

revue **fh**

N° 10
8 juillet 2021



Fédération de l'industrie horlogère suisse FH
Verband der Schweizerischen Uhrenindustrie FH
Federation of the Swiss Watch Industry FH

www.fhs.swiss

IMAGINATION

ONE WORLD ONE VISION



WATCHMAKING | JEWELRY | PRECIOUS STONES | WRITING INSTRUMENTS

NEUCHÂTEL

PLACE DU PORT • ESPLANADE LÉOPOLD-ROBERT • BEAULAC

1 - 6 SEPTEMBER 2021
SALON INTERNATIONAL

IMAGINATION.SWISS



Editorial



Janine Vuilleumier

En raison de la situation sanitaire, l'assemblée générale de la FH s'est à nouveau tenue par voies écrites cette année. Parmi les différents points approuvés à l'ordre du jour, citons la réélection de Jean-Daniel Pasche à la présidence de la Fédération pour un ultime mandat de trois ans. Détails en page 4.

Dix ans de partenariat, mais aussi dix ans d'amitié lient une maison horlogère et une compagnie de sauvetage aérien. Tout au long de cette décennie, plusieurs garde-temps développés en étroite collaboration avec les pilotes de la base ont été réalisés. Ces pièces doivent non seulement résister aux conditions extrêmes rencontrées lors de sauvetages en montagne, mais aussi faire preuve d'une grande fiabilité malgré les champs magnétiques émis par les instruments du cockpit. Les deux partenaires viennent également d'ouvrir une boutique commune, proposant leurs produits et services respectifs.

Une «étoile», brillant au firmament d'une maison horlogère, affiche extravagance et impertinence. Si de jour l'une de ses versions étincèle de 60 diamants baguette, la nuit, elle arbore des facettes étincelantes. Cette prouesse est rendue possible grâce à un procédé qui consiste à enduire les rails des diamants de Super-LumiNova, une pâte qui procure aux pierres une brillance lumineuse sans pareil. Une seconde technologie brevetée permet quant à elle d'appliquer la matière fluorescente sur les détails du mouvement, offrant ainsi un spectacle nocturne grandiose. Découverte en page 48.

Toujours impacté par la pandémie, ce premier semestre prend fin, orphelin de tous les salons horlogers et de la sous-traitance reportés cet automne. Espérons donc que, cette année, la rentrée soit riche en découvertes, que nous nous ferons un plaisir de partager avec vous au fil des prochains numéros. Dans l'attente, nous vous souhaitons un tout bel été!

Due to the health situation, the General Meeting of the FH was once again held in written mode this year. Among the items approved on the agenda was the re-election of Jean-Daniel Pasche as President of the Federation for a final three-year term. Details on page 7.

A watch company and an air rescue firm are linked by years of partnership, as well as ten years of friendship. Throughout this decade, several timepieces have been developed in close collaboration with the base's pilots. These timepieces must not only withstand the extreme conditions encountered during mountain rescues, but also demonstrate great reliability despite the magnetic fields emitted by the cockpit instruments. The two partners have also just opened a joint boutique, offering their respective products and services.

Shining in the firmament of a watch Maison, a "star" radiates a blend of extravagance and

impertinence. By day, one of its versions sparkles with 60 baguette-cut diamonds, while at night it displays glittering facets. This feat is made possible by a process that consists of coating the grooves that hold the diamonds in place with Super-LumiNova, a paste that gives the stones an unparalleled luminescent glow. A second patented technology enables the fluorescent material to be applied to the details of the movement, staging a magnificent night-time show. Discover it on page 50.

Still impacted by the pandemic, this first half of the year is coming to an end, without any of the watch and subcontracting shows that have been postponed to this autumn. Let's hope that season will bring a wealth of discoveries, which we will be pleased to share with you in upcoming issues. Meanwhile, we wish you a wonderful summer!

Impressum

Rédaction / Editorial

Fédération de l'industrie horlogère suisse FH
Rue de l'Argent 6, 2502 Biel/Bienne
Suisse / Switzerland
Tél. +41 (0)32 328 08 28
info@fhs.swiss / www.fhs.swiss

Rédactrice en chef / Editor in chief

Janine Vuilleumier (janine.vuilleumier@fhs.swiss)

Assistants éditoriaux / Editorial Assistants

Gabrielle Müller & Florian Blanchard

Publicité / Advertising

Média Marketing Sàrl, Salvatore Suriano
Grand-Rue 18, 2036 Cormondrèche
Tél. +41 (0)79 445 80 91
suriano@m-marketing.ch

Impression / Printing

W. Gassmann SA
Ch. du Long-Champ 135, 2501 Biel/Bienne

imprimé en
suisse

Parutions: 18 fois par an
Tirage: 1'400 exemplaires

Publication frequency: 18 times a year
Print run: 1,400 copies

Abonnements annuels

- » Gratuit pour les membres FH
- » Suisse: CHF 280.-
- » Europe: CHF 450.-
- » Hors Europe: CHF 500.- (y compris port avion)

