

LES CHIFFRES



SIHH Acronyme de Salon international de la haute horlogerie. Il a vécu cette année sa 28^e édition. Où? À Genève, dans les halles de Palexpo. À l'origine, il regroupait dix maisons du groupe Richemont. Aujourd'hui, il accueille 35 marques et concurrence directement la Mecque du secteur, Baselworld.

SIHH

LEXIQUE

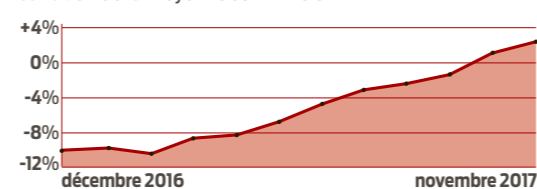


PhotoPQR/Le Dauphine/MaxPPP

HAUTE HORLOGERIE Difficile de donner une définition exacte de ce terme, qui est avant tout un concept de marketing. Elle serait donc à l'horlogerie ce que la haute couture est à la couture: le haut du panier, là où ne figureraient que des manufactures défendant des valeurs d'excellence ultimes et la transmission de savoirs séculaires.

EXPORTATIONS HORLOGÈRES SUISSES: NOVEMBRE 2017

Variation de la moyenne sur 12 mois



Principaux pays d'exportation

Pays	Mios de CHF	Variation	Part
Hong kong	259,7	+4,4%	13,1%
États-Unis	196,8	-0,4%	10%
Chine	162,7	+39,8%	8,2%
Royaume-Uni	126,9	-1,9%	6,4%
Japon	124,1	+22,5%	6,3%

STATISTIQUES L'embellie des exportations s'est poursuivie à la fin de l'année dernière. Les chiffres publiés en novembre par la Fédération horlogère (FH) indiquent une croissance de 6,3% par rapport à la même période de 2016. La reprise demeure toutefois «inégaie», indique la FH. En Asie, ça flambe sur plusieurs marchés, en Chine, à Hongkong et au Japon.

L'HORLOGERIE TIENT SA FASHION WEEK

GENÈVE Le 28^e Salon de la haute horlogerie (SIHH) a fermé ses portes hier. Il ambitionne de devenir le Davos du secteur. Pourrait-il, un jour, détrôner Baselworld? Certains le disent.

Fabienne Lupo, présidente et directrice du Salon international de la haute horlogerie, tient à sa formule. Elle l'a répétée à l'envi dans tous les médias qui lui ont donné la parole cette semaine: elle ambitionne de faire de la manifestation genevoise le Davos de la branche. Autrement dit, un sommet annuel incontournable, un rendez-vous exclusif, certes avant tout réservé aux professionnels, mais pas seulement. En tout cas une manifestation ultra-connectée, ouverte à de «nouvelles expériences», proposant des lieux de rencontres et de débats dépassant largement les seules préoccupations du monde horloger. On a pu déguster un avant-goût de cette évolution avec, cette année, l'adjonction d'espaces iné-

dités, notamment destinés aux blogueurs et «influenceurs» qui occupent les réseaux sociaux.

L'idée, si l'on a bien compris, c'est de décloisonner quelque peu la niche de la haute horlogerie. Laquelle, même si on s'amuse à regrouper l'ensemble des produits des 35 maisons présentes à Palexpo, ne doit représenter qu'un petit pour-cent de la production horlogère mondiale.

Vitrine à mettre en valeur

Le premier salon de l'année peut-il se transformer en véritable Fashion Week, au même titre que celles qui rythment les capitales mondiales de la mode? L'avenir le dira. C'est en tout cas l'ambition de Fabienne Lupo, qui mise donc beaucoup sur ces nouveaux acteurs numériques pour entretenir

le buzz. À cet effet, il faut bien sûr les nourrir avec de belles montres très chères qui font rêver, puis ajouter à cela une touche de glamour, avec plein de *beautiful people* chargés de porter les objets en question. On ne parle pas ici des amateurs et collectionneurs en mesure de dépenser de plusieurs milliers à quelques millions de francs, mais des stars hollywoodiennes généreusement payées pour jouer les ambassadeurs. La semaine dernière, ce fut un défilé continu. Du jamais-vu.

