

EUROPA STAR PREMIÈRE

UN SERVICE EN LANGUE FRANÇAISE D'ARTICLES À PARAÎTRE DANS EUROPA STAR MAGAZINE

Vol.12, No 4

Genève, le 13 août 2010

"PÂTÉ DE VEILLE" ET "ENTERREMENT DE VEILLÉE"



Pierre Maillard,
rédacteur en chef,
Europa Star

Dans son ouvrage paru en 1942, *Les Cabinotiers* genevois, Eugène Jaquet, qui était alors le Doyen de l'Ecole d'Horlogerie de Genève, racontait ses souvenirs de jeune horloger, à la fin du XIXème siècle.

Parmi ceux-ci, il narre une jolie coutume: Le "Pâté de veille" et "l'Enterrement des veillées".

Le "pâté de veille" était le nom d'un repas rituel, pris en commun et payé par le patron à ses ouvriers, qui marquait le début de la saison des veillées. "Les veillées", c'était le nom que l'on donnait à cette longue période d'automne et d'hiver où, le jour déclinant, il fallait péniblement travailler à la lumière de faibles lampes. "L'enterrement des veillées" était le jour de fête qui marquait le retour de la lumière. Il se tenait "le premier lundi de la semaine pendant laquelle on pouvait se dispenser d'allumer les lampes." A "l'enterrement des veillées", c'était au tour des ouvriers de payer pour le patron. "Et malheur à ceux qui n'avaient pas la tête assez solide pour résister à la valse des bouteilles... Une médaille était décernée à celui qui, en cette occasion, avait le moins su se modérer, et il en était le détenteur jusqu'à la réunion suivante", raconte Eugène Jaquet.

On se prend à rêver d'une telle convivialité. Et puis, en y repensant, on se dit qu'elle existe toujours, qu'on l'a même rencontrée. Mais avouons-le, ce n'est que chez des "petits" qu'on l'a croisée, dans les ateliers, les modestes usines, dans les replis jurassiens du tissu des petites "fabriques". Dans les grandes maisons, c'est différent: la Direction des Ressources Humaines (dont l'acronyme, DRH, fait passer un peu de vent froid) veille d'un oeil tout professionnel à l'optimisation et à l'huilage des rapports sociaux, des rapports humains. Car comme son nom l'indique, l'humain est devenu une ressource.

Et si l'humain est "ressource", il n'est plus "but"! Oh, ça ne date pas d'hier. Eugène Jaquet, le déplore déjà, en 1942, qui poursuit son récit en disant "qu'autrefois, ces coutumes étaient de rigueur dans tous les ateliers sérieux; elles ont malheureusement disparu aujourd'hui, vu que dans les usines actuelles, qui ont remplacé la plupart des ateliers, les ouvriers ne se connaissent que très peu." Et quand on ne se connaît que "très peu", on ne fait guère la fête ensemble.

On pensait à tout ça, à la veille de l'été, dans les couloirs de l'EPHJ, à Lausanne, qui réunit un vaste ensemble de sous-traitants de l'horlogerie. Contrairement aux horlogers plus guindés, eux savent encore faire la fête ensemble. Même quand tout n'est pas rose. Le marketing y a desserré son empreinte et on y parle plus franchement et librement que dans les couloirs de Bâle. En un mot, c'est plus convivial, précisément. C'est plus "humain", à cette échelle. C'est plus "cash": ici, moins d'effets d'annonce. Et qu'entend-t-on? Eh bien que les grandes annonces bâloises n'ont, de loin, pas toutes été suivies d'effets. Qu'on n'a pas vu la couleur de la première commande de composant pour tel ou tel qui annonçait avoir explosé son propre carnet de commandes. Que si c'était en train de repartir, eh bien ça repartait lentement, c'est le moins qu'on puisse dire.

Au même moment, on lisait les statistiques mensuelles de la FH: "L'horlogerie suisse semble avoir trouvé sa vitesse de croisière durant le printemps. La valeur des exportations du mois de mai a progressé de 13,0%, pour atteindre un niveau de 1,2 milliard de francs. Cette hausse à deux chiffres a encore contribué à redresser nettement la moyenne mobile sur douze mois, qui devrait retrouver le chemin de la croissance vers la fin de l'été." Et on se pose des questions; ces statistiques sont-elles un faux-semblant? Quelles réalités recouvrent-elles, si l'on écoute nos sous-traitants? Y a-t-il du chinois là-dessous? Les stocks s'écoulent-ils ou font-ils simplement le tour de la planète?

Allez. Profitons du fait qu'ici c'est encore l'été, qu'on n'a donc pas besoin "d'allumer les lampes", et enterrons joyeusement les veillées. En espérant ne pas avoir à avaler trop de "pâtés" dans les semaines et les mois qui viennent.

SOMMAIRE DU MAGAZINE 4/10

europa star

NO 302 AOÛT-SEPT. 2010



EDITORIAL

The Pâté de Veillée and the Enterrement des Veillées

COVER STORY

The very consistent Duomètre à Quantième Lunaire

HOMAGE

A homage to Hayek

INTRODUCTION

Movements: a progressive return to the 1950s?

MANUFACTURING

The Swiss watch planet in movement

SOPHIE'S CHOICE

Ladies' complications fit for a princess

CHRONOGRAPHS

Inside the chronograph

MARKET REPORTS – CHINA

Tianjin Sea-Gull Watch

EXCLUSIVITY

Is exclusivity the final frontier of luxury?

BRANDS

Eberhard's new assets
From AJS to Chevrolet

BEHIND THE SCENES

Crystal clear

AFTER SALES SERVICE

Servicing mechanical watches -
an opportunity to shine

RETAILER PROFILE

Scottish time: Hamilton & Inches,
Edinburgh, Scotland

POST CARD

Postcard from San Diego - Training with
the Navy SEALs

WORLDWATCHWEB®

The secret of successful watch brand videos

LAKIN AT LARGE

Stop all the clocks

Europa Star Magazines

6 times per year worldwide

Subscription: SF 100.-/International: SF 140.-

www.worldwatchweb.com

LOMBARD ODIER

LOMBARD ODIER DARIER HENTSCH

www.lombardodier.com

LA TRÈS CONSTANTE DUOMÈTRE À QUANTIÈME LUNAIRE

Exactitude, précision, chronométrie sont au cœur de la recherche horlogère conduite par Jaeger-LeCoultre. Et ce n'est pas là un quelconque slogan publicitaire mais une véritable quête, comme l'a récemment démontré le Concours Chronométrie 2009, organisé par le Musée d'horlogerie du Locle. La Manufacture en a remporté haut la main les deux premières places avec sa Master Tourbillon arrivée en première position (909 points sur 1000), immédiatement suivie par la Reverso Gyrotourbillon en seconde position avec 908 points sur 1000. "Nous devons concourir car la précision mesurable détermine la qualité de nos produits", a déclaré à cette occasion Jérôme Lambert, le CEO de Jaeger-LeCoultre.

