentour, cette pièce maîtresse de Brands & Roman, une rarissime montre Louis Audemars «Grande Complication La Russe II».



DIDIER CASAGRANDE: IMAGINATEUR ET METTEUR EN IMAGES

Un photographe et son équipe s'emparent de l'espace pour mieux le restituer et en capturer l'humanité. Tout en favorisant ses accès visuels.

A seize ans déjà, embarquant ses potes de l'école dans son sillage aventureux, il tournait des films de fiction. Une excellente mise en bouche qui l'amènera, pour le compte de la Télévision Suisse Romande, à réaliser des clips musicaux. Ouf, il s'ébroue du carcan employé/employeur et, en 1998, à 25 ans, il se met à son compte tandis que l'ère tourne à l'âge d'or du diaporama. Cette technique permet de réaliser,

à partir d'une légère structure, des produits audiovisuels de qualité, alors prisés par la publicité et les entreprises en mal de présentations originales. Une série d'images projetées raconte l'histoire et capte l'attention. Rapidement, Didier Casagrande comprend l'impact de cette manière de séquencer les scènes et décide, avec l'arrivée de l'image digitale qui favorise l'immédiateté, de l'appliquer au secteur événementiel. Ainsi propose-t-il, en fin de soirée déjà et en mode flash-back, le déroulé des meilleurs moments, saupoudré des visages des participants.

«Le métier de photographe a beaucoup évolué ces dernières années», professe cette figure genevoise familière des lieux où il faut être et sachant s'y fondre pour mieux croquer les gens. Habitué à la lumière et passionné par l'humain plus que par les fascinants produits horlogers qui peuplent ses missions, cet insomniaque de la créativité précise: «Il ne suffit pas seulement de faire de bonnes images... Il faut aussi pouvoir offrir une solution

complète et originale, de la prise de vue à la diffusion, en créant au passage de nouvelles formes d'animation photo.» Et de citer, notamment, ces visites virtuelles à 360° qui permettent d'expérimenter un lieu distant. Entouré de son équipe, Didier Casagrande sévit avec bonheur aux commandes de sa start-up, depuis déjà vingt-cinq ans... ●

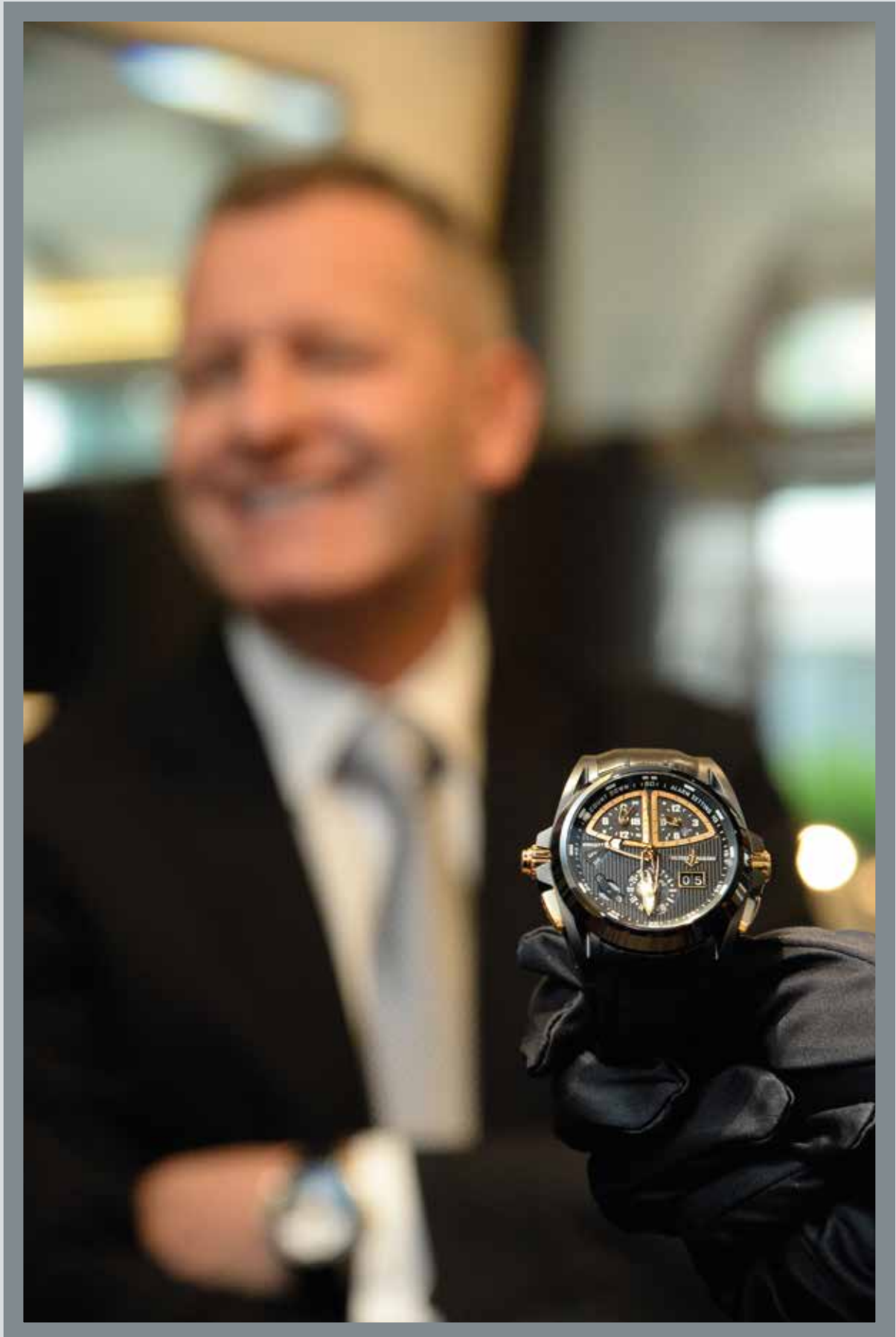
www.studiocasagrande.com



Didier Casagrande, profession: imagineur.

- Page 57_ Patrick P. Hoffmann, CEO d'Ulysse Nardin, présentant la Sonata Streamline chez Les Ambassadeurs.
- Pages 58-59_ Cocktail de la Watch Première Exhibition 2013 à la boutique Les Ambassadeurs Genève.
- Page 60_ Joachim Ziegler, CEO de Les Ambassadeurs, présentant les collections en édition limitée créées à l'occasion du 50^e anniversaire de la boutique.
- Page 61_ La boutique Les Ambassadeurs Genève fait son cinéma, lors d'une soirée inspirée par l'univers de James Bond.
- Pages 62-63_ Watch Première Exhibition 2013.

Photos: © Les Studios Casagrande







| MÉDIAS & COMMUNICATION |













EVILARD: NICOLAS VOYAME, HORLOGER À TOUT FAIRE

Nombreux sont, chaque année, les horlogers indépendants qui tentent leur chance dans l'univers assez impitoyable de l'industrie horlogère. Une aventure entre le gymkhana et la corde raide, le jonglage financier et la débrouille.

Savoir tout faire et ne pas regarder... sa montre! C'est parce qu'il est tombé dans l'horlogerie quand il était tout petit que Nicolas Voyame a racheté la marque Evilard, créée dans les années 40 par son arrière-grand-père. Comme beaucoup de marques, Evilard était pratiquement tombée en déshérence dans les années 80. Grâce à sa formation de micromécanicien horloger et son expérience au sein de manufactures horlogères, le jeune Nicolas Voyame a décidé, en 2010, de perpétuer la tradition familiale en créant sa première collection dans son atelier-boutique de Morges.

Dès les premiers instants, le but de se frayer un chemin est devenu essentiel. La connaissance du possible et de l'impossible, les rencontres, la motivation et bien plus encore lui ont permis d'avancer, d'être toujours innovant et polyvalent. Au départ, deux collections de garde-temps ont été créées et manufacturées, et ce, grâce à une affection particulière pour la mécanique, les matériaux nobles et la belle facture. Puis, une nouvelle gamme est née, alliant deux passions et facettes de Nicolas Voyame: la moto et l'horlogerie.

ENTRE CROSS ET RODÉO

Nicolas Voyame a été un crossman de niveau européen. Il est donc facile de dresser un parallèle entre les qualités d'équilibriste, de



Mannequin occasionnel: au temps où il pratiquait le cross en professionnel, Nicolas Voyame devait savoir jouer des objectifs.

NICOLAS VOYAME: «L'HORLOGERIE,
C'EST PROCHE DU RODÉO:
IL FAUT MAINTENIR UN ÉQUILIBRE PRÉCAIRE.»

| MÉDIAS & COMMUNICATION |



Transformation d'un véhicule accompagnateur de course en showroom mobile très pratique pour les expositions.

précision et de recherche de la performance nécessaires à ce sport et le parcours du combattant d'un jeune horloger. «C'est tout aussi proche du rodéo, affirme-t-il. Il faut maintenir un équilibre précaire, dompter des paramètres qui ne sont pas nécessairement

ceux dans lesquels on se sent le plus à l'aise, apprendre à improviser, maintenir l'esprit clair et ne pas avoir peur des soubresauts en tout genre.»

Pour réussir dans le milieu, Nicolas Voyame a profité de ce qu'il avait acquis dans sa vie

pré-horlogère. Mannequin à ses heures, il a le sens de l'image. Dépourvu de moyens financiers qui lui permettraient d'engager des professionnels pour ses publicités, il en devient lui-même l'acteur. Pour sa nouvelle collection 2R, dessinée pour les sportifs et les pilotes de deux roues en particulier, il se met en scène, chevauchant sa moto de cross en costume cravate. Les images le montrent en pleine action, lors d'un saut impressionnant.

Profitant d'un voyage aux USA, il acquiert un bus destiné à accueillir ses motos et sa petite équipe lors des compétitions. Un véritable deux pièces cuisine, doté de tout le confort nécessaire mais parfaitement inutile en l'état pour Evilard. Un peu d'ingéniosité, beaucoup d'heures et quelques arrangements plus tard, le véhicule est devenu le



Pour promouvoir sa propre marque de montres, l'ancien professionnel de cross n'hésite pas à reprendre du service... ►



Sens de la débrouille et réseaux d'amis. Personnalisation d'un modèle pour le champion du monde de motocross Marvin Musquin.

showroom mobile privilégié de la marque. Il l'accompagne dans toutes ses présentations en Europe, sur les manifestations qu'elle parraine et sert évidemment de logement bon marché à Nicolas Voyame.

