bulletin d´informations

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

N° 1242 Mars 2019

Une publication du groupe Europa Star HBM

LECUREUX

Engineered and made in Switzerland

Vos mouvements mesurés en toute sécurité

Lécureux SA, Rue des Prés 137, CH-2503 Biel / Bienne
Tél.: +41 32 365 61 25
Web : www.lecureux.ch
Mail : lecureux@lecureux.ch

UNE SYMPHONIE DE **SAVOIR-FAIRE**

DUBOIS DÉPRAZ
AU SERVICE DES MARQUES DEPUIS 1901

Dubois & Dépraz SA
Grand-Rue 12
CH – 1345 Le Lieu
+41 (0)21 841 15 51
info@dubois-depraz.ch

Leader dans son domaine, Dubois Dépraz met son savoir-faire au service de ses clients.

Depuis plus d'un siècle, Dubois Dépraz marque de son empreinte l'industrie horlogère tant dans la conception, la fabrication et l'assemblage de mécanismes horlogers à complications que de composants et mobiles à haute valeur ajoutée.

Dubois Dépraz est une entreprise indépendante, qui place l'humain et ses partenaires au centre de ses préoccupations. Son nom est synonyme d'innovation, d'expertise et de qualité.

DÉVELOPPEMENTS
SUR MESURE

MANUFACTURE DE
COMPOSANTS

MANUFACTURE DE
COMPLICATIONS

www.dubois-depraz.ch

bulletin d'informations

N° 1242 Mars 2019

Destiné aux fabricants d'horlogerie et de bijouterie
Für die Hersteller von Uhren und Schmuck

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

Le passé est le futur

Un nouvel outil indispensable pour la branche

Comment des dizaines de milliers de pages sur l'histoire de notre industrie retrouvent une nouvelle vie en ligne, grâce à un puissant outil de recherche… Là où l'ère numérique trouve sa plus grande valeur n'est pas dans le règne de l'éphémère ou de l'instantané, mais dans la diffusion inimaginable de connaissances. Google est une formidable caisse enregistreuse de tout ce qui se dit et se fait. Wikipédia donne accès à tous à une profusion de savoirs. La numérisation permet de diffuser à large échelle ce qui était accessible à très peu d'experts. Si l'on sait tirer parti de ces outils, on accède à une puissante source d'information.

C'est ce que nous avons choisi de faire, en numérisant progressivement nos archives, datant de 1927. Tout ce qui a été écrit au sein de notre maison d'éditions depuis plus de 90 ans trouve une renaissance exceptionnelle et «sort» pour ainsi dire des rayons de bibliothèque. Grâce à la mise en place sur internet d'une database des archives Europa Star, la consultation de dizaines de milliers de pages, via un moteur de recherches, devient tout d'un coup d'une aisance inespérée.

Et justement, dans l'industrie horlogère, la question de la «mémoire» n'a sans doute jamais été aussi importante. Combien de rééditions, de réinterprétations, de records aux ventes aux enchères... quand ce ne sont pas des bestsellers quasiment ininterrompus depuis leur création il y a de cela plusieurs décennies. La culture de la mise par écrit des temps passés, alliée aux nouvelles technologies de numérisation et de communication, fait des miracles!

Ce numéro du Bulletin d'informations vous donne un avant-goût de la valeur des archives, en retraçant quelques périodes-clé de l'histoire horlogère basées sur quelques-unes des dizaines de milliers de pages que nous avons numérisées (lire ce dossier spécial en p. 45). Ce sont en effet plus de 60'000 pages, remontant aux années 1950, que nous avons déjà fait passer par le scanner – soit plus de 350 numéros.

Parmi celles-ci, ***de très nombreuses pages sont consacrées à ce que l'on appelle parfois les «branches annexes», mais qui jouent en réalité un rôle bien central dans l'industrie horlogère et bijoutière!*** *Vous pourrez les découvrir en souscrivant un abonnement sur notre Club. Un outil indispensable – on gage que vous plongerez durant des heures dans ce trésor de découvertes, à portée de clics.*

Et ce n'est qu'un début, puisque plus de 50'000 nouvelles pages seront mises en ligne sur cet espace dédié d'ici l'an prochain. Une vraie série horlogère s'ouvre donc, avec de nouveaux épisodes chaque année… à ne pas manquer! Abonnez-vous sur www.europastar.com/club

Serge Maillard
Responsable éditorial, Europa Star HBM

L'excellence

LA PIERRETTE

pierres

polissage

assemblage

1348 LE BRASSUS • SUISSE • ROUTE DE FRANCE 100A • T +41 21 845 10 30 • INFO@LAPIERRETTE.COM • WWW.LAPIERRETTE.COM

NOUVEAU

Σ

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

Rado: la marque futuriste explore son passé

Depuis son arrivée en 2011, Matthias Breschan, le directeur de la marque du Swatch Group, a mis l'accent sur de nouveaux formats et matériaux, ainsi que des calibres mécaniques, pour gagner en poids en Asie. A présent, il entend redonner du lustre au riche patrimoine de Rado, entre innovations et formes audacieuses.

L'an passé, Rado introduisait de nouvelles couleurs dans sa spécialité, la montre à boîtier en céramique. Baptisée True Thinline Nature, cette série réalisée en partenariat avec l'association Grandi Giardini Italiani reflète la richesse des couleurs des plus beaux jardins transalpins, évoquant la terre, l'eau et la végétation. Des coloris possibles grâce aux poudres de base de la céramique qui influent sa teinte finale et qui sont chauffées à une température très précise, un processus nommé «frittage».

Matthias Breschan, CEO de Rado.

Autre innovation récente: l'introduction depuis 2016 du nitrure de silicium dans le modèle HyperChrome Ultra Light (56 grammes), qui diffère de la poudre d'oxyde de zirconium utilisée pour la céramique plus traditionnelle. Ce nouveau composant, qui est traité à quelque 1'700 degrés, vient quant à lui de l'industrie lourde, où il est déjà utilisé dans les freins de voitures et d'autres applications à très haute température. Sa caractéristique principale est la légèreté. Tout concourt à cette caractéristique sur le modèle, entre le boîtier en nitrure de silicium, le cadran en céramique ou les ponts et la platine en aluminium.
Ces innovations, réalisées en collaboration avec le pôle d'excellence en traitement de la céramique au sein du Swatch Group, l'entreprise Comadur basée au Locle, dessinent bien le profil de Rado, une marque qui a fait de la recherche en matériaux un véritable leitmotiv. Mais la compagnie fondée en 1917 a aussi un riche patrimoine dont la valorisation «a pris un certain retard» par rapport à d'autres poids lourds du Swatch Group comme Omega ou Longines, reconnaît le CEO Matthias Breschan. L'objectif est maintenant l'exploitation systématique des archives et de l'héritage de Rado. Entretien.

La marque a récemment fêté son centenaire. L'occasion d'étudier en profondeur votre patrimoine?

Matthias Breschan: Rado a toujours plutôt été la marque «futuriste» du Swatch Group, avec un lot d'innovations comme

DiaMaster High Line

l'introduction pionnière de la glace saphir ou l'utilisation de la céramique dès les années 1980, qui nous ont valu notre titre de «maître des matériaux». Mais nous sommes en train de constituer une somme d'informations sur l'histoire de la marque. D'ici à deux ans, notre utilisation des archives devrait devenir vraiment très intéressante.

Vous introduisez déjà certaines rééditions...

Nous avons en effet réédité une montre de 1965, inspirée de la skyline de Manhattan et qui reprend la tradition des montres de forme comme la Ceramica. Nous avons lancé 1'965 pièces avec un mouvement ETA C07. Nous avons aussi introduit une autre réédition, datant quant à elle de ▶

Tradition 1965.

1962: la HyperChrome Captain Cook, un modèle en acier inoxydable à lunette tournante qui exprime des codes très sixties.

Quels sont vos principaux marchés aujourd'hui?

Ils se trouvent en Asie, Chine en tête. La Suisse est aussi un marché très important. La touche que j'ai apportée chez Rado depuis mon arrivée en 2011 a été d'introduire des modèles plus mainstream, via des formats ronds et des modèles automatiques, afin d'élargir notre clientèle notamment en Asie. En Chine, nous étions pénalisés par deux éléments. D'une part, en nous concentrant sur l'habillage de modèles à quartz, nous avions négligé le fait que les hommes achètent en priorité des montres mécaniques. D'autre part, les anciennes techniques de traitement de la céramique offraient peu de flexibilité, d'où la prédominance de formats carrés, moins conventionnels et caractéristiques d'une certaine génération. Tout cela a changé.

Une stratégie qui vise à dépasser in fine le milliard de francs de chiffre d'affaires, comme c'est déjà le cas d'Omega, Longines et Tissot au sein du Swatch Group?

C'est clairement un objectif. La Chine offre encore un potentiel gigantesque. La recherche sur notre patrimoine va d'ailleurs contribuer à notre développement: nous avons par exemple retrouvé une publicité Rado parue dans un journal officiel de la République populaire de la fin des années 1970. A l'époque il y avait également un spot à la télévision chinoise intitulé Rado Quiz. D'autres grands marchés sont encore à creuser, comme l'Inde, où nous avons aussi été historiquement pionniers et restons aujourd'hui leaders dans les ventes de montres suisses. Dès les années 1960, Rado y a contourné le problème des fortes taxes à l'importation via la création de centres de service locaux.

True Thinline
Nature Collection

Avec la vogue actuelle de la vintagemania, les montres dites de forme, caractéristiques de Rado, peuvent-elles revenir en grâce, alors que les deux dernières décennies ont été dominées par la montre ronde plus classique?

Je le crois. Malgré le temps qui passe, la Rado Original demeure d'ailleurs l'une de nos collections best-seller, depuis les années 1970. Le regard sur les montres a changé ces dernières années, avec un attrait fort du public pour le passé: se rattacher à une forme de patrimoine est rassurant pour nos clients. Partout, on voit un retour à des valeurs plus simples, à la nature, à la durabilité. Aujourd'hui, Rado peut travailler sur les designs forts de son histoire, tout en continuant à introduire des matériaux innovants. Pour nous, c'est la bonne formule.

En parlant d'innovations, quels sont les champs d'exploration les plus intéressants du moment?

La DiaMaster Ceramos est l'une des montres les plus importantes du moment, avec son boîtier monobloc Ceramos™, composé à 90% de céramique et à 10% d'un alliage de métaux. Ce qui est nouveau, c'est que nous sommes désormais capables de réaliser des injections monoblocs. Les constructions monoblocs en céramique sont déjà employées en automobile et en aérospatiale. Cela nous ouvre la possibilité de concevoir des montres rondes, légères et ultra-plates. La céramique est devenu un matériau «noble», plébiscité par l'horlogerie haut de gamme. Aujourd'hui, nous traçons notre veine, celle de l'intégration de nouveaux matériaux associés à une certaine élégance.

Serge Maillard

Promotion SpA
BRACELETS
Tél.: +39 0444 343434 • www.promotionbracelets.eu • promotion@promotion-spa.com
TECHNICAL
WATCHMAKER
SHOW
www.abraitalia.it

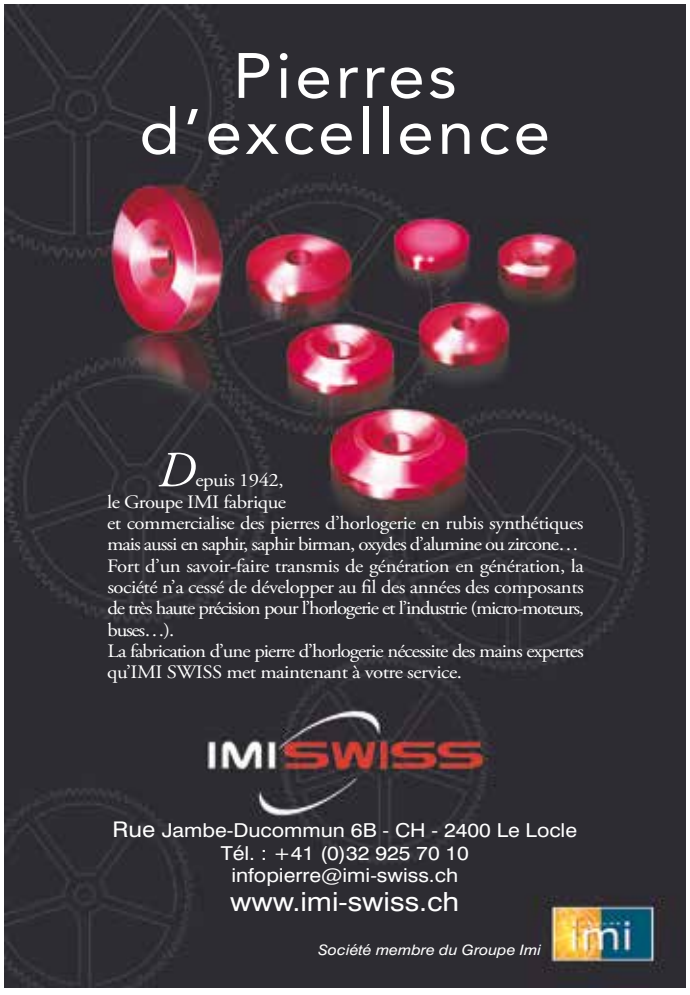
Richard Mille, indépendance performante

Que seraient devenus le foisonnement créatif et l'impact statutaire de la nouvelle marque horlogère la plus emblématique de ces deux dernières décennies si elle s'était «enfermée» dans un groupe, comme (tant) d'autres? Heureusement, pas besoin de se poser la question. Richard Mille a tracé la voie d'une réussite en imposant ces propres goûts, sans se laisser dicter ses stratégies. La marque compte accroître son autonomie à travers une distribution exclusive. Entretien avec Tim Malachard, directeur marketing de cette maison familiale.

Si l'on devait citer les trois marques horlogères «historiques» les plus consistantes et auréolées de succès dans leur stratégie, sans hésiter, on mentionnerait presque par un réflexe pavlovien Rolex, Patek Philippe et Audemars Piguet. Si l'on devait faire le même exercice sur les deux dernières décennies, pour un nouvel acteur, le nom de Richard Mille s'installerait sans doute tout en haut de liste.

Il suffit de se pencher sur le repère le plus révélateur de la désirabilité et de la cote des maisons horlogères sur la durée – et pas dans le feu de l'abattage médiatique des salons: les ventes aux enchères. Chez Phillips, qui règne en maître sur ce secteur, Richard Mille est celle qui vient le plus fréquemment titiller le «Big Three» historique – avec, dans un autre registre, un autre champion contemporain de l'intransigeance indépendante, François-Paul Journe.

En sortant d'un point de vente horloger, il n'est pas rare qu'un garde-temps tout juste acquis perde immédiatement



RM 71-01 Automatic Tourbillon Talisman.

40% à 50% de sa valeur. Or, sur le marché du pre-owned en plein essor, la marque fondée en 2001 est l'une des rares à conserver voire augmenter sa valeur, certaines de ses nouveautés entraînant même des listes d'attente à faire (presque) pâlir une Nautilus ou une GMT-Master II Pepsi. Est-ce fort de ce constat que Richard Mille a pris la décision drastique de ne plus être représentée chez des multimarques et de se concentrer sur son réseau de boutiques, quittant du même coup le salon professionnel SIHH?
Alors que la marque prépare tranquillement son avenir, à la veille du dernier SIHH de son histoire, Tim Malachard, l'un des hommes forts de la maison en charge de son marketing, a répondu à nos questions.

En 2018, vous avez produit 4'600 montres, un chiffre en progression par rapport à 2017. Quelle est pour vous la limite maximale de Richard Mille en termes de volumes pour conserver votre exclusivité?

Tim Malachard: Chaque année, nous augmentons nos volumes de production de l'ordre de 10% à 15%. En 2019, nous devrions donc parvenir à un total de 5'200 montres. Il est difficile de donner une limite «maximale» sur notre créneau: en effet, nous n'avons pas vraiment de concurrent horloger direct ou de point de référence avec un prix moyen de 200'000 francs! Nous n'avons certainement pas l'intention de faire du «volume». Les quantités que nous déterminons suivent aussi nos ouvertures de boutiques, comme récemment à New York – la plus grande surface au monde à ce jour – mais aussi à Istanbul et à Moscou.

