Le design pour redynamiser l'horlogerie

SALON DE L'HORLOGERIE • *Sous pression, la branche parie sur la piste de l'innovation pour rester compétitive. Et dans cette optique, le design présente de belles opportunités. Démonstration au SIHH à Genève.*

RACHEL RICHTERICH

Ici, un coucou qui demande l'heure. Cet autre-là imprime le temps, toutes les soixante minutes, déroulant l'équivalent d'un an de papier sous sa petite machine à écrire. «On voit physiquement le temps passer», sourit sa créatrice, Wendy Gaze, en regardant le ruban de papier déjà au sol. Parmi les tourbillons, complications et autres prouesses horlogères des grandes maisons, le Salon international de la haute horlogerie (SIHH) invite cette année, pour la première fois, des étudiants de la Haute Ecole d'art et de design de Genève (HEAD). Signe qu'à côté de la recherche technique voire technologique, l'innovation doit aussi venir du visuel. «C'est assurément une piste à valoriser», affirme Jean-Daniel Pasche, président de la Fédération de l'industrie horlogère suisse (FH).

Le Salon invite cette année, pour la première fois, des étudiants de la Haute Ecole d'art et de design de Genève

Les affaires de la branche, troisième industrie suisse d'exportation et qui compte pour 2 à 3% du produit intérieur brut, ne sont plus ce qu'elles étaient. Les exportations ont reculé entre 3 et 4% l'an passé, note Jean-Daniel Pasche. Et le luxe n'échappe pas à la tendance, enregistrant un repli de 3%. Avec 95% de sa production vendue à l'extérieur, selon les chiffres de la FH, le secteur subit de plein fouet les effets du franc fort et le ralentissement économique chinois, son troisième marché clé. D'où la nécessité de se renouveler.

Métal au diapason

En la matière, Cvstos a fait preuve d'audace. Pour sa dernière création, présentée au salon concurrent World presentation of haute horlogerie (WPHH), le dessin a été confié à… un tatoueur. Les «skulls» (crânes) de Christian Nguyen, à la tête du salon carougeois Inkvaders, sont mondialement connues. Reste que son univers tranche avec les velours chatoyants: son aiguille a, entre autres, piqué le chanteur de Limp Bizkit, groupe américain corrosif qui mêle metal et rap. «Cette collaboration a amené un aspect tridimensionnel inédit à l'objet», se réjouit Jean-Luc Rossier, responsable des ventes de la marque. Et celles-ci s'annoncent prometteuses, confie-t-il, lui-même un peu surpris. «Le secteur a grand besoin de fraîcheur», insiste Christian Nguyen.

Une fraîcheur dont Roger Dubuis profite encore, en raison de son jeune âge – 20 ans. «On se permet d'explorer. Les codes sont moins stricts que dans des maisons établies depuis des décennies, voire des siècles», souligne son directeur de design produit, Lionel Favre. Celles-ci ne se reposent pas pour autant sur leurs acquis. «Le luxe, c'est l'inutile. Plus personne n'a besoin d'une montre. Je peux très bien lire l'heure sur mon téléphone», ironise Christian Knoop, directeur de la création chez IWC. «L'intérêt d'une pièce, c'est – outre le savoir-faire – sa beauté.» La marque accorde d'ailleurs grand soin au visuel de son stand. «Cette année, nous avons recréé l'univers élégant des pilotes des années 1930. En écho à nos montres d'aviateurs», confie l'architecte Christoph Grainger-Herr. Avec rien de moins qu'un avion suspendu.

Se remettre en scène

Les habituellement très sobres Jaeger-Lecoultre ont, elles, bénéficié du talent de l'exubérant chausseur parisien, Christian Louboutin. «C'est une manière de remettre en scène notre emblématique modèle Reverso, pour continuer à en parler», explique Stéphane Belmont, directeur du marketing et de la création de la marque.

«La créativité est, à égalité avec le savoir-faire, l'une des conditions pour revendiquer faire de la haute horlogerie», souligne Fabienne Lupo, présidente du SIHH. Une complémentarité à valoriser davantage, en améliorant notamment la formation, relèvent plusieurs des directeurs de création interrogés. «Elle est indispensable», insiste Jean-Daniel Pasche.

Une filière en design horloger existe depuis près de dix ans à La Chaux-de-Fonds. C'est dans cette même optique que la HEAD a inauguré sa propre filière en septembre, sous l'égide de Marco Borraccino. «On s'inscrit dans cette dynamique de vouloir donner un regard neuf», souligne-t-il. Avec la collaboration de la Fondation de la haute horlogerie (FHH), précise Fabienne Lupo. Une volonté de fraîcheur dont témoigne aussi la présence cette année de neuf maisons indépendantes. I

Wendy Gaze a imaginé un coucou qui imprime l'heure toutes les soixante minutes, permettant ainsi de visualiser le temps qui passe. DR

UN BALLET SALUTAIRE

Depuis une semaine, un ballet de limousines et minibus noirs aux vitres teintées anime Genève. Ils vont et viennent entre les palaces des quais et Palexpo, où s'achève le Salon international de la haute horlogerie (SIHH). Ou encore, à quelques minutes de là, la World presentation of haute horlogerie (WPHH), organisée par Franck Muller, dans son manoir devenu manufacture. Dans leurs couloirs feutrés, les marques du bout du lac ont dévoilé leurs plus beaux atours pour charmer les professionnels de la branche, réalisant une belle part de leur chiffre d'affaires.

