

bulletin d'informations

Fabrication d'horlogerie et de bijouterie
Herstellung von Uhren und Schmuck

N° 1234 Janvier/Février 2018

Une publication du groupe Europa Star HBM 

Nouvelle machine LASER: le **SAPHIR FEMTO**

Micro-usinage • Gravure • Texturation de surface • Découpe fine



Diminution des temps de process
Finesse inégalée du travail



5 rue de la Louvière • F-25480 PIREY • www.lasercheval.fr



Même dans les situations les plus improbables...

...le double cône de guidage (une géométrie exclusive et ultra-précise) de l'amortisseur de chocs Incabloc® transforme les chocs incontrôlés en déplacements rigoureusement dirigés.

Souvent copié, jamais égalé, l'amortisseur de chocs Incabloc® est indissociable de l'horlogerie helvétique et protège le mouvement des plus belles montres depuis plus de 85 ans.



Une revue du groupe
Eine Fachzeitschrift der Gruppe

europa star

Editeur - Verlag

Europa Star HBM SA

Route des Acacias 25

P.O. Box 1355

CH-1211 Genève 26

Tél. +41 (0)22 307 78 37

Fax +41 (0)22 300 37 48

e-mail: vzorzi@eurotec-bi.com

www.europastar.biz

Directrice des Editions Techniques
Bereichsleiterin Technische Verlagsobjekte
Véronique Zorzi

Rédaction / Redaktion Europa Star HBM

Pierre Maillard

Serge Maillard

Pierre-Yves Schmid

Directeur Général

Geschäftsführer

Philippe Maillard



Parutions: 7 fois par an
Abonnement CHF 65.-

Erscheint 7 mal pro Jahr
Jahresabonnement CHF 65.-

Info: register@europastar.com
<http://www.europastar.biz/abo>

Contenu rédactionnel:

Mouvements, Habillement
Pierres et métaux précieux
Présentoirs, Ecrins

Eléments de vitrine
Electronique
Traitement de surface
Mécanique de précision
pour la fabrication
d'horlogerie et de bijouterie

Redaktioneller Inhalt:

Uhrwerke, Ausstattung
Edelsteine und -metalle
Etuis, Displays

Elektronik
Oberflächenbehandlung
Feinmechanik
für die Herstellung
von Uhren und Schmuck

A

propos de

Pour aller où?

«Changer, mais pour aller où ?» Toute bête d'apparence, cette question était posée par le philosophe français André Comte-Sponville lors du dernier Forum de la Haute horlogerie qui s'est tenu à Lausanne début novembre 2017. Rappelant non seulement que le changement n'est pas une fin en soi mais n'est qu'un moyen – «pour durer, il faut progresser» – et que «anthropologiquement parlant, personne n'a envie de se changer soi-même», le penseur français posait aux horlogers présents une question à laquelle aucun n'avait de réponse toute faite. Où va-t-on, au juste?

A notre époque soumise à une incroyable accélération due et des changements qui affectent très profondément la géopolitique, l'économie, l'écologie, la technologie, la santé, les mœurs, les habitudes, l'information... les horlogers ont du pain sur la planche. Et une question lancinante qu'ils sont bien obligés de se poser: que vont devenir notre art et notre industrie? L'horlogerie mécanique est-elle promise au même avenir que, par exemple, la boîte à musique? C'est à dire un splendide et ingénieux objet de pure nostalgie (nonobstant les efforts méritoires d'un Reuge, par exemple, dernier fabricant de boîtes à musique qui tente à tout prix d'en transformer l'image passéiste).

Et le marché de la nostalgie est à son tour changeant. Tu n'as pas la même nostalgie que tes parents ou tes enfants. Double danger.

Est-ce à dire que l'horlogerie mécanique, si elle veut survivre (et qui ne veut pas survivre)? est contrainte à se transformer, à changer, comme le dit André Comte-Sponville. Oui, pour sûr, mais on se répète: changer pour aller où?

L'horlogerie trouvera-t-elle sa sauvegarde et son avenir dans une fuite en avant et une spectacularisation esthético-technique – au risque de ne plus pouvoir ou de ne plus vouloir s'adresser qu'à une frange marginale de (très) riches passionnés ou d'en faire un marqueur social d'élite.

Ou au contraire l'avenir est-il avant tout dans l'expression éthique d'un produit irréprochable fait en pensant avant tout à son acheteur? Et ce, quelle que soit la «gamme» considérée.

Autre question: Que nous dit sur le futur la véritable explosion hebdomadaire de start-ups horlogères lancées sur Kickstarter et autres plateformes de financement? Que signifie cette pluie de météorites, presque toutes mécaniques, avec un très fort goût pour les ambiances vintages? Il serait sans doute faux de ne regarder ça que de haut en se disant que, connectée ou pas, ça leur passera. *Chi lo sà!* Phénomène générationnel, oui, mais qui crée de fortes habitudes, qui change les perspectives, transforme le but auquel on destine un objet.

«Changer, mais pour aller où?» En absence de perspectives dégagées, dans le doute de la destination à prendre, certains se disent qu'autant ne pas changer! L'horlogerie leur a appris que les aiguilles tournent, et aussi que tôt ou tard elles repassent devant vous. Sauf qu'entretemps tout change, vous y compris, même si vous êtes resté immobile. Pour aller ci, pour aller là ou pour rester sur place, que vous le vouliez ou pas, vous changez. Le temps vous y contraint. La question n'est pas comme le dit le philosophe: Pour aller où? On a bien quelques idées, mais bon dieu, au fond, ça personne ne le sait.

Pierre Maillard
Rédacteur en chef d'Europa Star

Maîtriser

FIABILITE

PRECISION

REPETABILITE

PRODUCTIVITE

SIMPLICITE D'UTILISATION



Appareil de mesures 4 points

Appareil de mesure de haute précision adapté au contrôle des diamètres intérieurs et extérieurs, tant dans le domaine de la fabrication que du contrôle final.

Son principe d'auto centrage rapide par 3 touches mobiles balayant toute la plage de travail, confère à cet instrument une ergonomie et une souplesse d'utilisation offrant un gain de productivité accru.

Ses touches en métal dur interchangeables permettent en outre une adaptation optimale pour chaque type spécifique de géométrie devant être mesurée.

Caractéristiques techniques :

Répétabilité	± 1 µm
Course	30 mm
Capacité de mesure int. standard	15 – 45mm
Capacité de mesure ext. standard	3 – 33mm
Extension de la mesure int. (option)	43 – 73mm
Extension de la mesure ext. (option)	32 – 62mm
Course de la table en hauteur	12 mm
Force de mesure réglable (plage de mesure)	0.2 à 2.5 N
Poids (sans comparateur)	8 kg

4-Punkt-Messgerät

Gerät für hoch präzise Messungen, geeignet für die Kontrolle von Innen- und Aussendurchmesser in der Fertigung sowie auch in der Endprüfung.

Durch die automatische Zentrierung der drei über den ganzen Arbeitsbereich beweglichen Messstifte bietet dieses leistungsstarke und flexible Gerät einen erheblichen Produktivitätsgewinn.

Die austauschbaren Messstifte aus Hartmetall ermöglichen ausserdem eine optimale Anpassung an verschiedene Geometrielemente.

Technische Daten:

Wiederholgenauigkeit	± 1 µm
Hub	30 mm
Messbereich für Innenmasse	15 – 45mm
Messbereich für Aussenmasse	3 – 33mm
Erweiterung für Innenmass (Option)	43 – 73mm
Erweiterung für Aussenmass (Option)	32 – 62mm
Höhenverstellung Messtisch	12 mm
Messkraft, regelbar (Messbereich)	0,2 bis 2,5 N
Gewicht (ohne Komparator)	8 kg

4 point Measuring Instrument

High-precision measuring instrument suitable for the control of internal and external diameters, both in the field of manufacturing and for quality control.

Its quick self-centering feature uses 3 mobile keys which scan the whole working area, thus making this instrument highly ergonomic and flexible, resulting in increased productivity.

Its interchangeable hard metal keys also allow an optimal adaptation for each specific type of geometry to be measured.

Technical characteristics:

Repeatability	± 1 µm
Range	30 mm
Standard int. measuring capacity	15 – 45mm
Standard ext. measuring capacity	3 – 33mm
Extension of the int. measurement (optional)	43 – 73mm
Extension of the ext. measurement (optional)	32 – 62mm
Range of height of the table	12 mm
Adjustable measuring force (measuring range)	0.2 to 2.5 N
Weight (without gauge)	8 kg

www.petitpierre.ch

Petitpierre SA, chemin des Murgiers 12, CH-2016 Cortaillod, Tél. +41 32 843 44 22, Fax +41 32 843 44 28


Petitpierre
Groupe Acrotec

Julien Tornare, les douze travaux de Zenith

La marque locloise n'a pas pris le train chinois en route durant la dernière décennie dorée et n'a pas connu la croissance de ses pairs. Aujourd'hui, le nouveau directeur veut profiter de cette «mesure» qui a caractérisé la manufacture quand d'autres cédaient à la folie des grandeurs pour repartir sur des bases saines. Un vœu pieu? Entretien à l'Arcade Europa Star.

Le Genevois Julien Tornare a réalisé toute sa carrière dans le développement des ventes et de marchés pour des marques horlogères. D'abord chez Raymond Weil, puis durant dix-sept ans au sein de Vacheron Constantin, dans un premier temps aux Etats-Unis où la marque était alors au bord de la disparition, puis à Hong Kong où il s'agissait à l'inverse d'amener une maison déjà forte vers de nouveaux sommets.

Autant dire que le nouveau directeur de Zenith a vécu de l'intérieur l'essor puis la chute rapide de la demande chinoise. Un atout certain à l'heure où le quadragénaire, nouveau protégé de Jean-Claude Biver, accède pour la première fois à la direction générale d'une maison horlogère et au défi le plus important de sa carrière: redresser Zenith. Pour les *insiders*, l'affaire est claire: la marque est une pépite horlogère mais le grand public lui, a bien davantage lorgné vers les mastodontes Omega ou Rolex ces dernières années, qui naviguent dans des tarifs similaires. Comment rivaliser? Sur un chiffre d'affaires de 80 millions de francs, la marque en aurait perdu 30 en 2016, selon *Le Temps*.

Tout est à (re)faire, donc. En même temps, la marque est sans doute l'une de celles dont on parle le plus cette année dans l'écosystème horloger, après être pleinement entrée dans le viseur de Jean-Claude Biver – qui veut y voir le dernier volet de sa trilogie chez LVMH, après avoir veillé sans relâche aux destinées de Hublot et TAG Heuer – et depuis le lancement de la Defy 21 à Baselworld et de la Defy Lab l'automne, censées réinventer la «légende» El Primero. Entretien avec Julien Tornare en deux temps, sur le business puis les nouveautés horlogères.

Quel diagnostic posez-vous sur Zenith, quelques mois après votre prise de fonction?

J'ai présenté un état des lieux au groupe LVMH: c'est pour moi une magnifique marque du paysage horloger depuis 152 ans, une marque pour laquelle j'ai – comme beaucoup d'*insiders* de l'industrie – une forte affection; mais derrière tout cela demeure l'impression qu'il n'y a jamais eu de vrai décollage en termes de vente, de marketing et de désirabilité auprès du client final... Il faut absolument trouver la recette pour y remédier.

On a un peu l'impression d'entendre ce discours depuis toujours chez Zenith. Or, c'est une marque qui a des atouts, en termes d'histoire et de produits, que d'autres maisons auraient rêvé d'avoir, qui a tout de même eu des dirigeants de qualité – mais ce décollage annoncé depuis longtemps ne s'est jamais produit, durant une décennie pourtant dorée pour l'industrie! Pourquoi?

C'est difficile à dire. Il y a un élément qui n'a pas joué en faveur de la marque: beaucoup d'instabilité et de changements à sa tête. Cela n'était rassurant ni pour les détaillants ni pour les clients finaux. Il est essentiel aujourd'hui de rationaliser la structure de la marque: beaucoup trop de modèles, de références et de calibres ont été lancés. Trop de dispersion, donc. Aujourd'hui, le mot-clé est la concentration, sur quatre lignes de produits. Nous avons une vision à cinq ans. Et on va s'y tenir, je m'y engage! Tout le monde veut de la stabilité chez Zenith.

Un deuxième élément compte. Il y a eu une période durant laquelle les marques horlogères à l'histoire la plus longue sont devenues un peu prisonnières de cet héritage. Cet héritage

était peut-être rassurant, mais un peu ennuyeux et poussiéreux... Peu de marques ont en réalité réussi à éviter que leur histoire ne devienne un boulet ou une prison dorée. Mais la décennie «chinoise» dorée a caché la poussière sous le tapis, car les clients chinois découvraient l'horlogerie et ont acheté un peu de tout à toutes sortes de prix, sans poser trop de questions.

Un grand nombre de marques très classiques, appartenant au Swatch Group comme à Richemont, ont tellement tiré cette corde-là, celle de leur «héritage» auprès des nouveaux clients chinois, qu'elles en ont oublié leurs clients locaux. Des clients dont les goûts ont entre-temps évolué, qui sont devenus plus contemporains, et qui en même temps exigent des prix en lien avec la valeur réelle du produit. Les clients chinois étaient un mauvais *benchmark*, car ils pouvaient acheter à des prix dérisoires. Ces marques-là ont perdu pied avec la clientèle locale. La baisse drastique chinoise a mis un terme à ce système.

A l'inverse, d'autres marques qui étaient moins axées sur la Chine ont dû rester fortes avec leur clientèle locale. Elles sont devenues plus contemporaines, plus *punchy*, plus compétitives, et sont aujourd'hui les grandes gagnantes de cet exercice. Je pense notamment à Audemars Piguet.

En même temps, Zenith ne figure dans aucun de vos case studies: elle n'est ni parmi les marques qui ont pris le train chinois en marche, ni parmi celles qui ont développé une image beaucoup plus contemporaine.

Nous n'avons pas profité de cela, en effet. Si Zenith avait pris le train chinois, elle ferait sans doute cinq ou six fois le chiffre d'affaires qu'elle fait en Chine aujourd'hui. Mais l'avantage, c'est que nous avons conservé du même coup des prix raisonnables et que nous ne subissons pas comme d'autres des baisses de l'ordre de -40% en Chine. Nous avons raté la première vague de clients chinois mais nous n'en sommes pas prisonniers. Nous allons du coup nous concentrer sur les nouvelles générations d'acheteurs.