Justement, vous avez annoncé votre retrait du SIHH dès 2020, corollaire de votre volonté de distribuer vos modèles exclusivement à travers vos boutiques…

Une précision importante à ce sujet: nous ne coupons pas les ponts avec nos partenaires les plus importants. Notre stratégie de distribution repose désormais sur des boutiques que nous contrôlons directement ou sur des franchises opérées par des partenaires, comme c'est le cas à Toronto ou Monaco aujourd'hui. Notre volonté est également de prendre des participations dans les franchises. Nous souhaitons être

impliqués partout et en tout temps. Ce qui est certain, c'est que nous ne serons plus présents chez des détaillants multimarques fin 2019.

Pourquoi ce choix drastique?

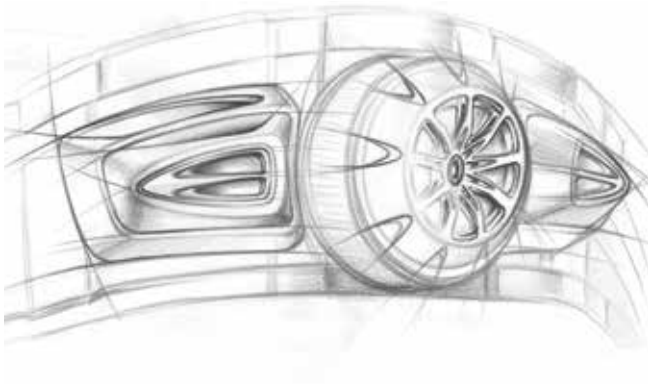
Cela fait déjà plusieurs années que nous annonçons cette évolution. Notre souci réside véritablement dans la représentation de la marque auprès des clients. Nous avons aujourd'hui plus de 60 modèles et huit calibres maison. Nous sommes reconnaissants envers les détaillants et tout leur travail pour la marque. Mais seules des boutiques propres à Richard Mille peuvent déployer un vrai échantillon représentatif, avec une disponibilité des pièces plus rapide. Ce qui est moins possible dans un environnement multimarque.

En vous retirant d'un grand salon professionnel ainsi que de points de vente multimarques, n'êtes-vous pas en train de vous couper de l'écosystème horloger?

Nous restons très proches de l'industrie. Je crois, à nouveau, que le cas de Richard Mille est vraiment particulier en horlogerie. Tant la Fondation de la Haute Horlogerie que les détaillants comprennent et respectent ce choix. Je n'ai entendu aucun discours nous le reprochant. Dans nos boutiques, nous pouvons mieux former nos vendeurs, mieux nous occuper de nos clients. Nous contrôlons directement nos ventes, nos marges et notre image. Dans d'autres secteurs, Hermès ou Louis Vuitton ont déjà choisi cette voie depuis très longtemps.

Dans cette optique de maîtrise de votre image et de vos ventes, quelle place accordez-vous à internet?

Nous avons totalement proscrit l'idée de vendre des montres en ligne. C'est tout simplement inadapté à notre prix moyen.



Et vous ne pouvez pas reproduire en ligne l'émotion de l'expérience physique, celle du rapport à l'humain et à l'objet qui est le cœur de notre philosophie. Mais le monde numérique est bien évidemment un outil précieux pour amener les clients vers nos boutiques. D'ailleurs, je peux vous révéler des statistiques étonnantes: plus de 50% des personnes qui nous suivent sur les réseaux sociaux ont entre 20 et 35 ans…

Beaucoup de marques ont été pénalisées par leur trop forte exposition à un marché chinois volatile. Comment se répartissent vos ventes dans le monde?

Nous avons toujours veillé à maintenir une répartition équitable des ventes: un tiers en Amérique du Nord, un tiers en Europe, Moyen-Orient et Afrique, un tiers en Asie et 10% au Japon. Cela n'a pas changé depuis le début! Nous ne sommes pas dépendants de la Chine, un marché qui représente moins de 5% de nos ventes depuis notre ouverture de ▶

boutique à Shanghai il y a six ans. Le marché qui a le plus évolué pour nous depuis quatre ans est celui de la montre féminine: avec nos nombreux lancements, sa part est passée de 10% à 25% de nos ventes aujourd'hui et pourrait atteindre à terme les 35%, voire 40%.

Pouvez-vous nous donner quelques précisions sur l'état de votre recherche en nouveaux matériaux, une marque de fabrique de Richard Mille?

Nous travaillons désormais en étroite collaboration avec la société North Thin Ply Technology à Renens. Avec eux, nous avons réalisé de belles avancées comme par exemple le développement de matériaux inédits en horlogerie, avec le Carbone TPT® ou encore le Quartz TPT®. Nous nous trouvons encore devant un boulevard de développement. Mais cette recherche ne sert pas que l'esthétique ou le marketing: il nous faut réunir résistance dans le temps, légèreté, durabilité et ergonomie.

Justement, comment gérez-vous le SAV, source de frustration pour de nombreux clients dans l'industrie et possible «bombe à retardement» pour un certain nombre de marques?

Nous avons une dizaine d'ateliers horlogers dans le monde. Nous avons produit environ 37'000 montres en 18 ans. Et nous essayons tant que faire se peut de gérer les changements de bracelets, les tests d'étanchéité ou autres opérations en boutique. Ce sont surtout les modèles à tourbillon qui repartent à la manufacture. Nous couvrons 90% des interventions en boutique. Le SAV a toujours été l'une de nos priorités en terme d'investissement.

Autre point sensible dans l'industrie, le time to market…

A l'époque, nous pouvions présenter une nouveauté au SIHH en janvier et ne rien livrer avant la fin de l'année. Aujourd'hui, les clients exigent de la rapidité et nous nous y sommes adaptés. Par exemple, le modèle présenté au salon de l'automobile de Genève en mars dernier, la RM 11-03 McLaren, était disponible dans la foulée. La nouvelle collection féminine RM 71-01 Talisman également. L'édition limitée RM 53-01 Tourbillon Pablo McDonough présentée au SIHH 2018 n'a en revanche pas été livrée avant l'été passé.

La montre dite pre-owned connaît un fort essor. On voit d'ailleurs un intérêt croissant pour Richard Mille aux enchères, mais aussi sur des plateformes de vente en ligne. Comment gérez-vous ce phénomène? Le traitez-vous comme de la concurrence ou de la valorisation?

Certaines montres, par exemple les premières séries Nadal, ne sont plus produites, il est donc normal d'en retrouver sur le marché secondaire. Nous sommes surtout satisfaits que les prix restent du même niveau que les modèles neufs. Nos montres tiennent leur cote sur la durée. Une grande partie de nos clients ont acquis entre deux et trois modèles. Comme nous avons produit 37'000 montres, on peut donc estimer le nombre de nos clients entre 10'000 et 12'000 dans le monde. Ce sont des chiffres rassurants pour une marque aussi jeune, qui attestent d'une base solide d'aficionados.

Envisagez-vous, comme le font de plus en plus de marques horlogères, de racheter et restaurer vous-mêmes des modèles pre-owned?

Cela fait en réalité déjà deux ans que nous proposons du pre-owned certifié, révisé et garanti sur deux ans, dans un point de vente spécifique dédié à ce segment. Nous le faisons déjà au Japon et aux Etats-Unis et allons établir ce service progressivement en Europe et en Asie.

Pouvez-vous nous donner un avant-goût sur vos plans pour l'année 2019, tant en termes de nouveautés horlogères que de stratégie?

Notre stratégie passera par un cap de production de 5'200 montres et l'expansion de notre réseau de boutiques, avec des ouvertures à Pékin, Boston, Vancouver, Mexico, Kobe et Nagoya. Notre boutique de Londres sera agrandie. La décoration sera également rénovée. En termes de produits, nous lancerons environ 7 montres dans l'année, à compter du SIHH.

M. Mille et M. Guenat mettent progressivement en avant d'autres membres de l'équipe dirigeante, dont vous faites partie. Est-ce le signe d'une succession en cours? Quels sont les plans de l'entreprise à long terme pour son management?

D'abord, nous avons vocation à rester indépendant. Ensuite, nos ateliers des Breuleux sont en cours d'extension et nous engageons du personnel. Enfin, en ce qui concerne la direction de la marque, nous sommes en effet plusieurs à prendre de plus en plus de responsabilités. Les enfants de M. Mille et de M. Guenat sont déjà bien présents dans l'entreprise. Ce côté familial est très important, l'aspect «humain» de notre société plaît aux clients et les rassure. C'est une valeur fondamentale.

Justement, quels sont les avantages de votre indépendance, alors qu'on a vu de plus en plus de marques horlogères intégrées dans des géants du luxe?

Nous ne subissons aucune pression actionnariale. Nous avons notre destin en main. Et je crois que cette maîtrise à long terme est d'autant plus importante lorsque l'on évolue sur le créneau qui est le nôtre, sans égal dans l'industrie. Nous sommes tous des passionnés chez Richard Mille, que ce soit à la manufacture ou du côté de nos distributeurs.

Serge Maillard

YERLY

Système de serrage YERLY pour l'horlogerie, la microtechnique, la technique médicale et l'aéronautique.

YERLY clamping system for the watch-making industry, the micro-technology sector, medical technology and the aerospace sector.

YERLY Spannsystem für die Uhrenindustrie, Mikromechanik, Medizinaltechnik und Luftfahrt.

Z X Y 2µm
Precision: 2 µm

Banc de préréglage 3 axes, porte-outils palettisable.

Pre-setting tool with 3 axes, palletized tool carrier.

Voreinstellgeräte mit 3 Achsen und palettisierte Werkzeugträger.

VDI 20/30
Tornos
Citizen
Mori-Seiki
HSK

YERLY MECANIQUE SA
Rte de la Communance 26 CH-2800 Delémont
Tel. +41 32 421 11 00 Fax +41 32 421 11 01
info@yerlymecanique.ch | www.yerlymecanique.ch

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

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

ROXER Seiler

SWISS MADE

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

Présent au TWS 2019 :
Du 19-23 mars 2019
Stand 44

PLUS COMPACT
PLUS PRÉCIS
PLUS RAPIDE

LE NOUVEAU **PROOFMASTER®**.
PRECISION IS PRECIOUS.

witschi

LEADING SWISS PRODUCTS

witschi.com

L'équipe Witschi se réjouit de vous accueillir sur son stand n° 2.

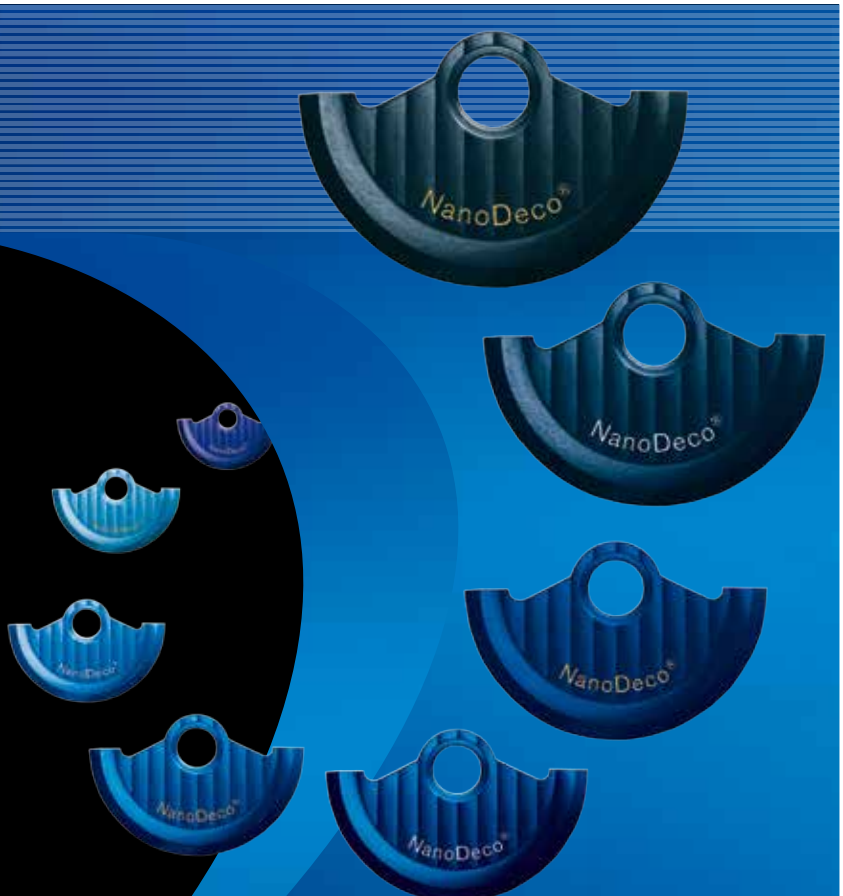
TECHNICAL WATCHMAKER SHOW LA CHAUX-DE-FONDS 19-23.03.2019

POSITIVE COATING

VOTRE PARTENAIRE DANS LES TRAITEMENTS
DE SURFACES PAR PVD ET ALD

NOUVEAU

Traitement ALD NanoDeco® bicolore sans pose d'épargne avec gravure de couleur or ou rhodium



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

altmanncasting

Edelmetall-Präzisionsguss
Fonte de précision de métaux précieux

Votre partenaire de confiance pour

IMPRESSION 3D
FONTE DE PRECISION
MOULAGE & POLISSAGE

www.altmann-casting.ch

100%

100% Swiss made
Ingénierie, impression 3D, moulage de précision et finitions au sein d'une seule et même entreprise

Certification RJC
norme la plus élevée en matière d'éthique, de responsabilité sociale et de protection environnementale

Service personnalisé et engagé
Entreprise familiale depuis 1987

Chanel: Quand le style dicte le mouvement

Depuis sa très remarquée entrée en horlogerie en 1987 avec la bien-nommée montre Première, Chanel a indubitablement imposé un style unique, aux codes esthétiques précis, déclinés avec une rare constance. Et contrairement aux horlogers suisses traditionnels qui historiquement ont toujours placé le mouvement aux commandes, Chanel met le mouvement, la mécanique, intégralement au service de l'esthétique. Elle soumet la fonction au primat de la forme. Ou dit autrement, le mouvement sera ce que le style voudra.

Calibre 3: Mouvement mécanique squelette à remontage manuel manufacturé par Chanel affichant heure, minute et seconde. Réserve de marche de 55 heures. Etanche à 30 m. Nombre de composants: 114. 21 rubis. Fréquence 28'800 alt./h (4Hz). Système antichoc. Balancier à inertie variable. Mouvement squelette: ponts et platine en laiton traité ADLC noir. Flancs or beige par traitement galvanique.

Ayant gravi pas à pas les échelons menant à ce qu'il est convenu d'appeler Haute Horlogerie, Chanel a su acquérir ses lettres de noblesse horlogère tout en réaffirmant et renouvelant sans relâche ses codes stylistiques intransigeants: le noir, le blanc, la pureté des formes, le matelassé, la perle, le camélia…
Cette constance et cette rigueur ont rendu pérennes chacune de ses lignes horlogères qui, à l'image de la célèbre J12, se prêtent à toutes les évolutions sans jamais au grand jamais dévier de leur forte et sobre personnalité.
Dernière-née, la ligne transgressive Boy-Friend le démontre à son tour en accueillant dans son cadre inchangé le Calibre 3, intégralement conçu pour elle.

Une montre «squelette»?

La Boy-Friend Squelette Calibre 3 de Chanel a reçu cet automne le Prix de la montre dame lors du GPHG. L'année précédente, le même prix était aussi allé à Chanel pour sa Première Squelette Camélia Calibre 2 (au total, Chanel a remporté cinq Grands Prix du GPHG). Comment expliquer un tel double succès deux ans de suite? Et tous deux attribués à des montres mécaniques dites «squelette» et destinées aux femmes?
En fait, l'appellation «squelette» est une dénomination traditionnelle en horlogerie, dont on doit l'introduction à l'horloger André-Charles Caron qui, vers 1760, fut le premier à supprimer le cadran pour dévoiler ainsi les «secrets» de fonctionnement du mouvement. L'opération dite de «squelettage» consiste donc à ajourer au maximum les composants et l'ossature du mouvement pour lui donner la plus grande visibilité possible. Comme de la dentellerie mécanique.
Dans l'immense majorité des cas, cette opération s'effectue sur un mouvement préexistant que l'on perce, éclaircit, allège, adapte, que l'on met en scène si l'on veut.
Or Chanel, avec ses Calibres 2 et 3 intégralement conçus et produits en interne, a procédé tout à fait différemment.