BAUME & MERCIER

Clifton Baumatic
Selon nos pointages et ceux de nos confrères, il s'agit de la montre la plus abordable du salon: quelque 2300 francs pour ce modèle, dont le mouvement mécanique à remontage automatique a été développé en interne. Ce n'est pas l'objet le plus époustoufflant de la semaine. Mais ce n'est pas une raison pour le snober. Pour ceux qui aiment les montres classiques et sobres.



La montre la plus abordable

Peu importe que la plupart d'entre elles ne sachent même pas ce qu'est une montre. «Tout ce «tralala», comme vous dites, n'est pas incompatible avec notre rendez-vous professionnel, rétorque Fa-

exceptionnelle de l'horlogerie et du savoir-faire suisses.»

Aux yeux de la patronne du salon, ce n'est pas seulement la branche qui a tout à gagner de cette évolution, mais également Genève



«**Nous voulons faire du SIHH le sommet annuel de l'horlogerie**»

Fabienne Lupo, présidente et directrice du Salon de la haute horlogerie

bienne Lupo. Au SIHH, on continue à faire du business dans l'ambiance plus feutrée des bureaux. C'est notre raison d'être. Elle le restera. Nous cherchons simplement à mieux mettre en valeur cette vitrine

et le reste du pays. «Il y a de quoi donner à ce sommet annuel un retentissement mondial», conclut-elle, enthousiaste.

● TEXTES THIERRY BRANDT
thierry.brandt@lematin.ch



JAEGER-LECOULTRE

Polaris automatique

Comme toujours chez Jaeger-LeCoultre, c'est parfait. Cette nouvelle collection, qui rend hommage à la Memovox Polaris née en 1968, affiche une maîtrise totale des détails, qu'ils soient techniques ou visuels. Le tout souligné par une sobriété exemplaire.

PARMIGIANI

Bugatti Type 190

La maison de Fleurier (NE) collabore avec le constructeur automobile depuis 2004. Les modèles issus de ce partenariat sont aussi exclusifs que les voitures. Tel celui-ci, né en même temps que la Chiron, dont le mouvement mécanique à remontage manuel est inédit: un moteur cylindrique coaxial développé pour l'occasion. Réservé aux collectionneurs fortunés. Prix de la version acier: 260 000 francs.

La montre hommage



La montre de tous les superlatifs

H. MOSER & CIE

Swiss Icons Watch

Chaque année, avec beaucoup d'humour, la marque indépendante schaffhouseoise s'arrange pour faire le buzz avec une pièce unique, décalée. Celle-ci est ensuite vendue aux enchères, au profit de la Fondation pour la culture horlogère suisse. En 2017, elle était venue au salon avec une montre dont le boîtier était composé de fromage. Cette année, elle a présenté cet objet étonnant, qui emprunte ses codes esthétiques à plusieurs modèles iconiques de marques prestigieuses. Les amateurs les reconnaîtront. Résultat: elle a fait grincer les dents de certains, qui ont obligé H. Moser & Cie à la remballer illico. On n'a plus le droit d'en parler. Sauf nous, juste pour embêter les horlogers qui n'ont pas d'humour.



La montre interdite

MONTBLANC

1858 Geosphere

La marque installée au Locle (NE) adore réinterpréter les modèles du passé. Et ce n'est pas par manque d'inspiration. Témoignage de cette magnifique réalisation, qui affiche le temps universel grâce aux demi-globes tournants figurant les deux hémisphères.



La montre vintage

La montre la plus chic

LA MONTRE HERMÈS

Carré H

La maison Hermès n'est pas forcément connue pour ses objets horlogers, quand bien même elle développe ce secteur depuis des années. Avec succès. Cette montre de forme est une réussite fort agréable à regarder.