Cette haute exigence chronométrique, démontrée lors de ce concours par des montres à tourbillon, peut aussi emprunter d'autres voies, dont certaines sont totalement inédites, à l'image du très novateur concept "Dual-Wing" qui a donné naissance à la collection Duomètre. Une collection inaugurée en 2007 avec une première Duomètre à Chronographe et complétée cette année par une deuxième réalisation, la Duomètre à Quantième Lunaire.

Dualité et force constante

La mise au point du concept "Dual-Wing" répond en effet à un premier constat: dans l'horlogerie traditionnelle, toute mise en route d'une complication additionnelle aux fonctions horaires de base de la montre (heures, minutes, secondes) produit en quelque sorte des interférences en prélevant de l'énergie au barillet. Celles-ci altèrent la transmission constante et régulière de la force délivrée par le barillet au train de rouages et à l'échappement. Car l'activation d'une fonction qui n'est pas constamment entraînée par le rouage, tel que par exemple l'enclenchement d'un chronographe, l'émission d'une sonnerie ou encore le passage d'un quantième, sollicite de l'énergie provoquant mécaniquement une légère diminution de l'amplitude du balancier. En prélevant au barillet la force nécessaire à son fonctionnement, toute complication induit donc une petite variation dans la mesure du temps. Mises bout à bout, ces variations

IN MEMORIAM NICOLAS G. HAYEK



Au soir de la mort de Nicolas G. Hayek, le 28 juin 2010, j'ai trouvé posées côte à côte sur mon bureau, ces deux photos: la dernière et sublime Breguet Tradition, squelettée jusqu'à l'os même de la grande hor-

logerie, et une des plus récentes propositions de Swatch & Art, un memento mori de plastique, signé d'un artiste chilien, Ivan Navarro.

"You Stop You Die" est le nom de cette montre dont les heures sont indiquées par une tête de mort. C'est exactement ce qui est arrivé à Nicolas Hayek qui est mort en plein travail, à l'instant même où son cœur a marqué un "stop".

Entre ces deux montres, entre ces deux extrêmes de l'art et de l'économie horlogère se lit tout l'extraordinaire parcours de cet homme qui, à sa façon, a eu du génie.

On ne fait jamais que mesurer le temps qui nous est échu avant la fin.

Qu'hommage soit ainsi rendu à cet homme, qui fut aussi un grand vivant, et à qui la communauté horlogère mondiale doit quelques unes de ses plus belles pages.

Pierre Maillard

MOUVEMENTS: RETOUR PROGRESSIF AUX ANNÉES 50?

Pierre Maillard

Notre maison d'édition, qui s'appelait alors Hugo Buchser SA, du nom de son fondateur, a publié jusqu'en 1986 le fameux *Guide des Acheteurs*. C'était avant Internet, un autre monde. Y étaient répertoriées toutes les adresses du vaste tissu industriel horloger de la Suisse. Par curiosité, je suis allé dans nos archives et ai sorti un Guide des Acheteurs de 1950. J'ai tout de suite cherché à la rubrique "Mouvements" pour savoir qui à l'époque fabriquait de ces mouvements. J'ai répertorié... 268 fabricants de mouvements ancre (sans compter donc les fabricants de mouvements à cylindre ou de mouvements Roskopf). Parmi ceux-ci, 50 à Bienne, 50 à La Chaux-de-Fonds, 28 à Genève, 24 à Tramelan, 17 à Granges.

Un continent aujourd'hui disparu, englouti, absorbé, avalé progressivement - dès les années 30, de fait - par une suite d'entreprises de plus en plus puissantes: Ebauches SA, ETA, l'ASSUAG-SIHH, la SMH en 1985 puis enfin Swatch Group en 1997. A cette époque, l'immense majorité des ébauches suisses provient d'ETA.

Et puis, petit à petit, de nouveaux mouvements pointent çà et là. A la faveur du regain progressif et spectaculaire de la montre mécanique, les maîtres-horlogers indépendants sont parmi les premiers à démontrer que l'horlogerie mécanique n'a pas encore abattu toutes ses cartes, loin de là, et que d'immenses champs restent encore à explorer. C'est l'acte de naissance d'une "nouvelle" horlogerie mécanique qui, peu à peu, va contaminer tout le monde. Mais entre une production artisanale, aussi parfaite soit-elle, et les réalités de la production à niveau industriel, il y a plus qu'un pas, un gouffre.

Passer par-dessus ce gouffre implique de forts investissements. Les horlogers hésitent, après tout, ETA est là, avec ses inusables tracteurs éprouvés de longue date. Mais le coup de fouet final est à nouveau donné par Nicolas Hayek qui, en annonçant en 2002 qu'ETA cessera de livrer ébauches et kits dès 2006 (mesure reportée à début 2011) lance la course à la verticalisation. Celle-ci est rendue possible, financièrement, par le fait qu'entretiens, de puissants groupes concurrents se sont constitués, Richemont et LVMH, que Rolex s'est presque intégralement autonomisée et que tout le monde vogue sur une des plus grandes vagues euphoriques de l'histoire horlogère helvétique.

Aujourd'hui, alors que les marchés vont moins bien, un nouvel outil industriel fonctionne et est prêt à monter en puissance. Un nouveau tissu industriel s'est aussi partiellement reconstitué. Les initiatives pullulent. Il va falloir désormais rentabiliser ces très importants investissements. Europa Star dresse la carte des forces en présence. En deux parties: dans le numéro de septembre nous examinons les alternatives directes à ETA, et dans celui d'octobre/novembre, nous commenterons l'explosion des mouvements "in house".