Outils & Machines Laser de Soudage et Marquage 3D Prototype Rapide Apprêts
Distributeur général GRS pour Europe, Russie et Afrique du Nord Entretien Formation

Imprimantes 3D performantes.

formlabs

044 818 18 18
Nous sommes heureux de vous conseiller.

(artSUPPORT)
TOOLS AND EQUIPMENT

Artsupport GmbH
Glattalstrasse 222 | Postfach
CH-8153 Rümlang
info@artsupport.ch | www.artsupport.ch

Nos priorités pour les années à venir seront la Chine, les Etats-Unis et le Japon. En Europe, la plupart des marques vendent énormément aux touristes asiatiques. Donc si vous êtes fort en Asie, vous vendez par définition bien aussi en Europe...

La Chine, tout de même, donc vous insistez! Là où d'autres se sont justement cassé les dents, comment vous l'expliquez...

On ne peut pas se permettre d'ignorer le client chinois. Il restera un moteur pour l'industrie horlogère suisse!

Vous avez ouvert quelques boutiques en propre – certes beaucoup moins que vos confrères. Aujourd'hui, les détaillants multi-marques sont très affectés, pris en étau entre la concurrence des mono-marques et les ventes en ligne. Quelle est votre stratégie de distribution et votre message à leur intention?

Très clairement, nous avons eu un développement bien modéré du modèle de la boutique en propre: nous sommes monté à une douzaine d'ouvertures dans le monde. Aujourd'hui, nous en gardons sept, celles qui tournent bien. Beaucoup de marques se sont engouffrées très fortement dans la boutique en propre, portées par la vague chinoise, en souhaitant faire le double de la marge. Ce n'est pas du tout ma stratégie. Car elles ont oublié les détaillants multi-marques, qui restent très importants, face à des clients qui veulent du choix, un panel et un conseil de la part de personnes plus neutres.

Donc je pense que ces détaillants, snobés par des marques qui avaient bien travaillé avec eux auparavant mais qui les ont ensuite court-circuités, doivent revenir au centre de l'arène. Comme je l'avais déjà fait avec Vacheron Constantin aux Etats-Unis, je vais réorienter Zenith sur les meilleurs détaillants multi-marques, qui seront notre priorité pour la distribution. Je vais leur présenter notre stratégie à cinq ans et avancer avec ceux qui le voudront, en leur remettant des



L'OBJET: Longue-vue

«Cette longue-vue est un porte-bonheur – et une piqûre de rappel, qu'il faut essayer de voir les choses sur le long terme. Ma femme me dit toujours «prends du recul», surtout dans les moments les plus difficiles! C'est elle qui m'a offert cet objet ancien. Lorsque je suis parti de Hong Kong pour revenir en Europe cette année et prendre la tête de Zenith, je l'ai classée parmi les objets nécessaires à ramener en Suisse pour ma nouvelle orientation!»

marges correctes et en leur permettant de gagner des parts de marché avec nous. Je pense que ces détaillants sont très demandeurs de cela – les meilleurs ont cherché ces dernières années à approfondir leurs liens avec des marques de très haute qualité, face à des stratégies de groupes dont ils n'étaient plus partie prenante.

Vous avez aujourd'hui plus de 800 points de vente dans le monde. Concrètement, comment votre approche va-t-elle se mettre en place?

Nous allons nous concentrer sur les meilleurs, donc il y aura une réduction globale du nombre de points de vente dans chaque pays. Je pense que nous arriverons rapidement à 600 points de vente. Le lancement de la Defy 21 est un moment-clé pour opérer ce changement. Nous n'aurons de toute façon pas la capacité de livrer ce modèle à tout le monde. Ensuite, nous voulons vraiment donner la priorité à ceux qui ont continué à nous soutenir ces dernières années et qui croient en la marque. Les points de vente «semi-dormants», qui n'ont gardé Zenith que parce que c'était un nom ou une manufacture de plus dans leur catalogue, sans soutien fort à la vente, seront progressivement écartés. C'est de bonne guerre. A un moment, il faut faire un minimum de chiffre pour pouvoir travailler ensemble.

Quelle va être votre approche du web et du e-commerce, un thème qui fait «bouillonner» le groupe LVMH comme Jean-Claude Biver – et toute l'industrie horlogère?

C'est un incontournable: nous devons évoluer vers le e-commerce. La question, c'est comment et à quel rythme. Longtemps, l'industrie horlogère ne croyait pas possible de vendre des produits de luxe en ligne. Aujourd'hui, les chiffres nous prouvent le contraire. Nous en sommes encore aux balbutiements. Tout est à faire. Nous travaillons déjà avec des *pure players*, comme Mr. Porter ou Hodinkee pour la vente en ligne. Le second volet concerne les détaillants. Certains sont plus dynamiques que d'autres en ligne. Aujourd'hui, nous sommes à l'étape où il faut officialiser la vente de montres sur internet avec ceux qui disposent de leur plateforme de e-commerce. ▶

Crelier fils SA
Fabrication de pierres pour l'horlogerie et l'industrie

Produits en rubis et saphir:
- pierres d'horlogerie, buses de découpe
- gicleurs, vis à micro-paliers, guides

Secteurs d'activité:
- horlogerie, industrie automobile
- jet d'encre, microtechnique, électronique

Tél: +41 (0) 32 466 45 36
Fax: +41 (0) 32 466 34 81
E-mail: info@crelierfils.ch
Web: www.crelierfils.ch
Crelier Fils SA, case postale 53, CH - 2915 Bure

Le troisième volet est le lancement de notre propre plateforme de e-commerce. Nous sommes en train de plancher sur ce projet. Il existe au fond deux manières d'opérer. Soit de manière très conventionnelle en mettant toute sa collection horlogère en ligne; mais avec cette approche, une marque ne vendra pas grand-chose, sans rabais ni le service qu'on trouve en boutique. Nous devons travailler sur une autre approche, avec des éditions limitées et une expérience spéciale en ligne. Mais c'est vraiment le début.

A terme, cela va-t-il transformer en profondeur votre marque?

On met beaucoup de poids et de connotation dans le mot de «e-commerce», mais ce sont parfois des pratiques que l'on fait déjà sans le savoir. Au fond, quelle différence aujourd'hui entre le fait de vendre directement en ligne, pour un détaillant, ou ce qui existe déjà, avec des clients qui téléphonent au magasin pour commander une montre et se la faire livrer à domicile?

Un autre élément fondamental pour l'industrie est le «pricing». Internet entraîne beaucoup plus de transparence sur les prix, et d'exigences et contestations de la part du consommateur. Nous avons l'avantage de ne pas avoir exagéré sur ce point du fait du marché chinois. Notre prix moyen se situe autour de 7'000 francs. Nos concurrents directs dans notre catégorie de prix sont des marques de masse, alors que nous produisons 22'000 montres par an, avec une notion d'exclusivité. On doit travailler sur la reconnaissance de cette qualité. Mon problème ne concerne pas les connaisseurs mais ceux qui n'ont pas conscience du potentiel de Zenith, car elle n'est pas encore assez «glamour».

Quel bilan intermédiaire tirez-vous de la Defy 21 présentée à Baselworld 2017?

Je vais vous donner une information assez confidentielle: presque la moitié de ce qu'on a vendu aux détaillants à Bâle

était déjà pré-vendue à des clients finaux, alors que la montre n'était pas encore arrivée sur les comptoirs. Chez Zenith, ce n'était plus arrivé depuis longtemps!


Votre icône est la El Primero, qui peut aussi être considérée comme une «prison dorée». Quelle va être sa place dans vos futures collections?

Au niveau global, nous avons réduit notre offre à quatre collections très claires. Deux s'inscrivent dans le côté plus classique et patrimonial de la marque: l'Elite et la Chronomaster. Mais comme nous voulons être innovants et ne pas que répéter le passé, nous nous inspirons de ce que l'on a fait pour aller dans le contemporain. Avec d'une part la Pilot, que nous ne produisons pas beaucoup mais avec laquelle nous avons enregistré les meilleurs résultats, bien que ce soit du vintage... car paradoxalement le vintage est à la mode et contemporain! Et l'autre volet contemporain, c'est la Defy, avec la réinvention systématique de l'El Primero pour passer au 21^{ème} siècle.

Après la Defy 21 au 1/100^{ème} de seconde, la Defy Lab est le deuxième chapitre de cette refonte de l'icône...

Un oscillateur complètement nouveau: nous révolutionnons le système de l'échappement et du pendule de Christian Huygens de 1675 pour créer la montre mécanique la plus précise du monde, avec une seconde de variation par 24 heures, une réserve de marche de 60 heures et surtout il n'y a pas de perte d'amplitude. Nous garantissons la constance de cette seconde par 24 heures. Grâce à un nouveau disque en silicium, il n'y a plus de friction, plus d'huile, plus de frottement: nous éradiquons les pires ennemis de l'horloger en restant dans le domaine mécanique! Pas moins de 31 pièces sont remplacées par une pièce. Par ailleurs, nous avons développé avec le nouveau pôle R&D horloger du groupe LVMH un nouvel aluminium ultra-léger qui est un composite d'aluminium et de polymère, comme le principe d'une éponge mais avec des trous remplis de polymère...

Serge Maillard



ASTUTO SARL
MACHINES À REMONTER LES MONTRES AUTOMATIQUES

Chapons-des-Prés 7
2022 Bevaix
T +41 32 731 28 94
F +41 32 849 10 42
info@astuto.ch
www.astuto.ch


Monnin sa



L'art de la précision

Décolletage - Microtechnologie www.monnin.ch

VOTRE PARTENAIRE POUR LE CONTRÔLE QUALITÉ

www.qmt.ch

part of
QMTgroup

 **QMT**
Projector-100

NOUVEAU:

*Équipement optique de mesure de haute précision,
 compact, simple et sans programmation*



QMT
Services

CONSEIL PERSONNALISÉ
 ASSISTANCE PERFORMANTE
 FORMATION A LA CARTE

SOLUTION CLE EN MAIN
 MAINTENANCE ASSURÉE

 **qualimatest**
 SWISS TECHNOLOGY



DUBOIS DÉPRAZ

SOUS-TRAITANCE HORLOGÈRE

La précision n'est pas notre seul atout

Exigence, souplesse, compétence, créativité, qualité et ponctualité en sont aussi ! Comprendre les exigences de nos clients et les aider à choisir la meilleure solution, évoluer et maintenir un maximum de souplesse dans la production et accomplir notre travail avec compétence et créativité, respecter délais et engagements, voilà quelques atouts qui font le renom de Dubois Dépraz depuis plus d'un siècle.

Fournisseur d'entreprises et groupes industriels renommés, Dubois Dépraz est établie en Suisse dans le Jura Vaudois situé au coeur de l'arc Horloger, position idéale pour tous ses partenaires !



USINAGE HAUTE PRECISION

- Micro-usinage CNC, fraisage, perçage, taraudage, tourbillonage, micro-alésage, contournage, diamantage
- Meulage robotisé ou manuel de surfaces fonctionnelles (lames ressort min 0.05mm)
- Micro-enfonçage (0.07 mm)
- Erosion à fil

DECOUPAGE

- Découpage simple ou progressif
- Repassage
- Emboutissage
- Matricage
- Pliage

ASSEMBLAGE

- Assemblage automatisé de composants horlogers
- Empierrage
- Rivetage
- Chassage

CELLULE PROTOTYPES

- Centre d'usinage CNC (100 outils)
- Centre d'usinage CNC
- Tour CNC
- Découpage CNC, taillage, roulage et montage de pignons et roues

TRAITEMENTS DE SURFACE

- Polissage dimensionnel
- Ebavurage
- Polissage brillant et mat
- Micro-sablage
- Mise d'épaisseur

DECORATION

- Anglage main
- Anglage machine, anglage par brosse
- Brouillage, étirage, adouci
- Perlage, cerclage, colimaçonage
- Côtes de Genève

BUREAU TECHNIQUE

- Etudes et développements de mécanismes compliqués
- Suivi technique et logistique par client et produits



Un siècle au service des grandes marques

DUBOIS DÉPRAZ SA
Grand-Rue 12
1345 LE LIEU / SUISSE
TEL 0041 (0)21 841 15 51
FAX 0041 (0)21 841 18 22
EMAIL info@dubois-depraz.ch
www.dubois-depraz.ch

DPRM SA
Unterdorfstrasse 14
3296 ARCH-BE / SUISSE
TEL 0041 (0)32 679 51 51
FAX 0041 (0)32 679 51 52
EMAIL info@dprm.ch
www.dprm.ch



Nettoyage des copeaux: économique et écologique

Un respect de l'environnement grandissant, des prescriptions concernant les déchets de plus en plus sévères et des prix de matières première en hausse constante incitent l'industrie métallurgique à restructurer et innover ses procédés de traitement des déchets.

Depuis sa création en 1939, l'entreprise Rimann Maschinenbau a acquis une solide expérience dans les domaines du traitement et de la revalorisation des copeaux et résidus de coupe. Elle produit et représente diverses installations de traitement et de déshuilage de copeaux, de filtration et de recyclage de matières industrielles. Des domaines en constante progression car, de nos jours, copeaux et résidus de production ne sont plus considérés comme des déchets. Une fois bien lavés, ils peuvent être revalorisés et réutilisés dans les cycles de production. A l'échelle mondiale, ce sont journalièrement des milliers de tonnes de copeaux qui peuvent ainsi trouver une seconde vie. Intéressant d'un point de vue financier, le recyclage est également une option capitale pour l'environnement.



Large palette de produits

Plusieurs équipements et accessoires dédiés au nettoyage entrent dans la gamme proposée par Rimann. On y trouve notamment lesessoreuses Aryma pour le déshuilage des copeaux et des pièces. Enlevant jusqu'à 98% d'humidité résiduelle, elles sont équipées de bacs de récupération des huiles. Le système pour le traitement des copeaux Indass est équipé pour sa part d'un broyeur, d'uneessoreuse et d'un convoyeur à copeaux avec réservoir et bac de rétention des fluides. Plusieurs produits sont également disponibles pour la filtration et la séparation. Les séparateurs compacts en deux cycles de la marque Ruma, d'une capacité de 150 litres/mi-nute, sont adaptés pour la séparation des particules solides des huiles ou émulsions jusqu'à 1 μ . L'unité de lavage mobile pour liquides de refroidissement, huiles, etc. Alfa Laval est un séparateur compact en trois cycles pour la séparation de particules, huiles étrangères ou eaux.