Quand le style dicte le mouvement

L'horloger traditionnel part du mouvement, qui est sa base. Il cherche la meilleure façon de le squelettiser, ajoure ses composants, ajuste son architecture et peaufine ses finitions selon le style qu'il veut donner à sa montre puis l'accorde à son boîtier et l'emboîte. Un travail en soi remarquable mais que Chanel emprunte de façon contraire.
De par ses origines – le mythe Chanel, le règne sur la Couture, Paris – Chanel est dépourvue de ce sur-moi horloger. Sans compter sur l'importance de l'immense legs laissé par Gabrielle Chanel, brillamment entretenu et renouvelé par Karl Lagerfeld, de ses codes identitaires très forts et perdurant.
Chanel part du style, pas de la technique. A celle-ci de s'adapter à celui-ci.
En l'occurrence, se suspendre à l'intérieur du boîtier de la finement nommée Boy-Friend. Une collection lancée en 2015, au style androgyne que certains ont même qualifié de transgenre: une montre d'homme destinée aux femmes. A des femmes désormais aussi adeptes d'horlogerie mécanique mais sans pour autant accepter que le technique vienne primer sur l'esthétique.
Pour le Studio de Création horlogère de Chanel, d'où part tout projet, le mouvement «squelette» va ainsi devoir se plier à cette forme octogonale aux pans coupés dans laquelle il sera suspendu. Un tel mouvement n'existe pas, il faudra donc le créer de toutes pièces. Dans ce processus créatif, le dessin va dicter la main et l'ingéniosité des horlogers. Non sans susciter tourments mécaniques et recherches pointues. Il faudra trois ans pour y parvenir.
Selon le dessin, le mouvement ne doit pas disparaître pour autant mais s'estomper derrière une série de trois cercles entrelacés verticalement. Trois cercles qui font office de décor. Trois cercles qui disent l'essentiel: de haut en bas, l'énergie accumulée dans le ressort de barillet, les heures et minutes, la petite seconde. Trois cercles qui vont dicter sa forme au mouvement.
Tout le complexe jeu des rouages, du réglage, du remontage devra se construire et s'agencer de façon à s'effacer, à se retirer au second plan au profit du seul motif des trois cercles qui tendent à l'épure.
Construit et étagé en ligne – ce qui implique de devoir redessiner et réajuster tous les composants – le mouvement est noirci et tous ses rouages sont pleins. Aucune vis n'est apparente. Seuls sont partiellement visibles, en deuxième plan derrière les ponts circulaires, le cœur du Calibre 3, sa roue d'échappement et son balancier spiral. Pour ne pas perturber la vision avec la masse oscillante d'un remontage automatique, le remontage est manuel et lorsqu'il est actionné, un petit train de fins rouages – les seuls visibles – se met en route et transmet l'énergie au ressort de barillet.
Ainsi dessiné et construit, le Calibre 3 semble suspendu dans le cadre naturel qui lui est destiné, pris entre deux verres saphir aux arrêtes biseautées. Boîtier en or beige et mouvement noir aux arrêtes d'or beige, ne font plus qu'un, en toute légèreté et en pleine cohérence.

Le long chemin de la cohérence esthétique

Mais pour que le style advienne et que la cohérence soit atteinte, il faut recourir à nombre de savoir-faire et parfois mener d'inédites recherches jusqu'à trouver la meilleure solution technique. Ainsi par exemple pour les roues pleines, dessinées par les stylistes, dont on oublie la seule fonctionnalité de roues au profit de leur insertion esthétique sous les trois cercles qui dominent et structurent le décor.
Si la plupart des roues horlogères ont des bras, ce n'est pas par hasard. Les bras les renforcent, les rigidifient et les

maintiennent parfaitement planes. Difficiles voire impossibles à réaliser selon les techniques traditionnelles, les roues pleines qui caractérisent le Calibre 3 ont été créées par croissance galvanique, ou autrement dit, par impression 3D. Un processus technologique complexe qui, semble-t-il, n'avait encore jamais été utilisé pour les composants d'un mouvement.
Autre défi stylistique délicat à réaliser techniquement, la finition des ponts suspendus qui mélangent harmonieusement surfaces en revêtement ADLC (amorphous diamond-like carbon) noir et anglages terminés en traitement galvanique d'or beige. Un même élément est donc soumis ici à deux traitements différents qui doivent parfaitement se recouper. Le but recherché: que stylistiquement, mouvement, lunette et boîtier ne forment qu'une seule sculpture. Et que seules deux couleurs dominent et dessinent les formes: l'éclat si particulier et tendre de l'or beige 18 carats jouant sur le noir des revêtements de surface.
Sans oublier un tour de diamants qui étincelle dans la version joaillière de la Boy-Friend Squelette Calibre 3.

Un succès immédiat

Dévoilée pour la première fois lors de la foire horlogère Baselworld 2018, la Boy-Friend Squelette Calibre 3 a aussitôt convaincu par sa pertinence horlogère et son évidence stylistique. Elle témoigne en effet non seulement d'une maîtrise horlogère pleinement atteinte par les équipes de Chanel mais aussi de la sûreté de goût qui définit le style Chanel et le rend si intemporel.

Boy-Friend Squelette Diamants
Boîtier et lunette sertie de 66 diamants taille brillant en or beige 18 carats, couronne en or 18 carats avec cabochon onyx.
Aiguilles plaquées or beige. Bracelet crocodile noir brillant avec boucle ardillon en or beige 18 carats sertie de 48 diamants taille brillant. Poids total de l'or: ~37 g. Dimensions: 37 x 28.6 x 8.40 mm.

Mais le verdict le plus sûr est encore celui que rendront les femmes auxquelles cette Boy-Friend s'adresse avec tant de malice – un «Squelette mécanique transgenre» – et de complicité. Une pureté formelle indémodable.

Pierre Maillard

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)6781/935050
info@groh-ripp.de • www.groh-ripp.de

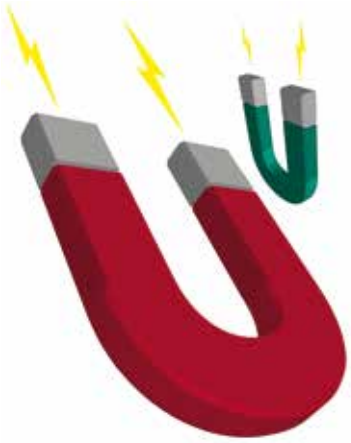
Quelques idées reçues sur le magnétisme

A l'ère numérique, il existe beaucoup de fantasmes autour des champs magnétiques et des perturbations que ceux-ci entraînent sur nos montres. Et si l'on démêlait le vrai du faux?

Les champs magnétiques, mesurés en Gauss, sont un des nouveaux «éléments de langage» de l'industrie horlogère, parmi les plus employés récemment. La lutte contre leurs perturbations est sur toutes les lèvres. Ceux-ci peuvent en effet dérégler la bonne marche de la montre en ralentissant, voire en bloquant de manière temporaire le bon fonctionnement du balancier.
En règle générale, il suffit de s'éloigner du champ magnétique pour que la montre reparte normalement. Mais pas toujours. En cause: la rémanence du magnétisme sur le spiral, qui affectera la précision. Elle semble aussi affecter la précision du discours des horlogers et du public eux-mêmes, puisque les préjugés sont nombreux à la fois sur les causes et les conséquences du magnétisme! Vrai-faux.

Les champs magnétiques sont en augmentation en raison des émissions des téléphones portables

FAUX – Si le magnétisme perturbe de plus en plus le fonctionnement de nos montres mécaniques, ce n'est pas en raison du téléphone portable lui-même, mais de la fourre du téléphone! Les fourres des objets connectés, du smartphone à la tablette, contiennent en effet un ou plusieurs aimants de fermeture qui créent un champ magnétique, tout comme les fermetures de sacs à main et autres objets du quotidien. C'est le remplacement de fermetures mécaniques par des fermetures magnétiques qui est donc en cause.



Astuce livrée par Jaeger-LeCoultre:
En plaçant votre montre à côté d'une boussole, vous pourrez savoir immédiatement si elle a été magnétisée. Si les aiguilles de la boussole se mettent à tourner quand vous déplacez votre montre autour de l'appareil, cela signifie qu'elle est magnétisée.

Passer par un portique de sécurité à l'aéroport est hautement risqué pour ma montre

FAUX – Outre la présence d'un aimant, l'autre condition pour un danger de perturbation magnétique est un contact direct avec l'émetteur en question. A moins d'aller frotter son garde-temps contre le portique, pas de risque... De même, un pylône ou une ligne électrique ne vont pas perturber la bonne marche de votre montre.

Lorsqu'une montre est «résistante au magnétisme», il n'y a pas de risque

FAUX – Un garde-temps peut se prévaloir d'une norme ISO 764 s'il résiste à des champs magnétiques de l'ordre de 60 Gauss. Cette certification n'est plus du tout adaptée à la multiplication des aimants dans les objets quotidiens. On peut légitimement commencer à parler de résistance à partir de 1'000 à 1'500 Gauss. En effet, on n'a pas observé jusqu'à présent autour de nous d'objets émetteurs de plus de 1'500 Gauss présentant un risque de contact direct.

Les montres perturbées par des champs magnétiques engorgent les services après-vente

VRAI – Le problème est réel, si l'on tient compte de la simultanéité entre la popularité de la montre mécanique cette dernière décennie et l'augmentation des champs magnétiques dans notre environnement proche. Le client a tendance à sous-estimer les effets de la magnétisation qui est une des causes de retour les plus importantes.

Il est long et fastidieux de démagnétiser une montre

FAUX – Cela prend quelques dizaines de secondes seulement, en exposant la montre à un autre champ magnétique qui permet de libérer la tension créée. Plusieurs sociétés proposent à présent aux compagnies comme aux privés des «démagnétiseurs» qui permettent à la fois de calculer efficacement la précision de la montre et de la démagnétiser le cas échéant. Les horlogers mettent en place de leur côté de nouvelles lignes de production intégrant des composants amagnétiques ou des constructions permettant à la montre d'être plus résistante au magnétisme.

Les montres à quartz résistent mieux au magnétisme

VRAI – Les montres à quartz sont à la fois plus précises et davantage résistantes que les montres mécaniques aux perturbations des champs magnétiques, pénalisées par leurs composants «vitaux» en acier. En général, si une montre à quartz est affectée par les champs magnétiques, sans effet rémanent et par conséquence sans que sa précision ne soit affectée, elle retrouve son fonctionnement normal dès lors qu'elle sort du champ d'exposition.

Serge Maillard

Remerciements à Daniel Braillard, Chief Operating Officer, Baume & Mercier, pour son éclairage.

Rue de la Paix 129 - CH-2301 La Chaux-de-Fonds
Tél. + 41 (0) 32 924 00 05 - Fax + 41 (0) 32 924 00 06
lyre@incabloc.ch-**www.incabloc.ch**

incabloc®

100%
DIAMAGNÉTIQUE

Swatch: la Flymagic change la donne

Un nouveau brevet du Swatch Group augmente la précision des montres mécaniques. Le Nivachron, un alliage amagnétique, a été introduit pour la première fois dans le spiral du modèle Flymagic présenté par la marque Swatch. Avant d'être intégré progressivement par toutes les sociétés du groupe. Présentation.

De très nombreux objets de la vie quotidienne sont susceptibles d'enrayer le bon fonctionnement d'une montre mécanique: les aimants, les téléphones portables, les haut-parleurs, les ordinateurs et autres tablettes, pour n'en citer que quelques-uns, sont autant d'objets dont le magnétisme peut faire perdre sa précision même au meilleur des mouvements. «Environ 30% des retours en usine sont dus à des problèmes de magnétisme. Supprimer ce problème et par là même le nombre de retours est une avancée majeure pour la marque et pour le client», a déclaré Nick Hayek, président de la direction du Swatch Group, lors de la présentation d'un nouvel alliage amagnétique pour le spiral.

Parmi plus de 200 brevets déposés l'an dernier par le Swatch Group, le Nivachron, nouvel alliage à base de titane développé dans les laboratoires de recherche du groupe, présente les mêmes caractéristiques amagnétiques que le silicium. Responsable du développement et de la production des montres mécaniques d'ETA, Thierry Conus a donné quelques détails sur cet alliage. «Contrairement à un spiral traditionnel constitué d'acier et de nickel, nous avons opté pour un alliage à base de titane qui présente trois particularités très intéressantes: il est amagnétique, résistant aux chocs et insensible

aux variations de températures. Ces trois aspects améliorent les performances chronométriques. De plus, étant capable de réduire jusqu'à 20 fois l'influence des champs magnétiques selon le type de calibre, le Nivachron est la première solution économique dans la lutte contre les dérèglements magnétiques.» L'année 2019 sera donc l'année du changement, avec des mouvements mécaniques plus précis.

Swatch Flymagic

Première montre à bénéficier de ce nouveau spiral, la Swatch Flymagic est une pièce exceptionnelle. Dotée du mouvement automatique Sistem51 (sorti en 2013, le Sistem51, constitué de 51 pièces et 1 vis, a été une réelle révolution mécanique), la Flymagic est d'une construction très complexe.
Outre la masse oscillante visible grâce aux fonds transparents de la montre, le nouveau spiral, les modules finement travaillés ainsi que le train d'engrenage squelettique apparaissent sur le cadran de la montre, visibles à travers le rotor transparent du mouvement automatique. Conséquence logique de cette inversion du mouvement… les aiguilles tournent à l'envers.

«Nos ingénieurs ont donc dû développer un mécanisme d'inversion pour les aiguilles des heures et des minutes», explique Thierry Conus. Une quinzaine de composants supplémentaires ont été nécessaires à la réalisation de ce mécanisme. Poussant l'originalité jusqu'au bout, les ingénieurs ont toutefois décidé de laisser l'aiguille de secondes tourner à l'envers. Le rotor en plastique injecté quant à lui contient dans sa partie extérieure du tungstène qui lui assure une masse suffisante pour remonter le mouvement et garantir une autonomie de marche de 90 heures.

Edition spéciale limitée

La Flymagic sera lancée fin avril, le 30 précisément. Pourquoi à cette date? Il s'agit d'un petit clin d'œil au scientifique

allemand Carl Friedrich Gauss à qui l'on doit l'unité de mesure des champs magnétiques, né un 30 avril. La collection sera déclinée en trois modèles avec boîtier acier de 45 mm, limitée à 500 exemplaires chacun: la Red Surprise, la Blue Hope et la Black Suspense.
Au vu de ce qui précède, une question légitime peut se poser: pourquoi avoir choisi une Swatch pour inaugurer ce nouveau spiral couvert par cinq brevets? La réponse est venue de Nick Hayek: «L'innovation n'a rien à voir avec le prix. Pour preuve, on peut facilement trouver des montres chères qui ne soient guère innovantes. Le volume est par contre important pour un composant fabriqué industriellement, car il permet de garantir la régularité de la qualité.»

Pour tous dès septembre

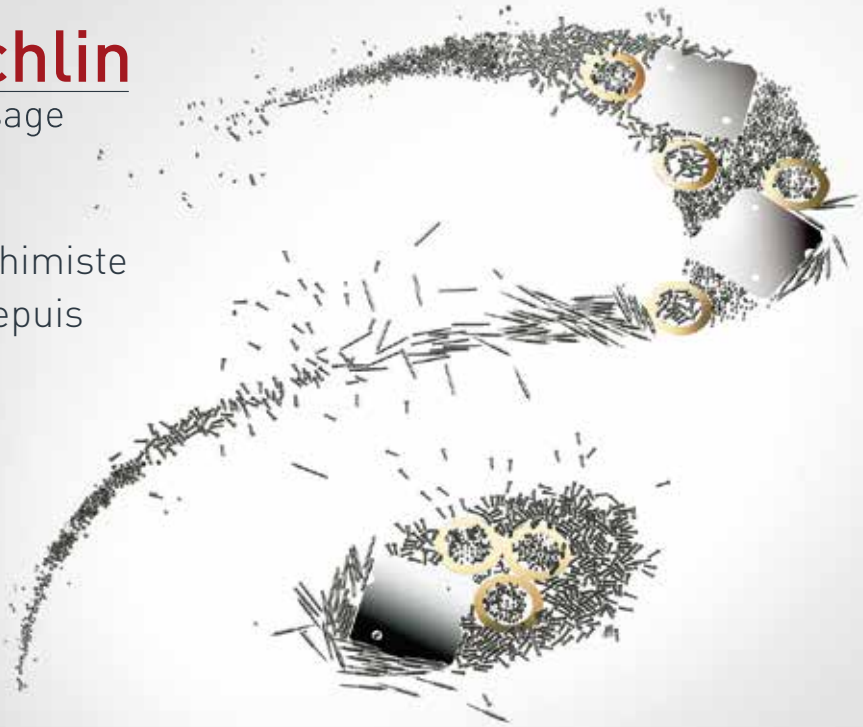
Le CEO du Swatch Group l'a annoncé, tous les modèles Sistem51 seront dotés du spiral en Nivachron dès le mois de septembre, sans changement de prix. Dans un avenir plus ou moins proche, toutes les montres mécaniques du groupe bénéficieront également de ce nouveau spiral. Audemars Piguet, qui a participé au développement du nouvel alliage, l'intégrera également dans ses montres.