LA PLANÈTE HORLOGÈRE SUISSE EN MOUVEMENTS

Le 18 décembre 2009, Nicolas Hayek frappe un grand coup et fait trembler le microcosme horloger suisse. En réponse aux questions de Bastien Büss, de l'AGEFI, il fait état de sa mauvaise humeur et se met à tonner: *"Nous sommes arrivés à un point de non-retour, de frustration et de colère de notre personnel en ce qui concerne les livraisons aux tiers, c'est-à-dire aux autres marques. Nous allons officiellement demander la permission à la Commission de la concurrence (Comco) de ne plus être obligés de livrer à tout le monde ou tout simplement à des tiers." Une décision qui concerne " tout ce que produit notre pôle industriel: des mouvements, des organes réglants et toutes les autres pièces d'horlogerie, comme les pièces d'échappement - ancrés, roues d'échappement et plateau de balancier -, et les pièces oscillantes, tels les balanciers ou les spiraux."*

Le coup est rude et, si la COMCO acquiesçait, il pourrait être asséné d'ici quelques années. Mais on sait qu'en termes de mouvement, et ce malgré les nouveaux outils de conception assistée, on compte en années.

Le sang du corps horloger helvétique

Swatch Group et ses bras industriels (essentiellement ETA, Nouvelle Lemania, Frédéric Piguet pour les mouvements, et Nivarox-FAR pour les assortiments - spiral, organe réglant) sont comparables au sang qui irrigue la majeure partie du corps horloger helvétique. Que l'on fasse une saignée et le corps s'en trouve déjà affaibli, mais que l'on pose un garrot et, dès lors, serait-ce la gangrène qui menacerait?

Car feu Nicolas Hayek a beau jeu de déclarer, toujours dans le même entretien, que *"le Swatch Group ne cesse d'investir dans son outil de production, citant le chiffre de 1,7 à 2 milliards de francs ces dernières décennies] alors que la majorité des autres horlogers se servent chez nous comme dans un supermarché et investissent en publicité."*

Car il est vrai que les horlogers qui, maintenant se demandent ce que l'avenir leur réserve ont, à leur façon, joyeusement scié la branche sur laquelle ils étaient assis sans souci. A titre anecdotique mais bien représentatif, un observateur de longue date du paysage horloger nous expliquait récemment que *"jusqu'au milieu des années 90, ETA accordait un rabais de 5% à tout horloger qui mentionnait dans sa communication l'origine ETA de ses mouvements."* Pas de quoi pousser à investir dans la fabrication de ses propres mouvements, tout au contraire. Mais depuis, le vent a tourné. Et les horlogers se sont déjà une première fois réveillés. A sa rude manière, Nicolas Hayek leur a rendu un fier service en avertissant en 2002 qu'aussitôt que possible - selon la décision de la Comco cette mesure prendra effet en janvier 2011 - son groupe allait dans un premier temps cesser la livraison d'ébauches et de kits, pour ne plus vendre que des mouvements terminés (et décorés). Une décision qui a contraint la plupart de ses concurrents à accélérer leur processus d'intégration et de verticalisation industrielle et qui a "boosté" les quelques fournisseurs indépendants qui, jusqu'alors, se limitaient à monter et à personnaliser les mouvements ETA qui leur parvenaient en kits. Sans parler des nombreux effets "collatéraux" sur le dense tissu industriel de l'Arc lémanique et de l'Arc jurassien (jusqu'au-delà des frontières). Cet effort de réindustrialisation dont nous pouvons aujourd'hui prendre la mesure, doit tout, ou beaucoup, à la décision prise par les Hayek de couper le robinet - et il n'y a aucune raison pour que le fils, désormais seul aux commandes, change de stratégie. En fait, une décision salutaire par bien de ses aspects.

Quelques chiffres

Faute de chiffres précis, on estime que le Swatch Group maîtrise entre 60% à 70% du marché des mouvements mécaniques, avec environ de 3 à 3,5 millions de mouvements sur un total annuel de 5,1 millions de mouvements mécaniques produits en Suisse (chiffres

faussent durablement la haute précision et la chronométrie de cette mesure.

Comment contourner cette difficulté inhérente à l'horlogerie classique?

Pour y parvenir, les horlogers de Jaeger-LeCoultre ont imaginé une solution véritablement révolutionnaire: loger dans un même calibre deux mécanismes horlogers indépendants, alimentés chacun par son propre barillet, et synchronisés par une seconde foudroyante entraînée par l'échappement. En séparant ainsi l'alimentation énergétique du mouvement proprement dit et celui de la complication, on assure une parfaite constance de l'approvisionnement énergétique apporté à l'organe réglant.

Coordination foudroyante

Dans la Duomètre à Chronographe de 2007, le premier rouage était ainsi utilisé uniquement pour la mesure du temps et le second pour le fonctionnement du chronographe. La Duomètre à Quantième Lunaire, basée sur le même concept innovant, fonctionne cependant différemment.

Le nouveau Calibre Dual-Wing Jaeger-LeCoultre 381 qui l'équipe est divisé en deux sections dotées chacune de son propre barillet et ressort-moteur fournissant chacun une réserve de marche de 50 heures (mais tous deux remontés par la même couronne qui, selon qu'on la tourne dans le sens horaire ou anti-horaire remonte l'un ou l'autre des barillets). Le premier mécanisme est dédié aux heures, minutes, secondes, seconde foudroyante, quantième et phase de lune, et le second est exclusivement dévolu à l'échappement. Ces deux mécanismes distincts sont associés et coordonnés par l'intermédiaire de l'aiguille de la seconde foudroyante. La Duomètre à Quantième Lunaire possède ainsi deux aiguilles des secondes: une seconde centrale traditionnelle et une seconde foudroyante accomplissant 6 sauts par seconde et donc précise au 1/6ème de seconde. Leurs deux roues d'échappement sont solidaires du même axe, l'une fonctionnant avec l'ancre et l'autre entraînant l'étoile de la seconde foudroyante. Lorsque l'on tire la couronne, les deux aiguilles reviennent instantanément à zéro alors que le mécanisme de l'échappement continue à battre, le balancier restant en fonction (tandis que dans un stop seconde traditionnel, celui-ci s'arrête).(...)

Lire l'article complet dans Europa Star 4/10

suite page 4

D'AJS À CHEVROLET

En 1998, André et Josette Saunier créent AJS-Production. Aujourd'hui, installée dans une nouvelle usine à Porrentruy, AJS détient un impressionnant portefeuille de 220 clients, dont tous les grands noms de l'horlogerie, du haut du moyen de gamme au haut de gamme, voire au très haut de gamme (nous pouvons en attester directement pour avoir vu les pièces en question en production). Pour ceux-ci, AJS produit cadrans, aiguilles, lunettes, boîtiers, boucles, masses, bracelets caoutchouc, ou encore des pièces de précision comme balanciers, roues dentées, pivots d'aiguilles, vis, couronnes, poussoirs, mais aussi des spécialités comme des capsules lumineuses brevetées, voire des mécanismes additionnels à l'image du très intéressant semainier conçu et réalisé pour Cuervos y Sobrinos. Enfin, AJS fait aussi du montage, de l'emboîtement ou du rhabillage de boîtes, de la décoration, du perlage et du gravage.