LES RENCONTRES

Elles sont un élément essentiel lorsqu'il s'agit de faire bien avec peu. Chaque instant d'échange est riche. Le partage avec des proches, des connaissances, des fournisseurs ouverts et dérogeant à une rigidité établie par le milieu ou encore une rencontre par un heureux hasard sont autant de situations pouvant déclencher de belles concrétisations. C'est le cas notamment de la rencontre avec le patron de Let's Travel, ayant conduit à l'ouverture d'une boutique à Colombo (Sri Lanka), qui abrite en exclusivité trois petites marques horlogères.

De même, faute de budget susceptible d'intéresser des stars mondiales, Nicolas Voyame se tourne vers le milieu qu'il connaît le mieux: le motocross. Plusieurs personnalités se sont jointes à la famille Evilard, dont Arnaud Tonus, jeune pilote genevois, et Marc Ristori, contraint à l'arrêt de sa carrière par un accident, tous deux devenus ambassadeurs de la marque. A un niveau international,

Cyril Despres, quintuple vainqueur du Dakar à moto, porte les couleurs de la marque. De cette dernière rencontre, Nicolas Voyame a créé la collection 2R, une montre permettant à chaque sportif ou passionné d'y apporter sa touche par le choix d'une couleur d'aiguilles ou l'inscription d'un nom ou d'un numéro fétiche sur le cadran. Avec cette gamme Swiss made à quartz, proposée à moins de 1000 francs, Evilard s'engouffre dans un marché pour lequel ses garde-temps automatiques ne sont pas accessibles. En effet, avec des prix compris entre 5000 et 22 000 francs, les modèles manufacturés, fabriqués à l'unité et selon les désirs de chaque client, ne sont pas à la portée de toutes les bourses, même si chacun d'eux s'apparente à un prototype.

ET LA CRÉATION?

A la fois horloger, photographe, vendeur, publiciste, graphiste de ses catalogues, comptable, négociateur avec les fournisseurs ou encore balayeur de son atelier, Nicolas Voyame trouve encore le temps

Le modèle Evilard Skeleton. La marque n'écrit pas son nom sur le cadran, elle place juste son logo «E» comme un signe de reconnaissance discret.



Evilard, modèle Luna avec mouvement squeletté. Gros plan sur le fond de la montre et son rotor décoré.

d'assumer sa passion et de la mettre en vie: il crée. Ses montres possèdent une véritable identité, soulignée par des cadrans en nid d'abeille et des «étages» qui séparent les différentes indications données par la montre. Les «Evilard» sont des pièces à tirage très limité, personnalisables à loisir de par la possibilité offerte à chaque acheteur de se rendre à l'atelier morgien pour décider d'une couleur, d'un bracelet ou d'un marquage particulier sur le cadran.

En deux ans, Nicolas Voyame a dessiné et réalisé deux gammes, très distinctes dans leur conception mais immédiatement reconnaissables. Comme le sont les modèles mythiques des plus grandes marques. ●

www.evillard-watch.com







Fusée Engin autopropulsé ou élément de mouvement horloger ?

Découvrez
l'univers de l'horlogerie d'exception,
sur www.hautehorlogerie.org



Fusée | Organe de forme à peu près conique muni d'une rainure hélicoïdale sur laquelle s'enroule une corde ou une chaîne reliée au barillet. La fusée régularise la force motrice transmise au rouage. Presque toutes les montres des XVI^e, XVII^e et XVIII^e siècles ont des fusées. La corde en boyau fut remplacée par une chaîne vers 1640.

HH
FONDATION DE LA
HAUTE HORLOGERIE

PARTENAIRES DE LA FONDATION | A. LANGE & SÖHNE | AUDEMARS PIGUET | BAUME & MERCIER | BOVET 1822 | CARTIER | CHANEL | CHOPARD | CHRISTOPHE CLARET | CORUM | DE BETHUNE | GIRARD-PERREGAUX | GREUBEL FORSEY | HARRY WINSTON | HERMÈS | IWC | JAEGER-LECOULTRE | LOUIS VUITTON | MONTBLANC | PANERAI | PARMIGIANI FLEURIER | PIAGET | RALPH LAUREN WATCH & JEWELRY | RICHARD MILLE | ROGER DUBUIS | TAG HEUER | VACHERON CONSTANTIN | VAN CLEEF & ARPELS



AU CŒUR DE LA TRADITION CARTIER, DANS SON ATELIER DISCRET DE GENÈVE

Cartier redonne toutes ses lettres de noblesse à ses montres vintage. Deux horlogers se dédient à cette tâche minutieuse et ardue. Leur atelier se niche dans un endroit secret de la boutique de Genève.

Quelle serait votre réaction si vous appreniez que l'atelier secret de Cartier est situé... au centre-ville de Genève, dans le plus grand flagship européen de la marque? Impossible? A première vue, l'idée peut paraître saugrenue. Pourtant, à y regarder de plus près, cet atelier existe bel et bien. A Genève, les murs de Cartier peuvent se déplacer! Récemment, Cartier a invité quelques privilégiés à visiter le tout nouveau magasin phare de la rue du Rhône.



L'atelier de Cartier est dissimulé derrière une paroi mobile de la boutique de Genève.



Cartier restaure l'ensemble de ses pièces, y compris les rares horloges mystérieuses.

Le site est impressionnant. Presque toutes les montres fabriquées par la maison en 2013 sont disponibles à cette adresse. Avec plus de 700 m² dédiés à la vente, et trois fois plus pour l'ensemble du magasin, ce porte-étendard de la marque Cartier est le deuxième plus grand d'Europe, juste derrière celui de Moscou. Mais, attendez: 700 m² dédiés à la vente, 2000 m² pour l'ensemble du bâtiment? Y a-t-il des espaces cachés là-dedans? Oui, c'est le cas.

PORTES SECRÈTES

Les visiteurs chanceux auront à monter les escaliers pour vivre une expérience totalement originale. Après un court ballet de

gardes de sécurité, l'un d'eux actionne une télécommande pour ouvrir ce qui est apparemment un mur – et qui est, en réalité, une porte en mouvement. Derrière, à l'abri des regards, se tient un atelier complet de belles pièces. Deux horlogers s'y affairant. Leur mission: restaurer tous les types de pièces que Cartier ait jamais produits. Bienvenue dans l'atelier caché de la tradition Cartier.

RESTAURATION OBLIGATOIRE

Depuis 1983, Cartier détient quelques pièces extraordinaires issues de sa propre collection. La plupart du temps, ces garde-temps ont été acquis lors de ventes aux enchères. Mais, parfois, certaines acquisitions revèlent ►



PARFOIS, LES HORLOGERS REFAÇONNENT MÊME LES OUTILS D'ORIGINE, NÉCESSAIRES À RECRÉER DES COMPOSANTS UTILES À LEUR DÉMARCHE DE RESTAURATION.

bien des surprises. Ainsi, il y a quelques années, une grande complication, dérobée en 1920, a refait surface sur un site web. Grâce à l'aide de la police locale, Cartier a pu récupérer son joyau, d'un montant de 5,5 millions de francs.

C'est là que l'atelier de restauration entre en scène. «Chaque pièce déposée sur notre établi repart en excellent état», résume l'un des deux horlogers. Pour réussir cette mission, une formation de base dans l'horlogerie est insuffisante. «Nous avons tous passé quatre ans chez Cartier à apprendre ses techniques et la préservation du patrimoine», poursuit

ce passionné de la restauration. «Du point de vue technique, il faut savoir que Edmond LeCoultre et Louis Cartier étaient des amis très proches, presque tous nos calibres vintage viennent de LeCoultre. Pour nous, c'est un bon début pour réussir notre mission.»

RECONSTRUIRE MONTRES, PIÈCES ET MÊME DES OUTILS

Pourtant, l'atelier doit souvent fabriquer de nouvelles pièces. «Avant 1950, il n'y avait pas de montres étanches ou hermétiques. La plupart des calibres de cette période ont été gravement endommagés.» A tel point



Une grande complication du début des années 1920, restaurée sur la base d'un calibre LeCoultre, refait son apparition.



Grande complication du début des années 1920, sur la base d'un calibre LeCoultre. Seuls deux modèles sont connus dans le monde.

que, selon les cas, les horlogers refaçonneront même les outils d'origine, nécessaires à la réalisation de certaines parties, en respectant le modèle de fabrication original. A l'issue de la restauration, ces «nouvelles vieilles montres Cartier» sont exposées dans le musée Cartier ou proposées à la vente. Trois-cents de ces belles pièces sont actuellement présentes dans dix boutiques. A l'instar de ces grandes complications ou de ces trois aiguilles, ou encore ces fameuses «pendules mystérieuses» qui ont fait la renommée de Cartier un siècle auparavant. Ces pièces exceptionnelles ont toutes été restaurées dans les coulisses de la boutique de Genève, dans le fameux atelier de Cartier Tradition! ●

www.cartier.com



Le travail de restauration est entièrement manuel, aucune machine n'est sollicitée.



L'atelier de Cartier se trouve à quelques mètres du lac Léman, un clin d'œil aux cabinotiers.



Remplacement de l'échappement.



Et si, pour vos éditions, vous pensiez à un éditeur?

Une solution performante pour réaliser des économies de temps et d'argent.

Les contenus éditoriaux à concevoir et à produire sont souvent complexes et nécessitent de nombreuses forces vives dans votre entreprise.

**Quorum Editorial vous propose
son savoir-faire dans «les métiers de l'écrit».**

- Faites appel à nos spécialistes en communication, journalistes professionnels, documentalistes, experts en recherche d'informations et en veille concurrentielle, graphistes et responsables de production.
- Déchargez-vous du pilotage de vos projets éditoriaux.
- Editez avec Quorum Editorial vos dépliants, journaux d'entreprise, rapports annuels, communiqués et dossiers de presse, annonces presse, newsletters, ainsi que l'animation éditoriale de votre site web, microsite, blog, WebTV, webzine et édition mobile.

Demandez une analyse de votre communication.