TVA 2,5% non comprise. Pour tous renseignements ou changements liés aux abonnements, s'adresser à: florian.blanchard@fhs.swiss

Annual subscriptions

- » Free of charge for FH members
- » Switzerland: CHF 280
- » Europe: CHF 450
- » Outside Europe: CHF 500 (including freight costs)

VAT of 2.5% not included. For all information and changes of address relating to subscriptions, kindly contact: florian.blanchard@fhs.swiss

Copyright

Les informations contenues dans la Revue FH ne peuvent être reproduites, même partiellement, sans autorisation de la rédaction.

Information contained in the Revue FH cannot be reproduced, even partially, without prior authorisation from the editor.



10 Diamants: comment garantir leur authenticité? Diamonds: how can one guarantee their authenticity?

Contents

INFOS FH

- 7 **FH General Meeting** In written mode for the second time running
- 19 **watch.swiss.official** How to address consumers directly
- 22 **ISO/TC 114 congress** First edition via videoconference

VIE DE LA BRANCHE

- 28 **Alpina** We Shape the Change
- 30 **Jaeger-LeCoultre** The 1931 Café celebrates 90 years of the Reverso
- 33 **Louis Erard** A triptych by Alain Silberstein
- 34 **Hublot** Official timekeeper of the Bol d'Or Mirabaud
- 35 **Blancpain** Creation of the Female Fifty Fathoms Award
- 37 **Victorinox** New distribution centre
- 39 **Breitling** Partnership with Ironman endurance races
- 41 **Tudor** Partnership with Alaïa
- 43 **Greubel Forsey** 100% plant-based straps
- 45 **In brief**

NOUVEAUTÉS

- 52 **New models**

EN PARALLÈLE

- 58 **Bucherer** The Zurich store expands with a Gallery
- 59 **Baselworld** The Basel exhibition is back

FOSC

- 92 **FOSC extracts** from June 14th to 27th 2021



24 Hamilton et Air Zermatt: partenaires depuis 10 ans
Hamilton and Air Zermatt: partners for 10 years



48 Roger Dubuis: une nouvelle tribu pour une nouvelle étoile
Roger Dubuis: a new tribe lands as an icon ascends

Sommaire

INFOS FH

- 4** **Assemblée générale FH**
Une seconde édition par voie écrite
- 18** **watch.swiss.official**
Comment s'adresser en direct aux consommateurs?
- 21** **Congrès ISOT/TC 114**
Première édition en vidéoconférence

VIE DE LA BRANCHE

- 28** **Alpina** We Shape the Change
- 30** **Jaeger-LeCoultre** Le 1931 Café fête les 90 ans de la Reverso
- 31** **Louis Erard** Un triptyque signé Alain Silberstein
- 34** **Hublot** Chronométrier officiel du Bol d'Or Mirabaud
- 35** **Blancpain** Création du Female Fifty Fathoms Award
- 36** **Victorinox** Nouveau centre de distribution
- 37** **Breitling** Partenariat avec les courses d'endurance Ironman
- 40** **Tudor** Partenariat avec Alaïa
- 43** **Greubel Forsey** Des bracelets 100% végétaux
- 44** **En bref**

NOUVEAUTÉS

- 52** **Nouveautés en bref**

EN PARALLÈLE

- 58** **Bucherer** La boutique zurichoise s'étoffe d'une Gallery
- 59** **Baselworld** Le salon bâlois est de retour

FOSC

- 62** **Extraits de la FOSC** du 14 au 27 juin 2021

REVUE DE PRESSE

- 66** Longines: tradition et innovation

Prochaine Revue :
Next edition :

19.08.2021

Assemblée générale FH: une seconde édition par voie écrite

Comme en 2020 et toujours en raison de la situation sanitaire, l'Assemblée générale ordinaire de la FH s'est à nouveau tenue par voie écrite et sous contrôle notarial. Ce moment clef de l'année permet de présenter une rétrospective des activités 2020 de la Fédération, étoffée d'un point de situation au premier semestre.

Jean-Daniel Pasche

Evolution conjoncturelle

L'année 2020 a connu une situation tout à fait exceptionnelle, causant une forte baisse d'activité pour le secteur du luxe et de l'horlogerie en particulier. Le printemps a vu la production s'interrompre pendant de longues semaines et les marchés s'arrêter en raison du confinement qui a touché une bonne partie de la planète. La deuxième vague pandémique durant l'automne a causé de nouvelles perturbations.

L'horlogerie a été très affectée par la crise sanitaire et les restrictions qu'elle a imposées, au tourisme international notamment. Canal important pour les ventes de montres suisses, le *travel retail* est tombé à un niveau extrêmement faible.