Polyvalences

C'est donc une entreprise extrêmement polyvalente, comme en atteste à la fois son organisation spatiale très fluide et les compétences croisées de ses employés. "Ici, nous n'avons pas d'ouvriers", déclare André Saunier, "nous n'avons que des responsables." Une affirmation corroborée par les intéressés eux-mêmes. Et grâce à cette responsabilisation généralisée et à une direction décontractée, il règne d'ailleurs dans ces locaux une ambiance tout à fait extraordinaire et très conviviale. Ce qui n'empêche pas, bien au contraire, l'efficacité et renforce la réactivité.

Sous-traitant direct ou parfois "sous-traitant de sous-traitant", comme s'en amuse André Saunier, AJS Productions a toujours été autofinancé, à part le leasing de son très performant parc de machines. Parmi celles-ci on a pu voir une nouvelle fraiseuse 5 axes Chiron, capable de traiter aussi bien les platines que les pièces d'habillage, ou une très performante et tout aussi polyvalente machine à usinage ultraprécis par électroérosion à fil. "La crise a un avantage," nous glisse André Saunier, "les machines sont vendues aujourd'hui à 50% de leur prix." Et puisqu'on évoque la fameuse "crise", on demande à André Saunier quelle est son sentiment, après le premier semestre 2010: "Depuis 12 ans, chaque année on augmentait notre chiffre d'affaires de 20%. (...)

Lire la suite dans Europa Star 4/10

2009), soit plus de 68%. ETA et les autres unités du Swatch Group équipent donc presque deux montres sur trois.

A ce chiffre de 3,5 millions de mouvements Swatch, on peut retrancher les quelques 600'000 montres produites presque intégralement par Rolex. Il reste donc un solde minimal (2009 ayant été une année basse) de 1 million de mouvements pour toutes les autres marques confondues. Or, comme l'expliquait dernièrement au Forum de la Haute Horlogerie Henry-John Belmont, consultant et ancien patron de Jaeger-LeCoultre, "ce ne sont certainement pas des marques isolées qui arriveront seules à faire face aux investissements nécessaires à la production de 1 voir 1,5 million de mouvements. La fabrication de 250'000 calibres de base de type ETA 7750 requiert en effet un financement de l'ordre de 100 millions de francs et le recrutement de 200 à 250 personnes. Outre les montants dont on parle, le problème crucial qui va se poser est celui du manque de personnel s'il faut trouver 800 à 1000 personnes, voire 1500 selon les besoins que l'on énonce".

On en n'est pas encore là car Hayek a bien voulu nuancer sa menace, se réservant le droit de, "pourquoi pas, continuer à livrer sous certaines conditions les quelques clients fidèles, sérieux, historiques." Quant aux autres, il s'en désintéresse, "il leur suffit d'investir ou de se regrouper", et ironise au passage: "Tout le monde prétend avoir une manufacture et pouvoir produire lui-même toutes les pièces d'une montre, même la plus compliquée." Alors au travail!

Mais quoiqu'il en soit, la COMCO va être saisie et de l'eau va encore couler jusqu'à décision finale. Le temps d'accélérer encore la marche à l'intégration verticale et à la diversification de l'offre.

Face à cette situation, quelles auront donc été les réponses des horlogers jusqu'à aujourd'hui? Depuis 2002, on a assisté en parallèle à un triple "sursaut": la montée en puissance de sociétés industrielles cherchant à offrir des alternatives directes à l'offre d'ETA, la verticalisation industrielle accélérée de marques créant leur propre mouvement manufacture et l'explosion d'offres de mouvements particuliers, semi-industrialisés, dans le haut de gamme mécanique.

D) CLONES ET ALTERNATIVES

L'offre alternative la plus importante et la plus "fidèle", dans tous les sens du terme, aux mouvements de base d'ETA est celle de Sellita. Dès l'annonce de la cessation de livraison des kits ETA, Sellita, qui assemblait et "customisait" pour des tiers environ 30% des ébauches ETA, a pris les devants en lançant sa propre fabrication de clones de calibres dont les brevets sont tombés dans le domaine public et qui forment le socle de l'offre historique d'ETA, les fameux et increvables "tracteurs" que sont les ETA 2824, 2834, 2836, 2892 et Valjoux 7750. On évalue la production de ces gammes Sellita SW200, SW 300 et SW 500 à environ un million de pièces par an. Gros avantages, sa compétitivité et le fait qu'étant parfaitement compatible elle permet d'assurer un service après-vente mondial car, d'Anchorage à Tombouctou, vous trouverez toujours un horloger s'étant exercé sur des mouvements ETA et donc capable de prendre en charge les réparations d'un clone Sellita. Racheté en 2008 par le groupe Festina, Soprod a également créé son alternative à ETA, sous le nom d'Alternance dont le premier rejeton est l'A10, un mouvement de base parfaitement compatible avec le célèbre 2892 (et l'élève dépasserait même le maître, selon différents experts). Un investissement chiffré à environ 18 millions de CHF. S'en suivront des déclinaisons, notamment une grande date ainsi qu'un chronographe, déjà annoncé mais qui, aujourd'hui, ne semble pas encore tout à fait au point.

L'objectif affiché publiquement par Soprod est de monter graduellement en puissance pour parvenir à une production de 300'000 mouvements. Mais on en est pas encore là.

Autre maison produisant des clones ETA, La Joux-Perret, dont la capacité annuelle se situerait aux alentours de 60'000 à 80'000 mouvements. Parmi ceux-ci, une moitié de clones ETA et une offre parallèle de calibres maison "à plus forte valeur ajoutée", à l'image d'un chronographe flyback.

Essentiellement, La Joux-Perret cherche à concentrer son développement dans ces catégories haut de gamme en produisant des "spécialités" que la marque entend réserver à de solides maisons avec lesquelles elle a développé et développe aujourd'hui des projets spécifiques. On évoque à ce propos des maisons comme Hublot ou des groupes comme Richemont (pour Panerai, entre autres) ou LVMH (TAG Heuer et Louis Vuitton).