QUORUM
— COMMUNICATION —

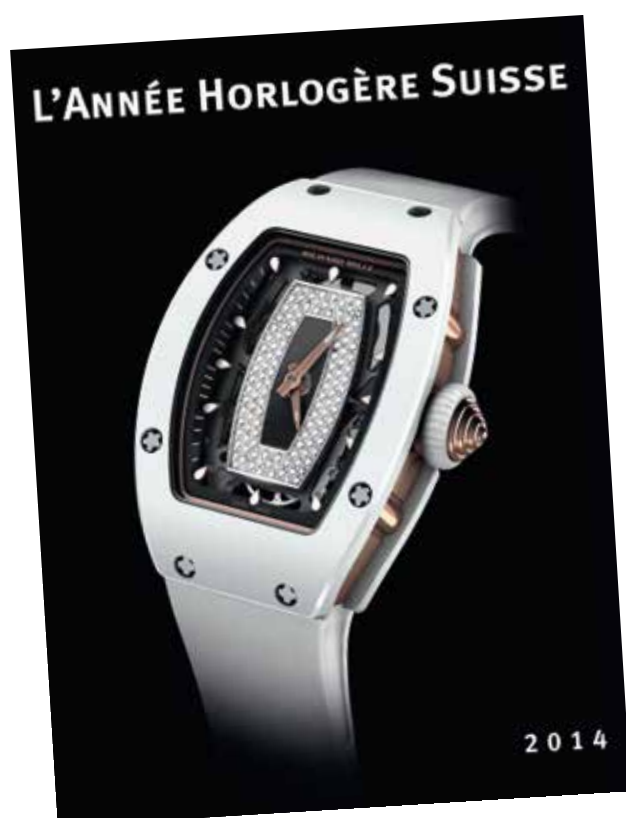
LE GROUPE QUORUM COMMUNICATION, FONDÉ À GENÈVE EN 1971, EST UN ÉDITEUR DE PRESSE. SES PRINCIPALES PUBLICATIONS SONT BANQUE & FINANCE, THE SWISS BANKING YEARBOOK, AFFAIRES PUBLIQUES, HEURE SUISSE, HEURE SCHWEIZ, L'ANNÉE HORLOGÈRE SUISSE, HORS LIGNE, AVANT PREMIÈRE, FILM DEMNÄCHST, LE CAFETIER, ELLE (SUISSE), PARIS MATCH (SUISSE).

QUORUM
EDITORIAL



LIVRES D'HEURE

**BASEL
WORLD**



«L'ANNÉE HORLOGÈRE SUISSE 2014»

≡ Par Promoédition / Roland Ray

Fixer dans le marbre les événements et les modèles d'une année, c'est donner le poids d'un livre à conserver à une année écoulée, riche en informations. Classés par catégories et par styles, les garde-temps défilent et se lèguent à la postérité, agrémentés de données techniques et esthétiques. Introduits pour la première fois l'année passée, année du 20^e anniversaire de la publication, des pictogrammes indicateurs de données utiles commencent à s'imposer, à se rendre indispensables. Cette bible annuelle, attendue tant par les passionnés que par le secteur, contient aussi son lot de données économiques et statistiques ainsi que des portraits de marques et d'entreprises qui sortent ainsi de l'ombre. Possibilité, pour compléter sa collection, de commander les éditions des années précédentes. ●

240 pages / illustrations en couleur / format: 23x30 cm / prix: CHF 55.–

EUR 50.– (version reliée), CHF 30.– EUR 25.– (version magazine) / Promoédition / disponible en français ou en anglais / www.annee-horlogere-suisse.com – www.swiss-watchmaking-year.com – www.watchprint.com

«I CRONOGRAFI DA POLSO»

≡ Par Paul White

Pour italophones ou anglophones, trois ouvrages exhaustifs sur les chronographes, tous préfacés par des sommités: pour le volume I, Davide Parmegiani, célèbre détaillant italien, l'expert horloger Aurel Bacs pour le II et Osvaldo Patrizzi pour le III. Organisés en sections relatives à leurs particularités techniques et esthétiques, comme le nombre de poussoirs, le nombre de sous-cadrans, leurs caractéristiques astronomiques ou militaires, les chronographes répertoriés font défiler de fameuses marques: Audemars Piguet, Breitling, Cartier, Eberhard & Co, Girard-Perregaux, TAG Heuer, IWC, Longines, Omega, Patek Philippe, Rolex, Tudor, Ulysse Nardin, Vacheron Constantin, Zenith... Agrémentés de références aux drapeaux qu'ils arboraient durant les conflits, les chronographes militaires ont choisi surtout le troisième volume pour raconter leur part d'histoire. ●

962 pages / plus de 200 photographies / format: 24x31 cm / bilingue anglais-italien / prix: CHF 625.– EUR 500.– /

Milla Editore / www.watchprint.com





«LES VÉRITABLES MAÎTRES DU TEMPS»

≡ Par Johann Boillat

Jeune docteur ès sciences humaines et sociales, histoire économique, Johann Boillat nous livre, à partir d'archives inédites, une étude qui remet en question les discours établis par les faiseurs de temps, trame systématiquement reprise par les faiseurs d'histoire, qu'ils soient journalistes, horlogers ou historiens. Soulignant le rôle crucial des crises économiques et leur capacité à remettre en cause l'économie de marché, cet ouvrage présente la manière dont les représentants des manufactures, sous l'impulsion du patronat neuchâtelois et bernois, parviennent à s'organiser en quatre cartels généraux. Il explique également le sauvetage de l'industrie horlogère suisse en présentant les deux piliers identitaires du secteur: la défense des intérêts nationaux face aux producteurs étrangers et la lutte colossale engagée sur le marché des mouvements... En remontant aux origines des questions du Swiss made et de la libre concurrence, ce livre place le lecteur – professionnel, politicien, économiste, juriste ou simple amateur – face aux enjeux majeurs de l'horlogerie suisse d'aujourd'hui. ●

768 pages / prix: CHF 59.– EUR 49.– / Editions Alphil-Presses universitaires suisses / www.unine.ch/histoire – www.alphil.ch – www.mih.ch – www.watchprint.com

«ZENITH EN 40 MONTRES»

≡ Par Constantin Parvulesco

Quarante modèles de cette marque pour en raconter l'histoire, c'est offrir au futur collectionneur Zenith son starter kit. Constantin Parvulesco livre une belle vue d'ensemble de cette marque mythique, lancée en 1865 par Georges Favre-Jacot. Surtout connue pour avoir créé le mouvement de chronographe automatique El Primero, Zenith, c'est aussi les instruments de navigation, des montres ou des chronographes, qui accompagnèrent les pionniers de l'aviation, les explorateurs et autres hommes illustres, de Blériot à Gandhi. La manufacture relate au passage les aléas de l'horlogerie du XX^e siècle. Passée aux mains du groupe LVMH depuis 1999, elle se révèle dans ce livre, en photographies de montres et de mouvements, au fil d'infos inédites issues de fiches techniques et des cotations. ●

158 pages / illustrations en couleur / format: 24,8x29,8 cm / prix: CHF 48.– EUR 38.– / Editions ETAI / www.watchprint.com



«HEIDI RÉVEILLE-TOI!»

≡ Par Christopher H. Cordey et Robert Salmon

A quand le Département fédéral du futur? La Suisse est-elle tombée dans les pièges du succès? L'ouvrage a pour ambition d'alerter des dangers qui menacent la réussite suisse et ainsi de favoriser une prise de conscience salutaire. Osant le genre manifeste, parfois carrément pamphlétaire, ce livre ne se prive pas de «coups de gueule» envers soit la suffisance récurrente, soit le manque de résistance aux pressions extérieures. La mémoire suisse garde le souvenir que le pays fut un temps si pauvre que ses hommes émigraient, rejoignant, il est vrai pour certains, les régiments au service des rois de France et du pape. Pourtant d'ici 2030, il ne s'agira plus de conserver, de perpétuer, de défendre, mais bien plus d'affirmer l'helvétique originalité, de décider plus rapidement, de revitaliser l'esprit pionnier, de prendre des risques et d'élaborer ensemble une vision dynamique et conquérante... *Heidi réveille-toi!* Fini le statu quo ou le statut de souffre-douleur. Vive la Suisse affirmée et tournée vers l'avenir! ●

96 pages / format: 14x21 cm / prix: CHF 19.– / Editions Slatkine / www.heidireveilletoi.ch – www.slatkine.com





MARCH 27 – APRIL 3

2014
BRILLIANCE MEETS

With more than 1,400 brands and exhibitors presenting their finest collections and their latest creations, Baselworld is the leading event on the global watch and jewellery sector's calendar. For eight spring days, the city of Basel becomes the industry's capital, and its spectacular exhibition hall – designed by world-renowned local architects Herzog & de Meuron – hosts over 150,000 specialists and show visitors.

*We look forward to welcome you at Baselworld 2014
27 March to 3 April, Basel, Switzerland*

BASELWORLD

BASELWORLD.COM



GÉRARD HORLOGERIE: L'HORLOGERIE À L'HEURE RÉUNIONNAISE

À La Réunion, île française de l'océan Indien, Gérard Horlogerie perpétue, depuis 1978, le savoir-faire horloger. En famille et avec fierté.

Morteau, Brazzaville, la Martinique, Le Havre, Ajaccio... Avant d'atterrir à La Réunion, le 25 juin 1978, Gérard Montandon avait déjà énormément baroudé. Lui qui a grandi à Pontarlier a gardé de ses origines suisses l'amour de l'horlogerie. A chaque instant. Même durant son service militaire en Afrique, au milieu des années 50, il choisit l'aviation et l'entretien des mécanismes des appareils de navigation. De

retour dans la vie civile, Gérard promène son savoir-faire, son épouse Madeleine et leurs deux enfants de ville en ville, d'île en île, d'atelier en atelier.

En 1978, direction La Réunion, caillou français posé à quelques encablures de Madagascar, «un endroit réputé accueillant». Un caillou où les Montandon ouvrent très vite un atelier dans une des chambres de l'appartement familial, au premier étage



Devanture de Gérard Horlogerie, centre-ville de Saint-Denis, île de La Réunion.



du 23, rue Pasteur, en plein centre-ville de Saint-Denis, ville préfecture. «A l'époque, il n'était pas banal de voir les Réunionnais monter un étage puis traverser un appartement pour faire réparer une montre», se souvient Patrick, le fils de Gérard. Ce quadragénaire tient l'horlogerie installée depuis 1979 au 30, rue Pasteur: Gérard Horlogerie.



En 1978, l'horloger suisse Gérard Montandon s'installe au cœur de l'océan Indien, à La Réunion, «un caillou français posé à quelques encablures de Madagascar». Ici, les côtes sauvages de Petite-Île.