Dans ce contexte si particulier, les exportations horlogères suisses se sont élevées à 17,0 milliards de francs, contre 21,7 milliards une année auparavant, soit une baisse de 21,8%. Ce recul est comparable à celui enregistré en 2009 (-22,3%) lors de la crise financière et ramène le résultat à son niveau de 2008. Après un deuxième trimestre historiquement bas (-61,6% par rapport à avril-juin 2019), la tendance s'est progressivement redressée pour voir le quatrième trimestre fléchir de 4,3% seulement, malgré un contexte toujours très défavorable.

De janvier à mai 2021

Avec le premier trimestre 2021 s'est ouverte une période particulière. D'une part, l'effet de base sera extrêmement marqué durant le deuxième trimestre et devrait induire des progres-

sions mensuelles inédites. D'autre part, les perspectives de retour à la normale ont commencé de s'améliorer significativement, permettant d'envisager un redressement solide.

Ainsi les exportations horlogères suisses ont affiché une progression de 6,6% par rapport à 2020 durant le premier trimestre, pour une valeur totale de 5,1 milliards de francs. Ce net redressement est imputable à la forte hausse du mois de mars (+37,2%). En comparaison avec 2019, le premier trimestre s'est inscrit en très légère baisse (-1,3%), indiquant ainsi un quasi-retour à la normale.

Avec le constat d'un premier trimestre encourageant, les campagnes de vaccination nationales, la situation déjà favorable de plusieurs marchés importants et l'amélioration des perspectives économiques, les prévisions pour la branche ont été revues à la hausse. Le niveau d'incertitude reste élevé et il est dif-

ficile d'établir un calendrier précis. Le retour à la normale pour les exportations horlogères initialement prévu pour le second semestre 2022 pourrait néanmoins devenir réalité nettement plus tôt. Le bémol tient au fait qu'il s'agit d'une moyenne avec un fort écart-type et que certains acteurs connaîtront par conséquent de plus grandes difficultés.

Etat des membres

En 2020, la FH a perdu sept membres, généralement à cause de difficultés financières, non-paiement des cotisations ou de cessations d'activités. Par contre, elle a accueilli cinq nouveaux membres. Au 1^{er} janvier 2021, la FH regroupait 457 membres en tout, soit 245 membres directs et 212 membres indirects, «indirect» signifiant que ces entreprises sont membres FH par l'intermédiaire de leur association respective de fournisseurs.



La FH mobilisée face au Covid-19

Malgré la pandémie, la FH a pu maintenir ses principales activités. Elle s'est particulièrement mobilisée pour faire valoir les intérêts de la branche dans la gestion politique de cette crise sanitaire et économique sans précédent. Dès le mois de février, elle a ainsi été en contact direct et permanent avec les autorités fédérales ainsi qu'avec economie-suisse afin de coordonner l'appréciation de la situation et pour faire état des préoccupations et des attentes de l'économie. Elle a régulièrement pris position sur les différents trains de mesures mis en place pour soutenir l'activité et maintenir les emplois ainsi que l'outil de production.

Sous l'égide d'economiesuisse, plusieurs points de situation détaillés ont été fournis à intervalles réguliers en ce qui concerne notamment la marche des affaires, l'évolution de l'emploi et de l'investissement, l'adéquation des mesures de soutien et les perspectives à court et à moyen terme, afin de renseigner aussi précisément que possible les autorités politiques pour leurs prises de décisions.

La FH a aussi participé aux différentes tables rondes convoquées par le Conseiller fédéral Guy Parmelin, ainsi qu'aux délibérations de la Commission pour l'économie du Secrétaire d'Etat à l'économie.

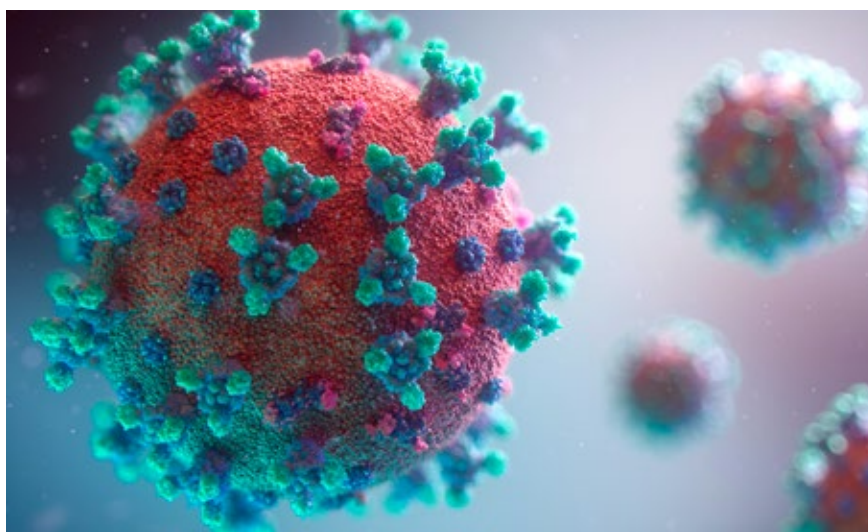
Dans certains cas, la commission économique de la FH et d'autres associations patronales, sectorielles ou régionales, ont également été sollicitées afin d'affiner encore davantage l'analyse de la situation et d'identifier les mesures souhaitables pour la branche.