L'assortiment est complété par les unités de filtrage et de séparation Belki pour le nettoyage des fluides avec ou sans papier, les accessoires pour le traitement d'air LTA Luftechnik



(filtres à brouillard d'huile et d'émulsion, filtres à fumée de soudage et de brasage, filtres à poussière et à copeaux, ainsi que les techniques de sécurité pour les machines-outils refroidies à l'huile), les déshuiler Belki pour la séparation et la désémulsion de l'huile étrangère ainsi que le système central Belki destiné à prolonger la vie des lubrifiants de refroidissement.

L'entreprise propose également trois types de paniers de lavage : les paniers Kögel en exécution standard ou avec un système clip, les paniers plastiques AT-Plast et les paniers individuels UMC.

Au rayon des machines spéciales, Rimann propose notamment des installations de lavage pour la récupération de copeaux de métaux précieux dans l'industrie horlogère.

Un souci de l'écologie partagé avec les partenaires

Parmi les entreprises représentées par Rimann, la société ph-cleantec de Fellbach (Allemagne) propose plusieurs technologies innovantes pour le nettoyage de pièces et d'équipements. Partant du constat que certaines méthodes traditionnelles comme le nettoyage haute pression par exemple ne sont pas adaptées pour de nombreuses applications et que l'utilisation de produits chimiques menace inutilement la santé des collaborateurs et l'environnement, ph-cleantec a développé et breveté un système de nettoyage à chaud et basse pression. Fonctionnant avec de l'eau à 95° C et une pression réglable de 3 à 7,5 bar, ce système offre de nombreux avantages. En termes d'efficacité, il offre d'excellents résultats en des temps de nettoyage plus courts, réduisant ainsi les arrêts machines. Des coûts réduits d'acquisition, de stockage et d'élimination ainsi qu'une faible consommation en eau complètent ces avantages. La flexibilité du système permet de choisir entre divers types de nettoyage, que ce soit par eau, nettoyant alcalin avec protection anti-corrosion ou lubrifiant réfrigérant. L'aspect écologique a fait l'objet d'une attention particulière : le recyclage de l'eau se fait par un procédé spécial de sédimentation, le système n'utilise pas d'agents nettoyants agressifs et la consommation de courant est réduite du fait que l'appareil ne doit pas maintenir en permanence une haute température.

La mobilité est également l'un des atouts de l'appareil développé par ph-cleantec. Son réservoir lui permet de ne pas devoir être en permanence relié à une arrivée d'eau. De plus, l'eau étant recyclée et tournant en boucle, l'appareil est indépendant de tout séparateur d'huile ou autre système d'élimination. Enfin, des procédés de nettoyage ergonomiques et l'absence d'effets de retour grâce à la technologie basse pression assurent toute sécurité lors de l'utilisation. ►

Späneaufreinigung: wirtschaftlich und umweltfreundlich

Stärkeres Umweltbewusstsein, zunehmend strengere Müllvorschriften und steigende Rohstoffpreise veranlassen die Metallindustrie, die Abfallverarbeitungsverfahren umzustrukturieren und zu innovieren.

Seit seiner Gründung im Jahr 1939 erwarb das Unternehmen Rimann Maschinenbau eine solide Erfahrung im Bereich der Verarbeitung und Verwertung von Spänen und Schneidrückständen. Es erzeugt und vertreibt verschiedene Anlagen zur Aufbereitung und Entölung von Spänen sowie zur Filtration und zum Recyceln von Industriestoffen. In diesen Bereichen wird ein konstantes Wachstum festgestellt, da Späne und Produktionsrückstände heutzutage nicht mehr als Abfälle betrachtet werden: Nach einer gründlichen Reinigung können sie in den Produktionszyklen wiederverwertet und wiederverwendet werden. Weltweit sind das täglich tausende Tonnen Späne, die dank Reinigung neuerlich genutzt werden können. Recycling ist nicht nur finanziell attraktiv, sondern auch für die Umwelt von großer Bedeutung.

Eine große Produktpalette

Rimann bietet eine ganze Reihe von Ausrüstungen und Zubehör für die Reinigung. Die Aryma-Zentrifugen zur Entölung von Spänen und Teilen sind ein wichtiger Bestandteil der Produkte. Sie entfernen bis zu 98 % der Restfeuchtigkeit und sind mit Ölauffangbehältern ausgestattet. Die Späne-Aufbereitungsanlage von Indass ist mit einer Zerkleinerungsmaschine, einer Zentrifuge und einem Späneförderer sowie

einem Behälter und einer Auffangwanne für Flüssigkeiten ausgerüstet. Auch für Filtrations- und Separationsvorgänge sind mehrere Geräte verfügbar: Die Zweiphasen-Separatoren von Ruma haben eine Kapazität von 150 Litern/Minute und dienen dazu, feste Partikel von Ölen oder Emulsionen (bis zu 1μ) voneinander zu trennen. Die mobile Reinigungsanlage für Öle und Kühlschmierstoffe von Alfa Laval ist ein kompakter Dreiphasen-Separator zur Separation von Partikeln, Fremdölen oder Wasser.

Das Sortiment wird durch folgende Geräte ergänzt: Filtrations- und Separationseinheiten von Belki, die zur Reinigung von Flüssigkeiten mit oder ohne Papier eingesetzt werden; Zubehör zur Luftreinigung von LTA Lufttechnik (Öl- und Emulsionsnebelfilter, Schweiss- und Lötrauchfilter, Staub- und Spänefilter sowie Sicherheitstechnik für ölgekühlte Werkzeugmaschinen), Ölabscheider Belki zur Abscheidung demulgierender Fremdöle, sowie das Zentralsystem Belki, um die Standzeit Ihres Kühlschmiermittels zu verlängern.

Das Unternehmen bietet darüber hinaus drei Waschkorbtypen: die Waschkörbe von Kögel (Standardausführung oder Clip-System), die Kunststoffkörbe AT-Plast und die individuellen UMC-Körbe.

Rimann hat auch Spezialmaschinen im Angebot, insbesondere Waschanlagen zum Auffangen von Edelmetallspänen der Uhrenindustrie.

Auch den Geschäftspartnern liegt Umweltschutz am Herzen

Zu den von Rimann vertretenen Unternehmen gehört die in Fellbach (Deutschland) niedergelassene Firma ph-cleantec; sie bietet mehrere innovierende Technologien zur Reinigung von Teilen und Ausrüstungen. Ph-cleantec geht davon aus, dass bestimmte traditionelle Methoden wie zum Beispiel die

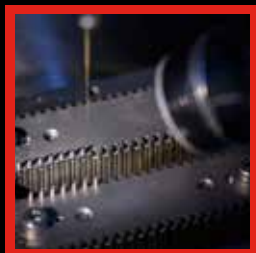


ARCOFIL

CONCEPTION



ÉLECTROÉROSION



ÉTAMPAGE



USINAGE CN



Mécanique de précision

| www.arcofil.ch |

2610 St-Imier



Essoreuse Aryma pour le déshuilage des copeaux et des pièces.

Aryma-Zentrifuge zur Entölung von Spänen und Teilen.

Hochdruckreinigung für zahlreiche Anwendungen ungeeignet ist, und dass der Einsatz von chemischen Mitteln die Gesundheit der Mitarbeiter sowie die Umwelt unnötig gefährdet; deshalb wurde ein Niederdruck-Heißreinigungssystem entwickelt und patentiert. Dieses System arbeitet mit heißem Wasser (95 °C) und einem zwischen 3 und 7,5 Bar einstellbarem Druck und bietet zahlreiche Vorteile. Die Ergebnisse sind ausgezeichnet, und das bei kürzeren Reinigungszeiten, wodurch die Maschinen-Stillstandzeiten erheblich reduziert werden. Außerdem sind die Erwerbs-, Lager- und Entsorgungskosten niedriger, und ein geringer Wasserverbrauch rundet

die genannten Vorteile ab. Das System ist sehr flexibel, dadurch kann zwischen verschiedenen Reinigungsmethoden gewählt werden: Wasserreinigung, alkalische Reinigung mit Korrosionsschutz oder Kühlschmierstoff. Dem ökologischen Aspekt wird eine besondere Aufmerksamkeit zu teil: Die Wasseraufbereitung erfolgt mit einem speziellen Sedimentationsverfahren, das System verwendet keine aggressiven Reinigungsmittel, und der Stromverbrauch ist gering, da das Gerät nicht ständig eine hohe Temperatur aufrechterhalten muss.

Die Mobilität ist eines der großen Vorteile des von ph-cleantec entwickelten Gerätes. Da es mit einem Tank ausgestattet ist, muss es nicht ständig mit einem Wasseranschluss verbunden sein. Außerdem wird das Wasser ständig recycelt, daher ist das Gerät von Ölseparatoren oder anderen Entsorgungsgeräten völlig unabhängig. Last but not least sei erwähnt, dass das ergonomische Reinigungsverfahren sowie das Ausbleiben von Rückstößen dank Niederdrucktechnologie eine absolute Betriebssicherheit gewährleisten.

ph-cleantec GmbH
Gutenbergstrasse 14
DE-70736 Fellbach
Tel +49 711 51 80 600
www.ph-cleantec.ch

Rimann AG
Römerstrasse West 49
CH-3296 Arch
Tel +41 (0)32 377 35 22
info@rimann-ag.ch
www.rimann-ag.ch

MACHINES
DE TEST
D'ÉTANCHÉITÉ &
OUTILS HORLOGERS

ROXER SA
Rue du Collège 92
2300 La Chaux-de-Fonds
T. +41 (0) 32 967 86 86
info@roxer.ch – www.roxer.ch



PAM-CF

Potence autonome de pose aiguilles
manuelle avec captage de force

- 5 Broches en version standard.
- Force maximum 150N
- Ecran rétroéclairé LCD 8x2
- Force min et max paramétrable par broche
- Butée verrouillable manuellement (sans outillage)
- Autonomie de la batterie 13h ~ 15h
- Led tricolore
- Embout standard M3-Ø4
- Sauvegarde et lecture des programmes sur Carte SD



www.roxer.ch

Pierres d'excellence



Depuis 1942, le Groupe IMI fabrique et commercialise des pierres d'horlogerie en rubis synthétiques mais aussi en saphir, saphir birman, oxydes d'alumine ou zircone...

Fort d'un savoir-faire transmis de génération en génération, la société n'a cessé de développer au fil des années des composants de très haute précision pour l'horlogerie et l'industrie (micro-moteurs, buses...).

La fabrication d'une pierre d'horlogerie nécessite des mains expertes qu'IMI SWISS met maintenant à votre service.

IMI SWISS

Rue Jambe-Ducommun 6B - CH - 2400 Le Locle
Tél. : +41 (0)32 925 70 10

infopierre@imi-swiss.ch

www.imi-swiss.ch

Société membre du Groupe IMI



GROH + RIPP

Die Edelsteinschleiferei
für Ihre speziellen Wünsche



Zifferblätter - Cadrans
Saphirgläser - Verres saphir
Platinen - Platines

GROH + RIPP OHG

Tiefensteiner Straße 322a

D-55743 Idar-Oberstein

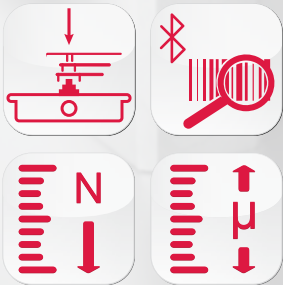
tel. +49/(0)6781/9350-0 • fax +49/(0)6781/93505

info@groh-ripp.de • www.groh-ripp.de



Potence à poser les aiguilles
VOH intelligente et universelle

- Sans fil
- Autonomie >12 H
- Traçabilité intégrale
- Jusqu'à 14 aiguilles différentes par montre
- Mémoire <999 programmes
- Transition entre modèles instantanée



WWW.PAVIX.CH



depuis 1983

Ebauches Micromécanique Precitrame SA

Une force indépendante au service des marques



Combe-Aubert 3 CH-2720 Tramelan T. 032 486 96 10 info@emp.ch www.emp.ch

Enquête auprès des consommateurs:

Les montres intelligentes représentent la tendance du futur pour l'industrie horlogère

Afin de déterminer le «InhorgentaTrend Index 2018», un sondage représentatif a été réalisé en septembre 2017 auprès de 4 000 consommateurs en Allemagne, en Grande-Bretagne, en Suisse et en Italie. L'enquête a été menée par un institut d'études de marché sur les tendances dans l'industrie horlogère et bijouterie.

Pour près de 50% des consommateurs suisses, les chronomètres intelligents font partie des tendances futures majeures dans l'industrie horlogère. En termes de fonctionnalité cependant, les opinions varient considérablement. Plus de 60% des personnes approuvent les dispositifs d'alarme dans les montres intelligentes lorsqu'il s'agit par exemple de procurer un sentiment de sécurité pour les personnes âgées. Par contre, 52% des personnes interrogées sont contre les paiements mobiles par «smartwatch». Ce sont les résultats de l'indice de tendance Inhorgenta 2018 de la Foire de Munich, qui a analysé un échantillon représentatif de 1001 réponses de consommateurs en Suisse.

«La numérisation est devenue un mouvement incontournable dans l'industrie horlogère», a déclaré Stefanie Mändlein, directrice de l'exposition Inhorgenta Munich. «Aujourd'hui, cette industrie est positionnée entre artisanat traditionnel et haute technologie. De plus en plus d'horlogers élargissent leur portefeuille de produits pour inclure des montres intelligentes. L'interconnectivité croissante du monde numérique rendra possibles de nombreuses nouvelles fonctionnalités.» Aujourd'hui, 57% des consommateurs considèrent les montres intelligentes comme concurrentes aux smartphones. Le succès futur du marché dépendra de la capacité à fournir aux consommateurs une valeur ajoutée directement liée à l'appareil de haute technologie qu'ils ont à leur poignet. Actuellement, les applications considérées comme «standard» pour les téléphones intelligents comme les aides à la navigation (22%) et les traqueurs d'activité (20%) ne sont jugées importantes que par un faible pourcentage d'utilisateurs de montres intelligentes. De plus, 73% des consommateurs affirment que les smartwatches ne remplaceront jamais complètement les montres classiques.