QUE DU NEUF, PAS D'OCCASIONS

Si la boutique porte le prénom du père fondateur, celui-ci s'en est allé en 1997. Mais Patrick, aidé de sa femme Véronique, entretient la flamme. Discret mais fier de son affaire familiale, il présente son antre, impeccable, déniché quelques mois après leur arrivée. «Elle mesurait alors 10 m²,

nous avons agrandi en 1984, puis en 2003.» Madeleine, la maman de Patrick, n'est jamais très loin des présents. Quand on évoque l'installation réunionnaise, la caution historique de l'établissement sourit: «C'était l'aventure!» Et Patrick d'ajouter: «On ne savait même pas ce qu'était un cyclone...»

Comme beaucoup, Gérard Montandon a un temps tenté de combiner horlogerie et bijouterie, de 1983 jusqu'au début des années 90 environ. «Avec l'émergence des bijoux de piètre qualité vendus en grande surface, il a décidé de cesser l'activité bijouterie et de se recentrer sur notre cœur de métier: l'horlogerie. Nous sommes ►



horlogers, pas bijoutiers!», lance Patrick. Horlogers de A à Z, de la vente – «que du neuf, pas d'occasions!» – à la réparation: «Nous ne sommes pas un simple atelier. Notre valeur ajoutée, les clients la trouvent dans le conseil, l'expertise vente et le service après-vente. C'est ainsi que nous avons fidélisé de nombreux clients.»

15 000 EUROS, PRIX PLAFOND

Sans oublier les prix «métropole» pratiqués. Chez Gérard Horlogerie, les coûts de transport et les taxes douanières ne sont pas répercutés sur le prix proposé au client. Un phénomène rarissime à La Réunion. «Nous pensons que cette politique tarifaire est indispensable pour attirer et retenir une clientèle réunionnaise qui voyage et a tendance à se dire qu'ailleurs, il sera plus aisé de comparer et de trouver de meilleurs prix.» Les adeptes réunionnais de belles montres – «dont la part est proportionnellement aussi importante ici que dans le reste du monde», selon Patrick – peuvent donc trouver leur bonheur à des prix «normaux», parmi les nombreuses marques que l'horloger dionysien représente: Breitling, Omega, TAG Heuer, Longines, Bell & Ross, Oris, Hamilton, Seiko...

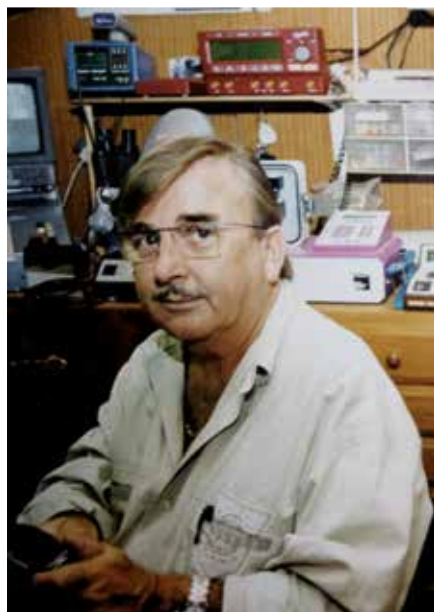


Patrick Montandon assure consciencieusement le service après-vente.



Volcan encore en activité, le piton de la Fournaise culmine à 2631 m d'altitude.

Des marques que l'horloger choisit en fonction du marché local. «Notre clientèle est variée, aisée parfois, et nous croisons une dizaine de véritables passionnés de montres chaque mois. Mais le prix plafond se situe environ à 10 000 euros, voire 15 000. Au-delà, les demandes sont très rares et deviennent des commandes particulières. L'intérêt est donc nul pour nous d'acheter du stock dans cette catégorie de produits... surtout dans cette conjoncture», analyse-t-il. Prudent, voire méfiant, quand il évoque les marques qu'il distribue et ce qu'il peut en dévoiler, Patrick s'emporte en revanche rapidement quand un mot est prononcé au détour



A l'origine de cette aventure familiale, le Suisse Gérard Montandon, décédé en 1997.

Patrick Montandon dans la boutique ouverte par son père, Gérard, en 1979.

L'ATTACHEMENT AU SYMBOLE

Quant à la clientèle du monde réel, elle repart, elle aussi, parfois déçue. Pas pour les mêmes raisons. En effet, dans certains cas, Patrick doit se résoudre à ne pas réparer tel ou tel modèle ancien: «A La Réunion, avec la distance, trouver et importer des pièces est difficile. Si nous devons répercuter le coût du transport et de la douane, en réparation, la facture présentée au client serait indécente. Je préfère déclinier la réparation. Mais il faut faire œuvre de pédagogie, et même de psychologie... Pour certains clients, c'est un déchirement de ne pas pouvoir offrir une deuxième vie (ou plus) à une montre de famille.»

L'attachement au symbole, l'histoire personnelle que «porte et portera toujours» la montre, permet à Patrick de penser que l'horlogerie a encore un bel avenir devant elle: «De toute façon, il n'y a qu'à voir les efforts d'innovation et de perfectionnement des marques pour être rassuré. Si tant est qu'il faille l'être.» C'est donc sans crainte que la passion horlogère se perpétue chez les Montandon depuis plus d'un demi-siècle. De père en fils. Et l'histoire n'est pas près de s'arrêter: Nicolas, le fils de Patrick, suit actuellement une formation en horlogerie. ●

www.ateliergerard.com

Gérard Horlogerie

30, rue Pasteur, Saint-Denis, La Réunion



MONTREAL, CANADA: «IL Y A ENCORE DES HORLOGERS!»

Il y avait bien longtemps que je n'avais vu un horloger en chair et en os. J'en étais arrivée à la conviction que l'horlogerie était l'un de ces beaux métiers voués à l'extinction dans une ère où l'on jette plutôt que de réparer.

Surprise, j'en ai trouvé un... et appris en même temps que Trois-Rivières a la chance de posséder la seule école d'horlogerie du Canada et que, si sa survie a été menacée l'an dernier, son avenir s'annonce sous de meilleurs auspices grâce à une hausse des inscriptions.

LA SWISS, RUE STE-CATHERINE À MONTRÉAL

J'ai un petit réveil de voyage que je croyais fini parce qu'un commis m'avait dit que la pile était encore bonne, donc c'était le mécanisme... «Achetez-en donc un autre, au prix que ça coûte», m'avait-il dit. Mais



Dédiés aux marques horlogères suisses, les présentoirs du magasin La Swiss, à Montréal.



je m'entête car je sais que je n'en trouverai pas un pareil. Je vais au comptoir de réparation de La Baie; là, on ne prend pas les horloges, mais on me suggère d'aller à La Swiss, entre Birks et McDonald. Et que vois-je, au fond de ce magasin qui



A Montréal, au Canada, l'un des six magasins La Swiss.

vend des montres de prix? Un grand cubicule de verre qui abrite un horloger certifié à qui l'on peut parler! Loin d'être un vieux monsieur sorti du siècle dernier, Gabriel Rondeau-Bouvette est un tout jeune homme, fier diplômé de l'école de

Trois-Rivières, le genre fils de bonne famille qui parle un français impeccable et scrute à la loupe des mécanismes compliqués en les manipulant avec des doigts d'artiste. Comme ses instruments sont plus développés que ceux des simples vendeurs de piles,

il identifie vite le problème – la pile marche, mais elle est trop faible. La prochaine fois, il va voir ce qu'il peut faire avec deux jolies montres anciennes qui ne marchent plus mais que je ne me suis jamais résolue à jeter. ►



COMPÉTENCES MANUELLES REVALORISÉES

«Quand les montres à quartz sont arrivées sur le marché», dit-il, «on a annoncé la fin de l'horlogerie, elles ne coûtaient pas cher, on les jetait au premier pépin. Mais les choses ont changé. Il y a de plus en plus de montres de prix sur le marché, et puis aussi des montres anciennes qu'on veut conserver...» En l'écouter parler, je pensais à tous ces

jeunes qui aboutissent par hasard à l'université sans savoir ce qu'ils y cherchent et qui traînent leurs espadrilles d'un département à l'autre, éternels étudiants sans avenir qui vivent avec de petits boulots à temps partiel et qui abandonneront les études sans diplôme et sans formation.

C'est l'un des grands drames de nos sociétés contemporaines que d'avoir propagé la mentalité absurde qui veut que le travail à



GABRIEL RONDEAU-BOUVRETTE

Son nom sonne comme une marque horlogère française ancienne, relancée par un passionné en mal d'histoire à recréer. Ce jeune Canadien entame, à 17 ans, soit à l'âge de la fin de l'école secondaire, une formation en joaillerie. Plus intéressé par l'aspect technique que par les considérations artistiques et les pierres précieuses, il se réoriente naturellement vers l'horlogerie et, au sortir des 1800 heures passées à l'Ecole nationale d'horlogerie du Canada, il trouve un stage en milieu professionnel dans l'atelier de réparation Birks. Puis, c'est le premier job, à La Swiss, grâce auquel, dès l'automne 2013, il suit plusieurs formations chez Breitling USA. D'ailleurs, la marque de Granges, connue pour être un modèle du genre en matière de réseau mondial SAV, rachète le centre de service multimarque de Grigoros Canada Inc. Cette même entité, fondée en 1989 par Freddy Sigg, est à l'origine des six magasins canadiens La Swiss. Une enseigne réputée auprès des marques horlogères suisses puisqu'elle abrite, en ses étals, Rolex, Parmigiani Fleurier, Audemars Piguet, Breitling évidemment, Girard-Perregaux, Ulysse Nardin et la marque lifestyle globale TF Est. 1968, entre autres. ●



A La Swiss à Montréal, on répare aussi les montres : atelier d'horloger.