Plusieurs courriers cosignés par la FH ont par ailleurs été adressés aux autorités fédérales afin de préciser les attentes de l'économie au fil des mois. A ce titre, elle a notamment fait part de sa déception concernant le report de la réouverture des commerces horlogers suisses à la sortie de la première vague de contamination. Plus tard, lors de l'apparition de la deuxième vague et au vu des difficultés rencontrées notamment par le secteur de la sous-traitance, elle a surtout insisté pour

que le Conseil fédéral renonce à toute nouvelle mesure de confinement, de quelque ampleur que ce soit.

Affaires réglementaires

Le nombre de réglementations techniques que les produits horlogers doivent respecter continue d'augmenter et les évolutions dans ce domaine sont rapides. Il était donc nécessaire que la FH adapte ses moyens de communication à l'intention de ses membres afin d'améliorer l'efficacité et la rapidité du transfert d'informations. C'est



ainsi qu'un nouveau bulletin apériodique a vu le jour au mois de novembre, distribué par courrier électronique à près de 600 intéressés. Ce service est à disposition de tout membre FH qui en fait la demande, sachant qu'il est possible d'enregistrer plusieurs destinataires pour une même société.

Autre nouveauté dans la communication des informations avec les membres: les guides réglementaires FH. Ces documents, produits simultanément en deux langues, sont destinés à faire une synthèse des principales informations dont les membres FH ont besoin pour comprendre et appliquer certaines réglementations. Ces guides sont consacrés en priorité aux réglementations qui génèrent le plus d'interrogations. Les thématiques abordées à ce jour portent sur la Proposition 65 californienne, REACH et RoHS, ainsi que la base de données SCIP.

Alors que le projet de réglementation européen évoquait l'élimination des piles non rechargeables et suite aux interventions de la FH, le mémorandum de la Commission européenne ne recommande finalement pas l'élimination complète - ni même partielle - des batteries portables non rechargeables.

Dans le cadre du projet de norme australienne concernant la sécurité des piles bouton, les démarches entreprises ont permis la reconnaissance d'un risque plus faible pour les montres haut de gamme, ainsi que l'obtention d'une certaine flexibilité dans le choix des pièces testées et des essais à réaliser.

La FH a pris position sur le projet de restriction des substances sensibilisantes dans les cuirs et textiles en contact avec la peau. A ce sujet, le Comité d'analyse socio-économique de l'Agence chimique européenne a rendu son rapport au mois de juin 2020. Ce document reprend la principale proposition défendue par la FH, à savoir le relèvement du seuil proposé pour le chrome hexavalent dans les cuirs de 1mg/kg à 3mg/kg. Sans cette modification, l'avenir des bracelets en cuir tanné au chrome - représentant la majorité des cuirs - aurait probablement été compromis.

Les autorités chinoises avaient soumis à l'OMC (Organisation mondiale du commerce) un projet de norme concernant les substances chimiques dans les montres. Elles espéraient la faire entrer en vigueur prochainement. Ce projet visait toutefois à imposer que les montres pour adultes »

» exportées en Chine soient conformes à des exigences normalement réservées aux enfants, correspondant notamment au risque d'ingestion de petits composants de bijouterie. Estimant ces mesures disproportionnées, la FH a invité le Secrétariat d'état à l'économie d'intervenir auprès de l'OMC et demander une modification de la norme. Suite à cette intervention, les autorités chinoises ont décidé de suspendre cette norme et de procéder à une révision complète du projet.

Lutte anticontrefaçon

En 2020, le programme d'actions anticontrefaçon mené par la FH, bien que fortement modifié suite à la pandémie du Covid-19, n'en a pas moins été consistant.

Après plusieurs mois de calme résultant des mesures étatiques pour enrayer la propagation de la maladie, plusieurs actions ont été menées dès fin juillet, notamment dans le souk Al-Attaba du Caire, qui semble être un des principaux lieux de circulation et de vente des contrefaçons horlogères. Quelque 13'000 fausses montres ont été saisies lors d'une première opération, menée dans un magasin et son local de stockage, et 6'500 autres découlant d'une deuxième intervention effectuée en août.



