

Carl F. Bucherer
Sous le signe de la raie manta
Page 16

EUROPA STAR PREMIÈRE

LE JOURNAL DE L'ÉCOSYSTÈME HORLOGER SUISSE

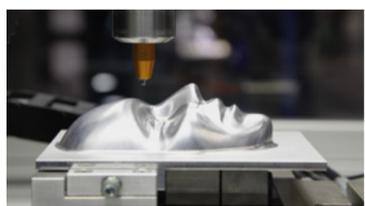
NO 3/17 (Vol.19) JUIN 2017 | 7.00 CHF € | EUROPA STAR.COM

ÉDITORIAL

De l'horlogerie aux technologies médicales

PAR SERGE MAILLARD

Alors que l'on désigne souvent le rendez-vous annuel des professionnels de l'industrie comme l'«EPHJ» (pour Environnement Professionnel Horlogerie Joaillerie) par commodité de langage, l'une des trois branches du salon EPHJ-EPMT-SMT semble être particulièrement observée cette année: celle des technologies médicales ou SMT (lire à ce propos l'interview d'Alexandre Catton en page 27). Les changements profonds à l'œuvre dans le secteur horloger n'y sont pas étrangers: le rétrécissement de ce marché s'impose avec dureté aux acteurs de la sous-traitance. Les géants de la branche acceptent de débours des sommes colossales pour sauver leurs marques en rachetant massivement les stocks d'inventés et en finançant des boutiques tournant à petit régime; mais leur manne ne s'étend bien évidemment pas à leurs fournisseurs...



De même que les détaillants se tournent de plus en plus vers la bijouterie – promesse de marges plus élevées, de liberté retrouvée et de... respirer un peu – les fournisseurs scrutent de leur côté avec intérêt et envie le médical.

Les processus mêmes de fonctionnement de la branche ont bien changé, avec la concentration des compétences au sein des manufactures elles-mêmes, entraînant donc un rétrécissement structurel autant que conjoncturel du marché pour les fournisseurs. Nul ne doute que la reprise est en vue, mais sans doute pas avec autant de promesses ni dans la

même configuration qu'auparavant. Alors, de même que les détaillants se tournent de plus en plus vers la bijouterie – promesse de marges plus élevées, de liberté retrouvée et de... respirer un peu – les fournisseurs scrutent de leur côté avec intérêt et envie le médical.

Quelques chiffres montrent la force de cette activité qui, comme l'horlogerie, trouve l'un de ses pôles mondiaux entre Arc lémanique et Arc jurassien. Avec un chiffre d'affaires de plus de 14 milliards de francs, elle commence à tenir la dragée haute à l'activité horlogère. Comptant les États-Unis et l'Allemagne comme premiers marchés, elle est moins sensible aux mutations drastiques d'un pays au fonctionnement pyramidal comme la Chine, où un mouvement de la tête au sommet secoue toute la nation avec vigueur.

Surtout, on sent dans cette activité une dynamique et un état d'esprit qui rappellent ceux des années dorées de l'horlogerie conquérante. Les dépenses en recherche et développement se chiffrent en centaines de millions de francs chaque année dans la région, qui accueille sans cesse de nouveaux acteurs. Rappelons que La Suisse compte la plus importante proportion de salariés dans le secteur medtech de toute l'Europe.

De quoi attirer des fournisseurs horlogers dont l'expertise microtechnique et le travail de précision sous des contraintes normatives fortes sont reconnues. L'entreprise biennoise Cendres + Métaux, championne des implants dentaires et qui lance parallèlement un nouveau mouvement horloger, en est un très bon exemple, tout comme le groupe Acrotec, dont les activités nombreuses sont bien détaillées dans ce numéro. On semble se diriger toujours plus vers un tissu industriel suisse composé de groupes à la taille critique et aux compétences multiples, actives tant dans l'industrie horlogère que médicale, et d'autres encore. Pour résister aux reculs qui peuvent affecter tantôt la Watch Valley, tantôt la Health Valley, dont le salon se veut le «premier ambassadeur».

Alors, parlera-t-on un jour d'abord de salon «SMT», par commodité de langage? C'est à voir! ■

Les secrets des marques de volume



RAL Chamber par Docubyte

PAR SERGE MAILLARD

Au début de l'année, *Europa Star* a consacré un grand dossier à la question des prix des montres suisses, qui ont explosé entre 2000 et 2013, avant de connaître – en particulier depuis l'an passé – une correction rapide. Nous nous sommes ensuite intéressés, ce printemps, au sort des classes moyennes, une catégorie essentielle pour l'avenir de l'industrie.

Dans ce Chapitre 3 de l'année jubilé d'*Europa Star*, nous descendons encore d'un cran, hors de cette «stratosphère» horlogère essentiellement suisse et luxueuse, pour mettre en lumière ceux que nous appelons les 99%. C'est-à-dire ceux qui produisent l'immense majorité du quelque 1.2 milliard de montres fabriquées chaque année dans le monde. En Chine pour la plupart, mais ornées bien souvent de grands

noms de la mode, lorsqu'ils sont produits en sous-traitance, en licence ou private label.

Que peuvent-ils nous apprendre, qui sera aussi utile pour les 1% de l'industrie, qui composent l'essentiel de la valeur et sur qui tous les projecteurs sont braqués? Voici les leçons des 99%, qui servent parfois de laboratoire voire d'avant-garde de ce qui sera (ou non) adopté par le haut du panier. (Lire le dossier en page 4)

PUBLICITÉ

EMBRACE TIME

Our story, our brand, our passion. Carole & Pierre Dubois

PIERRE DEROCHE
VALLEE DE JOUX