

Hauptausgabe

24 Heures Lausanne
1001 Lausanne
021/ 349 44 44
www.24heures.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 29'304
Parution: 6x/semaine



N° de thème: 781.042
N° d'abonnement: 1089806
Page: 19
Surface: 195'705 mm²

24 heures | Vendredi 24 juin 2016

Vaud & régions

Vaud
Lausanne & région
Riviera-Chablais
Nord vaudois-Broye
La Côte

Vallée de Joux



Patient

Romain Gauthier, 41 ans et quelques dizaines de maîtres d'occupation par années, est souvent dépeint comme l'horloger combier qui monte. Comme chaque indépendant, il a dû trouver sa propre recette pour percer, ou du moins tenir, dans la haute horlogerie, où il ne suffit plus d'être un génie des rouages et des complications. Même pour lui, complice du «gagap» de l'horlogerie suisse Philippe Dufour. «Notre rôle est d'apporter quelque chose au patrimoine horloger suisse, explique-t-il. On y contribue à notre manière.» Dans son parcours, l'artisan a rencontré le succès après onze ans d'activité, dont trois pour développer son propre mouvement et sa «Logical One». Le modèle, présenté à Baselworld 2016 dans plusieurs versions, lui a valu en 2013 le Grand Prix d'Horlogerie de Genève. Jugé plutôt ce développeur prisé par Chanel a réinventé le vieux principe de la chaîne fusée, datant du XVIII^e siècle. Cette chaîne tenue par un limacon lent permet de distribuer une force constante du mécanisme, corrigeant celle du barillet. Le «gagap» de la précision, assure le jeune marque.

Les horlogers indépendants devront se réinventer

Dans un secteur en crise, les petites manufactures de la Vallée sont sous pression. Enquête

Erwan Le Bec Textes
Jean-Paul Guinand Photos

L'horlogerie suisse passe un mauvais quart d'heure. En mai, les chiffres révélés par la Fédération de l'industrie horlogère (FIH) indiquent un recul de 1% des exportations par rapport à l'an dernier. C'était 16,1% en mars. Il faut remonter à la crise de 2009 pour retrouver une chute similaire. En cause? La baisse des ventes depuis quinze mois sur le marché de Hongkong, plate-forme interna-

tionale d'import-export et principal point de vente des horlogers suisses. Derrière ces chiffres se cache toujours la même musique: le franc fort, le ralentissement de l'économie chinoise...

Loin de Hongkong, les «petits» horlogers indépendants d'ici subissent la situation de plein fouet. Si les grands groupes temporisent et augmentent leurs stocks, ces marques qui comptent une poignée d'employés et autant de montres produites par année font davantage la grimace. C'est notamment le cas de petites manufactures de la Vallée: des horlogers du

Lieu, de L'Orion, de L'Abbaye... Peu diversifiés, ils disent être devenus tributaires d'une série de rouages qui sont aujourd'hui tous dérogés.

Innovation menacée

Mais, même si les petites manufactures ne sont qu'une poignée chez les Gombiers, ces PME indépendantes sont un pilier vital de la place horlogère. «Elles contribuent à la richesse de la branche et à son innovation. Elles sont précieuses pour l'horlogerie suisse», résume le président de la FIL, Jean-Daniel Pasche.

Ce, notamment parce que, avec peu de moyens et des collections réduites, ces horlogers n'ont pas droit à l'erreur et doivent spécialement attirer les distingués. Rolex, Omega ou n'importe quelle grande marque peut mettre en vitrine une de ses montres classiques légèrement modifiée comme nouveauté à Baselworld, l'événement horloger de l'année. «Nous, si on ne présente pas chaque année une montre parfaite et unique, on est mort», explique Carole Dubois, de la maison Pierre DeRoche. Comme eux, la plupart des indépen-

dants ont choisi la voie d'une grande spécialisation, qui se révèle à double tranchant en ces temps difficiles. Et cette crise qui touche les indépendants combiers ne vient pas seule. Car, si la plupart des horlogers ont développé leur recette pour tirer leur épingle du jeu malgré les aléas (lire ci-dessus), plusieurs facteurs récents compliquent encore la donne. Les voici.