L'artisanat traditionnel reste très demandé à l'ère du numérique

Dans certaines régions, l'horlogerie traditionnelle est toujours très appréciée: 85% des Suisses, par exemple, souhaitent pouvoir confier leur montre à un horloger pour qu'il la répare. Pour plus de la moitié de l'ensemble des consommateurs interrogés, cet aspect est même considéré comme primordial. Enfin, deux tiers des sondés estiment qu'une montre devrait refléter un réel savoir artisanal.

«En plus de ces critères techniques, les fabricants peuvent séduire les clients avec des conceptions individuelles», a déclaré Mme Mändlein. Les consommateurs veulent de plus en plus que leur montre leur corresponde, que ce soit lié à certains événements ou au sports pratiqués (69%). «Le design est également important pour le segment de la haute technologie: notre étude montre que 47% des consommateurs attendent des fabricants de montres qu'ils proposent des chronomètres numériques de haute qualité au design sophistiqué.»

Inhorgenta 2018 - Le monde des bijoux et des montres

Du 16 au 18 février 2018, le monde de la joaillerie, des pierres précieuses et des montres sera présenté à Inhorgenta Munich.

Réunissant fabricants, concepteurs et grossistes en bijoux, le salon esquisse l'avenir de la branche. Près de 1 000 exposants de 40 pays et environ 30 000 détaillants de plus de 70 pays se rencontreront sur les quelque 65'000 m² d'exposition.

Verbraucherumfrage:

Smartwatch ist Top-Zukunftstrend für Uhrenbranche

Für den Inhorgenta Trend-Index 2018 der Messe München wurden im September 2017 bevölkerungsrepräsentativ insgesamt rund 4.000 Verbraucher in Deutschland, Großbritannien, der Schweiz und Italien von einem Marktforschungsinstitut zu den Trends in der Uhren- und Schmuckbranche befragt.

Jeder zweite Schweizer Verbraucher zählt smarte Chronometer zu den wichtigsten Zukunftstrends der Uhrenbranche. Was die Funktionen angeht, werden die High-Tech-Uhren allerdings noch sehr differenziert bewertet: So sehen 64 Prozent eine Smartwatch als Alarmgeber positiv, um beispielsweise älteren Menschen im Alltag Sicherheit zu geben. Umgekehrt lehnen aktuell 52 Prozent das mobile Bezahlen per Smartwatch ausdrücklich ab. Das sind Ergebnisse des Inhorgenta Trend-Index 2018 der Messe München. Dazu wurden 1.001 Verbraucher in der Schweiz bevölkerungsrepräsentativ befragt.

LASER CHEVAL

FABRICANT DE MACHINES LASER

- MARQUAGE
- GRAVURE
- MICRO-SOUDURE
- DÉCOUPE FINE

- Conception de machines standards et personnalisées
- Formation
- Support technique
- Service après-vente

5, rue de la Louvière 25480 PIREY - FRANCE
Tél. : +33 (0)3 81 48 34 60
E-mail : laser@lasercheval.fr
www.lasercheval.fr

SOUS-TRAITANT LASER

- PETITES, MOYENNES ET GRANDES SÉRIE
- PROTOTYPES
- FLEXIBILITÉ
- CONFIDENTIALITÉ
- CERTIFIÉ ISO 9001 - VERSION 2008

LASER CHEVAL

«Der Uhren-Kosmos ist durch die Digitalisierung in Bewegung geraten», sagt Stefanie Mändlein, Projektleiterin der Inhorgenta München. «Die Branche befindet sich heute im Spannungsfeld zwischen High-Tech und Traditionshandwerk. Immer mehr etablierte Hersteller erweitern ihr Produktsortiment um smarte Zeitmesser. Die fortschreitende Vernetzung der digitalen Welt ermöglicht künftig eine Vielzahl neuer Funktionalitäten.»



Derzeit sehen 57 Prozent der Verbraucher die Smartwatch noch in einem Konkurrenzverhältnis zum Smartphone. Der künftige Markterfolg dürfte davon abhängen, den Nutzern einen Mehrwert zu liefern, der unmittelbar mit dem High-Tech-Gerät am Handgelenk verbunden ist. Bereits beim Smartphone übliche Applikationen wie beispielsweise Navi-

gationshilfen (22 Prozent) oder Fitnessmesser (20 Prozent) werden aktuell für die Smartwatch nur von wenigen Kunden als wichtig angesehen. 78 Prozent der Verbraucher sagen zudem, smarte Uhren werden die klassischen Chronometer nicht komplett ablösen.

Traditionshandwerk im Digitalzeitalter gefragt

So bleibt beispielsweise das traditionelle Uhrmacher-Handwerk gefragt: 85 Prozent der Schweizer legen Wert darauf, dass ihr Zeitmesser von einem Uhrmacher repariert werden kann. Für 70 Prozent der Verbraucher ist das sogar ausgesprochen wichtig. Darüber hinaus sollte ein Chronometer echtes handwerkliches Können zum Ausdruck bringen – sagen knapp zwei Drittel.

«Neben solchen fachlichen Kriterien punkten die Hersteller beim Kunden mit individuellen Designs», sagt Mändlein. So ist den Verbrauchern wichtig, dass ihre Uhr zu persönlichen Anlässen passt – also beispielsweise zu Events oder sportlichen Aktivitäten (69 Prozent). «Design ist auch für das High-Tech-Segment wichtig: Wie unsere Umfrage zeigt, empfehlen 47 Prozent der Verbraucher, dass die Uhrenhersteller digitale Chronometer als wertige Geräte in edlem Design anbieten sollten.»

Inhorgenta 2018 – Die Welt von Schmuck, Edelsteinen und Uhren

Die ganze Welt von Schmuck, Edelsteinen und Uhren wird vom 16. bis 19. Februar 2018 auf der Inhorgenta München gezeigt. Gemeinsam mit den Herstellern, Designern und dem Schmuck-Großhandel gestaltet die Messe erfolgreich die Zukunft der Branche. Auf einer Hallenfläche von 65.000 Quadratmetern treffen sich rund 1.000 Aussteller aus 40 Ländern sowie rund 30.000 Fachhändler aus über 70 Ländern. ■

NOUVEAU



SIGMA ELECTRONIC
swiss precision instruments

**CONTRÔLEURS D'ÉTANCHÉITÉ
HAUTES PERFORMANCES**

- Sûr et fiable
- Technologie avancée
- Construction robuste et compacte
- Pression de test jusqu'à 50bar (500m)
- Mode de test automatique et programmable
- Produit Suisse de haute qualité et précision

**SWISS
MADE**

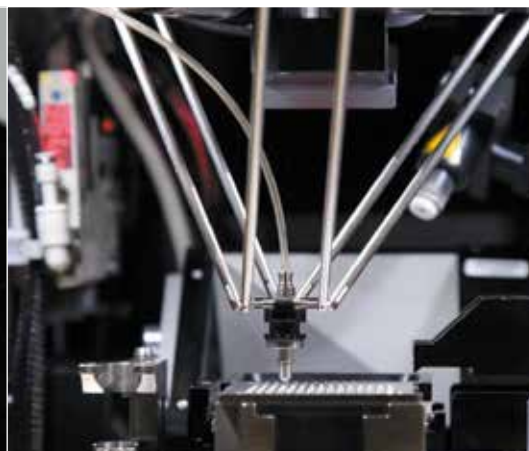
Güterstrasse 27, 2502 Biel/Bienne
T. +41 32 322 91 77 • info@sigma-electronic.com

www.sigma-electronic.com



SALON INTERNATIONAL LEADER DE LA HAUTE PRECISION

HORLOGERIE-JOAILLERIE • MICROTECHNOLOGIES • MEDTECH



17^e ÉDITION
12 AU 15 JUIN 2018

PALEXPO GENÈVE

www.ephj.ch



La haute-précision industrielle internationale fait des affaires à Genève!

Unique en son genre, le Salon EPHJ-EPMT-SMT (horlogerie-joaillerie, micro-technologies et medtech) est connu dans le monde entier pour la qualité des entreprises présentes. Les acteurs des trois secteurs réunis en un seul Salon international de la haute-précision se retrouvent chaque année à Genève pour se confronter au marché et présenter leurs produits ou leurs services aux 20'000 visiteurs professionnels venus des 5 continents. Connu pour sa convivialité et sa concentration d'innovations, le Salon EPHJ-EPMT-SMT est surtout reconnu pour sa capacité à permettre aux exposants de développer de nouvelles affaires. Et c'est bien là l'essentiel pour ces exposants, venus de 17 pays.

Un nouveau Pôle de Start-up.

Favoriser l'innovation, encourager l'entrepreneuriat, donner une chance aux jeunes entreprises, ce n'est pas qu'une simple intention au Salon EPHJ-EPMT-SMT, c'est une réalité qui se traduit dans les faits. Le village des Start-Up lancé en 2017 va prendre de l'ampleur en 2018. Il réunira un nombre plus large et plus représentatif de jeunes entreprises de tous les secteurs présents au Salon. Cette pépinière de talents bénéficiera de conditions avantageuses afin de pouvoir présenter aux visiteurs internationaux et aux autres exposants leurs produits ou leurs services innovants et multiplier les opportunités transversales.



Le succès des Tables Rondes se confirme.

Salles combles, sujets «chauds» et auditoires séduits, les Tables Rondes du Salon EPHJ-EPMT-SMT ont marqué l'édition 2017 et promettent de beaux débats pour 2018! Sans équivalent, le Salon EPHJ-EPMT-SMT est non seulement un leader mondial dans l'industrie de haute précision très pointue, il se veut également un promoteur d'idées et un incubateur d'échanges et de débats.

Le Grand Prix des Exposants, un accélérateur de succès!

Incontestablement, le Grand Prix des Exposants du Salon EPHJ-EPMT-SMT est devenu une référence. Plébiscité par ses pairs, après une longue procédure de sélection effectuée par des experts, le vainqueur a l'assurance de bénéficier, outre d'un module gratuit, d'une notoriété et d'une exposition médiatique. Les anciens lauréats du Grand Prix sont unanimes sur ce point. Lauréat en 2017 avec son WisioScope, Witschi Electronic SA est promis à un bel avenir. C'est la juste récompense d'un long travail de recherche en collaboration avec le CSEM de Neuchâtel pour mettre au point un appareil de mesure très innovant dédié à la manufacture et la maintenance des œuvres horlogères. Qui leurs succèdera en 2018?



«Le paradis», selon le conseiller fédéral Johann Schneider-Ammann!

Lors de l'inauguration du Salon EPHJ-EPMT-SMT, le Conseiller Fédéral suisse Johann Schneider-Ammann, en charge de l'Economie, de la Formation et de La Recherche, a fait un discours qui marquera l'histoire du Salon. Très attaché au tissu industriel et aux entrepreneurs, il a insisté sur le rôle essentiel de la mise en valeur des savoir-faire technologiques dans le domaine de la haute précision. «Notre rôle est d'accompagner ce développement économique et industriel, pas de le freiner ...». Parfaitement en phase avec l'esprit du Salon Johann Schneider-Ammann s'accorda un temps précieux pour discuter avec les exposants en concluant sa visite par un mot enthousiaste: «À la rencontre des microtechnologies et de l'innovation. Un paradis pour moi!»

20'000
VISITEURS
PROFESSIONNELS
VENUS DES 5 CONTINENTS

97%
DES EXPOSANTS
RECONNAISSENT LA QUALITÉ
DES VISITEURS *

PLUS DE
800
EXPOSANTS

75%
DES EXPOSANTS ONT CONCLU DES
AFFAIRES PENDANT LE SALON OU EN
ONT EN PERSPECTIVE *



**Le plus important salon professionnel de Suisse.
Une plate-forme horlogère unique !**

EPHJ : rassemble les métiers et les entreprises, en amont et en aval du produit horloger ou joailler : Formation, Création, Design, CAO, Matières premières, Machines, Outillages, Fabrication, Microtechniques, Appareils de contrôle, Composants, Packaging, Présentoirs, Gestion, Commercialisation, Communication, Conseils, Services, etc.



**Le meilleur de la microtechnique.
Au cœur des savoir-faire de la haute précision.**

EPMT : accueille les entreprises suisses et internationales qui travaillent dans les micros et les nanos technologies pour tous les domaines d'application, notamment : Horlogerie, Aéronautique, Automobile, Métrologie, Optique/Photonique, Automatisation, Robotique, etc.



**Au centre de formidables synergies de progrès.
Le plus important événement de Suisse des technologies médicales.**

SMT : réunit les spécialistes de l'industrie du dispositif médical et l'ensemble des métiers intervenant dans la chaîne de fabrication d'équipements médicaux, de la R&D à la sous-traitance : Equipements de laboratoire et de production, implants, orthopédiques et dentaires, Stimulateurs cardiaques, Usinage, Plasturgie, Traitement de surface, Nettoyage, Stérilisation, Conditionnement etc.

« En un seul lieu, on touche les acteurs majeurs de l'horlogerie, du medtech et des micro-techniques. Toute la branche se déplace pour venir voir les différents exposants. C'est le seul salon aussi spécialisé. »

PRESI SARL

« Le salon EPHJ-EPMT-SMT a pour grande qualité de valoriser et considérer les hommes et leurs savoirs faire et de mettre à disposition une plateforme mondiale de connexions ! »

MV MEDIA

« Grande notoriété, taille humaine, belle diversité d'exposants et de visiteurs. Très bonne ambiance. »

ISEOTEC SA

« La bonne ambiance, l'accueil et le service. » « Intéressant de par sa diversité, ses clients, ses prospects et fournisseurs. Tout le monde est présent. »

FLEURUS SAS

« Le salon est le lieu de rendez-vous de la majorité de nos clients. Il nous permet de maintenir les liens existants et d'en créer de nouveaux de manière concentrée. Il permet de se faire une bonne idée des tendances produits et de l'économie. »

LECUREUX SA

« Bonne concentration de véritables pros. » « L'EPHJ garde sa ligne de conduite en rassemblant les professionnels, les fournisseurs et les clients, en favorisant les échanges d'idées, de technologies et de résultats. »

ALTAIR CONSULTING

plug-in!