Le nouveau siège de Swatch, qui doit être inauguré cette année, accueillait pour la première fois des visiteurs. Ce long serpent de bois, imaginé par l'architecte japonais Shigeru Ban à qui l'on doit de nombreuses réalisations mondialement connues, est très symbolique. Partant du parc de l'île de la Suze, il surplombe la rue de Gottstatt pour rejoindre le bâtiment Omega. Histoire de rappeler que le lancement de la Swatch dans les années 80 avait permis à l'industrie horlogère suisse, dont Omega, de se sortir d'une mauvaise passe.

Pierre-Yves Schmid

auchlin
Polissage

Auchlin SA l'alchimiste
du polissage depuis
plus de 70 ans



TECHNICAL WATCHMAKER SHOW

www.auchlin.ch

Vous valorisez vos produits par l'excellence de notre savoir-faire!

RIMANN AG

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

TECHNICAL WATCHMAKER SHOW

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

TECHNICAL WATCHMAKER SHOW

LA CHAUX-DE-FONDS
19-23.03 2019

2ème édition du TECHNICAL WATCH MAKER SHOW

Salon international de la sous-traitance horlogère
DU 19 AU 23 MARS 2019

—

VISITEURS : Billetterie gratuite en ligne sur *www.tws-swiss.com*

—

Anciens Abattoirs
Rue du Commerce 123, 2300 la Chaux-de-Fonds
www.tws-swiss.com
info@tws-swiss.com

Sponsor Principal :

BCN

Sponsors :

IBC INSURANCE BROKING AND CONSULTING
LEAD YOUR FUTURE

tsm
COMPAGNIE D'ASSURANCES
VERSICHERUNGS - GESELLSCHAFT
INSURANCE COMPANY

ADMIR CAFÉS
LA CHAUX-DE-FONDS
TORRÉFACTION ARTISANALE

Suivez-nous sur :

EXPOSANTS AU TECHNICAL WATCHMAKER SHOW 2019

Abatech Ingenierie SA
Rue du Marché 4 - CP 2327
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
Stand No 15

Admo Plastique SA
Rue de la Jambe-Ducommun 16
CH-2400 Le Locle
Stand No 11

AF Switzerland SA
Rue de la promenade 2
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
Stand No 42

Arrigoni-Laufer
Rue de la Serre 24
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
● Stand No 26

Astuto
Chapons-des-prés 7
CH-2022 Bevaix
● Stand No 60

Auchlin SA
Chemin de Prapion 1
CH-2520 La Neuveville
● Stand No 9

Beauregard Manufacture
Rue Fritz Courvoisier 105, CP 3002
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
Stand No 8

Bergeon SA
Allée des Défricheurs 4
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
● Stand No 14

Bulletin d'informations
Route des Acacias 25
CH-1227 Genève
● Stand No 46

Cornu & Cie SA + Bouille & Cie
Rue Stavay-Mollondin 17
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
Stand No 7

Covatec SA
Rue des Prés 137
CH-2503 Bienne
● Stand No 5

Crevoisier
La Sagne au Droz 7
CH-2714 Les Genevez
Stand No 58

Diametal SA
Route de Soleure 136
CH-2504 Bienne
● Stand No 3

Dracogroup SA
Allée des Défricheurs 4
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
Stand No 18

Emissa SA
Route Jambe-Ducommun 18
CH-2400 Le Locle
Stand No 22

Europa Star - Eurotec
Route des Acacias 25
CH-1227 Genève
● Stand No 46

G.P.F
Via Piero Gobetti 100
I-52100 Arezzo
Stand No 27

Greub Machines SA
Boulevard des Eplatures 39
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
Stand No 28

Henri Robert SA
Rue des Champs 21
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
Stand No 13

Horotec SA
Avenue Léopold-Robert 105B
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
● Stand No 4

Hurni Engineering Sarl
Chemin de la Combeta 3
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
● Stand No 30

Laser Cheval SAS
Rue de la Louvière 5
F-25480 Pirey France
● Stand No 32

LIC
Leegaardsdijk 8
B-8400 Oostende
Stand No 54

Logystem SA
Rue Galilée 5
CH-1400 Yverdon-les-Bains
Stand No 36

Marcel Aubert SA
Rue Gurnigel 48 (Nidau) - CP 828
CH-2501 Bienne
● Stand No 24

MCE Swiss Metrology
Rue de Turrettin 2
CH-1242 Satigny
Stand No 17

Metrology.ch
Rue du Pont 25
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
Stand No 36

Poliprecis SA
Sous le Four 75
CH-2904 Bressaucourt
Stand No 40

Promotion SPA
Via Brenta 44
I-36077 Altavilla Vicentina Italie
● Stand No 12

Promotion Bracelet
Rue de Jérusalem 9
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
● Stand No 10

Rimann AG
Römerstrasse West 49
CH-3296 Arch
● Stand No 56

Roxer SA
Rue du Collège 92
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
● Stand No 44

Serti Diam's SA
Rue Jardinière 123
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
Stand No 38

Surfactis Technologies
22 Rue Anesler
F-49100 Angers
Stand No 34

TBRP Group
31, rue Dampierre
F-78460 Chevreuse
Stand No 52

TEC Group
Z.I Le Day
CH-1377 Vallorbe
Stand No 19

TMH SA + E2O
Route de l'Orée-du-Bois 5
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
Stand No 1

Tornos
Rue Industrielle 111
CH-2740 Moutier
● Stand No 21

Valiance SA
Allée des Dréfricheurs 4
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
Stand No 48

Verlux
Avenue Charles de Gaulle, 8
B.P. 31016
F-25500 Morteau France
Stand No 50

VOH SA
Z.I. La Praye 5A - CP 66
CH-2608 Courtelary
● Stand No 20

Witschi Electronic AG
Bahnhofstrasse 26
CH-3294 Büren an der Aare
● Stand No 2

Nouvelle génération de Servo-Presse PE20

- Disponible en 2 versions: 1'500 N ou 3'500 N
- Interface utilisateur par écran tactile ou clavier
- Evaluation OK ou NOK selon critères définis par l'utilisateur
- Chassage en contrôle force ou position
- Livrable en version poste de travail complet ou presse stand-alone

TECHNICAL WATCHMAKER SHOW

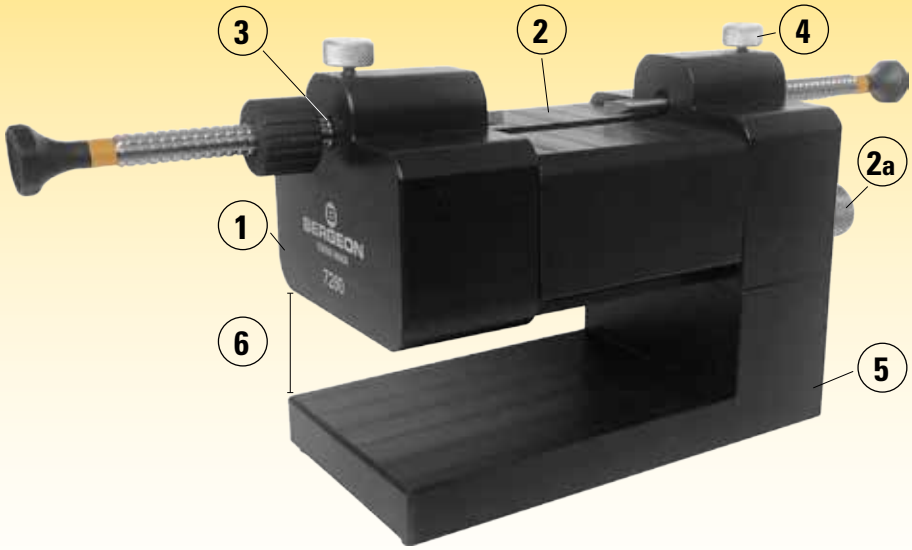
Covatec SA I Rue des Prés 137 I CH-2503 Biel/Bienne I Tél +41 32 344 99 70 I www.covatec.ch

COVATEC

7260 swiss made

Dispositif pour le vissage/ devissage des vis de bracelets

1) Construction en Delrin®
2) Table avec (2a) vis de réglage en hauteur
3) Douille interchangeable pour l'emploi de divers diamètres de tournevis
4) Vis de blocage des tournevis
5) Base stable munie de tampons anti-glisse
6) Passage pour bracelet à boucle déployante
7) Livré avec :
   2 tournevis à profil cannelé ∅ 1.80 mm
   1 tambour de force, en aluminium éloxé noir



BERGEON
Depuis 1791

LE REFLET DE VOTRE EXIGENCE

Allée des Défricheurs 4 CH-2300 La Chaux-de-Fonds T +41 (0)32 933 60 00 info@bergeon.ch www.bergeon.swiss

SUVEMA

Werkzeugmaschinen / Machines-outils

Fraisage – micro-fraisage – tournage – décolletage
L'enlèvement de copeaux est notre savoir-faire

- Construction mécanique
- Industrie médicale
- Micromécanique et horlogerie
- Outilleurs et moulistes

SUVEMA AG
CH-4562 Biberist | T 032 674 41 11 | www.suvema.ch
System certification ISO 9001/ISO 14001

prodex 19
14.–17.5.2019 | halle 1.0 | stand A01

OKUMA CITIZEN HASEGAWA AKIRA-SEIKI PRECISION CNC MACHINE TOOLS BRIDGEPORT EMAG

Un faisceau laser sur le salon Technical Watchmaker Show

Laser Cheval participera pour la première fois, à cette rencontre très «professionnelle» dont le point commun est un attachement particulier à l'univers du garde-temps.

Ecouter, échanger, présenter les dernières innovations à tous ceux qui travaillent de près ou de loin pour le secteur horloger, telle sera la mission première de notre équipe commerciale.

Avec une machine *LEM QUARTZ* en démonstration qui intègre une source à impulsion courte (nanoseconde), des pièces disposées sur plateaux, un système d'axes qui commande le déplacement des conditionnements, la visualisation de pièces par un système de recalage par vision capable de diriger le laser à l'endroit exact, ….une solution de micro-usinage laser, parmi d'autres, à découvrir.

Les conversations pourraient rapidement s'orienter vers des notions de qualité, de finition soignée, de décors (satinage, perlage, soleillage..) de gravure profonde sans dépouille, de traçabilité, de gravure 2D, 3D, de texturations…

En complément de son activité dédiée à la fabrication de machines standards et spécifiques, Laser Cheval c'est également une expérience de plus de 40 ans dans la prestation de services en sous-traitance laser: réalisation de travaux de soudure, de marquage, de découpe, et de perçage sur des matières aussi diverses que le titane, l'inox, l'acier et les métaux précieux.
Du prototype à la petite série, l'entreprise garantit des délais de réalisation répondant aux attentes. Pour le client, c'est véritablement une porte d'entrée pour valider une technologie ou démarrer une production dans la durée avant un éventuel investissement machine.
Assurer et garantir l'accompagnement client avec une offre de services globale: le support technique, l'aide en ligne, la formation catalogue et personnalisée, le développement

de logiciels de pilotage, la mise à disposition des moyens humains ou techniques pour apporter une notion d'expertise à des projets nécessitant des investissements importants pour des pièces à haute valeur ajoutée.

Des évolutions technologiques qui cadencent notre quotidien à l'image de celles des aiguilles d'une montre, il est donc l'heure de se retrouver au salon TWS.

Laser Cheval
ZI - 6 Chemin des Plantes
F-70150 Marnay
Tel. +33 (0)3 81 48 34 60
www.lasercheval.fr

Attention nouvelle adresse depuis le 11 mars 2019

Baume & Mercier: virage vintage?

La marque accessible du groupe Richemont a un nouveau directeur en la personne de Geoffroy Lefebvre. Et il suffit de regarder son compte Instagram privé pour comprendre que l'histoire de Baume & Mercier va être remise sous peu à l'honneur, en cette période de vintagemania.

L'an passé, Baume & Mercier a impressionné nombre d'observateurs avec sa nouvelle ligne Clifton Baumatic. Son cadran à effet porcelaine, d'une grande élégance, frappait tout autant le regard que ce qui se trouvait dans le boîtier, le premier mouvement mécanique «maison». Ce calibre BM12-1975A à échappement en silicium a été développé avec le soutien de ValFleurier, qui se profile toujours davantage comme «manufacture» de tout le groupe, après avoir notamment participé à la naissance du calibre équipant la Fiftysix de Vacheron Constantin.

Il s'agit en réalité d'une rupture dans l'histoire de Baume & Mercier, qui n'avait «jamais été motoriste mais toujours parmi les meilleurs dans l'habillage», comme l'explique son nouveau patron Geoffroy Lefebvre, un Champenois diplômé en ingénierie et féru d'histoire. Mais cette rupture a un sens, celle de proposer un modèle haut de gamme pour la marque, dès 2'650 francs, sans abandonner ses propositions plus abordables mues par des calibres d'ETA ou Sellita. C'est tout simplement un nouveau terrain de jeu qui s'ouvre pour Baume & Mercier.
Derrière la mécanique, il y a aussi la volonté de revenir à l'histoire. Paradoxalement, cette maison fondée en 1830 ne s'est en effet guère profilée sur le créneau vintage.

Geoffroy Lefebvre, CEO de Baume & Mercier.

Au contraire, par exemple, d'un concurrent comme Longines qui, outre ses modèles classiques à succès, a réalisé un bel exercice depuis deux ans autour de rééditions. Là aussi, le terrain de jeu est vaste et promet des surprises. Nous avons rencontré Geoffroy Lefebvre.

Chez Richemont, vous avez dirigé le pôle manufacturing puis êtes passé par deux maisons de Haute Horlogerie, Vacheron Constantin et Jaeger-LeCoultre. Votre arrivée chez Baume & Mercier coïncide aussi avec une forme de montée en gamme, via le premier calibre maison... Une simple coïncidence?

Geoffroy Lefebvre: Oui, car nous n'allons absolument pas sortir de notre cœur de gamme, qui va de 1'000 à 4'500 francs. Tout le sens de la Baumatic est justement d'offrir la meilleure qualité possible, une valeur forte pour un prix modéré. Et pour cela, le passage par un mouvement réalisé spécifiquement pour nous était nécessaire. Celui-ci permet de gagner en performance, en précision et ouvre de belles perspectives pour les petites complications. C'est le nouveau pilier de notre offre automatique maison, une plateforme pour le futur.

Un développement qui n'aurait sans doute pas été possible sans ValFleurier, qui semble gagner en puissance au sein du groupe...

Il est clair qu'il y a dix ans, nous n'avions pas la solution pour faire un mouvement maison. Je connais bien ValFleurier car j'ai supervisé cette entité lorsque je dirigeais le pôle manufacturing du groupe. Avec leur soutien, notre marque est parvenue à réaliser un calibre particulièrement innovant. Celui-ci assure une réserve de marche de cinq jours et une précision de l'ordre de -4 à +6 secondes par jour. La montre requiert un service tous les cinq à sept ans seulement, car son mécanisme est équipé de nouvelles huiles particulièrement performantes contre la friction. Mais l'innovation la plus extraordinaire concerne certainement l'échappement en composite de silicium, avec une géométrie optimisée, qui permet d'augmenter l'autonomie de 30% et offre une belle résistance au magnétisme.

Comptez-vous doter également d'autres collections de ce calibre maison?

Pour l'heure non, car nous souhaitons parallèlement conserver des propositions plus abordables, qu'il s'agisse de la Classima dès 990 francs en version quartz ou de la Clifton Club dès 1'900 francs lorsqu'elle est équipée d'un mouvement automatique «standard». Ainsi, notre pyramide de produits se clarifie: aujourd'hui, la marque a besoin de cohérence et son cœur va de la Classima à la Baumatic.

On n'échappe pas au phénomène de rééditions vintage dans l'industrie. Baume & Mercier a plutôt choisi d'établir des partenariats avec des pionniers de la vitesse sur route, comme la Indian Motorcycle ou Shelby Cobra. Allez-vous continuer dans cette veine?