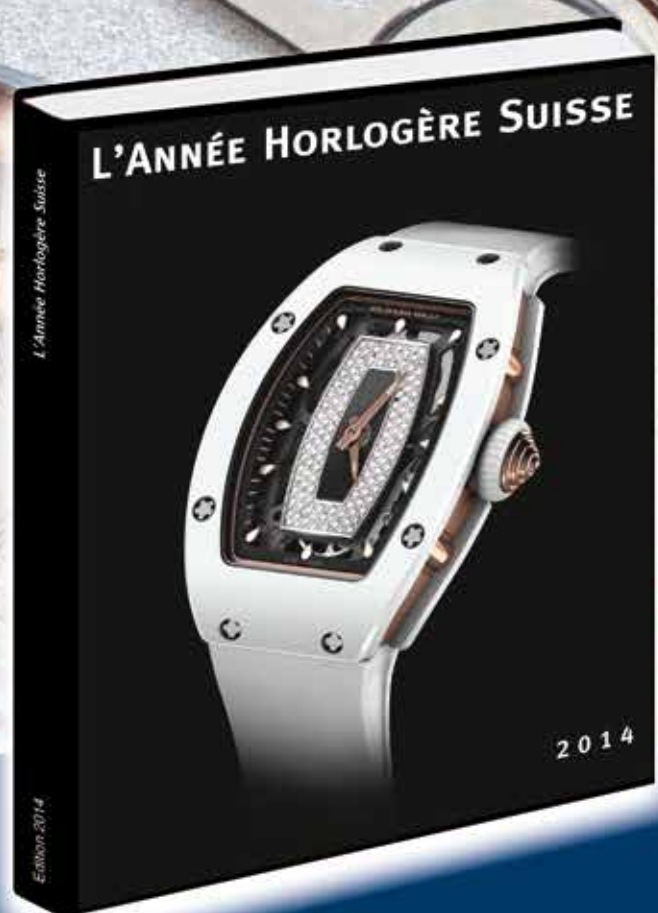
composantes manuelles soit inférieur au travail de col blanc, et qu'il est plus intéressant de noircir du papier dans un bureau que d'être boucher, inhalothérapeute, ébéniste ou technicien en électronique. D'où ces cohortes qui vont par pur réflexe s'engouffrer dans la filière générale du cégep (n.d.l.r.: collège d'enseignement général et professionnel) avant d'aller perdre leur temps à l'université...

Il existe des métiers ingrats et peu gratifiants dont héritent les travailleurs sans spécialité aucune, mais ceux qui requièrent un apprentissage, de l'habileté, de l'attention soutenue et de la créativité tiennent de l'artisanat, voire de l'art. Allez au Musée des meilleurs ouvriers de France, vous en sortirez ébloui. Quant à moi, c'est toujours avec fierté que je dis que je pratique le «métier» (pas la profession) de journaliste...

Heureusement, l'engouement ambiant pour la nourriture et la restauration a revalorisé les métiers de cuisinier et de boulanger, mais le Québec a du chemin à faire avant d'égaler l'Allemagne, dont le succès économique tient en partie au fait que le pays a intelligemment misé sur la formation professionnelle. ●

www.laswiss.com
www.ecolehorlogerie.com

L'Année Horlogère Suisse 2014



La référence en
matière d'horlogerie

Commandez dès aujourd'hui et bénéficiez d'un rabais de 10%

● CHF **49.50** au lieu de CHF 55.- pour la version livre reliée.

● CHF **27.-** au lieu de CHF 30.- pour la version souple.

Disponible en français et anglais.

Vous pouvez commander la publication
en envoyant un e-mail à abo@promoedition.ch



«QUESTIONS DE TEMPS»: JEAN-CLAUDE BIVER, ENCORE UNE PREMIÈRE FOIS

Le «serial marketeur» Jean-Claude Biver, alias l'hyper-président de la marque Hublot, monte en grade au sein du groupe LVMH. Désormais, après Hublot, les marques Zenith et TAG Heuer passent sous son autorité. Interview «indélicatemporelle»...

Grand «dynamitateur» de la cause horlogère suisse dans le monde, le bouillant homme d'affaires monte encore d'un échelon au sein de la galaxie LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton: «Je me réjouis que Jean-Claude Biver ait accepté de prendre la tête de notre activité Montres [...] Je suis convaincu que son talent entrepreneurial et sa créativité donneront une impulsion exceptionnelle à nos autres maisons», communique Bernard Arnault, président du groupe auquel Carlo Croco, le fondateur d'Hublot, avait vendu sa marque entièrement reboostée par Jean-Marc Biver. Ce n'est pas la première fois que Jean-Claude Biver fait le bonheur d'actionnaires qui ont eu le fin nez en lui faisant confiance. Qu'en est-il de l'homme derrière l'homme d'affaires? Au lieu de couler une retraite bien méritée, il s'investit toujours plus, avec la fougue du jeune loup.

Alors, Jean-Claude Biver, c'était quand la première fois? Chaque jour c'est comme la première fois, c'est ce qui rend les journées si passionnantes.

Etes-vous toujours à l'heure? Oui, c'est mon principe et c'est aussi une question de respect.



Jean-Claude Biver: «Chacune de mes montres me donne de l'émotion et me fait rêver.» © Michael Hauri

Quel est le pire retard dont vous vous souvenez, celui qui vous a le plus mis dans l'embarras? Lorsque j'ai dû dire qu'il y avait eu un bouchon sur l'autoroute... Aujourd'hui ce n'est plus une excuse, car il faut l'inclure dans son planning.

Existe-t-il un retard ou une avance qui vous a permis d'échapper au pire? Non, pas que je me souviens. Je crois en mon destin, et ce qui m'arrive arrive car cela devait arriver.

Existe-t-il un retard ou une avance qui vous a permis de vivre le meilleur? Souvenir d'un instant béni, d'un moment privilégié... Etre en avance de retour chez moi est toujours un délicieux privilège, car je ne profite jamais assez de mon chez-moi et de ma famille.

Quel a été votre jour le plus long? Mon mariage, car je voulais qu'il ne se termine jamais.

Hormis une montre ou un garde-temps, quel est le design que vous considérez comme le plus intemporel? Le Cervin, l'un des plus beaux designs de la planète.

Citez-moi l'objet personnel que vous souhaiteriez soustraire à l'emprise du temps... Evitez de citer une montre, ce serait trop facile! La machine à écrire de mon grand-père. Lorsque j'étais enfant, elle me fascinait et, souvent, je ne comprenais pas comment il pouvait s'endormir la tête penchée sur sa machine.

Quel est le type de «chronophage», mangeur de votre précieux temps, que vous redoutez le plus? Les gens qui posent des questions dont la réponse est évidente, ceux qui essaient de se faire remarquer. Je ne peux

les éviter, mais lorsque je les reconnais, je leur réponds très sèchement afin de les décourager.

Si le temps vous était conté... Livre, proverbe, citation préférés? L'amour, vivre pour l'éternité avec ma famille qui m'est si chère.

Un proverbe du Sud dit «Vous avez l'heure, nous avons le temps!» Commentaires? Avoir le temps, jouir du temps et maîtriser le temps sont pour moi le véritable luxe!

Votre premier souvenir se rapportant à une durée, de nature positive ou négative? L'école! Elle me semblait interminable lorsque j'étais tout petit. Puis, plus tard, je m'y suis senti tellement à l'aise que je regrettais de la quitter.

Quels sont vos moments qui ne devraient jamais s'arrêter? Lorsque je joue avec mon fils Pierre et les moments où nous avons des dîners ou déjeuners de famille. Une fête de famille ne devrait jamais s'arrêter.

S'il vous est arrivé de pleurer, quelle est la fois où vous pensiez ne jamais pouvoir vous arrêter? Le décès de mon grand-père qui m'a causé un grand chagrin car nous perdions notre patriarche et notre exemple de l'amour!

Quelle différence faites-vous entre temps et éternité? L'éternité, c'est l'illusion et l'idéal; le temps, c'est la réalité.

Votre première montre? Celle de ma première communion, offerte par mon grand-père.

Si vous possédez plusieurs montres – merci d'en indiquer approximativement le nombre –, quel rôle jouent-elles dans votre existence?



A propos du Tourbillon Chronographe Bigger Bang All Black: «C'est ma première vraie machine, une machine à jouer avec la lecture et le décompte du temps.»

J'en possède une soixantaine. Elles sont mes jouets, ceux de l'enfant devenu adulte. Chacune me donne de l'émotion et me fait rêver.

Celle que vous aimeriez le plus avoir, hormis un modèle de la marque pour laquelle vous travaillez? Ma collection se compose de presque toutes les marques. Je ne collectionne pas que les montres de ma marque! Car je suis un passionné de l'horlogerie en général.

La montre de votre marque dont vous êtes le plus fier? Pourquoi? Son rapport au temps en quelques mots? Le Tourbillon Chronographe Bigger Bang All Black. C'est ma première vraie machine. Cette montre est devenue plus qu'une montre, une machine à jouer avec la lecture et le décompte du temps.

Si, privé d'indicateur horaire, vous deviez planter un objet personnel dans le sol pour qu'il vous renseigne sur l'heure qu'il est, à la manière d'un cadran solaire, quel serait-il? Mon bâton d'armaillet! ●

BARNABÉ HOSSIEN: DIVINES HORLOGES

Au moment précis où ma décision d'entamer sur le tard une formation dans l'horlogerie m'est apparue comme une évidence, je reçus presque distraitemment, en levant les yeux au ciel, une sorte d'illumination. C'était un jour dans l'Abbaye de Mariastein...

Pourquoi diable, si j'ose dire, me suis-je retrouvé dans cette abbaye et ai-je eu les yeux qui se sont tournés vers le ciel? Quel étonnement! L'horloge était au plafond, son cadran si singulièrement disposé à l'horizontale, face contre terre, à l'intérieur du chœur, au sommet de la voûte! Hallucination? Habituellement, les horloges ne sont-elles pas disposées verticalement, de préférence sur la façade extérieure de l'édifice? Malgré quelques tentatives infructueuses d'élucider cette particularité (j'y reviendrai), ce qui est sûr, c'est que la vision de ce cadran-là, si particulier par rapport aux milliers d'autres que j'ai pu admirer ou simplement apercevoir distraitemment au fil de mes errances humaines, dans les lieux saints d'ici ou d'ailleurs, a eu l'effet de me conforter dans ma décision. Ce fut comme un signe...

MYSTÈRE ET MATHÉMATIQUES

Au fait, pourquoi est-il de tradition d'installer de puissantes horloges sur le clocher des églises? Est-ce parce que le présumé Créateur de toutes choses est qualifié de Grand horloger ou serait-ce la représentation matérielle de l'idée que tous les horlogers auraient été les adeptes, ou à tout le moins les dépositaires, d'une sorte de secte séculaire aux codes tantôt ombrageux tantôt mathématiques? Je m'amuse à penser, en béotien que je suis, à ce que pouvait représenter le comptage du temps comme motif de rappel aux obligations religieuses les plus diverses, ponctuant la journée ou l'année. Et ce, en des temps où la pratique religieuse



L'étonnante horloge suspendue au-dessus du chœur, au sommet de la voûte dans l'Abbaye de Mariastein. Inspira-t-elle Barnabé Hossien?

prenait autrement plus de place que de nos jours. Vertige que cette précision tout astronomique, induite dans ce calcul du temps, qui puise sa définition dans l'inlassable course effectuée par notre planète autour de son astre solaire!