ChronoMaster



modular ■
convenient ■
functional ■



■ efficient
■ ergonomic
■ user-oriented



ChronoMaster – unique & malin

Plug-in ! Connectez facilement le ChronoMaster malin à votre PC ou votre tablette.

modulaire	Fonctionnalité spécifique à l'application
efficient	Contrôle simultané en combinaison avec Micromat C
ergonomique	Simplicité d'utilisation grâce aux quatre touches du ChronoMaster
pratique	plug & play ! C'est un plaisir de travailler ainsi !

Nous avons attisé votre curiosité ?
Vos spécialistes Witschi se tiennent volontiers à votre disposition:
welcome@witschi.com Téléphone : +41 32 352 05 00

La polyvalence se révèle payante

PréciJura SA dont le siège est à Équevillon dans le Jura français est spécialisée dans la fabrication et l'usinage de pièces tournées de précision et s'est forgée à ce jour une belle réputation en tant que PME. La polyvalence et la flexibilité sont du point de vue de la direction de l'entreprise les deux conditions impératives pour s'imposer dans ce secteur.

Précis tout en étant flexible

Avec la fabrication de petites et moyennes séries de pièces de précision constituées de matériaux à l'usinage exigeant, PréciJura SA démontre depuis 1976 l'étendue de ses compétences. L'entreprise, qui compte 50 employés et qui fait partie du Groupe Ardec Métal (www.ardec-metal.fr), fournit aujourd'hui des fabricants importants issus des secteurs technologiques les plus divers, comme par exemple l'aéronautique, l'automobile, l'armement, l'optique, la joaillerie, le domaine micro-hydraulique, le pneumatique, la robotique, l'aérospatiale, la connectique, les télécommunications, le ferroviaire et le médical. Avec un parc de machines mixte et comptant environ 50 machines, des diamètres de barre de 2 à 32 mm peuvent être usinés. PréciJura dispose également de centres de tournage-fraisage qui sont utilisés pour les diamètres de 32 à 65 mm.



Chez PréciJura, la polyvalence et la flexibilité jouent un rôle majeur depuis plus de 40 ans.

Bei PréciJura werden Vielseitigkeit und Flexibilität seit über 40 Jahren gross geschrieben.

Vaste éventail de matériaux

Les usinages complexes de différents matériaux (titane, inox, acier, matériaux exotiques, plastiques) sollicitent également le liquide d'usinage utilisé qui a une influence directe sur le succès de la production. L'exigence consistant à pouvoir usiner l'ensemble des matériaux mentionnés ci-dessus sur le parc de machines Tornos a été déterminante pour le passage à l'huile de coupe universelle à haute performance Ortho NF-X 15 de Motorex.

Conditions optimales

L'optimisation constante des processus, un contrôle rigoureux de la qualité (ISO 9100:2016) et la collaboration avec des partenaires compétents sont des conditions optimales pour donner au client une satisfaction maximale. PréciJura offre ainsi outre l'usinage par enlèvement de copeaux également de nombreux processus en aval : que ce soit l'électro-érosion, la gravure, le traitement thermique, le recuit sélectif ou d'autres processus, les besoins des clients se trouvent toujours au premier plan. Une philosophie que l'entreprise poursuit à long terme et qui a fait ses preuves jusqu'à présent.



Polyvalenz zahlt sich aus

Die PréciJura SA mit Sitz in Équevillon im französischen Jura ist auf die Herstellung und Bearbeitung von Präzisions-Drehteilen spezialisiert und hat sich als KMU bis heute einen hervorragenden Ruf erarbeitet. Vielseitigkeit und Flexibilität sind aus der Sicht der Unternehmensführung die beiden Grundvoraussetzungen für den Erfolg in der Branche durchzusetzen.

Präzise und gleichzeitig flexibel

Mit der Herstellung von kleinen und mittleren Serien von Präzisionsteilen aus anspruchsvoll zu bearbeitenden Materialien stellt die PréciJura SA seit 1976 ihre Fähigkeiten unter ▶

STOCO SA

Votre partenaire sous-traitant

Empierrage, Garnissage



Assemblages



Avantages

- Prestations de haute qualité
- Réactivité - flexibilité
- Mise en œuvre économique
- Réduction de vos coûts internes
- Engagement sans contrainte
- Pour petites et moyennes séries
- Pas de quantité minimum

STOCO SA
Route de l'Areuse 8
2016 Cortaillod (NE)

Tél. +41 32 552 22 50
info@stoco.ch
Une société du groupe **Lecureux**





Des fabricants importants issus des secteurs technologiques les plus divers sont parmi les clients internationaux de Précijura.

Hersteller aus den verschiedensten Technologiesparten zählen zur internationalen Kundschaft von Précijura.

Beweis. Heute bedient das 50 Mitarbeitende zählende und zur Ardec Metal-Gruppe (www.ardec-metal.fr) gehörende Unternehmen bedeutende Hersteller aus den verschiedensten Technologiesparten, wie z.B. Luftfahrt, Automobil, Rüstung,

Optik, Schmuck, Mikro-Hydraulik, Pneumatik, Robotik, Raumfahrt, Verbindungstechnik, Telekommunikation, Bahn- und Medizintechnik. Précijura verfügt über einen gemischten und rund 50 Maschinen zählenden Maschinenpark. Damit können Stangendurchmesser von 2 bis 32 mm bearbeitet werden. Auch verfügt das Unternehmen über Fräs- und Bearbeitungszentren, die für spezielle Nach/Bearbeitungsaufträge mit Stangendurchmessern von 32 bis 65 mm eingesetzt werden.

Enorme Material-Bandbreite

Aufwändige Bearbeitungen unterschiedlichster Materialien (Titan, Inox, Stahl, exotische Materialien und Kunststoffe) fordern auch das eingesetzte Bearbeitungsfluid, welches direkten Einfluss auf den Produktionserfolg hat. Ausschlaggebend für die Umstellung auf das universelle Hochleistungs-Schneidöl Ortho NF-X 15 von Motorex war die Anforderung, auf dem gemischten Maschinenpark sämtliche vorgängig genannten Materialien bearbeiten zu können.

Optimale Voraussetzungen

Das stete Optimieren der Prozesse, eine rigorose Qualitätskontrolle (ISO 9100:2016) und die Zusammenarbeit mit fähigen Partnern sind optimale Voraussetzungen, um dem Kunden eine möglichst hohe Zufriedenheit zu geben. Die Kundenbedürfnisse stehen immer im Vordergrund. Eine Philosophie, die das Unternehmen langfristig verfolgt und die sich bis heute bewährt.

Additionnons nos talents

De la poudre au produit fini

- > Mise en forme par : injection CIM, pressage uniaxial
- > Usinage des matériaux durs : alumine, zircone...
- > Terminaison des pièces (polissage, sablage, satinage, gravure...)

Contact : Eddy Rossi
Tél : 03 84 31 95 40
Fax : 03 84 31 95 49
Email : info@hardex.fr
www.hardex.fr

HARDEX
imi



«L'utilisation de l'huile Ortho NF-X de Motorex sur nos machines-outils a amélioré durablement la production quotidienne sous diverses perspectives.»
Jean Michel Vallet, directeur technique de Précijura SA.

«Der Einsatz von Motorex Ortho NF-X auf unseren Werkzeugmaschinen hat den Produktionsalltag aus verschiedensten Perspektiven nachhaltig verbessert.» Jean Michel Vallet, Technischer Direktor Précijura SA.

Précijura
Rue du Fenu
FR-39300 Equevillon
Tel. +33 (3) 84 51 31 74
www.precijura.com

Motorex AG
Bern-Zürich-Strasse 31
CH-4900 Langenthal
Tel. 41 (0)62 919 74 74
www.motorex.com

L'usine de demain a déjà son ERP



CLIPPER

GPAO ERP

La réduction des coûts, les gains de productivité, la qualité, le respect des délais et la satisfaction des clients seront toujours les thèmes de prédilection des entreprises de demain. Les matières premières seront utilisées avec parcimonie, les énergies économisées et propres.

Les modes de production s'adapteront avec souplesse aux exigences des marchés, les tâches pénibles auront quasiment disparu, les clients et les fournisseurs impliqués dans la supply chain et les collaborateurs innovants.

Les organisations performantes seront toujours sous CLIPPER.



www.clipindustrie.ch

Aurélie Picaud, la fée horlogère de Fabergé

Peu, très peu de femmes sont à la tête d'une maison d'horlogerie. La jeune Aurélie Picaud qui dirige la branche horlogère de Fabergé est une de ces rares exceptions.

En quelques très brèves années, elle est parvenue à placer le nom de Fabergé au centre de l'attention avec des propositions horlogères innovantes techniquement, très créatives et ne ressemblant à aucune autre (raflant au passage deux grands prix au GPHG pour ses deux premières présences). Europa Star l'a rencontrée lors d'un de ses passages à Genève, où a été ouvert un atelier, et Londres, siège de la maison-mère. Et c'est avec douceur, sourire et une gentillesse qui cache une détermination rare qu'elle a bien voulu répondre à nos questions. Visiblement, Aurélie Picaud sait fort bien où elle veut entraîner l'horlogerie selon Fabergé.

Votre parcours est totalement atypique. Comment êtes-vous arrivée à diriger l'horlogerie d'une maison comme Fabergé?

Je suis née en France, en Normandie et j'ai choisi de faire une école d'ingénieur, l'ITECH à Lyon, qui est spécialisée notamment dans la chimie, la cosmétologie, la plasturgie... Je pensais entrer dans la filiale cosmétique mais en fait je me suis décidée pour les technologies du cuir, de la maroquinerie et donc de la mode.

Puis je suis partie pour un stage de 6 mois en Allemagne, auprès d'un équipementier automobile travaillant pour Porsche, Audi, VW. Là, j'ai participé à la recherche de cuirs pour tableaux de bord. En fait, j'y suis restée deux ans, intégrée à l'équipe de R&D. Mais je n'avais pas la passion de l'automobile, je cherchais quelque chose de plus créatif.

Je ne connaissais pas du tout l'horlogerie mais par une suite de hasards, je suis entrée au Swatch Group pour travailler sur les bracelets de montres, toutes marques confondues. Là, au sein de la cellule Quality Management, je me suis occupée des critères de qualité, réalisant des audits des différents fournisseurs. Et je me suis prise de passion pour l'objet horloger.

Je suis passée ensuite chez Omega, comme chef de produit junior. Je n'étais plus cantonnée au seul bracelet et j'ai travaillé avec le bureau technique sur l'ensemble du produit. Ça a duré 3 ans, avec un passage chez Breguet.

Là-dessus, j'ai reçu une proposition d'Audemars Piguet, une marque que j'apprécie, qui a osé en son temps la Royal Oak. On m'a proposé de devenir chef de produit, d'abord les montres femme puis en partie les Royal Oak homme. J'avais enfin une vision à 360°. Je touchais autant au produit qu'à la stratégie marketing ou à la communication. J'étais heureuse, je travaillais en étroite collaboration avec la designer Julie Dicks... quand j'ai été contactée par Fabergé qui voulait me rencontrer.

C'était hier, en 2013...

J'y suis allée pour voir, on ne sait jamais. Je connaissais le nom, les fameux œufs de Fabergé mais pas grand chose d'autre. J'ai eu un entretien avec le CEO Sean Gilbertson qui m'a expliqué qu'il voulait «nettoyer» la licence horlogère qui prenait fin prochainement, qu'il voulait reprendre entièrement la partie horlogère. Il fallait tout imaginer, repartir d'une page blanche. Je ne pensais jamais être sélectionnée mais, contre toute attente, ils m'ont fait une proposition. Et l'aventure m'a tentée.

On était en novembre 2013 et on m'a donné pour objectif de présenter une collection à Bâle 2014! Là, j'ai dit non, c'est impossible. Tablons sur Bâle 2015 avec plusieurs nouvelles collections. Ils savaient une chose: ils voulaient dès le début une complication féminine.



L'OBJET: DVD du film documentaire «Signé Chanel» de Loïc Prigent, réalisé en 2013 et qui suit de A à Z, la conception d'une collection Haute Couture de la maison Chanel.

«J'ai toujours été fascinée par Gabrielle Chanel et toute son histoire. J'aime son caractère tranchant, ses choix avant-gardistes, elle qui, en transformant les codes masculins, a bouleversé la façon dont les femmes s'habillent, les a libérées des carcans et des corsets. A mes yeux, elle est un modèle. Et j'admire la continuité stricte de la marque, son intemporalité, ce côté chic avec toujours une pointe rock'n'roll. Et intransigeante, avec ça!»

Fort bien, mais comment s'y prendre? Comment part-on d'une feuille blanche... à remplir si rapidement, dans un délai de 14 ou 15 mois?

J'ai commencé par m'imprégner le plus possible de Fabergé le joaillier et de son incroyable histoire. On connaît les œufs mais on ignore souvent la richesse créative du reste. Très impressionnant et très stimulant, une grande liberté, l'expression d'une joie, des astuces... J'ai donc commencé par échanger et travailler avec les designers joailliers de la maison.

De là j'ai cherché à déterminer les attributs fondamentaux du style Fabergé afin de construire une cohérence. Il y a des proportions spécifiques, une propension au mélange des matières, un art très poussé de la couleur et souvent, un jeu, une surprise... A la confluence de la technique et de la créativité. Il n'y a qu'à penser aux œufs, précisément, et à la surprise qu'ils devaient susciter, même auprès du tsar. Quelque chose qui vous met un sourire aux lèvres, qui vous raconte une histoire, qui suscite une émotion particulière. Par ailleurs, Carl Fabergé avait pour habitude de travailler avec des maîtres-artisans en fonction de ses différents projets. Je me suis dit que j'allais employer la même méthode pour l'horlogerie. J'ai établi ma feuille de route: que du mécanique et de l'original, c'est à dire de la très belle mécanique qui exprime quelque chose de particulier.

On est fin 2013, vous n'avez pas d'équipe, vous êtes toute seule, vous partez en Suisse et vous allez faire des rencontres décisives...