Emirats arabes unis / United Arab Emirates

Début novembre, la police, qui a pu remonter une filière de contrefacteurs, a réalisé un beau coup de filet en saisissant un total de 19'000 faux garde-temps.

Plus à l'Est, suite au dépôt de plaintes des mandataires de la FH dans quatre affaires distinctes à Jeddah et Riyadh, les douanes saoudiennes ont confisqué 7'500 fausses montres suisses.

La FH a également poursuivi son action aux Emirats arabes unis, tout d'abord avec la destruction de quelque 200'000 contrefaçons saisies en 2018 et 2019.

Entre mi-août et début novembre, se basant sur les investigations menées par le mandataire de la FH, la police de Dubaï a exécuté des perquisitions contre vingt appartements utilisés comme lieux de vente de contrefaçons. Ces actions ont été couronnées de succès et ont permis de retirer du marché 94'000 fausses montres suisses reproduisant les marques de 18 membres FH.

Situé sur la nouvelle route de la soie, le Pakistan, et notamment le port de Karachi, l'un des plus grands d'Asie du Sud idéalement situé entre l'Asie du Sud-Est et le canal de Suez, semble être un lieu stratégique pour le trafic des contrefaçons.



C'est pourtant au port sec de Peshawar que la première saisie de l'année a été effectuée en février. Suite au dépôt de plaintes par le mandataire de la FH, quelque 6'700 fausses montres suisses ont été confisquées à l'importateur, qui a décidé d'abandonner sa marchandise.

En plein cœur de l'été, une opération policière a permis la saisie de 40'000 contrefaçons de garde-temps helvétiques, puis en décembre la confiscation de plus de 140'000 composants prêts à être assemblés pour constituer de fausses montres suisses.

AdIntelligence

La hausse régulière du e-commerce durant cette dernière décennie a entraîné une augmentation flagrante du nombre de contrefaçons vendues en ligne. Il n'est aujourd'hui plus rare de trouver 10'000 articles contrefaits pour une marque horlogère sur une seule plateforme de vente. Face à de telles quantités, il devenait impératif pour la FH de se doter d'un outil capable d'automatiser non seulement la recherche des offres, mais également la classification.

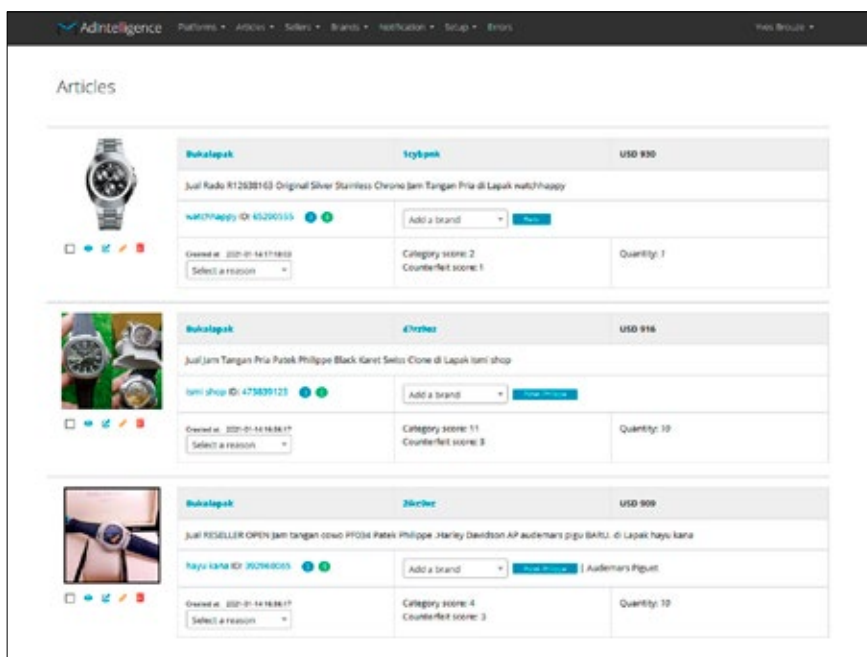
Ainsi, AdIntelligence est un outil d'investigation numérique flexible qui permet de générer automatiquement des recherches basées sur des mots clés et des prix sur n'importe quelle plateforme de vente. Le système utilise ces recherches à intervalles réguliers afin de détecter tous les articles proposés sur ces sites. Chaque produit est ensuite analysé de manière individuelle. Les informations ainsi récupérées permettent une analyse détaillée (classification) du caractère contrefait ou original du produit. La reconnaissance d'objet et de texte dans les images est également utilisée, apportant ainsi une information supplémentaire.