Y aurait-il opposition aussi involontaire qu'indissociable entre croyances, principes doctrinaux et vérités scientifiques indiscutables? Il est amusant de constater qu'au fil du temps, au sein de la «chose horlogère», des avancées que seule la science permet sont venues s'ajouter et se mêler aux plus anciennes traditions horlogères: recherches sur le traitement des matériaux, découvertes et usages d'alliages ou de matières impossibles, ou encore d'instruments de mesure amenant une précision que personne n'exigeait, notamment en des temps où la justesse d'une horloge villageoise n'était pas vraiment garantie.

L'artisan horloger ou même le quidam porteur d'un garde-temps personnel pouvait très bien disposer d'une heure bien plus précise que celle qui sonnait au centre du village!

CALENDRIERS TEMPÉRÉS

En allant beaucoup plus loin, cet étrange besoin qu'a l'humain de mesurer le temps s'observe depuis les plus anciennes traces de civilisation: douze siècles avant notre ère, les Babyloniens déjà avaient défini une année de 360 jours en douze mois lunaires de trente jours, un système sexagésimal donc, encore en vigueur aujourd'hui, précision en sus. Il est frappant de constater à quel point, quelles que soient les croyances ou les contextes, lorsqu'il est question de mesure du temps, on ne peut échapper aux vérités scientifiques, mathématiques et astronomiques. Ainsi, aussi bien lorsque Jules César s'adressa



Horloge de la façade de l'Abbaye de Mariastein.

à l'astronome grec Sodigène d'Alexandrie en 45 avant notre ère que lorsque le pape Grégoire s'adressa à l'astronome Luigi Giglio vers 1582 pour corriger les écarts de temps accumulés, on ne parlait pas de croyances mais bien de science! Dans le premier cas, cela donna lieu à l'application des années bissextiles, mais avec un décalage de trois jours tous les quatre cents ans. Pour le second, cela impliqua l'adoption du fameux calendrier grégorien qui est encore le nôtre aujourd'hui, lequel permit d'éviter tout décalage futur grâce à trois fois rien aux yeux du profane, juste quelques chiffres après la virgule... En effet, l'année, d'abord divisée en 365,25 jours, devint ensuite 365,2425 jours! C'est donc un concentré d'infiniment grand qui se retrouve dans l'infiniment petit de nos admirables mouvements horlogers, qui restent les traducteurs et les transmetteurs dans la réalité matérielle de concepts mathématiques joliment éthérés à mes yeux. L'admirable de ce domaine est qu'il mélange parfois le savant avec le purement artistique, la pluralité des savoirs avec l'insaisissable qui réside dans l'expérience et la créativité! Est-il un seul autre domaine où l'art et la science se conjuguent avec autant d'éclat, de réussite et de fascination?

VOCATION D'APPRENDRE, MOTIVATION INTACTE

La vraie raison qui veut que les églises soient pourvues d'horloges précises, j'en reviens à mon interrogation du début de ces lignes, c'est qu'il fallait qu'un jour, l'une d'elles m'inspira ma vocation. Qu'elle me suggéra la conviction de rejoindre à mon tour les rangs de ceux qui participent à mieux apprivoiser ce temps qui passe, à le connaître en profondeur, à l'admirer. Face à la contemplation de cette vertigineuse échelle de temps, remontant aux civilisations anciennes sinon carrément à la création de l'univers et à son incroyable précision de fonctionnement, je suis forcé de remettre en perspective mes récentes frustrations sur le temps que peut mettre ce monde horloger à m'ouvrir ses bras. Je fais allusion à ma précédente chronique à propos d'un futur emploi dans ce secteur qui, selon moi, tarde trop à venir. Qu'importe, une passion ne compte ni son temps ni ses efforts!

Ces réflexions m'amènent à remettre quelques bûches dans le feu de ma motivation. Ce qui s'avère utile à mi-parcours de mon actuel module de formation et tandis que s'approchent irrémédiablement les prochains examens — durant lesquels mes

maîtres exigeront de moi, leur élève à vocation tardive, tantôt une précision mathématique lorsqu'il s'agira de théorie, tantôt manuelle lorsqu'il me faudra leur remettre trois mouvements assemblés dans les règles de l'art. Et leurs attentes sont autrement plus précises, plus exigeantes que lors du module de base. Je vais donc prendre toute la mesure de ce temps qui me sépare aussi bien de cette étape-là que du moment où je saurai enfin quel chemin mon parcours horloger voudra bien me faire emprunter! ●



BARNABÉ HOSSIEN

Derrière ce pseudonyme de béotien, de néophyte, se cache Emmanuel Alder de l'agence TàG Press +41. Après un parcours professionnel saupoudré d'aventures diverses, il décide de devenir horloger. Il suit actuellement une formation modulaire en horlogerie au Centre interrégional de perfectionnement, à Tramelan. ●



SUBTILS JEUX DE PERLES

Indissociables de Gabrielle Chanel, qui les aimait passionnément, les perles ont inspiré la collection *Les Perles de Chanel*. Des pièces d'exception qui associent or, diamants et perles.



Partout, à n'importe quel moment de la journée et avec n'importe quelle tenue, sweater ou robe du soir, Gabrielle Chanel ne se séparait jamais – ou presque – de ses perles, qu'elle portait à profusion, en boucles d'oreilles, en tour de cou, en simple rang ou en cascades de sautoirs. C'est en découvrant la peinture de la Renaissance, notamment un portrait de cour peint par Véronèse, qu'elle tombe sous le charme des perles. Elle est séduite par leur beauté, mais aussi par les contrastes qu'elles permettent en juxtaposant leur blancheur et leurs rondeurs à la ligne stricte d'un pull près du corps ou d'une petite robe noire; les perles deviendront l'une des signatures fortes de la créatrice. Gabrielle Chanel était également très consciente du pouvoir de séduction qu'offraient les perles qui captent la lumière et éclairent son visage, soulignant l'éclat de ses yeux et de son sourire.

Pendant toute sa vie, les perles auront joué pour Gabrielle Chanel le rôle de talisman. Elle était rassurée par leur présence, leur pureté et leur douceur au toucher. A la fin de sa vie, lorsqu'elle résidait au Ritz, elle ne gardait avec elle que trois tailleurs beiges et ses perles. La collection *Les Perles de Chanel* fait revivre ce lien intime et unique qui unissait Gabrielle Chanel aux perles, à travers des pièces de haute joaillerie où l'on retrouve les principaux éléments de son univers symbolique et imaginaire. Ainsi, le camélia, sa fleur fétiche, rencontre le lion, un animal qui la fascinait et son signe astrologique, ainsi que des constellations ou des comètes... La collection, qui comprend colliers, sautoirs, bagues, bracelets, boucles d'oreilles et broches, décline la beauté et la diversité des perles des mers du Sud, d'eau douce, de Tahiti et du Japon, mettant en scène les perles de culture les plus extraordinaires dont le diamètre, la forme, la couleur et l'orient varient en fonction des provenances.





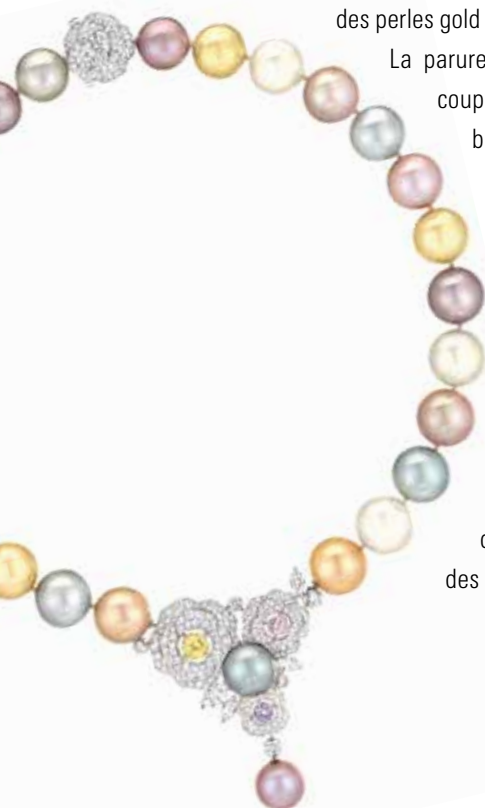
Les perles blanches, noires, rosées ou gold aux nuances chaudes s'associent à l'or jaune ou blanc. Elles sont encore sublimées, dans de délicats jeux de camaïeux, par la présence de diamants blancs et jaunes, de saphirs, de tourmalines, d'aigues-marines et de améthystes.

Parmi les pièces les plus représentatives, le collier *Perles de Jour* est une spectaculaire chute de perles d'Indonésie d'un diamètre hors du commun, ponctuée d'un diamant de huit carats. Sa réplique parfaite en perles grises, le collier *Perles de Nuit*, lui fait écho. Pour sa part, le collier *Perles Royales* marie des perles gold à des diamants blancs et jaunes sur platine.

La parure *Envolée Solaire* fait cohabiter avec beaucoup de délicatesse des perles des mers du Sud blanches et gold, auxquelles répondent des diamants blancs et des diamants jaunes.

La fleur iconique de Gabrielle Chanel se décline sur la parure *Printemps de Camélia*, constituée de perles multicolores, sous la forme de camélias de diamants dont le cœur est en saphirs de couleur.

Quant au sautoir *Lion Baroque*, mêlant perles blanches, noires et gold, il est rehaussé par une tête de lion dont le pavage de saphirs en dégradé s'harmonise à l'orient des perles. ●



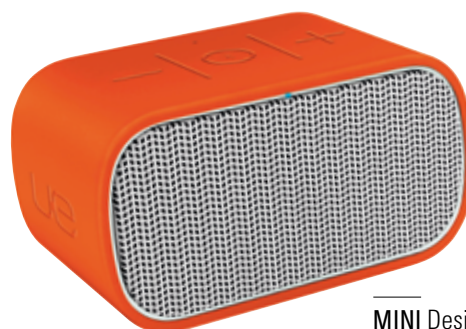


ENVIES DE PRINTEMPS...