J'ai défini quatre projets et pour chacun de ces projets j'ai décidé de monter une équipe différente et autonome qui couvre chacune l'ensemble du projet. Très vite, j'ai fait la rencontre décisive de Jean-Marc Wiederrecht, d'Agenhor. J'ai dû insister pour le rencontrer et lui exposer mes idées, mes pistes en vue d'une complication véritablement féminine. Et j'ai réussi à le convaincre de se lancer dans le projet qui, grâce à son approche poétique de l'horlogerie et sa science particulière du rétrograde, est devenu la Lady Compliquée Peacock.

En parallèle, j'ai réuni trois autres équipes, une pour une montre purement joaillière, Summer in Provence, une autre pour la collection d'entrée, la Flirt, équipée d'un mouvement Vaucher et une dernière pour la montre masculine Visionnaire 1, avec tourbillon volant à 9h, un projet emmené par Giulio Papi.

J'étais encore toute seule, et il fallait aussi mettre en place la gestion du tout, la logistique, le contrôle de qualité, le marketing, la ligne graphique et mille autres points. Sans oublier la nécessité de trouver des locaux à Genève et de mettre en place un atelier, organiser l'emboîtement.

Et on se retrouve à Bâle 2015...

J'avais évidemment le trac mais l'intérêt s'est tout de suite manifesté. Le bouche-à-oreille a amplifié le phénomène et, à la fin, tout le monde voulait voir nos créations. Il faut dire aussi que Jean-Marc Wiederrecht s'est transformé en ambassadeur enthousiaste de la marque. Mais c'est là aussi que commençait véritablement la partie commerciale de l'aventure, la recherche de partenaires. Fabergé est un nom connu mais «sortir de l'œuf» et faire connaître ce que Fabergé fait aujourd'hui était – est toujours – une autre paire de manches. Ceci passe par l'éducation du public, la démonstration de l'incroyable fond créatif que le fondateur a légué, l'explication de la légitimité horlogère de Fabergé – à l'époque, Carl Fabergé travaillait avec Heinrich Moser, installé en Russie...

Et la suite a démontré que cette inspiration était vraiment féconde?

En 2016, toujours à Bâle, nous avons présenté de nouvelles collections, comme la Dalliance, avec notamment la Fabergé Lady Libertine. L'idée maîtresse de cette ligne particulière était de jouer avec le centre de la montre, occupé par un disque légèrement surélevé d'où surgissent par en-dessous deux pointes d'aiguilles ajourées, de façon à dégager de larges plages – au centre et sur le pourtour, dédiées à la décoration, comme par exemple l'énorme Lune pleine centrale de la Lady Levity.

Et toujours en parallèle, nous avons poursuivi la si fructueuse collaboration avec Jean-Marc Wiederrecht en lui demandant de travailler à un deuxième fuseau horaire lisible au centre de la montre. Ça a donné la DTZ qui, à nouveau, a beaucoup fait parler d'elle avec son chiffre de second fuseau affiché dans un guichet central. Une montre à la fois innovante et d'une lecture évidente.

Cette idée de fonction placée au centre de la montre est particulièrement bien tombée car Jean-Marc travaillait de son côté depuis longtemps à concevoir un mouvement qui soit «évidé» si on peut dire en son centre de façon à permettre de nouveaux modes d'affichage central de complications.

C'est de cette collaboration qu'est né cette année, en 2017, notre Visionnaire Chronograph, dépourvu des traditionnels compteurs au profit d'une lecture centrale à aiguilles. Une innovation que d'aucuns trouvent majeure, obtenue grâce à mouvement révolutionnaire qui, ceci dit, est resté propriété d'Agenhor mais que nous avons pu être les premiers à mettre en œuvre.

Aujourd'hui, nous en sommes à près de 200 montres par an. Notre objectif est de parvenir à un millier. Mais nous tenons à rester une marque de niche, une marque joaillière et une marque de complications horlogères. L'intention du groupe est forte et bel et bien là, et les investissements consentis pour y parvenir sont considérables.

Propos recueillis par Pierre Maillard



ROBERT LAMINAGE S.A.

WWW.ROBERTLAMINAGE.CH

SAVOIR-FAIRE ET COMPÉTENCES
LAMINAGE DE PRÉCISION

Nos derniers développements

*Laiton α β usinable sans Pb – Titane grade 1
NKT 322 cuivre titane – Acier LAW 100 X usinable sans Pb*

La Jaluse | CP 132 | CH-2400 Le Locle | T. +41 (0)32 933 91 91 | info@robertlaminage.ch

L'horlogerie verte se cache bien

L'horlogerie suisse assure-t-elle sa part de responsabilité environnementale? Il y a dix ans, la réponse était clairement non. Aujourd'hui, les choses bougent. Il n'est plus une marque sérieuse qui n'ait pas sa «Direction du Développement Durable». Si l'action est parfois tangible, la communication est imperceptible. Motif: l'horlogerie vend du rêve, pas de l'engagement environnemental. L'arrivée des générations X et Y, en forte demande sur ce sujet, fait cependant bouger les lignes.

Etes-vous clean, green, RSE, DD ou responsable? Lorsque l'on pose la question aux marques horlogères, aujourd'hui, le sujet est pris très au sérieux. Ce n'était pas le cas il y a quelques années: faire son miel devant sa manufacture, c'était être green. Les abeilles, c'est vrai, c'est important. Peut-être un peu moins que les 10,6 tonnes de piles recyclées l'année dernière par le Swatch Group.

De l'art de monter au créneau (ou pas)

La responsabilité environnementale – appelons-la ainsi – remonte évidemment bien plus haut dans la chaîne de valeur d'une entreprise horlogère. Il n'existe plus guère de CEO qui se réfugie derrière la parade (proche du sophisme) selon laquelle une montre mécanique est construite pour des siècles et se trouve donc durable par essence.

Aujourd'hui, de nombreux rapports annuels et CSR (Corporate Social Responsibility) traitent du sujet. Ils sont efficaces, un peu trop d'ailleurs: c'est derrière eux, à présent, que les marques se réfugient afin d'éviter toute prise de parole directe. Il en va ainsi du Swatch Group, qui consacre 6 pages à l'écologie horlogère sur les 244 pages de son rapport annuel. Kering y dédie un rapport de 25 pages mais n'hésite pas, en

complément, à monter au créneau. Marie-Claire Daveu en est la directrice du développement durable et des affaires institutionnelles internationales: «Le développement durable est une source d'innovation et de créativité. Il favorise la collaboration, la connectivité et la transparence. Il comporte toutefois une difficulté: celle de concilier le temps long de la marque avec le temps court du consommateur.»

Durable ou désirable? Les deux!

Ce n'est pas le seul écueil. La responsabilité environnementale est avant tout une question de processus et de traçabilité. On est bien loin du marketing horloger de «garde-temps séculaires à l'élégance intemporelle». Traduction: il est bien délicat d'industrialiser le rêve – encore plus de le vendre! De bien des avis, le développement durable ne fait pas rêver. Le consommateur est d'autant moins engagé à le vouloir que son bénéfice dépasse l'échelle de sa propre vie. Se prémunir d'une augmentation des températures de 1,5 degré dans un siècle, c'est bien mais cela ne fait pas vendre des montres... aujourd'hui.

Stéphane Truchis l'a bien senti. Il est président de l'institut de sondage IFOP. Selon lui, si la responsabilité environnementale ne fait pas (encore) vendre, c'est parce qu'elle n'est pas assez sexy. L'enjeu est donc «d'articuler désirabilité et durabilité. Il faut davantage prouver que, par nature, le luxe est autant durable que désirable». Sandrine Noel, responsable environnement chez Louis Vuitton, abonde: «Aujourd'hui, les attentes des consommateurs sont clairement exprimées. Nos vendeurs ont compris que le développement durable était un avantage, une belle histoire. Une marque qui inclut le développement durable dans ses actes et son discours est plus désirable. Cela contribue à son authenticité et son humilité.»

On y est! Pour que la responsabilité environnementale se développe à tout le luxe, dont l'horlogerie, il faut la rendre désirable et authentique. Nécessaire mais pas suffisant: on ajoutera «accessible» car le progrès écologique ne sera réel qu'une fois adopté par les masses. ▶



ASTUTO SARL
MACHINES À REMONTER LES MONTRES AUTOMATIQUES

Chapons-des-Prés 7
2022 Bevaix
T +41 32 731 28 94
F +41 32 849 10 42
info@astuto.ch
www.astuto.ch



Une question de certification

Ce caractère accessible de l'horlogerie durable est un vaste sujet. Immédiatement, on pense au produit et à son prix. Chopard, par exemple, avec ses pièces dont l'or est certifié «Fairmined». L'initiative est remarquable: c'est la première de ce genre et c'est un succès. La manufacture en renouvelle l'offre chaque année et en augmente les volumes afin de répondre à une demande croissante. Kering suit avec certaines de ses marques une certification assez proche, soutenue par une ONG, Solidaridad.

Côté diamants, le processus de traçabilité dit «de Kimberley» est adopté par la quasi-totalité des marques, en parallèle du RJC (Responsible Jewellery Council), lequel fait autorité pour endiguer le fléau des diamants de sang («blood diamonds»). Ces certifications sont indispensables – «et pas simples à obtenir», souffle Karl-Friedrich Scheufele, co-président de Chopard. Toutefois, l'horlogerie durable va considérablement au-delà du produit: boutique, emballage, papiers utilisés, émissions de CO2, etc.

De belles mais discrètes initiatives

Les marques horlogères communiquent peu sur ces sujets. Pourtant, certaines sont en pointe. Chez Girard-Perregaux ou Ulysse Nardin, 100% du papier est d'origine contrôlée et 50% recyclable. 100% des sacs Gucci sont recyclés. Au Japon, le géant Seiko a interdit les chlorofluorocarbures depuis 1993. Depuis 2006, toute trace de plomb a été éliminée de ses mouvements à quartz. Deux ans plus tard, ses batteries se dispensaient de mercure. On notera que d'importants groupes suisses ont d'ailleurs obtenu des dérogations pour ces positions dont certaines, entre temps, ont été rendues obligatoires par l'Union européenne et les produits qui y circulent.

Plus en amont, la production reste le premier levier d'une horlogerie écologiquement responsable. Là encore, les marques communiquent peu car elles considèrent que cela ne les rend pas (plus) désirables. Sandrine Noël, de Louis Vuitton, tempère: «Les générations X ou Y ont clairement des attentes sur ce sujet.» Ces attentes trouvent par ailleurs des caisses de résonance nouvelles dans les réseaux sociaux. Les mouvements en faveur de la protection des animaux comme PETA et L214 bénéficient aujourd'hui d'un écho plus fort qu'ils n'ont jamais pu rêver. Aujourd'hui, rarissimes sont les jeunes de ces générations à réclamer de l'authentique fourrure, par exemple.

L'horlogerie? Peu concernée par la fourrure, il est vrai. Reste le cuir, abondamment présent. Chez Kering, son usage et sa transformation sont à l'origine de 24% de l'impact environnemental du groupe! Ce dernier a donc mis en place des mesures concrètes pour y remédier: tannage sans métaux lourds, intégration de ses propres tanneries, sélection drastique des partenaires. Prochaine étape? Le cuir végétal, probablement. Il n'est pas encore arrivé en horlogerie mais déjà

chez une marque qui, elle aussi, dicte son tempo au luxe: Tesla. Depuis cet été, la marque aux bolides électriques a stoppé l'utilisation du cuir animal (au profit du végétal) dans tous ses modèles, sans exception. Cela ne l'empêche pas de vendre du rêve et, accessoirement, des voitures à 150'000 dollars. A méditer?

En attendant les X et Y

Les rejets – au sens large – sont l'autre préoccupation majeure des horlogers. Le Swatch Group souhaite diminuer sa consommation énergétique durant la période de 2013 à 2020 en réalisant une réduction de ses émissions de CO2 à hauteur de 27%, tout en augmentant l'efficacité énergétique de 8%. Les panneaux photovoltaïques ont également la préférence de nombreuses marques, qui les déploient sur leur toit, comme chez TAG Heuer ou Hublot.

Les indépendants ne manquent pas d'idées non plus. Christophe Claret a par exemple converti sa chaudière du fioul au gaz tout en déployant un ingénieux système récupérant la chaleur des machines pour chauffer les bâtiments. Ulysse Nardin, non loin de là, a d'ailleurs fait de même. Agenhor, de la même manière, a fait construire ses bureaux selon une exposition solaire optimisée afin d'en réguler naturellement la température. Chez IWC, on agit autrement: 100% de l'énergie achetée par la maison est d'origine renouvelable. Chopard et Hublot ayant rénové leurs bâtiments récemment, les ont fait certifier Minergie ou HPE (Haute Performance Energétique). Ces initiatives sont elles honteuses? Doivent-elles être à tout prix cachées? Non, évidemment. Pourtant, elles ne sont pas ou peu connues du grand public car encore considérées comme «non désirables». L'horlogerie, volontiers conservatrice, vend du rêve et considère que la responsabilité environnementale ne fait pas rêver. C'était une réalité d'hier. Celle de demain, c'est celle de générations X, Y ou Z qui, elles, rêvent précisément... d'un avenir meilleur.

Olivier Muller



INHOTEC
usinage de précision




PRÉCISION et QUALITÉ

INHOTEC S.A.
est une société
spécialisée dans la
fabrication de
composants horlogers.

Notre but est de répondre aux exigences les plus élevées des grandes marques horlogères grâce aux compétences humaines et aux performances technologiques.





INHOTEC S.A.

59 Rue de France
2400 LE LOCLE - Switzerland
Tél. +41 (0)32 931 18 00
Fax. +41 (0)32 931 18 01
info@inhotec.ch - www.inhotec.ch

Montblanc, l'horlogerie à l'ère du design

Pourquoi les chronographes vintage et utilitaires ont-ils une cote aussi grande aux enchères? Est-ce que le minimalisme est une tendance ou un mouvement de fond? Après des années de surenchère mécanique, l'industrie semble vouloir en faire enfin un peu moins... Rencontre avec Davide Cerrato, responsable de la division horlogère de Montblanc, qui porte son regard aiguisé sur les changements en cours et se réjouit de cette simplicité retrouvée.