Une fois l'analyse de l'ensemble des articles d'une plateforme terminée, un collaborateur de la Cellule Internet valide le travail effectué et notifie les produits incriminés à la plateforme. Là encore, le système apporte une aide conséquente en permettant d'automatiser, par exemple, la création de formulaires ou encore en remplissant automatiquement les champs d'un formulaire en ligne. L'ensemble des certificats de

marques nécessaires sont enregistrés dans la base de données et utilisés à bon escient lors de cette étape. La notification, qui était autrefois une tâche lourde et chronophage, s'est ainsi largement simplifiée.

Fort de son expérience d'investigation et de développement acquise durant les quinze années d'existence de sa Cellule Internet, la FH a conçu cet outil à l'interne, favorisant ainsi l'adéquation entre ses besoins spécifiques et les fonctionnalités du logiciel. Ces différents aspects font d'AdIntelligence un outil complet et performant qui contribue grandement à l'efficacité de la lutte anti-contrefaçon en ligne menée par la FH.

Signalons encore que tous les points à l'ordre du jour de cette Assemblée générale ordinaire ont été acceptés, dont la réélection de Jean-Daniel Pasche, président de la FH, pour un nouveau mandat de trois ans. [o](#)



AdIntelligence

FH General Meeting: in written mode for the second time running

Just as in 2020 and again due to the health situation, the FH Ordinary General Meeting was once again held in written mode and under notarial supervision. This key moment of the year provides an opportunity to present a retrospective of the Federation's 2020 activities, along with a progress report covering the first half of the year.

Jean-Daniel Pasche

Economic situation

The year 2020 was an exceptional one, sparking a steep decline in activity for the luxury goods sector and the watch industry in particular. The spring saw production interrupted for long weeks and markets come to a halt due to the lockdown that affected a large part of the planet. The second wave of the pandemic in the autumn caused further disruption.

The watch industry was severely affected by the public health crisis and notably by the restrictions it imposed on international tourism. Representing an important channel for Swiss watch sales, travel retail fell to an extremely low level.

Within this distinctive context, Swiss watch exports amounted to 17.0 billion Swiss francs, compared with 21.7 billion a year earlier, a 21.8% drop. This decline is comparable to that recorded in 2009 (-22.3%) during the financial crisis and brings the result back to its 2008 level. After a historically low second quarter (-61.6% compared to April-June 2019), the trend gradually recovered to see the fourth quarter drop by only 4.3%, despite a still very unfavourable context.

From January to May 2021

The first quarter of 2021 marked the start of a distinctive period. On the one hand, the base effect is bound to be extremely marked during the second quarter and should lead to unprecedented monthly increases. On the other hand, prospects for a return to normal

have begun to improve significantly, enabling us to envisage a solid recovery.

Swiss watch exports rose by 6.6% compared to 2020 during the first quarter, for a total value of 5.1 billion francs. This clear recovery is attributable to the strong increase in March (+37.2%). Compared to 2019, the first quarter showed a very slight decline (-1.3%), indicating a near return to normal.

With an encouraging first quarter, national vaccination campaigns, the already favourable situation in several important markets and an improved economic outlook, the industry forecast has been revised upwards. The level of uncertainty remains high and it is difficult to establish a precise timetable. However, the return to normal for watch exports initially planned for the second half of 2022 could become a reality much earlier. The caveat »

» is that this is an average with a high standard deviation and that some stakeholders will therefore experience greater difficulties.

Membership Status

In 2020, the FH lost seven members, generally due to financial difficulties, non-payment of dues or cessation of activities. On the other hand, it welcomed five new members. As of January 1st 2021, the FH had a total of 457 members: 245 direct members and 212 indirect members, “indirect” meaning that these companies are FH members through their respective supplier associations.

The FH extremely active in facing up to Covid-19

Despite the crisis, the FH was able to maintain its main activities and placed particular emphasis on promoting the interests of the industry within the political management of this unprecedented health and economic crisis. From February 2020 onwards, it cultivated direct and permanent contact with the federal authorities and *economiesuisse* in order to coordinate the assessment of the situation and to express the concerns and expectations of the economy. It regularly expressed its stance on the various packages of measures put in place to support economic activity as well as to maintain jobs and production facilities.

Under the aegis of *economiesuisse*, several detailed situation reports were provided at regular intervals – particularly regarding the course of business, the development of employment and investment, the adequacy of support measures as well as the short and medium-term outlook – in order to provide political authorities with the most accurate possible information liable to guide them in their decision-making.

The FH also participated in the various round tables convened by Federal Councillor Guy Parmelin, as well as in the deliberations of the Commission for the Economy of the State Secretariat for Economic Affairs.

In some cases, the FH’s Economic Commission and other sectoral or regional employ-

ers’ associations were also called upon to further refine the analysis of the situation and to identify desirable measures for the sector.