HIGH-TECH Canon dévoile son nouveau PowerShot N100, qui déborde de technologies innovantes. Il s'agit du premier appareil photo compact de la marque à posséder à la fois une caméra frontale et arrière, permettant à l'utilisateur de capturer simultanément son expression derrière l'appareil en appuyant sur l'obturateur. Une manière de raconter les deux côtés de l'histoire!

Appareil photo PowerShot N100 de Canon.



MINI Design hyper-compact, son puissant et coloris toniques. C'est le trio gagnant de la nouvelle enceinte UE Mini Boom de Ultimate Ears. Elle est équipée d'une batterie garantissant jusqu'à dix heures d'autonomie, de commandes simples et d'une connectivité Bluetooth. L'enceinte diffuse un son étonnant à partir de tout dispositif compatible Bluetooth, avec une portée de 15 m, ce qui permet de prendre ses distances pour l'apprécier.

Enceinte UE Mini Boom de Ultimate Ears, www.ultimateears.com.

SPORTIF La Coupe du monde de foot approche. Pour les fervents supporters, la marque brésilienne Havaianas a imaginé une collection très foot, avec des tongs et des espadrilles aux couleurs du Brésil, où se déroulera la coupe.

Tongs Havaianas Teams.



CONTEMPORAIN De l'originalité pour cette table de nuit imaginée par la société vaudoise FiveCo. Le meuble intègre dans l'un de ses pieds un tiroir secret sous la forme d'une nacelle divisée en trois compartiments éclairés. L'ouverture se fait grâce à un lecteur d'empreintes digitales également intégré dans le meuble.

Table de nuit Secret of Night, édition limitée, www.artofsecret.ch.



MALIN C'est le compagnon de voyage idéal. Le Trust Rio Trolley Backpack se présente comme un chariot étanche doté d'un compartiment principal avec une partie rembourrée pour un ordinateur portable jusqu'à 16 pouces et d'une poche rembourrée supplémentaire pour ranger une tablette jusqu'à 11 pouces. Sur l'avant, trois compartiments zippés offrent suffisamment d'espace pour accueillir documents, chargeur, téléphone, etc. Mieux encore, le chariot à roulettes se transforme en quelques secondes en sac à dos.

Bagage Trust Rio Trolley Backpack, www.trust.com.

HAUTE COUTURE L'ambiance d'un lieu, c'est aussi – et peut-être même surtout – une senteur unique. La marque Welton imagine des bougies d'exception, aux fragrances subtiles. Esprit haute couture pour la bougie de Karl Lagerfeld, dans laquelle la douceur de la figue est sublimée par son accord avec le santal qui libère une chaleureuse note boisée lactée.

Bougie Karl Lagerfeld de Welton, www.weltonlondon.com.



SEXY *Undress me, sexy zone, crazy about you...* On se la joue sexy avec des tatouages éphémères aussi faciles à appliquer qu'à retirer. Chaque pochette contient huit tatouages de différentes tailles.

Tattoos So Sexy, en vente à la boutique Eastside, pl. des Eaux-Vives 9, Genève, et sur www.sosxytattoos.com.



PRATIQUE Pour répondre aux besoins de la vie nomade, Logitech a imaginé un nouveau système modulaire conçu pour iPhone 5 et iPhone 5s, décliné en trois produits: le Logitech case+tilt, le Logitech case+energy et le Logitech case+drive. Ces étuis intègrent un système de fixation pratique, un support de visionnage, un enrouleur intégré pour oreillettes/écouteurs, un système de maintien idéal pour la voiture ainsi qu'une alimentation électrique de secours. En prime, un design toujours très contemporain.

Accessoire pour iPhone de Logitech.



ARTY L'artiste Caroline Dechamby, installée à Crans-Montana, vient de lancer sa ligne de maroquinerie, Audace. Les sacs et porte-monnaie reprennent directement ses peintures, aux motifs joyeux et colorés. Les sacs – *Papillons, Tulipes, Bonhomme* et *Banquise* – sont sérigraphiés sur cuir de veau et fabriqués en Italie.

Sac Audace par Caroline Dechamby, en vente à la Maison d'Art Caroline Dechamby à Crans-Montana, à la boutique Bach's Bazar à Gstaad et sur www.caroline-dechamby.com.



EXTRAORDINAIRE Alien, le parfum de Thierry Mugler, se décline dans une nouvelle interprétation qui porte bien son nom: L'Eau Extraordinaire. La fragrance associe l'accord ambre blanc et bois de cashmeran à un bouquet lumineux d'agrumes et de fleurs. Le néroli de Tunisie s'associe à l'éclat du thé à la bergamote d'Italie. A cette fraîcheur répond la sensualité de la fleur de tiaré et du cashmeran. Enfin, le sillage enveloppant est composé d'ambre blanc, senteur emblématique d'Alien.

L'Eau Extraordinaire Alien de Thierry Mugler.

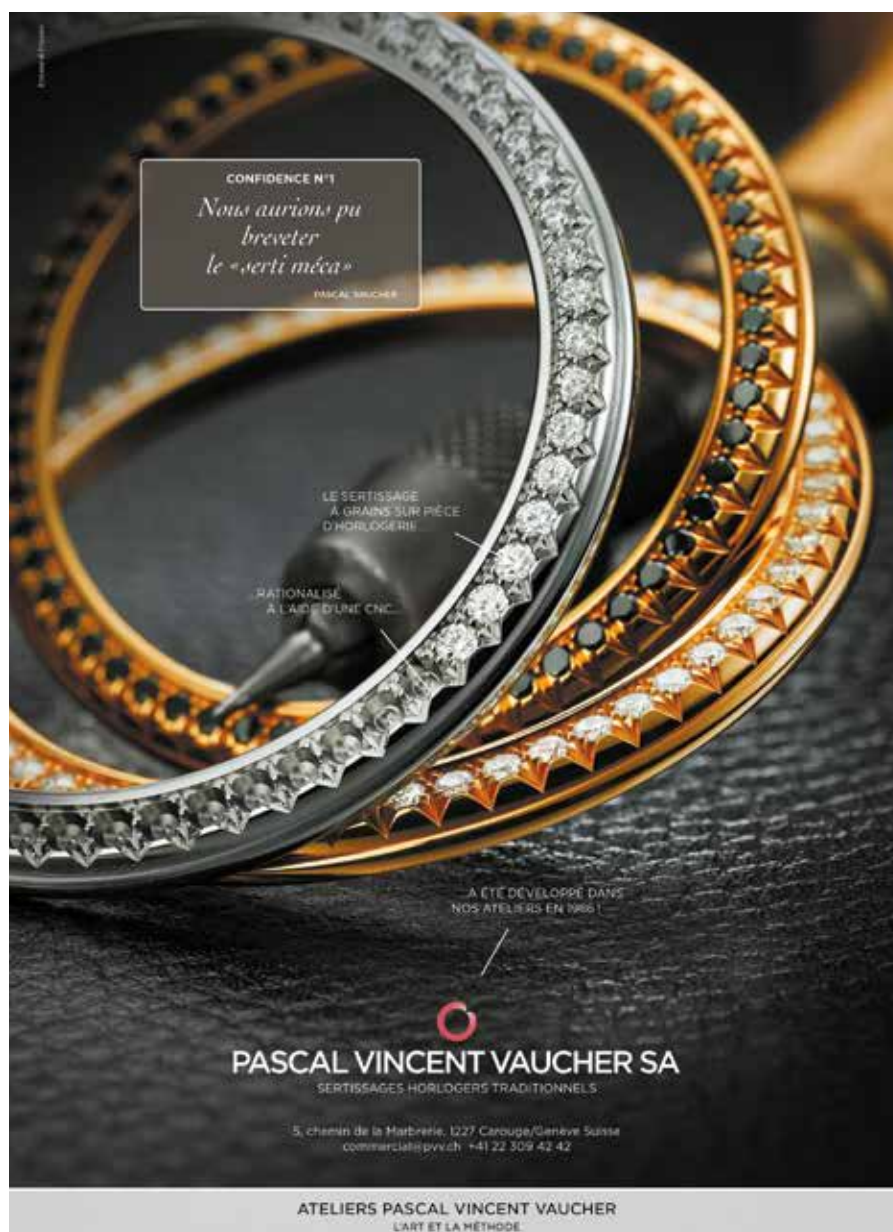
ATELIERS PASCAL VINCENT VAUCHER: LES COULISSES D'UNE CAMPAGNE COQUINE

Peu enclins à sortir la grosse artillerie en matière de communication, les fournisseurs préfèrent rester dans l'ombre de leurs clients, les toutes puissantes marques. Parfois, ils en sortent, avec bonheur...

À travers les publicités horlogères, les marques brillent de tous leurs feux. Et les produits présentés, des montres shootées avec les grands moyens, sont attractifs. Dans le même temps, la nature même d'un sous-traitant – un cotraitant devrais-je dire –, c'est d'effectuer discrètement des travaux pour ses clients, ces mêmes marques, qui, par définition, sont les seules à mériter les feux de la rampe. Pourtant, quelques crises les y ayant poussés, certains choisissent tout de même de sortir du bois. Ne serait-ce que parce qu'ils le valent bien, que les gestes de leurs collaborateurs sont nobles, beaux à regarder, que les matières manipulées sont de nature à susciter des rêves et des envies. Egalement des envies en provenance de ceux qui, au sein des marques, décideront de leur faire confiance.

IL A INVENTÉ LE «SERTI MÉCA», COMMENT LE DIRE?

Aux Ateliers Pascal Vincent Vaucher (APVV), un groupe de sociétés entièrement dévouées à la discrétion et à la mise en valeur de leurs clients, les messages et les envies de les transmettre commençaient à s'accumuler. Et le silence devenait pesant. Pour quelle raison aurait-il fallu continuer à se taire à propos de l'une des plus grandes fiertés de la maison, à savoir l'invention, par son fondateur Pascal Vaucher, du «serti méca», un terme



Sur le ton des «Confidences» – c'est le nom de la campagne publicitaire –, APVV rappelle l'invention de Pascal Vincent Vaucher SA: «Nous aurions pu breveter le «serti méca».



largement adopté depuis par l'ensemble du secteur? En effet, c'est fin 1986, alors qu'il a 27 ans, que ce sertisseur introduit, dans son artisanat manuel, une dimension semi-industrielle. Comme l'explique Pierre Maillard, le rédacteur en chef du magazine *Europa Star*, cette «vision» allait révolutionner le métier: «Cette rationalisation allait pouvoir "démocratiser" les produits sertis, rendant possible, rentable et abordable le sertissage sur acier. Ce qui apparaissait au départ comme une hérésie est devenu aujourd'hui une tendance majeure. On ne compte plus les marques, parmi lesquelles les plus prestigieuses, qui y ont désormais recours.»