Ventes difficiles

On ne vend plus les montres de la Vallée aussi facilement qu'avant. En tout cas pas

Suite en page 21

L'Hôpital de Lavaux en pause momentanée

Calva Après un début d'année mouvementé marqué par le décès de son président et le départ récent de son directeur, l'établissement hospitalier marque le pas avant de se réorganiser et de s'agrandir. **Page 24**

Puits de lumière pour accueillir les collégiens

La Toune-de-Peuz Un bureau zurichois a remporté le concours d'architecture pour remplacer l'actuel Collège Courbet. Peu émergé, le projet «Semiramis» joue sur la captation de la lumière. **Page 25**



Les fiestas en plein air, casse-tête pour la prévention

La Côte Une fête de 200 gymnasiens a laissé débris et déprédations dans son sillage à Préverenges. Alors que les promotions approchent, le syndic juge la prévention insuffisante dans la région. **Page 27**

Hauptausgabe

24 Heures Lausanne
1001 Lausanne
021/ 349 44 44
www.24heures.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 29'304
Parution: 6x/semaine



N° de thème: 781.042
N° d'abonnement: 1089806
Page: 19
Surface: 195'705 mm²



Local

Carole Dubois vient d'être élue municipale au Chenit. Avec son époux, **Pierre Dubois**, elle gère la marque Pierre DeRoche, qui profite des mouvements de Dubois-Dépraz, fournisseur comblé de renom. Pour se faire un nom, cette jeune maison a misé sur un brevet et un système de montre à six secondes rétrogrades. C'est-à-dire, en plus des heures et des minutes, six aiguilles indiquant chacune dix secondes avant de revenir grâce à un ressort à talon.



Carte blanche

Après trois ans, l'ancien de Rolex **Lionel Betoux** assure avoir fait de la marque comblère Cabestan une manufacture qu'on regarde avec sérieux. Ce, notamment grâce à la carte blanche laissée à ses horlogers, qui ont développé un tourbillon sur trois axes. Au cœur d'un mouvement entièrement visible, cette extravagance volante de précision et de vitesse (3 hertz) a tout pour faire date.

Suite de la page 19

en passant par le commerce de détail et les canaux habituels, monopolisés par les grands noms de l'horlogerie. Pourquoi? «En période de tension, les «petits» ont plus de difficulté à se faire une place en vitrine, poursuit Jean-Daniel Fasche. Les marques ont leurs exigences, et offrent une aide publicitaire pour atteindre les marchés.» Sous couvert de l'anonymat, certaines sources dénoncent des pressions sur les reven-

indépendant comblé. Et pour cause. Depuis 2014, le fabricant de mouvements ETA, géant suisse appartenant au groupe Swatch, a entrepris de diminuer ses fournitures aux clients externes. Autre cas de figure, une grande maison peut décider de produire elle-même certains composants. «Rolex l'a, par exemple, fait récemment, faisant perdre 80% de ses revenus à un de mes sous-traitants», poursuit cet horloger. D'une façon générale, ces auxiliaires de la production horlogère rechignent souvent à produire les pièces peu standards que demandent les indépendants, pour seulement quelques dizaines d'exemplaires par année.

Le défi du Swissness

Ce devait être une bonne nouvelle pour la haute horlogerie, mais le sujet divise en coulisses. Pour janvier 2017, la branche attend l'entrée en vigueur du Swissness: la législation qui doit renforcer la protection de la petite croix suisse des utilisations frauduleuses. Dans le cas de l'horlogerie, et pour avoir droit à son «Swiss made», la proportion suisse du coût de revient d'une montre devra atteindre 60%, habillage compris, contre 50% auparavant. Mais, même pour les poids plumes horlogers situés dans les gammes supérieures, cette lutte contre les toquantes composées à l'étranger va conduire à un effort certain pour gagner ces 10% de valeur nécessaire. C'est leur marge qui est menacée.

Quelle place, demain, pour ces indépendants? «Il y en a une», assurent-ils, à condition de trouver sa recette en dehors des plates-bandes des «grands». Philosophe, Vincent Jaton abonde. «L'horlogerie est un monde constamment sous tension, conclut-il. Ce qui est sûr, c'est que changer la façon de faire et de vendre ses montres est plus que jamais indispensable.»

«L'horlogerie est un monde constamment sous tension. Ce qui est sûr, c'est que changer la façon de faire et de vendre ses montres est plus que jamais indispensable»

Vincent Jaton Directeur de l'Espace horloger au Sentier

deurs, qui préfèrent réduire la place des «petits». Les détaillants ont surtout tout à gagner en optant pour les montres et les marques connues: ce sont celles dont le service après-vente est établi, et surtout qui se vendent plus facilement. «Développer des montres ne suffit plus, estime Vincent Jaton, directeur de l'Espace horloger au Sentier. Il faut savoir transmettre sa passion.» Sans doute l'horloger le plus connu de Suisse, Philippe Dufour, ajoute: «On vit une pleine révolution de la distribution.»

Matériel plus rare

Deuxième écueil, la multitude de fabricants de pièces ou de mouvements horlogers qui fournissent les marques vivent des temps mouvementés. «On peine à avoir de quoi monter des mouvements de bases», dit un