Une belle opportunité aussi pour Genève. Le SIHH estime les retombées pour l'économie du canton entre 20 et 25 millions de francs. Un chiffre «tout à fait réaliste», selon Elisabeth Tripod-Fatio, chargée de communication à la promotion économique genevoise. «Ce calcul englobe les nuitées hôtelières, la restauration. Ainsi que les services engagés, de la sécurité au catering, en passant par la décoration.» Sans compter les innombrables soirées de gala, qui font la joie des taxis. Atila, chauffeur croisé au hasard d'un trajet, abonde: «Ces événements nous font le plus grand bien. La fin de l'année était difficile.» La faute à la conjoncture, qui plombe le moral du consommateur. Ce consommateur-là a l'avantage d'avoir un fort pouvoir d'achat et de débourser plus que la moyenne.
Aucun denier public n'a en revanche été engagé. Seule contribution du canton à l'événement, la présence de Pierre Maudet, conseiller d'Etat chargé de l'Economie, lors de la soirée d'inauguration mardi. RR

EN BREF

MATÉRIEL INFORMATIQUE

Des résultats en hausse pour Logitech

Logitech a amélioré sa performance au 3e trimestre de l'exercice 2015/2016. Alors que les ventes du fabricant vaudois de périphériques informatiques ont poursuivi leur progression, le bénéfice net a lui renoué avec la croissance, s'étoffant en un an de 3,7% à 65,1 millions de dollars (65,4 millions de francs). Le chiffre d'affaires trimestriel s'est quant à lui accru de 2,8% à 621 millions de dollars, a annoncé le groupe sis à Lausanne et Newark, en Californie. ATS

LE CAIRE

Accords chinois en Egypte

Le président chinois Xi Jinping a signé hier des contrats et des accords avec l'Egypte. Cela s'est passé dans le cadre d'une tournée au Moyen-Orient destinée à renforcer la présence de son pays dans cette région. M. Xi a promis une enveloppe de 55 milliards de dollars en prêts et investissements pour le Moyen-Orient. ATS/AFP

Le Parlement européen met le turbo

AFFAIRE VW • *Les membres de la puissante commission d'enquête sur le scandale ont été nommés.*

TANGUY VERHOOSEL, BRUXELLES

Le jour même où le patron de Volkswagen se rendait à la Commission européenne, à Bruxelles, le Parlement européen a constitué, hier à Strasbourg, sa commission d'enquête sur le scandale des émissions polluantes qu'a provoqué le constructeur automobile allemand.

Composée de 45 eurodéputés, nommés hier, qui bénéficieront également de larges pouvoirs d'investigation, la commission se réunira pour la première fois en février. Elle disposera alors d'un délai de douze mois pour enquêter sur le «dieselgate», engendré par la découverte aux Etats-Unis, en septembre 2015, d'un logiciel utilisé par le groupe VW pour réduire artificiellement les émissions de NO_x par ses véhicules lors de tests d'émissions polluantes. Le Parlement européen édictera en 2017 des recommandations, à l'intention de la Commission européenne et des Vingt-Huit.

La commissaire Elzbieta Bienkowska, a reçu hier le directeur exécutif de VW. KEYSTONE

L'Exécutif communautaire et les Etats membres de l'UE sont tous dans son collimateur, en effet. Les 45 eurodéputés ont été chargés d'enquêter sur les «violations» des règles européennes sur les émissions dont Bruxelles et les Vingt-Huit se seraient eux-mêmes rendus coupables, en fermant les yeux sur les agissements de certains constructeurs automobiles dont ils auraient pourtant eu connaissance.

Leur mission a été balisée, au terme d'un affrontement entre la gauche (et le Parti libéral) et la droite, au Parlement européen, dont la première est sortie gagnante.

«Nous devrons faire toute la lumière sur les liens troubles qui existent entre le lobby du secteur automobile, les services de la Commission européenne et tous les acteurs de cette mauvaise pièce», a déclaré, hier, l'eurodéputée française socialiste Christine Revault d'Allonnes-Bonnefoy. «Cette enquête ne devra pas se métamorphoser en tribunal d'inquisition, mais plutôt proposer des solutions», a rétorqué sa compatriote démocrate-chrétienne Françoise Grossetête, en redoutant une érosion des exportations européennes d'autos.

Le message de la majorité des eurodéputés a bien passé à la Commission européenne, où la commissaire en charge du Marché intérieur et de l'industrie, Elzbieta Bienkowska, a reçu hier le directeur exécutif de VW, Matthias Müller.

«La Commission veut que les consommateurs européens (les acheteurs lésés) reçoivent une compensation équitable» de VW, a indiqué la porte-parole de la commissaire, Lucia Caudet, en ajoutant que Bruxelles présentera «sous peu» des propositions législatives visant à imposer aux Vingt-Huit des tests indépendants sur les émissions polluantes des véhicules ainsi qu'une «surveillance européenne accrue» des Etats membres de l'UE. I