Nous n'avons pour l'heure pas de nouveaux projets autour de ces partenariats, que nous avons déjà bien exploités. Je crois qu'on a trop peu parlé de l'histoire de Baume & Mercier elle-même. Cet héritage est peut-être plus évident dans d'autres maisons, mais Baume & Mercier n'a absolument pas à rougir. La première chose que j'ai faite en arrivant a été de m'enfermer avec 200 pièces du patrimoine aux Brenets! C'était la meilleure manière d'«entrer» dans la marque...

Qu'avez-vous découvert?

On voit très tôt des montres au design incroyable, comme chronographes à calendrier complet des années 1950, la Shogun ou la Riviera. Baume & Mercier n'a jamais été fabricant de calibres mais a toujours figuré parmi ceux qui ont le mieux «habillé» les mouvements. Son histoire est d'abord celle de la rencontre entre un technicien jurassien, William Baume, et un dandy genevois, Paul Mercier, qui a très tôt compris l'importance du design dans la montre-bracelet. Aujourd'hui, je poste quasiment uniquement des modèles vintage de Baume & Mercier sur mon compte Instagram. Remettre ce patrimoine sur le devant de la scène fait clairement partie de la stratégie.

Chronographe à calendrier complet datant de 1950. Pièce historique du musée Baume & Mercier.

Est-ce qu'une présence plus affirmée en Chine, où Baume & Mercier semble manquer de notoriété par rapport à quelques-uns de ses grands concurrents, fait également partie de cette stratégie?

Il est vrai que nos marchés traditionnels se trouvent en Europe et en Amérique du Nord. Mais nous ne nous y sommes pas cantonnés: nous avons toujours été une marque internationale. En ce sens, la Chine est clairement un marché stratégique. Et avec 1'500 points de vente dans le monde, Baume & Mercier a vocation à continuer à travailler main dans la main avec ses partenaires au service de ses clients finaux.

Serge Maillard

NGL
SWISS QUALITY

NOUVEAU PRODUIT !
GALVEX TM

Solution chimique, faiblement alcaline, utilisée pour l'élimination des pâtes à polir par ultrasons, ce produit est compatible tous métaux : cuivreux, acier inox, zamak... Sa formulation lui confère toutes les propriétés demandées par les utilisateurs exigeants ; il ne contient pas de matière nocive pour les personnes qui le manipulent et il évite la re-déposition du cuivre sur le Zamak.

Le Galvex TM trouve son application dans les domaines de la galvanoplastie et du PVD.

AVANTAGES :

- Nettoyage de tous types de métaux dans la même cuve
- Aucun effet de pile
- Excellente émulsification et solubilisation des corps gras
- Parfait dégraissage des pièces
- Désoxydation légère des alliages cuivreux
- Conserve un état de surface brillant
- S'utilise en préparation avant galvano
- Très bonne rinçabilité

ECOLOGICAL CLEANING SOLUTIONS
NGL CLEANING TECHNOLOGY SA
CH-1260 NYON // +41 22 365 46 66
contact@ngl-group.com // www.ngl-group.com

MWPROGRAMMATIONSA
LA COMPÉTENCE CNC À VOTRE SERVICE

_ Support
_ Formation
_ Postprocesseurs
_ Développements sur demande

www.mwprog.ch
+41 (0)32 491 65 30
sales@mwprog.ch

designer
Construire en CAO

alphacam
Fabriquer en CFAO

MW DNC
Communiquer et superviser

STETTLER SAPPHIRE
swiss level of perfection

Rien ne peut troubler la beauté du saphir. Le saphir est presque indestructible et résiste pratiquement à toutes les influences extérieures. Les verres de montres et les composants techniques en saphir séduisent par leur résistance aux rayures, leur surface non poreuse, brillante et polie et leur transparence complète. Un matériau développé pour des générations.

Stettler Sapphire SA offre une liberté de conception. Du design classique, en passant par les verres complexes jusqu'aux pièces et formes techniques très compliquées. La particularité des formes toriques: deux rayons coulant l'un dans l'autre, adaptés à l'anatomie de l'homme. Aucune autre forme n'offre autant de possibilités créatives.

Stettler Sapphire AG
Bürenstrasse 24
CH-3250 Lyss
Telefon +41 32 387 40 40
Fax +41 32 387 40 50
www.stettlersapphire.ch

Nano Cut Sàrl

SOUS-TRAITANCE EN
MICRO DÉCOUPE LASER

Zéro bavure
Très haute précision

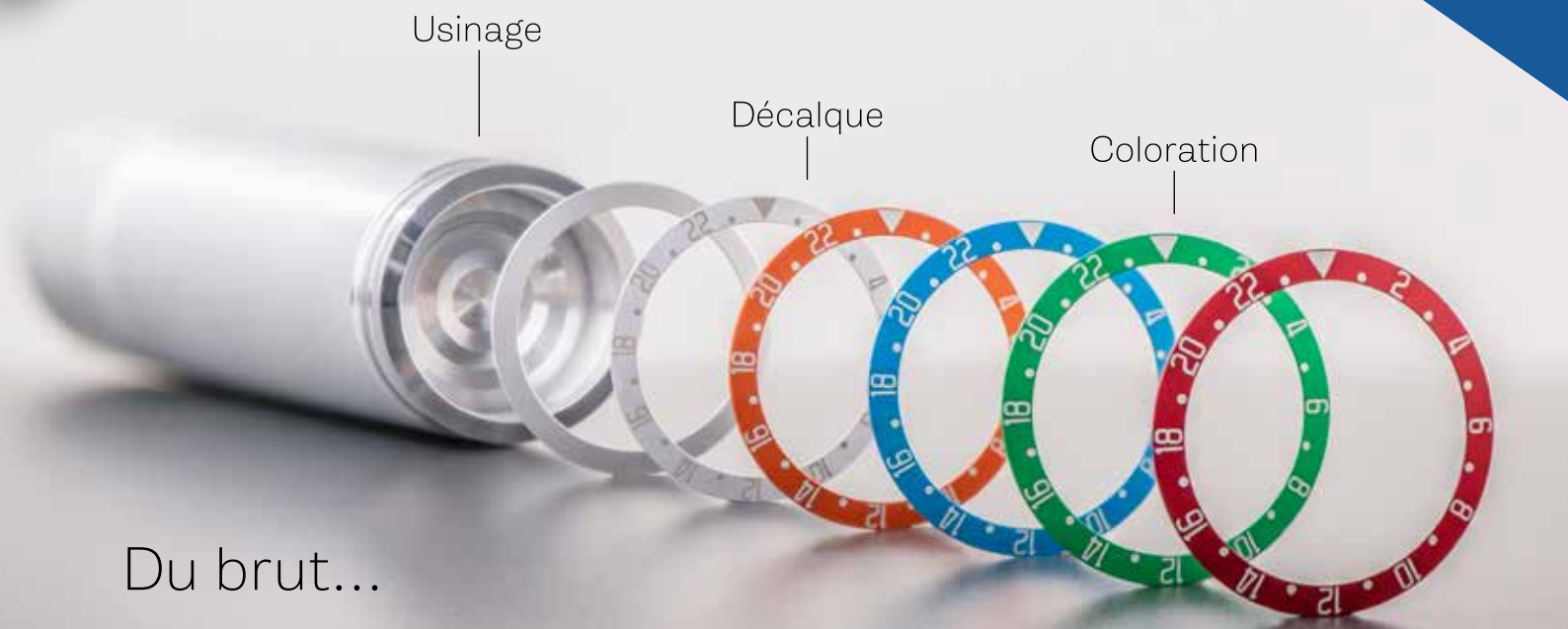
+41 79 889 73 59
mail@nanocut.ch
nanocut.ch

Nano Cut Sàrl est filiale de Vuichard SA,
spécialiste en micro EDM et micro fraisage depuis 1967.

Pionnier dans la fabrication complète de vos disques de lunettes colorés, COLORAL allie forte tradition et vision d'avenir.

COLORAL

De la matière brute à la finition



Du brut...

... à la finition

www.coloral.ch

70 années d'expérience à votre service

SALON INTERNATIONAL

LEADER DE LA HAUTE PRECISION

HORLOGERIE-JOAILLERIE · MICROTECHNOLOGIES · MEDTECH

18-21 JUIN 2019

PALEXPO GENÈVE

AU CŒUR DE L'INNOVATION

Visiteurs enregistrez-vous gratuitement
www.ephj.ch

20'000
VISITEURS
PROFESSIONNELS

PLUS DE
800
EXPOSANTS

palexpo

WWW.EPHJ.CH

«Le Salon EPHJ-EPMT-SMT 2019 est LA référence en matière d'Environnement Professionnel Horlogerie-Joaillerie»

Unique au monde par sa capacité à rassembler sous un même toit le fleuron de la sous-traitance horlogère et joaillière, le Salon EPHJ-EPMT-EPMT cache derrière ces quelques lettres une réussite incontestable et un rendez-vous incontournable L'édition 2019 s'annonce prometteuse.

En amont et en aval des produits finis proposés par les grandes marques horlogères, les artisans de la sous-traitance horlogère et joaillière, des microtechnologies et des medtech se retrouvent chaque année à la fin du printemps, depuis 17 ans à Palexpo-Genève. Durant quatre jours le Salon EPHJ-EPMT-SMT accueille plus de 800 exposants et 20'000 visiteurs professionnels internationaux à la recherche de technologies innovantes, de nouveaux matériaux, de belles découvertes et, finalement, du moyen de faire la différence.

La synergie des entreprises liées à la haute-précision rassemblée au Salon est unique au monde. La curiosité des visiteurs à la recherche de la machine ou du savoir-faire qui leur permettra de trouver une solution à leur problématique du moment leur fait franchir les frontières invisibles des trois secteurs d'activités représentés. Ce constat est également valable pour les visiteurs attachés aux medtech. L'éventail d'applications des technologies exposées déborde souvent du cadre d'activité pour lequel il était conçu à l'origine incitant les exposants à se diversifier. Lors de l'édition 2017, plus du tiers des exposants a déclaré avoir une activité dans le secteur des medtech, soit 365 entreprises. Une progression spectaculaire sur 5 ans.

Un Lieu d'affaire

Mais ce Salon est avant tout un lieu de contacts professionnels où l'on fait des affaires. Ainsi, plus de 90% des exposants présents ont déclaré avoir signé un contrat ou avoir l'assurance de le faire prochainement. La démonstration de l'intérêt d'un Salon qui réunit chaque année, à l'attention des visiteurs professionnels, toutes ces entreprises et géniaux artisans qui, dans l'ombre de leur atelier ou de leur usine élaborent le futur de l'horlogerie, de la joaillerie des microtechnologies et des medtech.

Le Grand Prix des Exposants

Depuis sa création, le Grand Prix des Exposants du Salon EPHJ-EPMT-SMT est devenu une référence. Celui-ci assure aux vainqueurs de bénéficier, outre d'un module gratuit, d'une notoriété et d'une exposition médiatique bienvenue. Les anciens lauréats du Grand Prix sont unanimes sur ce point. Lauréat en 2018, la start-up SY&SE a convaincu le jury avec une nouvelle technologie révolutionnaire d'assemblage des matériaux, sans colle, ni soudure: l'ICB (Impulse Current Bonding). Une innovation de rupture promise à un bel avenir. Qui leur succédera en 2019? Mystère, car la concurrence est rude, dans un secteur où les entreprises innovent sans discontinuer.

Les coulisses du futur

Chaque année, les exposants rivalisent d'ingéniosité, présentent de nouveaux traitements des pierres les plus précieuses, des mouvements révolutionnaires, des matériaux inédits, des designs originaux, des packagings jamais vus, des micro-façonnages de plus en plus précis... Chaque stand est une découverte. Une visite bien réelle dans la haute-précision du 21ème siècle, qui trouve ses applications dans l'univers des montres et des bijoux.

Rendez-vous en 2019, du 18 au 21 juin à Genève-Palexpo, pour la 18ème édition du Salon EPHJ-EPMT-SMT!

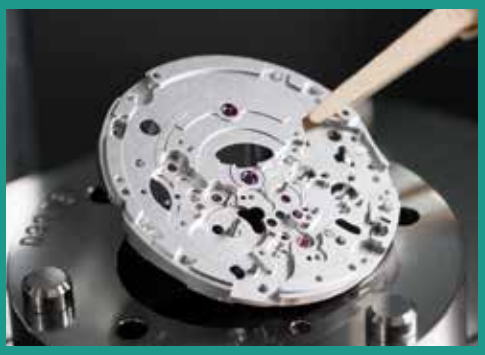
Faites de votre communication technique un atout

Notre expertise pour une réalisation claire, efficace et professionnelle de la documentation technique de vos produits

RédaTech

RédaTech SA | rue Fritz-Courvoisier 40 | 2300 La Chaux-de-Fonds
+41 32 967 88 70 | info@redatech.ch
www.redatech.ch

Ebauches Micromécanique Precitrame SA



NOS COMPÉTENCES AU SERVICE DE LA PRÉCISION

depuis 1983

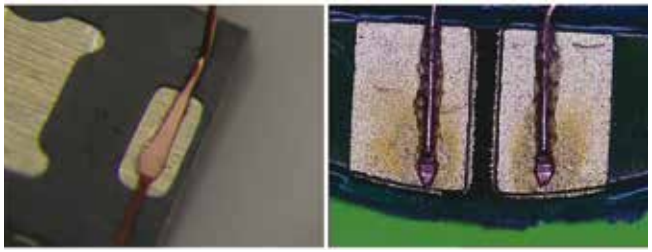
Ebauches Micromécanique Precitrame SA
Combe-Aubert 3, 2720 Tramelan, Switzerland
T +41 (0)32 486 96 10 | F +41 (0)32 486 96 11
info@empsa.ch | www.empsa.ch

Soudage par thermocompression

Figurant parmi les leaders dans la technologie des presses pneumatiques et servo-électriques, le fabricant de machines biennois Covatec SA a encore bien d'autres cordes à son arc. Actifs dans la technologie de soudage depuis la fondation de l'entreprise en 1974, les ingénieurs de Covatec SA ont développé et optimisé le soudage par thermocompression pour les applications de fils de cuivre laqués d'un diamètre inférieur à 150 μm.
Utilisés pour des produits comme les micromoteurs, les capteurs ou les actuateurs, ces fils fins ou ultrafins peuvent être soudés de façon fiable sur une surface de contact, et cela sans procédé supplémentaire de suppression de la laque isolante.

Machine SR10-1120

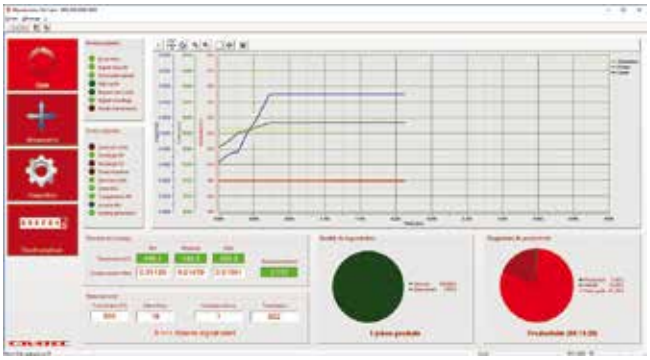
Tandis que dans beaucoup d'applications de soudage de fils laqués, l'opérateur utilise une flamme ouverte afin de brûler la laque isolante puis soude le fil au fer à souder, le processus optimisé par Covatec permet de faire cette connexion en une seule opération en moins de 0.5 secondes.



Soudure typique et résultat avec brin entaillé par la thermode.

De nombreux avantages

Fruit d'une longue expérience, les thermodes diamant développées par Covatec garantissent une qualité de soudage constante et ont une durée de vie nettement supérieure aux thermodes utilisées par d'autres fabricants. Autre avantage de cette technologie, le brin de fil qui dépasse de la soudure peut être entaillé par la thermode pour que l'opérateur ou un mécanisme automatique puisse le détacher sans effort.
La commande de soudage et le HMI développés en interne et régulièrement mis à jour pour profiter des nouvelles possibilités, offrent un confort d'utilisation unique. Les valeurs de température et de l'écrasement du fil sont comparées aux limites déterminées par l'opérateur ; elles permettent de qualifier la soudure et, le cas échéant, de désigner la pièce comme non-conforme.
Par la régulation de la température et un contrôle précis du temps de soudage, la technologie Covatec permet d'éviter une déformation excessive du substrat de la platine ou de son support.
Le paramétrage de la tête de soudage motorisée s'effectue par teach-in, ce qui garantit des temps de mise-en-train minimums.