D'autres maisons pourraient dans un proche avenir se mettre sur les rangs. Parmi celles-ci, un nom revient en boucle, Dubois-Dépraz. Historiquement, ce fournisseur de mécanismes et de

modules additionnels (chronographes, calendriers, simples, annuels ou perpétuels, répétitions quarts, cinq minutes et minutes, fuseaux horaires, phases de lune, réserve de marche) dont la clientèle est très large, avait déjà produit un calibre chronographe (sans roue à colonnes) qui a été industrialisé à 3,5 millions d'exemplaires jusqu'en 1970. La firme serait tentée de ressortir son propre mouvement chronographe. Compatible ou pas? Affaire à suivre.

Parmi les autres acteurs qui fournissent ou s'apprêtent à fournir en mouvements exclusifs (et non pas des clones ETA) des maisons tierces, citons encore Vaucher Manufacture, qui appartient majoritairement à la Fondation de Famille Sandoz, propriétaire par ailleurs de Parmigiani, et dont Hermès a pris une part de 25%, ou Fleurier Ebauches, qui appartient à Chopard.

Vaucher Manufacture a dû récemment en rabattre sur ses ambitions et a annoncé avoir réduit sa voilure en licenciant dernièrement le quart de son effectif de 210 employés. "La reprise dans le domaine de la fourniture de mouvements n'est pas aussi marquée que pour d'autres secteurs de l'horlogerie", selon Florian Serex, directeur général de la société, et "le profil de l'entreprise et l'offre de produits doivent être adaptés aux contingences du marché". Décryptage: les mouvements proposés par Vaucher Manufacture, de facture très classique, sont sans doute positionnés trop haut dans le contexte actuel et ne sont pas ou plus en phase avec la demande, notamment orientée vers des tailles plus généreuses que les 11 ou 12 lignes proposés. Une façon de montrer qu'il n'est pas si aisé que ça de se poser en alternative, et que le poids des investissements consentis n'y suffit pas.

Chopard, une alternative "business class"?

Avec sa L.U.C Chopard Manufacture, Chopard maîtrisait déjà la manufacture de ses propres mouvements, mais exclusivement dans le secteur de la Haute Horlogerie, avec, donc, une production restreinte. Fort de cette expérience très réussie - les mouvements L.U.C Manufacture ont d'emblée séduit par leur qualité, leur originalité et leur haut degré de terminaison - Chopard a décidé de passer à la vitesse supérieure et de produire ses propres ébauches, mais cette fois à un niveau véritablement industriel. Fondée en juillet 2008, la nouvelle société Fleurier Ebauches SA a donc pour objectif central d'accroître à long terme l'indépendance de la maison familiale en produisant dans les 4 à 5 ans environ 12'000 à 15'000 mouvements par an, dont 2/3 de calibres automatiques et 1/3 de chronographes: un investissement chiffré à quelque 15 millions de FS.

La nouvelle manufacture s'est installée à quelques centaines de mètres de la manufacture L.U.C, à Fleurier, dans un ancien bâtiment industriel entièrement rénové qui offre une surface de travail considérable de 5'100m² et dans laquelle, à terme, pourront travailler environ 50 à 60 personnes. Dans la première partie du bâtiment, d'ores et déjà terminée, on a pu admirer une impressionnante série de machines de production à grande capacité, des Precitrame MTR 312, dotées chacune de 9 unités de travail à 3 axes et 4 têtes d'usinage, soit au total 36 opérations menées conjointement. Comme le commentait avec ravissement Karl-Friedrich Scheufele, "les mouvements L.U.C c'est la Première Classe, ceux de Fleurier Manufacture c'est la Business Class". Autrement dit des volumes un peu plus élevés pour une qualité optimale. "Mais cela dit," ajoute M. Scheufele, "dans cette aventure, j'ai appris que le volume industriel est plus compliqué car tout doit être prévu et que la moindre des erreurs a de grosses conséquences". Le premier de ces nouveaux calibres, le FE 151, est actuellement en test Chronofiable. C'est un calibre automatique de taille polyvalente (28,8 mm) à trois aiguilles, avec saut de date instantané et fonction stop secondes, doté d'une réserve de marche de 60 heures. La deuxième étape sera un chronographe simple mais intégré. Ils équiperont dans un premier temps des collections existantes qui seront commercialisées autour de 7'000 à 8'000.- sur acier. Mais Chopard se réserve aussi le droit de pouvoir les livrer à des tiers.

II) STRATEGIES DE CONTOURNEMENT ET INDUSTRIALISATION

En dehors de la création de mouvements qui pourraient venir se substituer à un défaut de livraison d'ETA, les horlogers ont aussi massivement répondu à la menace en accélérant l'intégration verticale de leur production. Mais il faut prendre garde de bien nuancer les différentes annonces d'investissement et de distinguer entre véritable effort industriel et création semi-industrielle ou artisanale de mouvements en petite quantité. Tout le monde a pris la fâcheuse habitude de se faire appeler "manufacture" mais les véritables "manufactures", produisant en interne l'essentiel des composants nécessaires à la fabrication de leurs propres mouvements, sont extrêmement rares.

LES NOUVEAUX ATOUTS D'EBERHARD

Depuis 1969, Eberhard était essentiellement l'affaire d'un homme, Palmiro Monti. Celui-ci en était devenu l'actionnaire de référence et le dirigeant dès cette date. Pendant près de 35 ans, jusqu'à sa disparition en 2005, Palmiro Monti s'ingénia à revivifier et à développer cette maison horlogère née à La Chaux-de-Fonds en 1887 et dont la spécialité a, depuis toujours, été le chronographe, avec, notamment, le premier chronographe de poignet en 1919 (avec un poussoir à 4h), puis, en 1935, le chronographe à deux poussoirs avec arrêt et redémarrage de l'aiguille sans remise à zéro, ou, en 1938, le premier chronographe avec compteur des heures suivi l'année suivante, 1939, par le premier chronographe à rattrapante.

Après la fin de la seconde guerre mondiale, la marque se distingue à nouveau dans ce domaine en lançant le mythique chronographe "Extra-fort", caractérisé par sa remise à zéro à l'aide d'un poussoir coulissant.