Several letters co-signed by the FH were sent to the federal authorities in order to specify the expectations of economy stakeholders over the months. In particular, it expressed its disappointment at the postponement of the reopening of Swiss watchmaking businesses after the first wave of contamination. Later, when the second wave emerged and in view of the difficulties encountered in particular by the subcontracting sector, it especially insisted that the Federal Council should renounce any new lockdown measures, of whatever scale.

Regulatory Affairs

The number of technical regulations with which watchmaking products must comply continues to increase and developments in this field are rapid. It was therefore necessary for the FH to adapt its means of communication for its members in order to improve the efficiency and speed of information transfers. A new aperiodic newsletter was therefore launched in November, distributed by e-mail to nearly 600 interested parties. This service is available to any FH member who requests it, and it is possible to register several recipients for the same company.

The FH regulatory guides are another new means of informing members. These documents, produced simultaneously in two languages, are designed to summarise the main information that FH members need in order to understand and apply certain regulations. These guides are mainly devoted to the regulations that generate the most questions. The topics covered to date include California Proposition 65, REACH and RoHS, as well as the SCIP database.

While the draft European regulation mentioned the elimination of non-rechargeable batteries, and following interventions by the FH, the European Commission memorandum does not recommend the complete or even partial elimination of non-rechargeable portable batteries.

In the context of the Australian draft standard on button cell battery safety, the steps

taken have led to the recognition of a lower risk for high-end watches, as well as to a certain flexibility in the choice of models tested and the tests to be performed.

The FH took a stance on the proposed restriction of sensitising substances in leather and textiles in contact with the skin. In this respect, the Committee for Socio-Economic Analysis of the European Chemicals Agency issued its report in June 2020. This document includes the main proposal defended by the FH, namely the increase of the proposed threshold for hexavalent chromium in leather from 1mg/kg to 3mg/kg. Without this change, the future of chrome-tanned leather straps – representing the majority of leathers – would likely be in jeopardy.

The Chinese authorities had submitted to the WTO (World Trade Organization) a draft standard concerning chemical substances in watches. They hoped to bring it into force rapidly. However, this project aimed to impose the regulation that watches intended for adults exported to China comply with requirements normally reserved for children, corresponding in particular to the risk of ingestion of small jewellery components. Considering these measures to be disproportionate, the FH invited the State Secretariat for Economic Affairs to intervene with the WTO and request a modification of the standard. Following this intervention, the Chinese authorities decided to suspend this standard and to undertake a complete overhaul of the project.

The fight against counterfeiting

In 2020, the anti-counterfeiting action programme conducted by the FH, although greatly modified following the Covid-19 pandemic, was nonetheless quite substantial.

After several months of calm resulting from government measures to stop the spread of the disease, several operations were carried out from the end of July, notably in the Al-Attaba souk in Cairo, which seems to be one of the main places where counterfeit watches are circulated and sold. Some 13,000 fake watches were seized during a first operation carried out in a store and its storage room, followed by 6,500 others in a second opera-



Pakistan

tion in August. At the start of November, the police, which had managed to trace a network of counterfeiters, made a major bust by seizing 19,000 counterfeit timepieces.

Further east, following the filing of complaints by FH agents in four separate cases in Jeddah and Riyadh, Saudi customs authorities confiscated 7,500 fake Swiss watches.

The FH also continued its action in the United Arab Emirates, starting with the destruction of some 200,000 counterfeits seized in 2018 and 2019.

Between mid-August and the beginning of November, based on the investigations carried out by the FH representative, the Dubai police carried out searches of 20 apartments used as places where counterfeit watches were sold. These actions were successful and resulted in the removal from the market of 94,000 fake Swiss watches reproducing the brands of 18 FH members.

Located on the New Silk Road, Pakistan – and notably the port of Karachi, one of



the largest in South Asia, ideally situated between South-East Asia and the Suez Canal – seems to be a strategic location for counterfeit trafficking.

It was however at the dry port of Peshawar that the first seizure of the year was made in February. Following complaints filed by the FH agent, some 6,700 fake Swiss watches were confiscated from the importer, who decided to abandon his goods.

In the middle of the summer, a police operation led to the seizure of 40,000 counterfeit Swiss timepieces, followed in December by the confiscation of more than 140,000 components ready to be assembled into fake Swiss watches.

.....
New Internet Anti-Counterfeiting program: AdIntelligence

The steady growth of e-commerce over the past decade has led to a dramatic increase in the number of counterfeit products sold online. It is no longer rare to find 10,000 counterfeit

items for a watch brand on a single sales platform. Faced with such quantities, it became imperative for the FH to equip itself with a tool capable of automating not only the search for offers, but also their classification.

AdIntelligence is a flexible digital investigation tool that automatically generates searches based on keywords and prices on any sales platform. The system uses these searches at regular intervals to detect all items offered on these sites. Each product is then analysed individually. The information retrieved allows a detailed analysis (classification) of the counterfeit or original character of the product. Object and text recognition in images is also used, providing additional information.