Ecran principal avec affichage de température et statistiques.

Un grand avantage du processus de soudage par thermocompression est qu'il ne nécessite pas d'étamage des surfaces de contact ou de métal d'apport ; il permet de joindre de façon fiable et durable des matériaux à faible résistivité (Cu, Au, etc.) et se prête très bien à l'automatisation.

Déplacement de la tête de soudage en mode maintenance.

Marché exponentiel

Le soudage par thermocompression est très prisé dans l'industrie horlogère pour la connexion des micromoteurs de montres à quartz sur les platines circuits imprimés. D'autres applications majeures sont issues de la miniaturisation tels les modules RFID, les appareils auditifs, les écouteurs in-ear ou toutes sortes de capteurs intégrés dans les smartphones et autres appareils portables, dont le marché ne peut plus se passer.
Avec la croissance de l'internet des objets (IoT) ou l'introduction d'Industrie 4.0, les quantités de capteurs de tous types vont augmenter exponentiellement, d'où le besoin toujours plus important d'avoir un processus hautement productif et de haute qualité.
La technologie de soudage par thermocompression Covatec est livrable sous forme de machine manuelle, intégrée dans l'une de ses plateformes multitechnologies selon la cadence requise, ou comme module processus complet pour intégrateurs tiers.

Dans son showroom de Bienne, Covatec tient à disposition un équipement de soudage de type SR10-1120 sur lequel il est possible de faire des essais, des petites séries ou de valider le processus de ses clients actuels ou futurs.

Covatec SA
Rue des Prés 137
CH-2503 Bienne
Tel. +41 (0)32 344 99 70
Fax +41 (0)32 365 27 31
www.covatec.ch

Visitez-nous sur le stand no. 5 lors du salon Technical Watchmaker Show 2019 à la Chaux-de-Fonds, du 19-23 mars 2019, ou prenez contact pour une démonstration en nos locaux.

NEW
TABLE TOP MACHINE
SX80 - hpm
HIGH PRECISION MICRO EROSION MACHINE

SO EASY
AND
SO PERFORMING!

Micro EDM Drilling
and
3D Micro EDM Milling

MICRO MECHANICS
MICRO MOLD
AUTOMOTIVE
TEXTILE
MEDICAL
AEROSPACE

SARIX
3D MICRO EDM MACHINING
sarix.com

L.KLEIN SA
FINE STEEL AND METALS
ACIERS FINS ET MÉTAUX

L. KLEIN SA I CH-2504 BIEL/BIENNE I SWITZERLAND
PHONE ++41 (0)32 341 73 73

WWW.KLEINMETALS.SWISS

Frédérique Constant: «Les ponts entre connexion et complication vont se multiplier»

Frédérique Constant a passé le cap des 30 ans. Dans la discrétion qui la caractérise, avec un style tout sauf exubérant, la marque récemment acquise par le groupe Citizen a paradoxalement cassé beaucoup de barrières dans l'industrie, qu'il s'agisse de la complication abordable ou de la montre mécanique connectée. Entretien avec son nouveau directeur exécutif Niels Eggerding.

Vous avez fêté vos 30 ans. Serait-il possible de démarrer la même aventure aujourd'hui? Les startups horlogères sont nombreuses sur Kickstarter mais ce sont souvent des succès ultra-éphémères, le temps d'une récolte de fonds...

Niels Eggerding: Il ne faut pas se leurrer: ce serait beaucoup plus difficile. La concurrence est féroce. Nous comptons aujourd'hui 3'000 points de vente. Ce serait mission impossible de créer ce réseau aujourd'hui. L'un de nos plus grands atouts aujourd'hui est clairement notre réseau de partenaires. Nous avons maintenu une confiance mutuelle, alors que beaucoup de marques ouvraient leurs propres boutiques. Cette stratégie ne change pas suite au rachat par Citizen.

Comment coordonnez-vous vos opérations avec le groupe?

Frédérique Constant. Tourbillon Manufacture. Quantième Perpétuel.

Nous fonctionnons selon un principe simple: nous ne partageons rien en terme de production et tout en terme de distribution et de ventes. Citizen ne s'implique pas de manière directe dans le fonctionnement de la marque. En revanche, ils ont un poids énorme aux Etats-Unis, marché qui nous échappe encore largement. Là où nous sommes faibles, ils sont forts. Le groupe nous apporte un soutien financier et commercial. Sans eux, il serait difficile de croître dans les conditions de marché actuelles. ▶

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

Allez-vous aussi collaborer avec vos détaillants lorsqu'on parle de vente en ligne?

Oui, nous allons aussi évoluer vers le e-commerce en partenariat avec nos détaillants. Dans des pays comme la France, nous avons déjà un système qui inclut les détaillants dans le circuit: le client peut choisir de recevoir la montre chez lui ou d'aller la chercher chez un détaillant. La condition pour être agréé, c'est que les ventes se fassent à prix plein.

Pourtant, dans le cas d'Alpina, vous avez vendu en direct les modèles connectés via Kickstarter...

L'opération AlpinerX sur Kickstarter a été un succès. Surtout, au-delà des ventes de l'ordre de 3'000 montres pour un total de 1,5 million de francs, c'est une affaire de data mining: nous avons pu récolter plus de 5'000 feedbacks directs de nos clients. C'est très précieux, car nous en apprenons ainsi beaucoup sur le profil et les attentes de nos clients finaux. Cependant, cette opération ne sera pas reconduite: elle était vouée à être un one-shot.

Quelle est la part de la montre connectée dans votre production totale?

Depuis 2015, nous avons produit 120'000 montres connectées. Sans ce nouveau créneau, nous n'aurions pas pu connaître la croissance. Et c'est aussi un outil puissant de communication. Nous continuons à travailler en parallèle sur les smartwatches, le quartz, la mécanique. Frédérique Constant écoule un total annuel de 160'000 montres. Outre les montres connectées, nous avons investi le monde des belles complications mécaniques avec un quantième perpétuel en 2016 et un chronographe flyback en 2017. En 2018, nous avons présenté un tourbillon à calendrier perpétuel, ainsi qu'un modèle connecté avec mouvement manufacture. Les ponts entre tous ces univers se multiplient.

Sur le front de la production, que va vous apporter votre nouvelle manufacture de Plan-les-Ouates?

Nous avons de la place pour grandir. La production sur le nouveau site va démarrer en juin 2019. Ce projet récompense les efforts continus de Peter et Aletta Stas: ils n'ont jamais fait trop de bruit mais ont patiemment construit une compagnie solide qui a gagné ses galons horlogers. Le mouvement manufacture en a surpris plus d'un, tout comme les montres connectées. Aujourd'hui, nous comptons 75 horlogers sur site, qui travaillent sur des mouvements Sellita de base, des Sellita à modification et – désormais pour 20% de la production – des calibres maison.

Vous proposez une horlogerie très classique, avec des codes plutôt intemporels. En même temps, on remarque sur votre créneau un fort intérêt pour des modèles à la personnalité très affirmée, souvent des rééditions des années 1960 et 1970...

Le patrimoine est un sujet important: sans en dévoiler plus, je peux déjà vous dire que je suis en train de travailler sur notre patrimoine pour la préparation d'une future nouvelle collection. Pour toute marque horlogère, il est bien plus aisé de travailler sur des succès du passé, qui ont déjà fait leurs preuves. Mais nous restons relativement jeunes, à l'échelle de l'industrie.

Certains de vos concurrents directs, comme Raymond Weil, ont décidé de faire l'impasse sur la foire de Bâle en mars. Et vous?

Nous avons besoin de Baselworld, c'est un moment annuel de réunion de l'industrie et un rituel qui nous tient à cœur.

Serge Maillard

feller pivotages sa

MIKROKOMPONENTEN | MICROCOMPOSANTS | MICROCOMPONENTS

Feller Pivotages SA
Lebernstrasse 47
CH-2540 Grenchen
Suisse / Switzerland

+41 (0)32 654 01 01
info@feller-sa.ch
www.feller-sa.ch

SWISS MADE

Demo-Kit
Votre outil de formation pour vos apprentis, étudiants, collaborateurs, clients et fournisseurs.

Pour plus d'informations, visitez-nous sur:

Un canal d'informations dédié à la planète microtechnique

Il y a environ une année, dans les colonnes du Bulletin d'Informations, nous mettions en valeur une journée microtechnique ordinaire… au SIAMS. Elle démontrait l'omniprésence de la microtechnique et des compétences très pointues des exposants de SIAMS.

L'article se terminait ainsi:

00h27 – André rêve d'un canal d'informations dédié à la microtechnique
Mais… ça n'est pas un rêve! Le portail d'informations microtechniques www.siams.ch existe et est disponible en permanence toute l'année. De nombreux exposants à SIAMS l'utilisent d'ailleurs pour communiquer largement.

Une année s'est écoulée

Une année après, les organisateurs de SIAMS dévoilent la deuxième mouture du portail d'informations microtechniques. Alimentée en direct par les exposants de SIAMS, cette source d'informations ciblées compte aujourd'hui plus de 2'000 nouvelles de 200 entreprises et la fréquentation du site dépasse 3'500 vues et 12'000 vues sur twitter par mois. La nouvelle version se veut plus interactive pour correspondre à la vision que SIAMS est le meilleur réseau social lié à la microtechnique.

Au service des TPE et PME microtechniques

C'est sur le constat que les entreprises microtechniques exposant au SIAMS sont très souvent des petites entreprises ne disposant pas de ressources pour communiquer que le portail a été mis en place. Avec de simples «copier-coller» les exposants peuvent s'offrir une vitrine qui complète leur communication. Les entreprises intéressées peuvent également compter sur SIAMS pour réaliser et publier du contenu pour elles. Rien de plus simple! Les nouvelles publiées sur le site de SIAMS sont ainsi très ciblées et concentrées, tout comme le salon.

Une communication intégrée

Toutes les nouvelles publiées par les exposants sont visibles sur le portail, mais également liées aux profils des exposants du site de la manifestation. Ainsi en période SIAMS, un visiteur intéressé à un exposant (depuis le répertoire des exposants par exemple) trouvera directement toutes les nouvelles publiées par ce dernier. En tout temps, le portail permet de trier les nouvelles par domaines et par entreprises, tout est intégré. *«Pour l'exposant, c'est une garantie d'efficacité: il publie une nouvelle qui se retrouve au cœur du système et est accessible depuis le portail et la partie dédiée aux visiteurs du salon qui peuvent rechercher par exposant, mais également par produit. Chaque nouvelle est systématiquement relayée sur twitter également»* précise Pierre-Yves Kohler, le directeur de SIAMS.

Un portail plus efficace et plus interactif

Pour maximiser la visibilité des nouvelles des exposants, plusieurs nouveautés voient le jour. Le concept de base reste le même: offrir aux exposants la possibilité de communiquer de manière ciblée et pointue. Et c'est le cas: les nouvelles sont majoritairement techniques

et destinées aux spécialistes. Avec la nouvelle version du portail d'informations microtechniques de SIAMS, le nouveau design et les nouvelles possibilités assurent:

Plus d'impact

Le design du site est bien entendu toujours «Responsive» et adapté pour tous les supports et toutes les tailles d'écran. Doté d'un design plus sobre, il met l'identité de SIAMS en arrière-plan pour permettre une valorisation plus importante des nouvelles publiées. Laurence Roy, responsable clients au SIAMS explique: *«Les possibilités offertes par le système font partie de la finance d'inscription à SIAMS et n'impliquent aucun paiement supplémentaire. Nous souhaitons vraiment que nos exposants retirent le maximum du fait d'être exposants et partenaires de SIAMS».*

Plus de mise en valeur

Les nouvelles sont plus visibles et mieux mises en valeur. Comme sur MSN ou d'autres portails d'informations, des nouvelles peuvent être publiées dans une taille plus importante. Par exemple en période d'avant le SIAMS, les informations destinées aux visiteurs pourront être publiées également sur le portail d'informations et non plus simplement sur le site SIAMS standard. Le portail devient vraiment la porte d'entrée dans le monde de SIAMS et donc de la microtechnique de l'Arc jurassien, de Suisse et des régions microtechniques étrangères proches.

Plus d'interaction

A partir de cette nouvelle version, les visiteurs du portail ont également la possibilité d'interagir et de publier des commentaires relatifs aux nouvelles publiées. *«Cette nouvelle possibilité est très intéressante. Elle devrait permettre d'apporter encore plus de valeur aux nouvelles publiées par exemple avec des retours d'expériences de clients»* explique le directeur qui ajoute: *«Nous sommes actifs dans un domaine très ciblé et nous nous adressons à des professionnels... nous avons donc bon espoir que les commentaires et les échanges resteront corrects et seront productifs».* En cas de nécessité, une modération par les organisateurs de SIAMS reste possible.

Plus «d'amour»

Autre innovation, les visiteurs du portail pourront réagir aux nouvelles publiées en indiquant qu'ils les aiment directement sur la page. *«Nous sommes dans la logique des réseaux sociaux et avec cette possibilité, nous souhaitons offrir plus pour faire vivre la communauté SIAMS»* précise Laurence Roy qui ajoute: *«Cette possibilité peut sembler anecdotique, mais nous sommes convaincus que c'est un moyen supplémentaire d'offrir du fun et de la visibilité à nos exposants».*

Plus de visibilité pour les offres d'emploi

Au fil des mois, plusieurs exposants ont publié des offres d'emploi. Ces dernières n'étaient pas différenciées des autres nouvelles. Dès la mise en ligne du nouveau portail, cette catégorie de publications a été indiquée clairement. La différenciation est nettement plus aisée.

Un service complet pour aider les exposants

Lors de la dernière rencontre avec les exposants, ces derniers ont plébiscité les services offerts par SIAMS, notamment le portail d'informations, même si nombreux sont ceux à préciser qu'ils ne l'avaient pas encore utilisé. Pour y remédier, les organisateurs de SIAMS ont mis en place deux services. L'un publie des nouvelles sur le portail en se basant sur la communication existante des exposants et l'autre développe du contenu avec les exposants. *«Notre but est simple, devenir toujours davantage une porte d'entrée incontournable dans le monde de la microtechnique, en réel et en virtuel»* conclut le directeur.

6h00 – Une nouvelle journée ordinaire commence pour André

Ce professionnel doit toujours se tenir informé des évolutions et des nouveautés liées à la microtechnique. Fort heureusement, le portail d'informations microtechniques de SIAMS lui simplifie grandement la vie, il y retournera certainement ce matin.