Quand Palmiro Monti reprend la maison en 1969, c'est bientôt le trou noir de la grande crise horlogère suisse, provoquée par la déferlante du quartz. Mais celui-ci ne va pas lâcher prise et va s'efforcer de poursuivre dans cette voie de l'horlogerie à fort contenu technique, en lançant en 1984 le Chronomaster, puis la collection Navymaster ou encore le chronographe "Tazio Nuvolari", du nom du fameux coureur "fou" italien. En 1996, il frappe un grand coup en sortant la "8 Jours", première montre - à remontage manuel - à atteindre cette performance, grâce à deux barilletts dont un contient un ressort long d'1,35m! Mais positionné alors au prix de 2'600.-CHF, il est paradoxalement jugé "trop bon marché" à l'époque et ne rencontre pas le succès que méritait cette innovation.

Création d'une icône

Mais le modèle suivant créé par Palmiro Monti, quant à lui, frappera fort les esprits au point de devenir l'emblème absolu de la marque - et de le rester jusqu'à nos jours. C'est le fameux Chrono 4, créé en 2001, qui, exemple unique dans l'horlogerie, aligne quatre compteurs disposés horizontalement: heures, minutes, petite seconde et compteur GMT (...)

Lire l'article complet dans Europa Star 4/10

suite page 6

TIANJIN SEA-GULL WATCH

Jean-Luc Adam

A 30 min en TGV de Pékin, Tianjin, la plus ancienne cité industrielle de Chine. A 30 min en voiture de la gare, Sea-Gull, la plus ancienne manufacture horlogère chinoise. A sa porte nous accueille Jian Wang, le directeur général.

Baselworld 2008, halle 5, deux hommes énervés déboulent sur le stand Sea-Gull et jettent à la figure des responsables: «Dans votre double tourbillon, vous violez nos brevets!». Portée devant la Commission de la propriété intellectuelle, l'affaire se démonte en quelques minutes, «Ce calibre est absolument original», conclut impartial un expert indépendant.

Débuté, les accusateurs s'en sont pris au contre-exemple de la «copy watch» chinoise. Fondée en 1955, Sea-Gull est née de l'idée qu'après avoir passé des siècles à réparer des mouvements, les horlogers chinois pouvaient bien les fabriquer... Sea-Gull lança la première montre chinoise, la première montre chinoise pour dame, le premier chronographe chinois et la première montre chinoise à l'exportation. Bref, Sea-Gull est chinoise jusqu'au bout des aiguilles!

Europastar: Il paraît que Sea-Gull produit un quart des mouvements automatiques dans le monde, c'est vrai?

Jian Wang: Selon les statistiques 2007, sur les 20 millions produits dans le monde, 5 millions proviennent de notre usine. En termes de volume, nous sommes donc le premier producteur mondial de mouvements automatiques. Nous fournissons de nombreuses marques et seule une petite partie équipe nos garde-temps Sea-Gull.

Ils animent davantage des montres allemandes que chinoises...

Exact, les montres chinoises automatiques sont généralement équipées du calibre Citizen Miyota 8025. C'est à la fois une stratégie marketing et une culture de consommation en Chine, portée vers les produits importés. (...)

Lire l'interview dans Europa Star 4/10

Laissons de côté les grandes manufactures historiques - telles Jaeger-LeCoultre, Patek Philippe ou Vacheron Constantin - qui ont néanmoins toutes encore renforcé leur intégration verticale au cours de la décennie écoulée, et parfois de façon spectaculaire - et examinons de plus près les plus récentes industrialisations du secteur.

Le navire-amiral Cartier

La plus impressionnante montée en puissance manufacturière est sans conteste celle opérée par Cartier. En l'an 2000, Cartier décide de créer sa manufacture et de rassembler sur un site central, entre La Chaux-de-Fonds et Le Locle, les quelques 12 unités qui étaient jusqu'alors dispersées. Aujourd'hui, ce sont quelques 1000 personnes qui y sont rassemblées et qui exercent "185 métiers" (un chiffre qui semble énorme mais qui distingue en fait toutes les différents opérations menées ici dans les secteurs création, construction, méthodes, habillage, laboratoire matériaux, homologation, prototypage, mécanique, production intégrale de l'habillage, boîtes, bracelets (seule la production de cadrans n'est pas entièrement intégrée), verre minéral, aiguilles, sertissage, émaillage, anglage, décoration, assemblage quartz et mécanique, atelier de Haute Horlogerie, restauration, service après-vente, logistique). On ne connaît pas la taille de l'investissement concédé pour ce fabuleux navire-usine, (qui se compte en centaine de millions) ni le nombre exact de pièces qui en sortent (qui se compte en centaine de millier) mais ce qui frappe immédiatement le visiteur est l'excellence de la logique organisationnelle et industrielle, calquée sur les performances obtenues dans d'autres secteurs que le secteur horloger (notamment l'automobile).

Horlogerie en flux tendu

Une logique industrielle essentiellement conçue de façon à pouvoir travailler pratiquement en flux tendu. Gros avantage de cette structure très intégrée: une réactivité exceptionnelle aux fluctuations de la demande. *"Passer d'une référence à une autre est, pour nous, comparable à l'arrêt d'une F1 à un pit-stop"*, explique assez fièrement Jean-Kley Tulli, le directeur de la manufacture. Et de s'expliquer plus avant sur les tenants et aboutissants de cette organisation de la production: *"Longtemps, la diversité de nos produits, leur volume et la variation de la demande étaient relativement stables. Puis nous sommes passés à de nombreuses variations et le volume a augmenté. Nous nous sommes donc organisés de façon à synchroniser toutes les lignes de production. Nous sommes ainsi parvenus à diminuer le temps de passage des lots de produits de 250 jours auparavant à 50 jours aujourd'hui et, nous l'espérons, 20 jours demain. Les temps de transport ont été réduits à pratiquement zéro et les lignes de production ont été entièrement repensées dans le sens de la plus grande flexibilité. Auparavant, une ligne produisait un produit. Aujourd'hui, chaque ligne, organisée en modules, peut produire plusieurs produits. Nous avons pu ainsi accélérer les fréquences et nous avons découplés les métiers, les hommes des machines. Nous avons ainsi baissé les stocks et les encours."*

Une visite de la halle centrale, grande comme un terrain de football, où se produisent bracelets, boîtes et où s'effectue le polissage démontre de visu la pertinence de ces propos: les lignes de fabrication produits se succèdent verticalement le long d'une trame qui est organisée horizontalement par métiers. Les mêmes métiers sont donc tous juxtaposés côte à côte le long de la trame qui se développe ainsi en lignes de production verticales. Une organisation spatiale qui permet le passage d'une machine à une autre par métiers, une flexibilité et une réactivité supérieures.