Comme on parle d'un «nez» en parfumerie, Davide Cerrato est un «œil» en horlogerie. Italien d'origine, toujours bien mis et affable, il met aujourd'hui son regard au service de la division horlogère de Montblanc, après avoir grandement contribué à la remise au goût du jour de Tudor, qui connaît un nouvel âge d'or grâce à la formule gagnante du chrono, du vintage, du prix accessible et de la lisibilité, décuplant au passage la valeur de cette marque aux enchères.

Alors, pourquoi Montblanc? Car derrière Montblanc, il faut lire... Minerva. C'est l'intégration de cette manufacture historique, fameuse pour ses «stop watches», qui a attiré l'œil de Davide Cerrato. Minerva, devenue aujourd'hui la Manufacture Montblanc de Villeret, fêtera ses 160 ans l'an prochain. L'occasion de faire un point avec lui sur les grandes tendances esthétiques du marché. L'ère de l'extravagance technique semblant se refermer progressivement, la discussion s'oriente rapidement vers le design et le minimalisme.



L'OBJET:

«Je reviens de Londres, le seul endroit où je peux confortablement sortir avec un chapeau melon à l'anglaise. J'aime beaucoup les chapeaux. Récemment, j'ai d'ailleurs craqué pour un modèle Ranger de parc américain. En Suisse, on voit beaucoup moins de gens porter des chapeaux, c'est dommage! Un jour, quelqu'un m'a demandé ce que j'avais envie d'apporter à l'industrie horlogère? Du style!»

Si l'on compare la production horlogère actuelle à celle d'il y a encore cinq ans, on a l'impression que les codes esthétiques se sont assagis. Aujourd'hui, beaucoup de «nouveau» ressemblent à s'y méprendre à des modèles d'il y a cinquante ans – tandis que les «originaux» d'il y a cinquante ans, eux, s'arrachent aux enchères, notamment les chronos et les montres sport...

Prenons un peu de recul. Le quartz a été un choc terrifiant pour l'industrie horlogère suisse à partir des années 1970 et face à ce choc, la réponse de cette dernière a été de concevoir de la mécanique encore plus technologique. Ce faisant, le design a été quelque peu laissé de côté.

La crise de 2008-2009 a vu le début de la clôture de ce cycle technologique. Nous sommes revenus à l'ère du design, avec l'envie désormais de reprendre le meilleur de l'artisanat mécanique et de la forme. En horlogerie, comme dans toute industrie, le design, c'est le premier regard, le plus important. On voit bien aujourd'hui l'importance du design, dans notre époque dévouée au minimalisme. La question qu'il faut se poser n'est plus ce qu'il y a à ajouter mais à enlever sur une montre.

N'oublions pas que la raison d'être de la montre a d'abord consisté à servir d'instrument de mesure. Nous nous réapproprions les dimensions primaires de la montre, la lisibilité de la montre sport si appréciée aujourd'hui, son côté fonctionnel pur. Un nouveau cycle s'ouvre, qui puise dans le vintage.

Ce cycle ne semble pas forcément favorable aux horlogers contemporains. D'un côté, de nombreux nouveaux acteurs dans l'entrée de gamme puisent dans ces codes vintage pour se donner une image de luxe à bon prix auprès des jeunes... Et de l'autre, beaucoup de collectionneurs semblent préférer l'original et se tournent vers les ventes aux enchères!

Votre spécialiste en électro-érosion par fil depuis plus de 30 ans

DOMAINES D'ACTIVITÉS

- HORLOGERIE
- MÉDICAL
- AÉRONAUTIQUE
- MÉTROLOGIE
- MICRO-PERÇAGE
- RECHERCHE

ELEFIL SWISS
Z.I. du Vivier 22
CH-1690 Villaz-St-Pierre
www.elefilswiss.com

Tel : +41 (0)26 552 14 20 elefil@elefilswiss.com

30 ANS

Je ne crois pas au brouillage des codes du luxe aujourd'hui, car la différence entre un objet de luxe et de mode réside dans deux éléments. La profondeur d'analyse, d'une part, c'est-à-dire que l'on peut sans cesse explorer son passé et apprendre de chaque étape. Et la qualité technique d'autre part: nous avons fait des recherches sur les matériaux qui ont conduit au développement d'une montre comme la TimeWalker Pythagore UltraLight Concept, qui pèse moins 20 grammes. Et elle ne pourrait pas être plus épurée. C'est là que le design rencontre l'innovation.

Par ailleurs, je crois que chaque époque passe par ses cycles de régénération, qui créent de nouveaux collectionneurs. Pour moi, le marché du neuf et celui de l'ancien ont toujours coexisté. Certains retailers ont d'ailleurs toujours eu des montres d'occasion en magasin. Le vintage fait partie du système.

Votre patrimoine, parlons-en. L'année prochaine marque les 160 ans de Minerva, qui est aujourd'hui intégrée à Montblanc. Pourquoi ne pas l'avoir faite revivre comme marque, elle qui est justement très appréciée des connaisseurs?

Il faut souligner que Minerva a toujours été plus axée sur le produit que sur sa marque propre. Son rôle était d'abord celui de fournisseur. Les montres Minerva sont du reste assez rares. Nous signons aujourd'hui les mouvements Minerva et prolongeons la vie de cette manufacture. Cela me semble cohérent. Nous disposons avec Minerva d'un vrai laboratoire créatif, avec le patrimoine technique et design de cette marque. Cela concerne non seulement les mouvements mais aussi les cadrans ou les boîtes. Ces archives sont un puits de valeur. Nous avons déjà commencé à valoriser le patrimoine de Minerva à travers nos collections 1858 et TimeWalker. Le RallyTimer ravive par exemple l'esprit des «stop watches» de Minerva. Une stop watch, c'était l'ordinateur de l'époque! Il s'agissait d'instruments au sens propre, avec une contrainte très forte sur la lisibilité de la montre.

En parlant de lisibilité justement, on est parfois un peu perdu devant l'extension continue de Montblanc – peut-être un héritage de Jérôme Lambert et son activisme créatif – qui va aujourd'hui de la montre connectée aux hautes complications. Quel est le rôle de Minerva au sein de cette gamme de produits très large?

L'intégration de la manufacture Minerva nous a justement permis de réaliser des pièces haut de gamme, comme l'ExoTourbillon, et nous pouvons maintenant appliquer ces innovations plus largement à la production de la marque. L'ExoTourbillon est un bon exemple, puisque sa «traduction industrielle» a été le modèle slim.

Notre corps de métier est clair: c'est la montre mécanique. Nous faisons de l'horlogerie mécanique avec une forte valeur intrinsèque, un bon prix d'appel et des très grandes complications en plus. La montre connectée Summit est un produit d'appel auprès des Millenials et nous appliquons d'ailleurs nos designs de cadrans vintage sur la montre connectée.

Mais vous pointez en effet un élément important: nous allons progressivement passer de dix à six collections pour rendre notre offre plus visible, avec une démarcation fondamentale entre les périmètres du sport et de l'héritage. Pour chaque thème, nous avons un niveau de belle horlogerie assez large et un positionnement prix juste. Nous n'avons donc pas à changer de stratégie comme le font certaines marques, car nous nous sommes toujours battus sur le concept de la valeur intrinsèque.

Notre cœur de métier reste un segment entre 2'000 et 5'000 francs mais nous proposons aussi des lignes entre 20'000 et 100'000 francs.

Propos recueillis par Serge Maillard

POSITIVE COATING

NOS TRAITEMENTS CVD – NANODECO

Coloration

Protection de l'argent

Bicolore sans pose d'épargne

VOTRE PARTENAIRE DANS LES TRAITEMENTS DE SURFACES PAR CVD

Rue des Champs 12 - CH-2300 La Chaux-de-Fonds
T. +41(0)32 924 54 54 - F. +41(0)32 924 54 55
info@positivecoating.ch - www.positivecoating.ch

Performances sportives ou professionnelles, même combat

Invité à partager ses expériences avec les apprentis du Centre d'apprentissage de l'Arc jurassien (CAAJ), le sportif Kariem Hussein, ambassadeur de Dixi Polytool, a évoqué de nombreux points communs entre formation professionnelle et sport de haut niveau.

De prime abord, les points communs entre un étudiant en médecine, qui plus est quadruple champion suisse et champion d'Europe du 400 mètres haies et de jeunes apprentis mécaniciens ou polymécaniciens ne sautent pas aux yeux. Et pourtant, les mêmes mots reviennent souvent dans leurs discours respectifs: précision, persévérance, constance. Comme l'a relevé l'un des jeunes participants, l'apprentissage aide à se structurer, ce qui donne également une bonne base pour la pratique d'un sport. Pour Kariem Hussein, les similitudes sont évidentes. La réussite dans le sport demande le même état d'esprit que celui qu'il faut pour bien aborder une formation professionnelle: être ouvert à la nouveauté, rechercher la précision et surtout ne pas rechigner à pratiquer, et encore pratiquer.

Soyez des passionnés

Laurent Feuz, chef du service des formations postobligatoires et de l'orientation (SFPO) du canton de Neuchâtel a pour sa part tiré un parallèle entre formation et sport en abordant les thèmes du talent et de la passion. Le talent n'est pas toujours inné et chaque individu n'en reçoit pas la même dose à la naissance. On peut cependant le développer par la pratique. On peut même parfois, à force de travail, réussir sans talent. La passion par contre est absolument indispensable. Il est nécessaire de se fixer des objectifs ambitieux et de ne jamais se satisfaire des acquis. La passion libère de l'énergie dont tout un chacun a besoin, que ce soit dans le sport ou dans la vie professionnelle. Et Laurent Feuz de conclure à l'adresse des apprentis: soyez les passionnés de demain!

L'image des métiers techniques doit changer

Comme l'a relevé Raymond Stauffer, Président du CAAJ, les idées reçues à l'encontre de l'apprentissage sont encore nombreuses: souvent synonyme de voie de garage, ce type de formation s'adresserait avant tout aux mauvais élèves, les bons élèves quant à eux gaspilleraient leur vie à entrer dans le monde professionnel par cette filière, etc. Pour Raymond Stauffer, il est grand temps de changer cette image. «D'une part les conditions de travail dans les ateliers d'aujourd'hui se sont très sensiblement améliorées et d'autre part l'apprentissage ouvre désormais toutes les portes pour une formation supérieure telle que l'université ou l'Ecole polytechnique fédérale. Quant au jeune qui n'envisage pas de post-formation, les connaissances acquises en apprentissage en feront un professionnel compétent. Il est donc primordial de bien former les jeunes à la vie en entreprise». Car il ne faut pas perdre de vue que sans les métiers techniques et leurs kyrielles de spécialistes qui inventent en permanence le futur, il n'y aurait point d'industrialisation, donc point de richesse tangible. «Pour assurer une relève indispensable, le CAAJ a de nombreux arguments à mettre en avant, dont notamment ses enseignants très qualifiés, un parc machines de qualité et une parfaite maîtrise des cours», déclare Raymond Stauffer.

Fonctionnement du CAAJ

Le Centre d'apprentissage de l'Arc Jurassien propose plusieurs filières pour les formations aux métiers de mécanicien(ne) de production pour le décolletage et l'usinage, de polymécanicien(ne) et de dessinateur[trice] constructeur[trice] industriel(le). Les apprentis concluent un contrat d'apprentissage avec l'une des entreprises partenaires du CAAJ. Actuellement au nombre de 35 pour les



Le CAAJ accueille 10% de filles, dont Charline Amstutz, Lea Krumm et Ikram Fetticha (photo rtn.ch).

Im CAAJ werden 10% Mädchen ausgebildet, darunter Charline Amstutz, Lea Krumm und Ikram Fetticha (Foto rtn.ch).

deux CAAJ (La Chaux-de-Fonds et Moutier) ces entreprises formatrices sont de tailles et d'activités diverses, offrant ainsi un large panel de formations. La formation pratique de base a lieu en centre d'apprentissage, soit à La Chaux-de-Fonds soit à Moutier et permet aux jeunes de s'initier à leur futur métier durant une période de 18 à 24 mois. La fin de l'apprentissage ainsi que la spécialisation se font en entreprise, sous la responsabilité d'un maître d'apprentissage et de maîtres de stage. Aujourd'hui les deux CAAJ représentent environ 100 apprentis en formation.

Ce mode d'apprentissage est un réel plus pour tous les acteurs. Il offre d'une part une formation de grande qualité et de bonnes conditions d'emploi pour les jeunes tout en assurant une main-d'œuvre qualifiée pour le futur et le développement du savoir-faire dans l'Arc jurassien.

Tout savoir sur les métiers techniques: www.bepog.ch

Sportliche oder berufliche Leistungen – es ist derselbe Kampf!

In seiner Eigenschaft als Markenbotschafter des Unternehmens Dixi Polytool wurde der Sportler Kariem Hussein eingeladen, sich mit den Lehrlingen des Ausbildungszentrums Jurabogen (Centre d'apprentissage de l'Arc jurassien – CAAJ) über seine Erfahrungen auszutauschen; bei dieser Gelegenheit nannte er zahlreiche Punkte, die Berufsausbildung und Hochleistungssport gemein haben.

Die Gemeinsamkeiten zwischen einem Medizinstudenten, der gleichzeitig vierfacher Schweizer Meister und Europameister im 400-Meter-Hürdenlauf ist, und junger Mechaniker- und Polymechanikerlehrlinge sind nicht auf Anhieb erkennbar. Dennoch ist nicht zu übersehen, dass bestimmte Begriffe im Wortschatz beider Personenkategorien einen festen Platz haben: Präzision, Durchhaltevermögen, Beständigkeit. Einer der jungen Teilnehmer warf auf, dass eine Lehre dazu beiträgt, sein Leben und seine Persönlichkeit besser zu strukturieren, was auch für das Ausüben eines Sports eine wichtige Grundlage ist. Für Kariem Hussein liegt es auf der Hand, dass zwischen den beiden Welten starke Ähnlichkeiten vorhanden sind. Wer im Sport Erfolg haben möchte, muss die gleiche Einstellung haben wie jemand, der eine Berufsausbildung beginnt: Aufgeschlossenheit gegenüber Neuem, Sinn für Präzision und Bereitschaft, ohne Unterlass zu üben. ▶



Relsys

Contrôle ébat du balancier Höhenspielkontrolle der Unruhe



sans contact – précis – rapide
kontaktlos – genau – schnell

LECUREUX SA CH-2503 Biel Bienne – www.lecureux.ch



POUR RESPECTER L'ENVIRONNEMENT ZUR EINHALTUNG DER UMWELTBESTIMMUNGEN

- Machines pour le traitement des copeaux
Maschinen zur Späneaufbereitung
- Paniers de lavage sur mesure et standards
Waschkörbe nach Mass oder Standard
- Récupération des métaux précieux
Rückgewinnung von Edelmetallen
- Filtration des liquides
Filtration von Prozessmedien

RIMANN AG
MASCHINENBAU
RÖMERSTRASSE WEST 49
CH-3296 ARCH
T. +41 32 377 35 22
INFO@RIMANN-AG.CH • WWW.RIMANN-AG.CH

Auf die Leidenschaft kommt es an!