N'hésitez pas vous aussi à le consulter régulièrement – **www.siams.ch**

SIAMS

BIEN PLUS QUE DES MÈTRES CARRÉS

Prochaine édition du salon de l'ensemble de la chaîne de production des microtechniques: **du 21 au 24 avril 2020**

Forum de l'Arc – 2740 Moutier

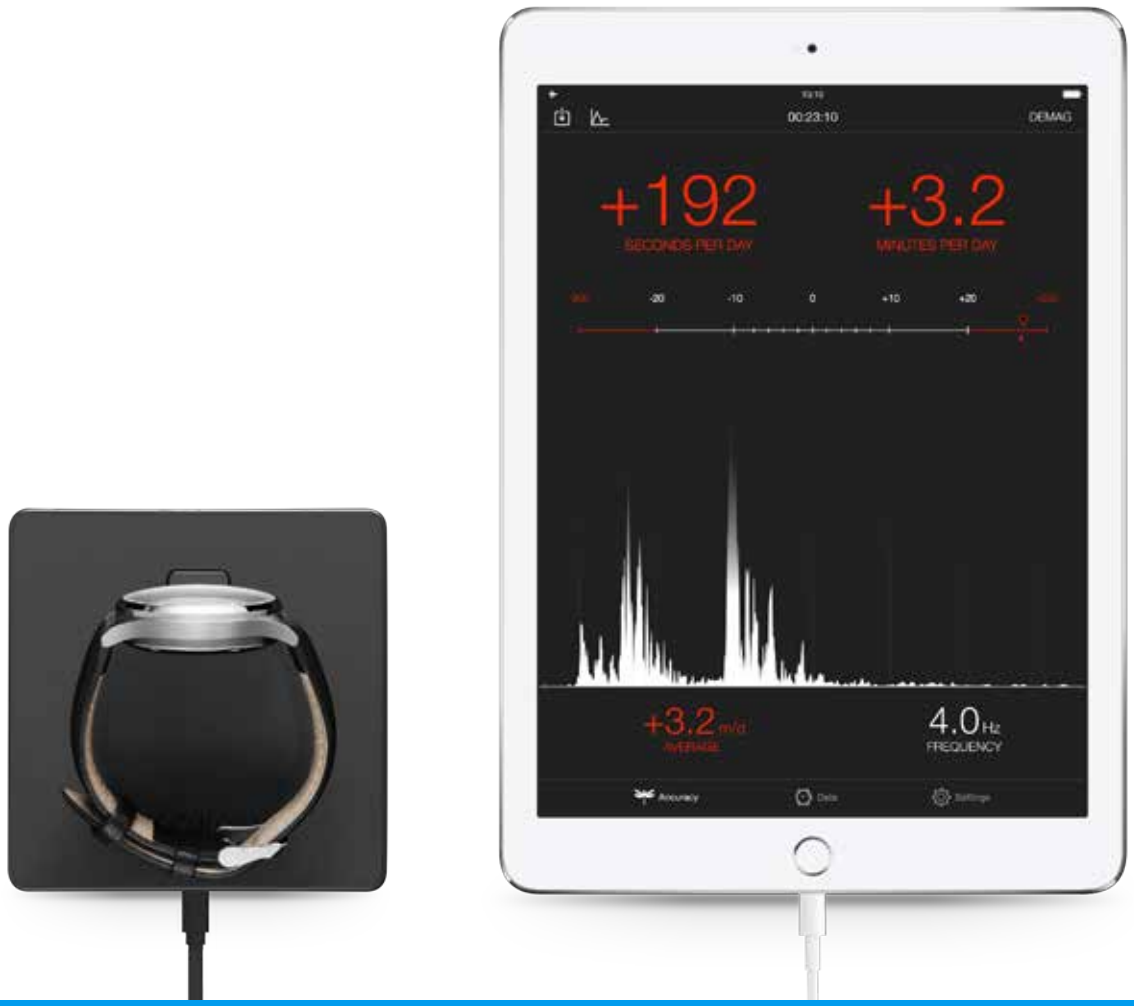
Et pour se tenir informé des dernières nouvelles microtechniques: **www.siams.ch**

ONEOF

Certaines personnes pensent être toujours à l'heure.
En réalité, elles portent des montres magnétisées.

Venez vérifier.

Baselworld 2019 - G07 - Hall 4.1



accuracy
boutique edition

Mesure et démagnétise toute montre mécanique,
directement en boutique.

www.one-of.com

Séparateur de petites pièces

Le séparateur de petites pièces type KTS permet d'économiser du temps, de l'argent et de la main d'oeuvre. Il supprime bien des travaux pénibles. De très petites pièces sont séparées des copeaux en 2 à 3 minutes.

Le produit à séparer est mis dans un verre en forme de U qui est placé verticalement dans l'appareil. Le dispositif de fixation intérieur est mis en mouvement par un entraînement excentrique. Ainsi les pièces et les copeaux se désagrègent. Les copeaux sont séparés des pièces par un jet d'air réglable sans gradation. Le processus de séparation peut être observé à travers le verre et l`intensité du jet d'air peut être réglée en fonction des besoins.

Kleinteileseparator

Der Kleinteile-Separator Typ KTS spart Zeit, Geld, Personal und lässt manche mühevolle Arbeit verschwinden. In 2-3 Minuten werden Kleinstteile von Spänen getrennt.

Das zu separierende Gut wird in das U-Glas gegeben und dieses senkrecht in den Apparat eingesetzt. Die untere Haltevorrichtung wird über einen Exzenterantrieb in Bewegung gebracht. Dadurch werden die Teile und Späne gelockert. Mittels eines stufenlos regulierbaren Luftstroms werden die Späne von den Teilen getrennt. Der Trennvorgang kann durch das Glas genau beobachtet und die Luftstärke nach Bedarf eingestellt werden.

Rimann AG
Römerstrasse West 49 - CH-3296 Arch
Tel +41 32 377 35 22
Fax +41 32 377 35 24
e-mail info@rimann-ag.ch
www.rimann-ag.ch

TWS 2019, La Chaux-de-Fonds · Stand No 56

Georges Dubois: le doyen des horlogers

Né en 1921, Georges Dubois habite toujours la petite maison acquise par son père en 1923. Vers l'âge de 15 ans, ne sachant que faire de sa vie mais ayant besoin de «gagner quelques sous», il est allé travailler pour un fabricant de bracelets de cuir et en livrait dans des ateliers d'horlogerie. «Je voyais tous ces horlogers penchés sur leur établi la loupe à l'œil et, franchement, ça ne m'a pas donné une bonne impression. Très peu pour moi.» Il veut devenir confiseur mais les horaires nocturnes lui déplaisent. Mais l'horlogerie va vite le rattraper. Il s'intéresse à la petite mécanique et, faute de place, doit intégrer une classe préparatoire à l'Ecole d'Horlogerie. C'est le déclic. «Ça m'a tout de suite plu, ce côté calme, pas excité, et l'amitié entre les horlogers, comme chez les motards. La précision, la passion, la concentration nous tiennent tous ensemble», commente-t-il d'un œil pétillant.

Il finit brillamment son école en 1941 et est engagé chez Rolex. «On était 17 personnes dans l'atelier, on avait une semaine de vacances payées par an et je gagnais 150.- CHF par mois. J'ai bien connu Hans Wilsdorf, un type formidable, très sympa.» Après trois ans d'une maladie qui l'empêche de continuer, il guérit, «va se retaper chez un paysan» puis entre chez Patek Philippe. Nous sommes en 1948. Il y restera 38 ans.

«J'ai tout de suite apprécié parce que je pouvais y pratiquer pleinement mon métier. J'ai commencé par le mécanisme de remontage, on satinait, on polissait, on anglait. Et par la suite, j'ai presque tout fait: réparer les échappements, un travail au 100e. J'ai fait de l'emboitage, posé des cadrans émail, me suis occupé du réglage de spiraux, de l'équilibrage de balanciers et puis je me suis spécialisé dans le montage des pendules Dôme et de leurs parois émaillées. Pas le droit à l'erreur. Jusqu'à ma retraite, c'est moi qui les ai toutes montées», note-t-il avec fierté.

Quand on lui demande ce qu'il pense de l'horlogerie actuelle, Georges n'hésite pas un instant: «J'ai visité des ateliers… Ce ne sont plus des horlogers qui montent les montres mais des opératrices qui font chacune une tâche limitée. Ce n'est plus la même chose. Avant, il n'y avait que des horlogers! J'ai eu une belle vie.» Son seul regret: sa femme, rencontrée chez Patek, disparue depuis 15 ans! «Belle, oh oui. Et d'humeur si heureuse. Je n'aurais pas pu mieux tomber. Elle avait 10 ans de moins que moi.» Et pour la première fois, ses yeux se teintent de nostalgie.

Au sous-sol de la maison de Georges Dubois, qui à ses heures perdues réparait des horloges anciennes et créait des objets, on découvre un atelier complet d'horlogerie et de petite mécanique, scrupuleusement aménagé au fil des décennies. Il a déjà fait don à sa commune d'une large partie de son imposante collection d'outils d'horlogers du XIXème et des débuts du XXème.

Micromètre (1)
«Le micromètre? On devait en faire un à l'école d'horlogerie. Un sacré exercice de précision. Une fierté. Il cote au 1/10ème».

Montre d'école (2)
«Ma montre d'école. On devait la réaliser intégralement. A la fin, j'ai reçu le Prix Golay & Stahl. C'est pour ça que Rolex m'a engagé.»

Petit avion en bois (3)
«Cet avion, c'est un Catalina. Les proportions sont parfaitement exactes. Je l'ai commencé à la hache, l'ai taillé dans une bûche. C'était dans une cabane, durant la guerre, quand j'ai été mobilisé à la frontière. J'ai toujours adoré le bois.»

Eléphant et statue en bois (4)
«L'éléphant, j'avais 18 ans quand je l'ai fait. C'était pour un copain. Pour sculpter la statuette, je me suis inspiré d'une image de la Côte d'Ivoire qui me plaisait bien.»

Outils (5)
«Parmi tous les outils, j'ai une préférence pour ce marteau, si élégant, si fin. Il est en laiton, et non pas en acier, pour ne pas abîmer les pièces qu'on martèle.»

Pistolet en bois (6)
«Ma fille devait aller à une fête costumée. Alors je lui ai fait un pistolet en bois avec mes tours. Je crois que ça m'a pris une après-midi.»

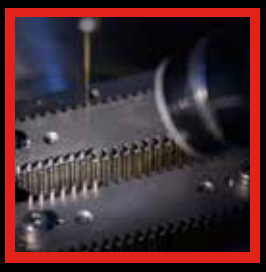
Cadeau de Patek Philippe (7)
«Cette montre, je l'ai reçue en 1973 pour mes 25 ans de boulot. Je ne l'enlève jamais, même quand je fais le jardin. Ça fait 45 ans que je l'ai au poignet.»

Texte: Pierre Maillard
Photos: Guillaume Perret / Lundi13

ARCOFIL

CONCEPTION

ÉLECTROÉROSION



ÉTAMPAGE

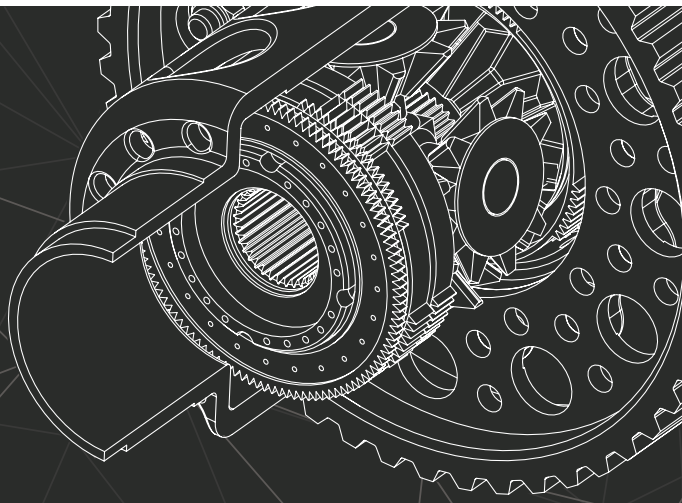
USINAGE CN

Mécanique de précision | www.arcofil.ch | 2610 St-Imier

HURNI ENGINEERING

MEMBER OF HEXAGROUP

AUTODESK® PRODUCT DESIGN & MANUFACTURING COLLECTION



Connectez, partagez, alignez vos systèmes
CAO, PDM, ERP & PLM

TECHNICAL WATCHMAKER SHOW LA CHAUX-DE-FONDS 19-23.03.2019

stand n° 30

WWW.HURNI.CH

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 utlisées 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.

CLIP INDUSTRIE

www.clipindustrie.ch

HELIXA-i Couplemètre de Précision

Le Couplemètre Helixa de Mecmesin est une solution idéale pour mesurer les variations de mesure entre de petits et moyens couples sur une multitude de produits fragiles ou de haute précision. Son alignement extrêmement précis le rend adéquat pour tester des assemblages de haute qualité présents dans les industries de la cosmétique, de la bijouterie, de l'électronique, de la pharmaceutique et médicale.

Les capteurs de couple Helixa (HTC) sont rapide et facile à fixer sur le banc d'essai Helixa. Les spécifications de la capacité et de l'étalonnage de chaque capteur individuel sont auto-détectées par le logiciel de pilotage Emperor.

En choisissant votre capacité parmi 7 capteurs de couples différents, vous avez la possibilité de mesurer de 0.1Nm jusqu'à 6Nm avec une précision incomparable de ±0.5% à la pleine échelle.
Accessoires précis pour sécuriser des échantillons très légers. Le contrepoids élimine le poids d'un accessoire pour tenir l'échantillon.

Le logiciel d'Emperor™ fourni a été spécifiquement conçu pour travailler avec les bancs d'essai. Il allie facilité d'utilisation avec des fonctionnalités de programmation performantes. Avec la programmation exhaustive et les commandes de calculs, il est simple de créer ses propres programmes pour évaluer la résistance mécanique des produits.

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

Brütsch·Rüegger Tools

UN VOYAGE À TRAVERS NOS ARCHIVES

1927 ·····► 1960 ·····► 2019

DOSSIER SPÉCIAL COMPILÉ PAR PIERRE MAILLARD

1927 Naissance de notre maison d'éditions. Une maison tournée essentiellement vers la promotion internationale de l'industrie horlogère. Des dizaines de magazines, revues et guides en français, allemand, anglais, espagnol, portugais, arabe, hindou, japonais, chinois… vont être édités et distribués dans le monde entier. Tous précieusement conservés dans nos Archives.

1960 A la naissance du Marché commun européen, suite au Traité de Rome de 1957, toutes ces publications aux titres différents mais au but semblable et couvrant l'ensemble des marchés mondiaux vont progressivement se décliner sous une seule et même appellation, **Europa Star**.

2018 Ce précieux trésor d'informations et de mémoire de toute l'industrie horlogère depuis plus de 90 ans dormait dans les épais volumes reliés de nos Archives. Nous avons pris la décision de tout numériser. Une tâche considérable, car il s'agit de traiter plusieurs centaines de milliers de pages et de créer un outil de recherche qui permette de pleinement les exploiter.

2019 Nous ouvrons à la consultation publique par souscription un premier lot de plus de 60'000 pages couvrant 60 ans de publication, de 1959 à 2019. En parallèle, au cours de 2019, nous continuons la numérisation des périodes antérieures qui seront mises à disposition en 2020.

1959 ·····► 2019 UN AVANT-GOÛT

Six décennies d'industrie horlogère. Six décennies de bouleversements (mais en est-il jamais autrement?). Et ça va vite. Au point que les horlogers (pas seulement eux) oublient aujourd'hui ce qu'ils ont fait hier. Et pourtant, que de leçons à tirer aujourd'hui des réussites, des aventures et des échecs d'hier.
A travers quelques thèmes choisis, les pages qui suivent offrent un avant-goût des recherches et des explorations qu'on peut mener dans ce corpus devenu vivant grâce à sa numérisation. Les archives ont tant à nous dire.

Rejoignez nous sur ww.europastar.com/club

'60s

LA JEUNESSE DONNE LE RYTHME

Début des années 60. L'après-guerre est terminé, le plan Marshall a permis la reconstruction de l'Europe, l'horizon s'éclaire, la jeunesse veut respirer, vivre, s'amuser. Tout bouge, les mœurs, la musique, la mode. L'horlogerie «de papa», un peu grise, terne, classique, a pris un coup de vieux. Elle doit se transformer, reprendre des couleurs, redevenir en phase avec un monde nouveau qui bouge vite, se transforme au rythme de la «société de consommation» qui impose partout un nouveau règne marchand. L'horlogerie, cette « vieille dame » comme la qualifie un publicitaire interrogé dans *Europa Star*, doit se mettre « à l'heure du twist ».

RENAISSANCE DU CHRONOGRAPHE

En 1963, nous écrivions: «La rédaction d'*Europa Star* croit en l'avenir du chronographe et se trouve de tout cœur aux côtés des horlogers qui ne craignent pas de faire des sacrifices pour développer un marché négligé, aux possibilités incalculables». A la même date, la Fédération Horlogère suisse lance à cet effet une vaste campagne de promotion du chronographe, en direction de la jeunesse et dans l'espoir de convaincre les «fabricants qui n'y croient plus» de se lancer à nouveau dans ce créneau pourtant plébiscité par les jeunes du monde entier.

LA «MONTRE DES ABYSSES»

Suite au «retentissement considérable» de son dossier chronographe, *Europa Star* fait en 1964 la promotion d'un «autre domaine réservé à la jeunesse: le monde sous-marin, qui exige endurance, vigueur physique et goût du risque.»
Le dossier «Abysses» explore tous les derniers développements de cette horlogerie technique en réservant une place de choix au pionnier Rolex qui, quelques années auparavant, le 23 janvier 1960, a frappé les esprits en fixant une Deep Sea Special à l'extérieur du bathyscaphe du Professeur Piccard. La montre a atteint ainsi la profondeur record de 10'900 mètres à laquelle la pression est d'environ 1 tonne par centimètre carré. Et est remontée parfaitement indemne.

’70s

LOURDS BOÎTIERS

Pendant quelques années, au début des 70’, la mode est soudainement devenue étrange. Finie l’élégance classique, la retenue et la finesse harmonieuse des boîtiers classiques. L’heure est désormais au massif, à la grosse «patate», de préférence inrayable mais toujours lourde au poignet. Cette mode assez étrange n’a depuis encore jamais connu de revival et les montres de cette trempe ne font pas les belles heures des collectionneurs. Elles sont passées par pertes et profits, mais sait-on jamais… On était certain que les chaussures à plateformes ne reviendraient jamais, et pourtant !