Le nouveau Calibre de Cartier

Si nous insistons sur cette organisation, c'est pour souligner que l'ensemble de cette impressionnante manufacture répond à cette même logique, et, notamment, ce qui nous intéresse ici au premier chef, l'assemblage des mouvements mécaniques.

On a beaucoup parlé du nouveau "Calibre de Cartier" dont la maison fait aujourd'hui l'intense promotion. Le moteur de cette nouvelle ligne répond au nom de Calibre 1904 MC. C'est le premier mouvement automatique entièrement conçu, construit et produit à l'interne (mais en l'occurrence, ses composants sont produits chez ValFleurier, à Buttes, une entreprise appartenant à Richemont dans laquelle Cartier a ouvert un atelier qui lui est exclusivement dédié). Le 1904 est un 11^{mm} (25,6mm sur 4mm d'épaisseur) qui bat à 28'800 alternances/h (4Hz), avec double barillet, seconde centrale ou, à choix, petite seconde à 6h, stop seconde, mécanisme de quantième semi-instantané et rotor monté sur roulements

à bille céramique, dont le remontage à cliquet se fait dans les deux sens. Il est donc doté d'un très rapide chargement de sa réserve de marche (48h).

Développé sous la direction de Carole Forestier (ancienne responsable du bureau technique Renaud & Papi, appartenant à Audemars Piguet), qui a voulu en faire avant tout un mouvement précis, fiable et robuste, le 1904 MC est à la fois classique dans son exécution et son architecture, et moderne dans sa conception technique. Le double barillet est là pour assurer une bonne stabilité chronométrique en procurant la meilleure constance possible au couple ressort-moteur.

C'est le "véritable "tracteur" de base de Cartier, sa taille lui permettant d'équiper progressivement toutes les boîtes des différentes collections, dont la rectangulaire Tank américaine. Cette création s'inscrit donc dans la stratégie à long terme de Cartier qui tient à assurer la plus grande indépendance possible de ses approvisionnements. Une indépendance capitale, garantissant la flexibilité de production tant recherchée dans un monde horloger où la réactivité aux marchés est devenue, qu'on le veuille ou non, vertu cardinale.

TAG Heuer, débrider la croissance interne

C'est sans aucun doute pour des raisons identiques que TAG Heuer a également investi dans la production de son propre mouvement chronographe, le fameux 1887. (Notons en passant le tropisme actuel qui pousse les "nouvelles" manufactures à baptiser leurs propres mouvements de dates historiques).

Nous ne reviendrons pas sur la polémique qui a présidé à sa naissance, si ce n'est pour expliquer que, comme l'a dit Jean-Christophe Babin dans sa "défense", si la conception initiale de ce chronographe appartient bel et bien à Seiko Instruments, *"il a fallu, en vue de son industrialisation, reprendre à zéro tous les composants, car ils avaient été conçus avant l'apparition de la nouvelle génération de machines à commande numériques, qu'il a fallu se réapproprier tous les plans - il n'en reste plus un seul d'origine - et revoir toutes les tolérances en vue d'une production massive, alors que Seiko Instruments ne l'avait conçu au départ que pour une production de 5'000 pièces par an."*

En parallèle, TAG Heuer a pu mettre tout de suite en place une chaîne de production de la dernière génération afin de rapidement monter en puissance et produire les quantités nécessaires. *"Il y a trois ans, quand nous avons pris cette décision, nous étions bridés dans notre croissance et voulions réagir rapidement. Concevoir notre propre mouvement à partir de zéro était trop risqué, dans les délais que nous nous étions fixés. Mais en dehors d'ETA, aucun chronographe ne passait les tests très poussés que nous leur faisons subir; nécessaires pour une marque technique et sportive comme la nôtre, dont les chronographes sont véritablement portés. Sauf le chronographe de Seiko Instruments. Il a le même encombrement qu'un 7750, il a une roue à colonnes et un pignon oscillant, dont nous sommes les inventeurs historiques. Il a un système de remontage bidirectionnel simple et robuste..."*

Ce choix, qui représente un investissement d'une vingtaine de millions de CHF, dont 10 millions pour l'appareil de production, a effectivement permis à TAG Heuer de disposer d'une véritable alternative de haute qualité aux mouvements ETA qu'elle employait jusqu'alors. Et ce dans des temps records - un an et demi pour la mise en place de la chaîne de production intégrale, qui a fait opérer à la marque "un saut quantique", selon les mots de Guy Semon, l'athlétique directeur du bureau technique. Même si la maison reste dépendante du Swatch Group, et particulièrement des assortiments Nivarox. Il a d'ailleurs fallu du temps aux ingénieurs de la marque pour intégrer cet assortiment dans un mouvement qui n'était pas conçu pour ça! Mais c'est chose faite, et la "machine" tourne désormais à plein rendement.

Un outil dimensionné pour 50'000 chronos par an

Si les opérations d'assemblage et de montage se font intégralement à La Chaux-de-Fonds, la production elle-même a été installée à Cornol, dans le Jura, dans les locaux de Cortech, une entreprise de boîtes de montres qui appartient à TAG Heuer et qui produit 50% des besoins de la marque (en acier, or et platine).

Une unité de production de composants de mouvements y a été installée, dimensionnée pour 50'000 mouvements par an, mais ne tournant encore pour l'instant qu'au rythme de 25'000 mouvements annuels.

C'est un outil effectivement ultra-moderne, répondant à un concept d'usinage entièrement numérisé (y compris, par exemple, le graissage, ce qui est assez rare encore) fonctionnant 24h sur 24h par machines modulaires accouplées de façon à créer des lignes de produc-

LES SECRETS DES VIDÉOS HORLOGÈRES À SUCCÈS

Florent Bondoux, IC-Agency,
Luxury Digital-Marketing™

Alors que la communication horlogère tente de prendre de la vitesse dans le virage digital, savoir publier sur la toile des vidéos sur les marques qui intéressent réellement la clientèle n'est pas toujours évident.