Il fallait donc trouver enfin un moyen de le dire! Les questions qui se posent alors au sein du groupe sont les suivantes, comme l'explique Christophe Golay, porte-parole: «Comment utiliser de belles images sans faire de l'ombre aux marques, comment communiquer sans ennuyer, comment se positionner comme "une référence" sans jouer les gars gonflés, comment décliner les divers sociétés sans étouffer leur indépendance?» Un vrai brief maousse costaud, le genre



La photo sélectionnée pour le slogan de Swiss Made Settings SA: «Nos coups de lime sont de tendres caresses.»



L'image choisie pour placer le slogan de la société du groupe Les Emboîteurs d'espaces SA: «Dans nos espaces, les corps s'emboîtent parfaitement.»

de défi à déclencher quelques effervescences au sein de la meilleure des agences de pub. En interne, on se creuse le ciboulot. Les réponses apportées accouchent d'une série de visuels publicitaires qui jouent la carte de l'humour fin et qui, dans d'autres ateliers mécaniques, en raison de leur allusion à Aubade, la célèbre marque de sous-vêtements féminins, auraient pris des allures de calendrier. La campagne «Confidences» naît, elle manie avec brio le second degré. Elle percute: «Là où Aubade donne des leçons numérotées pour le plus grand plaisir des regards masculins et avec un excellent retour sur investissement auprès de sa clientèle féminine, nous avons choisi, par une approche similaire, une saga basée sur la confiance. Par ce biais, nous cherchons à

dévoiler un "secret" qui caractérise chacune de nos sociétés», détaille Christophe Golay.

Le résultat est convaincant. Et les slogans de taille à mériter que d'énormes investissements soient consentis pour qu'ils percutent leur cible, à savoir les professionnels chargés de l'attribution des commandes. «L'utilisation de petits textes rapportés sur une partie de l'image confère un aspect technique qui écarte l'idée que nous puissions nous positionner sur le terrain d'une marque», conclut Christophe Golay.

En images et en légendes, à savourer, voici un making of de cette campagne. ●

www.pvv.ch

WE BUILD THE WATCHES YOU DREAM



Boutiques Pilo & Co - 6, Rue du Conseil-Général - 11, rue Vallin - Genève - Tél. +41 22 328 01 12
<http://www.pilo-watches.com>



INDEX ALPHABÉTIQUE DES MARQUES, SOCIÉTÉS ET INSTITUTIONS

Les numéros renvoient aux pages de l'article dans lequel le nom est cité.

Merci à nos fidèles annonceurs (**en gras**).

A. Lange & Söhne	23	FiveCo	90-91	Raymond Weil	19
Alphil-Presses universitaires		Frédérique Constant	32	Rolex	73-74, 80-82
suisses (Editions)	73-74	Gainerie 91	26	Rubel & Ménasché	couverture
Ambassadeurs (Les)	56-63	Gérard Horlogerie	76-79	SAFDICO	
Antopi	29	Girard-Perregaux	73-74, 80-82	(South African Diamond Corporation)	44-47
Armand Nicolet	31	GPHG – Grand Prix d'horlogerie de Genève	14	Seiko	27, 76-79
Armin Strom	32	Graff	20 , 44-47	Sercab	10-11
Art of Secret	90-91	Graff Diamonds Foundation	44-47	Slatkine (Editions)	73-74
Audemars Piguet	18, 22, 54-55, 73-74, 80-82	Grigoris Canada Inc.	80-82	Snyper Genève	14
Auguste Reymond	32	Gucci	16, 48-49	Sosexytattoos.com (www.)	90-91
Baselworld	14, 38-39, 48-49, 44-47, 75	Hamilton	28, 76-79	Studios Casagrande (Les)	56-63
Baume & Mercier	38-39	Havaianas	90-91	Swatch Group	40-41
Bell & Ross	76-79	Hermès	48-49	Swiss Creative Lab	14, 30
Birks, Montréal	80-82	Herzog & de Meuron	48-49	Swiss Made Settings	92-93
Blancpain	27	Hublot	84-85	TAG Heuer	73-74, 76-79, 84-85
Boucheron	17, 48-49	HYT	15	TF Est. 1968	23, 80-82
Brands & Roman	54-55	IWC	73-74	Thierry Mugler	90-91
Breguet	4-5 , 24	Jaeger-LeCoultre	24, 50-53	Trust	90-91
Breitling	73-74, 76-79, 80-82	Jämes C. Pellaton	14	Tudor	73-74
Bulgari	48-49	Jaquet Droz	6 , 40-41	Ultimate Ears	90-91
Canon	90-91	La Swiss, Canada	80-82	Ulysse Nardin	28, 56-63, 73-74, 80-82
Caroline Dechamby	90-91	Léman Bleu	13	Vacheron Constantin	22, 73-74
Cartier	22, 69-71, 73-74	Les Emboîteurs d'espaces	92-93	Vaucher Manufacture Fleurier	34-35
Chanel	couverture , 1 , 88-89	Logitec	90-91	VicenTerra	34-35
Chopard	38-39	Longines	31, 73-74, 76-79	Voegeli & Wirz	2
Christophe Claret	21	Louis Golay	54-55	Watch Première Exhibition	56-63
CIP – Centre interrégional		Ludovic Ballouard	14	WATCHe	14
de perfectionnement, Tramelan	86-87	LVMH (groupe)	73-74, 84-85	Watchprint.com (www.)	73-74
Corum	28	MCM Milano	12	Welton	90-91
COSC – Contrôle officiel suisse		Milla Editore	73-74	Wenger	8
des chronomètres	38-39	Montblanc	21	WPHH – World Presentation	
Cvstos	13	Omega	42-43, 73-74, 76-79	of Haute Horlogerie	13
David Van Heim	23	Oris	31, 76-79	Zenith	27, 73-74, 84-85
Eberhard & Co	73-74	Parmigiani Fleurier	24, 80-82		
Ecole d'horlogerie de Genève	38-39	Pascal Vincent Vaucher	92-93		
Ecole nationale d'horlogerie du Canada	80-82	Patek Philippe	couverture , 48-49, 73-74		
Edelberg	14	Piaget	21		
EPHJ-EPMT-SMT (Salon)	25	Pierre Thomas Genève	14		
ETAI (Editions)	73-74	Pilo & Co Genève	94		
Evilard Watch	64-67	Poinçon de Genève	38-39		
F.P. Journe	36-37	Promotion SpA	33		
FHH – Fondation de la haute horlogerie	68	Ramada Plaza Hotel	14		

CONFIANCES MALMENÉES

Parce qu'elles rejaillissent sur l'ensemble du secteur et qu'elles ne font pas seulement du tort à ceux qui les commettent, certaines mauvaises pratiques devraient tout simplement être éradiquées. A force de tirer sur la corde de la confiance du consommateur final, certaines marques horlogères poussent le bouchon au-delà de l'acceptable. La confiance met du temps à se construire, elle peut s'évanouir en quelques secondes. Et le mécontentement chez un consommateur, à l'heure d'internet, peut occasionner de sacrés dégâts d'image, puisque l'insatisfait s'avère beaucoup plus loquace que le satisfait. Parmi les pratiques peu louables, il y a, en vrac: les prix surfaits, l'utilisation des pierres précieuses comme valeur pétard – celles qu'on met sur les montres pour en exploser le prix –, le composant ôté d'une montre envoyée à l'usine pour réparation, dans le but qu'à réception du devis, le client ne puisse la faire réparer ailleurs, les exagérations et perversions de langage en provenance des services marketing, le totalement fait main obtenu avec des machines numériques, les zircons sertis en lieu et place de diamants... A un visiteur curieux qui s'enquerrait de la raison d'un prix élevé, le patron d'une marque fraîchement relancée indiqua avec fierté que son produit et ses composants avaient été totalement gravés à la main. Finalement, compte tenu de l'addition des heures qu'un artiste expérimenté et minutieux avait passé dessus, le montant s'expliquait aisément. Il s'entendit répondre: «Ah bon, parce que les autres gravent leurs modèles avec les pieds?» Dépité, le patron horloger remballa sa marchandise et tourna les talons. A quoi bon lutter contre l'ignorance, quand elle est aussi crûment exprimée? Contre ceux qui, en amont, n'ont pas été réglos et ont répété à l'envi ce que le client désirait entendre, même si ce n'était pas tout à fait exact? Evidemment, ne pas tout dire, c'est légitime. En matière de secrets de fabrication, ce n'est pas mentir que de préserver un mystère qui participe au désir d'achat. Par contre, dire autre chose que la réalité, c'est perdre l'occasion de se taire. Abuser de la méconnaissance de la réalité industrielle, à savoir que parfois la machine fait le gros du boulot et que l'homme ne se charge que des finitions, c'est agir au détriment de l'artisan vrai qui lutte avec l'objet, sans concession, des mois durant. Certes, l'excellence peut être également d'origine industrielle. Mais si le client s'aperçoit, à force de curiosité et d'avidité de savoir, qu'on lui a raconté des bobards, il risque fort de passer rapidement du dépit au rejet. Blessé dans sa confiance, il se détournera et dirigera sa suspicion également sur celui qui dit vrai et pour qui la fameuse maxime du «faire mieux que nécessaire» a encore tout son sens. Il serait dommage que la voix du plus «gonflé» l'emporte. D'accord, le secteur n'est pas prompt à sanctionner l'un des siens ou à déballer ce qui dépasse sa logique individualiste. Il a tendance à couvrir l'exagérateur. C'est sans compter qu'aujourd'hui, la blogosphère aidant, tout se sait, tout s'échange. Une charte éthique s'impose, les labels ont de beaux jours devant eux.



«DIRE AUTRE CHOSE
QUE LA RÉALITÉ, C'EST PERDRE
L'OCCASION DE SE TAIRE.»

Joël A. Grandjean, rédacteur en chef

Rubel & Ménasché

DIAMANTAIRES DEPUIS 1956

"All the facets that you need."



www.rubel-menasche.com





PATEK PHILIPPE
GENEVE

Fondez votre propre tradition



Jamais vous ne posséderez complètement une Patek Philippe.
Vous en serez juste le gardien, pour les générations futures.



patek.com

Quantième Annuel Réf. 5205G, boutons de manchettes Calatrava.