LA LUNE, NIRVANA DE L'HORLOGERIE

Comme l'écrivait *Europa Star* en 1969, avec un peu d'emphase mais assez justement, le premier homme à marcher sur la Lune, «portait à son poignet droit une Omega Speedmaster Professional, un fait inscrit à jamais dans la communauté horlogère et qui restera certainement gravé pour de longues années dans la mémoire de tout un chacun». C'est peu dire qu'à l'époque cet exploit a influencé quasiment tous les horlogers. En 1969, et dans les quelques années qui ont suivi, un nombre incalculable de marques ont tenté de capitaliser sur cet événement en faisant figurer leurs montres suspendues dans l'espace, sur fond de Lune ou accompagnées d'engins intersidéraux. Une véritable «épidémie».

ÉROTISME HORLOGER

Les événements de mai 1968 ont fait sauter le carcan des prudes années 50, des tabous sont tombés et l'horlogerie, si timide jusque là, s'est dévergondée. Oh, rien de terriblement torride mais les femmes dénudées ont commencé à vanter les vertus de la petite montre au poignet. Prétexte publicitaire destiné à attirer un peu plus l'attention des mâles horlogers – qui fournissent l'essentiel de son contingent – mais aussi signe des temps qui sont à une libération des esprits et des corps.

ET LA SWATCH VINT

Fin 1982, *Europa Star* présente dans ses colonnes «une nouvelle montre faite en matériaux synthétiques – la «Swatch» – dont la conception et la production répondent à un tout nouveau concept». A peine une année après, le magazine titre sur «Ces Swatch qui sèment la confusion dans le marché horloger». A l'hiver 1988, Swatch compte déjà 268 modèles différents vendus à plus de 40 millions de «fans». La Swatchmania bat son plein. Les collectionneurs italiens en sont devenus fous. La vogue ne tarira guère. Elle finira par donner son nom au groupe dont elle est issue. En 1988, «pour rendre hommage à l'histoire de la petite montre suisse symbole de la reconquête industrielle», la SMH devient le Swatch Group.

MORT DE LA MONTRE MÉCANIQUE?

Au début des années 80, la question se pose désormais de façon ouverte. La montre mécanique est au point mort, si ce n'est morte. Valentin Philibert, rédacteur en chef, demande sans ciller: «La Suisse va-t-elle arrêter de produire des montres mécaniques?» Le ton est lugubre: «Après avoir coulé lentement pendant cinq ans, nous avons à présent touché le fond. Tout semble s'être ligué pour détruire les fondations de ce qui était autrefois une industrie florissante et apparemment indestructible.» Brrr... Comme en témoignent toutes les nouvelles collections qui sortent, les années 80 seront celles du triomphe définitif du quartz ou ne seront pas. Curieux choix, rétrospectivement, de les illustrer comme le fait ETA dans les pages d'*Europa Star* par une traversée du désert ?

LE PHÉNOMÈNE FASHION

Les années 80 sont aussi témoins d'un phénomène qui fait irruption dans les cercles de l'horlogerie et qu'on appellera la montre fashion. Avec sa forte internationalisation en cours, sa diversification dans les accessoires, sa connaissance du retail, le monde de la mode veut sa part du gâteau horloger.

Un homme va symboliser cette vague montante, Séverin Wunderman, qui en juin 1988 inaugure non loin de Bienne, le chantier du nouveau siège «industriel et opérationnel» du Severin Group, dont le fleuron se nomme Gucci. Une aventure à fort succès, commencée dès 1972 et qui montrera le chemin à de très nombreux acteurs issus de la couture, du parfum, des accessoires. Quant à Séverin Wunderman, l'aventure Gucci lui permit d'acquérir Corum et d'y lancer ses Bubbles.

’90s

LES CHIFFRES TRIOMPHANTS DE 1991

La tendance haussière de l'horlogerie suisse se confirme effectivement en 1991 avec un total de 6.8 milliards de CHF à l'exportation, et ce malgré le déclenchement de la première Guerre du Golfe en janvier de cette année. Mais même au Moyen-Orient, les exportations redémarrent dès le mois d'avril. A la tête de son groupe, Nicolas Hayek jubile: c'est la meilleure année jamais enregistrée pour ses 12 marques et son empire industriel. Les ventes de montres finies et de mouvements ont augmenté de 34%. A elles seules, Omega, Rado et Longines représentent 33% des ventes en volume et près de 50% voire plus - les chiffres ne sont pas donnés - des profits en hausse.

LES MONTRES DE L'ANNÉE 1990

L'année 1990 est une année record, avec une production mondiale estimée à 753 millions d'unités et augmentation de 12,2% des exportations suisses. A noter que si, au niveau mondial, la production de montres mécaniques a globalement baissé, le contraire est valable pour la Suisse: les montres mécaniques sont en pleine croissance et les exportations sont tirées par la progression exceptionnelle de montres à complications et autres montres mécaniques «de luxe». La voie pour la décennie qui s'ouvre semble donc toute tracée, comme en témoigne ce florilège des plus beaux modèles de 1990 paru dans *Europa Star* au début de 1991.

2000

LE GRAND CHAMBARDEMENT DU RETAIL

Les réseaux de distribution traditionnels, le maillage des territoires par des horlogers de quartier, souvent des entreprises familiales, installés dans toutes les villes est en train de disparaître. A ceci, deux raisons: la forte émergence de la notion de marque et, en parallèle à leur réindustrialisation, les grands groupes qui se lancent dans une reprise en mains directe de leur distribution. D'un côté la filialisation des réseaux de distribution internationaux et de l'autre l'émergence des boutiques de marque en nom propre sonnent le glas du détaillant multimarques traditionnel. Le phénomène, initié au début de la décennie 2000, touche rapidement le monde entier. Nos correspondants en Italie, en Allemagne, aux USA, au Japon en témoignent régulièrement dans les colonnes d'*Europa Star*.

LE FUTUR HORLOGER VU DE L'AN 2000

Les tournants de millénaire sont propices aux peurs - le fameux «bug» de l'an 2000 - comme aux rêves les plus fous. En cet an 2000, *Europa Star* produit une édition Special Millenium dans laquelle nous présentons, notamment, les futurs envisageables de l'horlogerie, de la montre-internet (*www.europastar.com* a été lancé en 1997 déjà) à la montre de masse imprimée, en passant par la montre-hologramme ou aux designs les plus fous. Tout - et son contraire - semble désormais possible.

EXPANSION DU DOMAINE DES GRANDS GROUPES

Les années 2000 vont marquer l'expansion globale des grands groupes qui, venus du luxe, investissent lourdement l'horlogerie. Aux côtés du Swatch Group de base industrielle, Richemont s'affirme de plus en plus fortement au même moment où LVMH fait son entrée en horlogerie et multiplie les acquisitions dans le secteur du luxe horloger. La course à la masse critique, à l'intégration des moyens de production et à la verticalisation est lancée en pleine vitesse. Le symbole de cette frénésie expansionniste est le rachat en 2000 de LMH (Jaeger-LeCoultre, IWC et Lange & Söhne) par Richemont pour la somme, alors jugée délirante, de 3,08 milliards de CHF. Aux questions que lui pose *Europa Star*, Franco Cologni répond, impérial: «Nous avons payé cette somme parce que nous pensons que le luxe est éternel.»

La décennie que nous vivons, et qui tire bientôt vers sa fin, a vu se répéter les imperturbables cycles historiques constatés dans nos Archives depuis les années 60.
L'horlogerie est une flèche qui tourne en rond. Mais elle ne fait jamais exactement la même boucle. Un exemple: la crise technologique actuelle, soit l'accession de la montre digitale à la prééminence, rappelle furieusement celle du quartz. Qui, en proclamant comme *Europa Star* l'avait fait en 1980, que la montre mécanique était morte, aurait pu savoir qu'en 1985 déjà elle serait en train d'amorcer son retour?
Pour la presse aussi, la décennie 2010 représente une crise à la fois technologique, sociologique et économique. *Europa Star*, tout en ayant été très tôt actif sur le web, a toujours pensé que le papier resterait essentiel et incontournable. A condition de lui apporter un supplément d'intérêt, une plus-value rédactionnelle, un plaisir esthétique, une personnalité, une matérialité.
Ce que nous avons fait, au cours de cette décennie, en renouvelant profondément nos magazines, en approfondissant leur contenu et en leur donnant un graphisme de pointe.
Et comme les archivistes nous l'apprennent: seul le papier est la garantie de la mémoire. Une mémoire-papier plus que jamais indispensable, paradoxalement devenue plus vivante grâce au digital.

A SUIVRE...

A ce jour, nous avons numérisé très exactement **62'393 pages** d'archives, sur un total de plus de 300'000 pages. Nous avons commencé par l'édition pour l'Europe (de décembre 1959 à décembre 2016) suivie de l'édition Global (de janvier 2017 à ce jour).
Parmi les marques les plus citées figurent Patek Philippe, Omega, Rolex ou encore Longines, avec toutes plus de **1'000 pages** dans nos archives éditoriales. Presque toutes les marques hoprlogères existantes ou disparues ont eu une présence dans *Europa Star*.
Nous continuons la digitalisation de toutes nos publications depuis la création de notre maison d'édition **en 1927**.

En voici la liste complète:

- **1927** GUIDE RAPID, BULLETIN D'INFORMATIONS, BULLETIN DES ACHETEURS, BULLETIN GUIDE DES MACHINES (Switzerland)
- **1929** GUIDE DES ACHETEURS (Switzerland)
- **1940** ELEGÂNCIA E PRECISÃO (Brazil)
- **1942** INFORMATIONS TECHNIQUES (Switzerland)
- **1942** LA REVISTA RELOJERA (Argentina and Latin America)
- **1945** BELORA (Portugal)
- **1949** ORO Y HORA (Spain)
- **1950** ESTRELLA DEL SUR (Latin America)
- **1950** THE EASTERN JEWELER AND WATCHMAKER (Far East and Asia)
- **1950** AS SÂÂT WAL-DJAWÂHER / ORAFRICA (Middle East and Africa)
- **1959** EUROPA STAR (Europe)
- **1959** EUROTEC (Europe)
- **1967** EUROPA STAR / EUROTEC COMECON (Eastern Europe)
- **1967** EUROPA STAR USA & CANADA
- **1968** EUROPASTAR AFRICA, NEAR & MIDDLE EAST
- **1968** EUROPA STAR FAR EAST & AUSTRALASIA
- **1968** EUROPA STAR AMERICA LATINA Y BRASIL
- **1989** EUROPA STAR DIAMOND INTELLIGENCE BRIEFS
- **1975** EUROPA STAR JEWELLERY MAGAZINE
- **1993** EUROPA STAR ESPAÑA
- **1993** EUROPA STAR CHINA PRECIOUS
- **1997** EUROPA STAR/COUTURE INTERNATIONAL JEWELER
- **1997** EUROPA STAR/AMERICAN TIME
- **1997** EUROPA STAR HORA LATINA
- **1997** EUROPA STAR CHINA
- **1997** EUROPA STAR ASIA/MIDDLE EAST
- **1998** EUROPA STAR PREMIÈRE (Newsletter for Switzerland)
- **2001** EUROPA STAR WATCHES-FOR-CHINA
- **2003** EUROPA STAR BASEL TRIBUNE (ES-CIJ-NJ)
- **2004** EUROPA STAR INTERNATIONAL
- **2006** EUROPA STAR WEB SPECIAL USA & CANADA
- **2006** EUROPA STAR UKRAINE
- **2009** EUROPA STAR TRENDS & COLOURS
- **2015** EUROPA STAR PREMIÈRE (Newspaper for Switzerland)
- **2017** EUROPA STAR WATCH AFICIONADO (USA)
- **2017** EUROPA STAR GLOBAL

PRENEZ DÈS MAINTENANT VOTRE ACCÈS À 60 ANS D'ARCHIVES!
Un outil indispensable pour les professionnels de l'horlogerie et de la bijouterie.
Inscrivez-vous en quelques clics sur www.europastar.com/club

HISTOIRE D'UNE RÉUSSITE

MACHINES DE TRIBOFINITION, PRODUITS ET DÉVELOPPEMENT DE PROCÉDÉS

En tant que fabricant de machines et de produits pour le secteur de la tribofinition de haute qualité de petites pièces de précision, Polyservice vous propose une gamme complète de prestations. Choisissez votre partenaire qui, depuis 1967, peut répondre durablement à vos exigences.

POLYSERVICE
LA PRÉCISION EN FINITION

POLYSERVICE SA
Lengnaustrasse 6
CH – 2543 Lengnau
info@polyservice.ch
www.polyservice.ch

LISTE DES ANNONCEURS

Altmann Casting, Ipsach 13
Arcofil, St-Imier 43
Arrigoni-Laufer, La Chaux-de-Fonds 9
Artsupport, Rümlang 16
Astuto, Bevaix 11
Auchlin, La Neuveville 20
Bergeon, Le Locle 24
Brütsch/Rüegger, Urdorf 44
Clip Industrie, Sion 44
Coloral, Neuchâtel 29
Covatec, Bienne 23
Diametal, Biel 18
Dixi-Polytool, Le Locle **encart volant**
Dubois-Dépraz, Le Lieu **c.II**
Dünner, Moutier 41
Ebauches Micromécanique Precitrame, Tramelan 32
Elefil Swiss, Villaz-St-Pierre 5
EPHJ-EPMT-SMT 2019, Genève **3+30-31+c.III**
Feller Pivotages, Grenchen 37
Groh & Ripp, Idar-Oberstein 15
Hardex, Marnay 6
Horotec, La Chaux-de-Fonds **c.IV**
Hurni Engineering, La Chaux-de-Fonds 43
IMI Swiss, Le Locle 8
Incabloc, La Chaux-de-Fonds 17
Inhotec, Le Locle 36
Klein, Bienne 34
La Pierrette, Le Brassus 4
Laser Cheval, Marnay 25
Lécureux, Bienne **c.I+19**
MW Programmation, Malleray 28
Nano Cut, Onex 28
NGL Cleaning Technology, Nyon 27
ONEOF (H2i/Petitpierre), Cortaillod 40
Polyservice, Lengnau 57
Positive Coating, La Chaux-de-Fonds 12
Promotion, Altavilla Vicentina 7
Rédatech, La Chaux-de-Fonds 32
Rimann, Arch 20
Robert Laminage, Le Locle 35
Roxer, La Chaux-de-Fonds 11
Sarix, Sant'Antonino 34
Siams 2020, Moutier 38-39
Sigma Electronic, Bienne 4
Stettler Sapphire, Lyss 28
Stoco, Cortaillod 26
Suvema, Biberist 24
TWS 2019, La Chaux-de-Fonds 21
VOH, Courtelary 23
Witschi Electronic, Büren 12
Yerly, Delémont 10

Le bulletin d'informations sera présent à

Technical Watchmaker Show, La Chaux-de-Fonds **& Baselworld**

N'oubliez pas de réserver votre emplacement pour le salon ***EPHJ-EPMT-SMT 2019.***
Demandez une offre: vzorzi@eurotec-bi.com ou téléchargez votre formulaire sous www.europastar.biz

EPHJ EPMT SMT

SALON INTERNATIONAL

LEADER DE LA HAUTE PRECISION

HORLOGERIE-JOAILLERIE · MICROTECHNOLOGIES · MEDTECH

18-21 JUIN 2019

PALEXPO GENÈVE

AU CŒUR DE L'INNOVATION

20'000
VISITEURS PROFESSIONNELS

PLUS DE
800
EXPOSANTS

palexpo

WWW.EPHJ.CH

HoroSwiss SWISS MADE | PRECITEC QUALITY | HOROTEC SWISS L'outil Horloger... | SWISS METROLOGIE | ARY

" MAGTEST "

Un seul appareil pour : détection du degré de magnétisme en micro Tesla
démagnétisation
contrôle de la rémanence magnétique.

HOROTEC SA
Av. Léopold-Robert 105b
Case postale 837
2301 La Chaux-de-Fonds
SWITZERLAND
www.horotec.ch

Marché Suisse
T. +41 32 925 95 95
F. +41 32 925 95 96
swiss@horotec.ch

Export Markets
T. +41 32 911 21 21
F. +41 32 911 21 22
export@horotec.ch