Le boom des vidéos horlogères online

2 milliards ? C'est le nombre quotidien de vues effectuées sur Youtube, le réseau social leader dans le partage de vidéos online. 5.5 million ? C'est pour l'horlogerie, soit le nombre total (et non plus quotidien) de vues, concernant les vidéos des 25 marques horlogères analysées dans le WorldWatchReport 2010. La partie dédiée au Social Media de l'étude réalisée par IC-Agency en partenariat avec Europa Star décrypte notamment la manière dont les marques sont visibles sur ce réseau social. En cherchant de l'information sur les marques au travers du moteur de recherche interne de Youtube - le 2e le plus utilisé après Google aux Etats-Unis - on s'aperçoit rapidement qu'un grand nombre de vidéos est disponible : +5'000 pour Rolex, +2'300 pour Hublot et +1'900 pour Audemars Piguet par exemple. On y trouve de tout. Des aficionados arborant fièrement un modèle de haute horlogerie, aux spots publicitaires des marques en passant par les reportages et films corporate - sans oublier les vidéos de promotion pour la vente de contrefaçon - on est parfois assez loin des univers habituels et maîtrisés des marques.

La communication « Modèle » prime sur Youtube

Néanmoins, certains types de contenu sont plus populaires que d'autres. Pour identifier les facteurs clés de vidéos horlogères à succès, l'étude WorldWatchReport s'est intéressée à qualifier chaque vidéo selon son origine (d'où provient-elle?) et son contenu (de quoi parle-t-elle ?). Les résultats démontrent que les mini-films sur les modèles sont les contenus vidéos les plus appréciés par la communauté horlogère. En effet, 53% des vues totales des 125 vidéos analysées concernent les produits horlogers, contre 26% et 21% pour la marque et les ambassadeurs respectivement. (...)

Lire la suite dans Europa Star 4/10

**DISTRIBUÉ
DANS PLUS DE 150 PAYS
PAR 6 EDITIONS
GEOGRAPHIQUES
ET 4 SITES INTERNET
EUROPA STAR
EST L'AMBASSADEUR
DES MARQUES
HORLOGÈRES
SUR LES MARCHÉS
INTERNATIONAUX**

Europa Star HBM SA

tion (chaque pièce étant transférée automatiquement d'une machine à l'autre). C'est essentiellement une dizaine de pièces maîtresses qui sont fabriquées ici et livrées à La Chaux-de-Fonds: platines, ponts épais, pont des minutes, pont de chronographe, planche de masse. Roues, pignons, etc..., soit toutes les pièces de décolletage et d'étampage, sont traitées en externe, par un réseau de sous-traitance fidélisé. "Nous n'avons pas pour l'instant vocation à intégrer ces opérations. Le projet est déjà très ambitieux en-soi et, stratégiquement, nous nous en tenons là pour le moment", explique M. Lebigot, responsable mouvements sur le site.

D'emblée une unité ultra-moderne

Ces ébauches, ponts et platines sont ensuite expédiés chez TAG Heuer où une unité d'assemblage, également dimensionnée pour 50'000 pièces, a été montée spécifiquement pour le mouvement 1887, en une année et demi. Faute de pouvoir détailler dans le cadre de cet article la façon dont les quelques 60 opérations y sont menées, contentons-nous d'un constat: tout a été conçu de façon à assurer un suivi intégral et individualisé de chaque mouvement en montage, grâce à une large automatisation et un contrôle systématique, intervenant à l'issue de chaque étape. Monté sur une bague dotée d'un numéro et d'une data matrix (code-barres de nouvelle génération) chaque mouvement est suivi individuellement et entre dans une base de données qui retrace l'exhaustivité de son parcours. Entre un posage et l'autre, les mouvements circulent par paniers d'un magasin à l'autre. Automatiquement, l'opération à effectuer s'inscrit sur un écran individuel. En cas d'erreur ou de problème, la pièce est redirigée sur une piste réservée au décottage et un rapport est automatiquement généré, qui permet de savoir exactement où se trouve la pièce, à quelle étape.

Question contrôle, le filtre mis en place est impressionnant, avec pour but de garantir la qualité de la pièce finalisée. Au fil de son parcours, le mouvement en montage passera automatiquement par un contrôle d'ébat automatisé, un contrôle par caméra de son échappement, un réglage automatique dans 1 position, des tests automatisés de ses roues d'armage, des start/stop et rewind, des mesures laser de sa précision de marche (moyenne à plat, à zéro heure, sans chrono: entre +2 et +10), puis un visitage et des contrôles manuels.

Aujourd'hui, cette unité est encore en phase d'ajustement et produit environ 60 pièces par jour. Mais rapidement, elle devrait monter en cadences au fur et à mesure de la commercialisation du désormais fameux mouvement 1887. (Sur le mouvement lui-même, reportez-vous à Europa Star 2/10).

LA SUITE AU PROCHAIN NUMERO...

Nous poursuivons cette grande enquête, *La planète horlogère suisse en mouvements*, dans notre numéro Europa Star octobre/novembre : III) L'explosion des "mouvements manufacture", IV) Le haut du panier.



Saisir les opportunités et devancer les menaces d'Internet ?

Offrez à votre marque le sixième sens

Competitive Intelligence - Customer Insight - eStrategies - Reputation Management

www.ic-agency.com

EUROPA STAR PREMIÈRE est un service gratuit d'information en langue française réservé à nos annonceurs horlogers suisses. Le but de la publication est la diffusion en tant que référence rapide, des sommaires, extraits et sélections d'articles à paraître, de façon illustrée en langue anglaise, espagnole, chinoise et russe, dans les éditions internationales d'Europa Star, The World's Most Influential Watch Magazine & Website.

europa star

Publié par Europa Star HBM SA

Route des Acacias 25, CH 1227 Genève. Tel.022/307 78 37, Fax 022/300 37 48

Informations générales : contact@europastar.com, Rédaction magazine : editomagazine@europastar.com, Rédaction web : editoweb@europastar.com / Publicité Suisse, Italie, USA : cbayandor@europastar.com / Publicité Autres pays : nglattfelder@europastar.com / Administration, Comptabilité: cgiloux@europastar.com

Sites web: www.worldwatchweb.net, www.europastar.com, www.horlatina.com, www.watches-for-china.com, www.europastarjewellery.com

Les publications et sites web du groupe Europa Star HBM: Europa Star Europe, Europa Star International, Europa Star China, Europa Star USA & Canada, Europa Star en Español, Europa Star Ukraine, Europa Star Première, Europastar.com, Europastarjewellery.com, Europastar.es / HoraLatina.com, Watches-for-China.com, WorldWatchWeb.com, EuropaStar.com/the-knowledge, American Time, Watch Aficionado, International Jewellery, Trends & Colours, CIJintl.com, Ewotec, Ewotec.ch, Ewotec-online.com, Bulletin d'informations

SRO