Der Leiter der Abteilung für obligatorische Ausbildungen und Berufsberatung (SFPO) des Kantons Neuenburg, Laurent Feuz, erläuterte ebenfalls die Parallele zwischen Berufsbildung und Sport, indem er die Begriffe Talent und Leidenschaft aufgriff. Talent ist nicht immer angeboren, und wir starten nicht alle mit gleichviel Begabung ins Leben. Talent kann sich durch Übung entwickeln. Es ist sogar möglich, ohne Talent Erfolg zu haben, indem man hart arbeitet. Leidenschaft hingegen ist unerlässlich. Wer Erfolg haben möchte, muss sich ehrgeizige Ziele stecken und darf sich niemals mit Errungenschaften begnügen. Leidenschaft setzt Energie frei, die wir alle benötigen – sei es im Sport oder im Berufsleben. Deshalb verabschiedete sich Laurent Feuz von den Lehrlingen mit folgenden Worten: Die Welt von morgen benötigt Menschen, die von ihrem Beruf begeistert sind! / die sich ihrem Beruf leidenschaftlich verschreiben!

Das Image der technischen Berufe muss sich unbedingt ändern

Raymond Stauffer, der Präsident des CAAJ, stellte zu Recht fest, dass es nach wie vor zahlreiche Vorurteile gegenüber der Lehre gibt: Dieser Ausbildungstyp gilt noch oft als Absteigliches, das schlechten Schülern vorbehalten ist – laut dieser Auffassung würde ein guter Schüler Gefahr laufen, sein Leben zu vergeuden, wenn er über eine Lehre in die Arbeitswelt eintritt. Raymond Stauffer betonte, dass es allerhöchste Zeit sei, diese Vorurteile abzubauen. «Einerseits haben sich die Arbeitsbedingungen in den heutigen Werkstätten erheblich verbessert, andererseits öffnet eine Lehre heutzutage Tür und Tor zur Weiterbildung an der Universität oder der Eidgenössischen technischen Hochschule. Und wenn ein Jugendlicher keine weiterführende Ausbildung machen möchte, ist das kein Problem, denn dank der im Rahmen einer Lehre erworbenen Kenntnisse ist er ein kompetenter und gefragter Facharbeiter. Es ist also äußerst wichtig, dass die Jugendlichen auf das Berufsleben richtig vorbereitet werden.» Wir dürfen nicht vergesse-

sen, dass es ohne die technischen Berufe und die Scharen der Fachleute, die an der Gestaltung der Zukunft maßgeblich beteiligt sind, keine Industrialisierung und somit keinen unmittelbar spürbaren Wohlstand gäbe. «Das CAAJ hat zahlreiche Argumente parat – insbesondere hochqualifizierte Lehrkräfte, einen hochwertigen Maschinenpark und einen gut durchdachten Lehrplan – um die Nachfolge in diesen Berufen zu gewährleisten», erklärte Raymond Stauffer.

Was hat das CAAJ zu bieten?

Das Ausbildungszentrum Jurabogen (CAAJ) bietet mehrere Lehrgänge an, um ProduktionsmechanikerInnen in den Bereichen Decolletage und Bearbeitung, PolymechanikerInnen und IndustriezeichnerInnen sowie KonstrukteurInnen auszubilden. Die Lehrlinge schließen mit einem der CAAJ-Partnerunternehmen einen Lehrvertrag ab. Insgesamt haben derzeit 35 in verschiedenen Bereichen tätige Unternehmen die erforderliche Kapazität, um den Lehrlingen der beiden CAAJ (La Chaux-de-Fonds und Moutier) eine große Auswahl an Ausbildungen anzubieten. Die praktische Ausbildung findet im Ausbildungszentrum (entweder in La-Chaux-de-Fonds oder in Moutier) statt und ermöglicht den Jugendlichen, sich während einer Dauer von 18 bis 24 Monaten mit ihrem zukünftigen Beruf vertraut zu machen. Das Ende der Lehre sowie die Fachausbildung erfolgen im Unternehmen unter der Aufsicht eines Lehrmeisters und von Praktikumsleitern. Heute bilden die beiden CAAJ etwa 100 Lehrlinge aus.

Diese Lernform ist für alle Beteiligten von großem Vorteil. Sie bietet einerseits den Jugendlichen eine hochwertige Ausbildung und gute Berufsaussichten und andererseits qualifizierte Arbeitskräfte für die Zukunft und die Entwicklung des Know-hows im Jurabogen.

Wissenswertes über die technischen Berufe: www.bepog.ch

Centre d'apprentissage de l'Arc Jurassien (CAAJ)
Rue Louis-Joseph-Chevrolet 5 - CH-2301 La Chaux-de-Fonds
Tel. +41 (0)32 926 30 50 - www.caaj.ch

LA ROCHE-SUR-FORON
06-09 MARCH FRANCE

SIMODEC
INTERNATIONAL BAR
TURNING MACHINE TOOL SHOW
SALON INTERNATIONAL DE LA MACHINE-OUTIL DE DÉCOLLETAGE **2018**

PUTTING PEOPLE AT THE HEART OF THE INDUSTRY

KEY FIGURES

- 320 exhibitors and 500 brands
- 22 000 sq. m of exhibition space
- 18 000 professionals

HIGHLIGHTS

- International Day : Thursday 8 March
- Over 25 workshops and conferences
- The 2018 Innovation Awards

CREATE YOUR FREE ONLINE ACCESS

FIND THE COMPLETE PROGRAM

WWW.SALON-SIMODEC.COM



DÉCOLLETAGE PIGNONS ET ROUES
manufacture

Haute technologie et savoir faire

Les ateliers de DPRM mettent à votre disposition leurs compétences dans les métiers du décolletage, du taillage de roues et de pignons, de l'assemblage et des différentes décorations que nos clients horlogers exigent aujourd'hui. Partenaire de marques prestigieuses, notre entreprise est une véritable manufacture de décolletage regroupant tous les métiers périphériques à cette activité. Bénéficiant des dernières évolutions techniques dans les domaines de la production et du contrôle de qualité, la Direction, les cadres et les collaborateurs de DPRM sont à même de vous proposer des solutions à toutes vos demandes.



DECOLLETAGE CNC ET CAMES

- Diamètre de 1 à 18 mm
- Longueur maxi 250 mm
- Taillage "traditionnel", double denture et frontal

DECOUPAGE

- Roue laiton
- Roue acier
- Roue à bras
- Roue personnalisée

ROULAGE

- Axe de chrono
- Pignon chaussée
- Pignon de minuterie

ASSEMBLAGE

- Mobile de chaussée
- Roue / Pignon
- Rivetage
- Chassage

TRAITEMENTS THERMIQUES

- Trempe, revenu, recuit
- TT (CuBe, Durnico)
- Recuit sous contrainte

TAILLAGE

- Taillage pignon
- Taillage roue
- Taillage pignon coulant

CELLULE PROTO

- Décolletage
- Taillage
- Roulage

CONTROLE

- Instruments de mesures optique multi-cotes GR20 - PR50 - OGP
- Quick-contrôle

TRAITEMENTS DE SURFACE

- Ebavurage
- Polissage
- Polissage dimensionnel
- Micro-sablage



La précision et la qualité sont nos objectifs principaux

DPRM SA
Unterdorfstrasse 14
3296 ARCH-BE / SUISSE
TEL 0041 (0)32 679 51 51
FAX 0041 (0)32 679 51 52
EMAIL info@dprm.ch
www.dprm.ch

DUBOIS DEPRAZ SA
Grand-Rue 12
1345 LE LIEU / SUISSE
TEL 0041 (0)21 841 15 51
FAX 0041 (0)21 841 18 22
EMAIL info@dubois-depraz.ch
www.dubois-depraz.ch



MECMESIN Helixa

Couplemètres de précision



Le couplemètre MECMESIN Helixa-i constitue une solution idéale pour mesurer les valeurs de couple faibles dans une large gamme de produits mécaniques sensibles ou de précision.

Grâce à la sensibilité des capteurs de couple et à l'alignement précis, le couplemètre Helixa-i permet de tester des assemblages de haute qualité dans les domaines de la cosmétique, de l'horlogerie, de la joaillerie, de la pharmacie et du médical. La possibilité d'enlever ou d'appliquer une force axiale de compression ou de traction et la concentricité précise de l'arbre d'entraînement permettent des tests de couple avec des valeurs extrêmement faibles de 0.1 Nm avec une résolution de 0.015 mNm.

Le couplemètre Helixa-i est également disponible à écran tactil. Helixa-xt possède toutes les caractéristiques du Helixa-i informatisé, mais offre un couplemètre autonome avec tablette PC intégrée.

Vous trouvez des informations d'orientation générale sur l'internet www.brw.ch.

Demandez conseil et/ou une démonstration sans engagement par nos spécialistes dans notre salle de demo Mecmesin.Messtechnik@brw.ch / Tél. 044 736 63 63.

Brütsch/Rüegger Outils SA
Heinrich Stütz-Strasse 20
Case Postale
8902 Urdorf
Tél. +41 44 736 63 63
Fax +41 44 736 63 00
www.brw.ch
E-Mail: sales@brw.ch



LISTE DES ANNONCEURS

Acrotec, Develier	2 + c.III
Arcofil, St-Imier	9
Artsupport, Rümlang	3
Astuto, Bevaix	5 + 24
Brütsch/Rüegger, Urdorf	32
Clip Industrie, Sion	21
Crelier, Bure	4
DPRM, Arch	31
Dubois-Dépraz, Le Lieu	7
Elefil Swiss, Villaz-St-Pierre	26
Ebauches Micromécanique Precitrame, Tramelan	12
EPHJ-EPMT-SMT 2018, Genève	15 + 16-17
Groh & Ripp, Idar-Oberstein	11
Hardex, Marnay	20
Horotec, La Chaux-de-Fonds	c.IV
IMI Swiss, Le Locle	11
Incabloc, La Chaux-de-Fonds	c.II
Inhotec, Le Locle	25
Laser Cheval, Pirey	c.I + 13
Lecureux, Bienne	29
Monnin, Sonceboz	6
Petitpierre, Cortaillod	2
Positive Coating, La Chaux-de-Fonds	27
Qualimatest, Plan-les-Ouates	6
Rimann, Arch	29
Robert Laminage, Le Locle	23
Roxer, La Chaux-de-Fonds	10
Sigma Electronic, Bienne	14
Simodec 2018, La Roche-sur-Foron	30
Stoco, Cortaillod	19
STS, Meyrin	c.III
VOH, Courtelary	12
Witschi Electronic, Büren	18

**N'oubliez pas de réserver
votre emplacement pour les salons
Baselworld, Siams et EPHJ 2018
Téléchargez votre formulaire sous
www.europastar.biz**

STS est heureux de vous annoncer l'ouverture
de son quatrième site de production.



Meyrin

- Horlogerie/Bouclard -

STS Meyrin SA - Route du Nant-d'Avril 107 - 1217 Meyrin - Suisse
Tél. +41 22 820 00 12 - info@sts-galvano.ch - www.sts-galvano.ch



Horlogerie
Bouclard/vrac



Automobile, Connectique
Horlogerie
Bouclard/vrac



Horlogerie
Bouclard



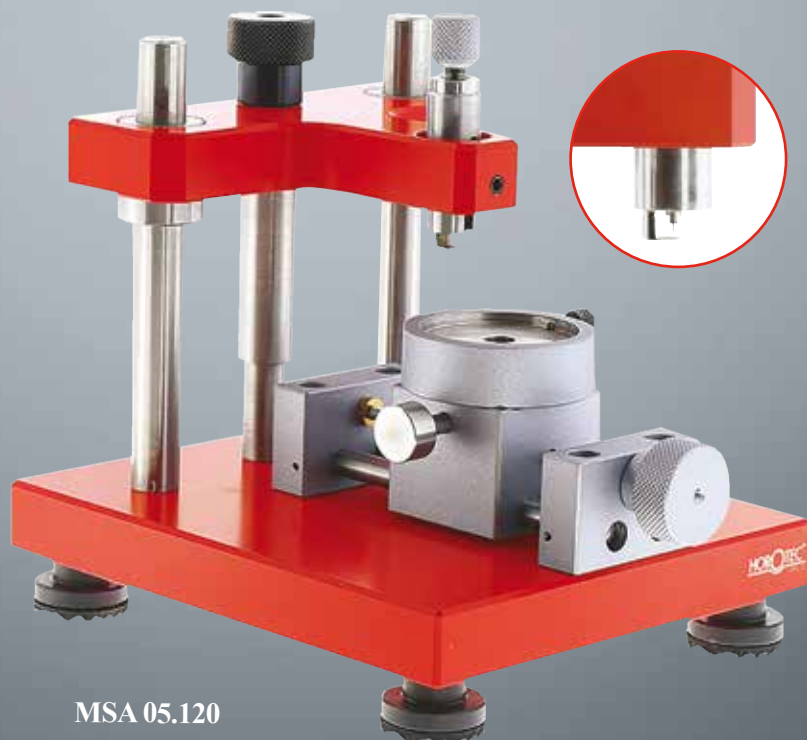
MSA 05.050

“Chassez”

Potence à poser les aiguilles, 4 broches.

“Déchassez”

Potence à déchasser les aiguilles, sans contact avec le cadran.



MSA 05.120