Once the analysis of all the articles on a platform is complete, a member of the Internet Unit validates the work done and notifies the platform of the incriminated products. Here again, the system provides considerable assistance by allowing the creation of forms to be automated, for example, or by automatically filling in the fields of an online form. All the necessary trademark certificates are stored in the database and are used appropriately in this step. Notification, which used to be a cumbersome and time-consuming task, has been greatly simplified.

Thanks to its experience in investigation and development acquired during the 15 years of existence of its Internet Unit, the FH has designed this tool internally, thereby favouring an optimal match between its specific needs and the software functionalities. These different aspects make AdIntelligence a complete and powerful tool that greatly contributes to the efficiency of the FH's online anti-counterfeiting fight.

It should also be noted that all the items on the agenda of this ordinary General Meeting were accepted, including the re-election of Jean-Daniel Pasche, President of the FH, for a new three-year term. ◉



Diamants et naturalité: comment garantir l'authenticité?

Grande utilisatrice de diamants de petites tailles, l'industrie horlogère est confrontée à leur authenticité depuis l'arrivée sur le marché des diamants synthétiques. Le risque de contamination des lots est donc grand. Comment les différencier?

Patrick Lötscher

Les instruments de détection garantissant la naturalité des diamants utilisés dans l'horlogerie ont pris une place d'importance capitale sur le marché des petits diamants à la fois en Suisse et à l'étranger. Ils répondent au risque grandissant de voir l'approvisionnement en diamants naturels contaminés par des diamants synthétiques. Il est primordial que la promesse de naturalité soit garantie à 100% et que, par conséquent, les instruments de détection soient à la hauteur des attentes et exigences spécifiques de l'horlogerie suisse.

Revenons ensemble sur les moments clés qui ont permis une prise de conscience sur la menace que représentent les diamants synthétiques tout en ouvrant la discussion sur les nouveaux challenges et l'apparition sur le marché de nombreuses machines de détection.

L'industrie horlogère suisse a toujours été une très grande utilisatrice de diamants de

petites tailles et souvent en grands volumes. Les diamants utilisés sont de haute qualité et l'origine naturelle un gage de valeur et d'authenticité auprès des clients finaux.

L'arrivée des diamants synthétiques sur le marché date des années 50. La maison suédoise

ASEA, puis General Electric (USA), ont commercialisé leurs premiers lots, dont les applications étaient essentiellement industrielles. Au fil des décennies, plusieurs types de synthèses ont vu le jour et leur qualité n'a cessé de s'améliorer, en particulier depuis les années 80, permettant aux fabricants de produire des

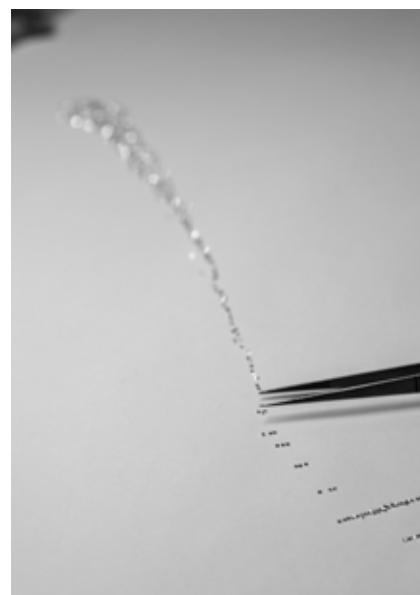


qualités compatibles avec certaines spécifications horlogères et bijoutières-joaillières, et ainsi diversifier leur clientèle. Aujourd'hui, deux technologies se partagent le marché: HPHT (High Pressure High Temperature) et CVD (Chemical Vapor Deposition). Par ailleurs, ces produits de synthèse sont fabriqués à des prix bien inférieurs à ceux des diamants naturels de dimensions équivalentes.

Malheureusement, la différence de coût associée à la très grande difficulté à discerner un diamant naturel taillé d'un diamant synthétique peut générer des tentations de substitution, en particulier lorsque la localisation des usines de taille ou leur modèle d'affaires favorisent l'accès à ce type de produits de synthèse. De plus, des défaillances d'organisation des flux dans les usines de taille peuvent occasionner des mélanges.

La contamination de lots de diamants naturels par des diamants synthétiques a été mise en évidence dans le «Diamond Intelligence Briefs» en 2012 déjà, rendant réelle une menace jusque-là restée souvent hypothétique. Suite à cette découverte, une remise en cause de la chaîne d'approvisionnement a été faite. Cette dernière est de plus en plus complexe: taille, polissage, négoce, livraison, ainsi que sertissage, dessertissage, services après ventes et passages en douanes... Les diamants passent par de nombreuses mains et par de nombreux pays et le risque de contamination ou de mélange existe à toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement, qu'il soit intentionnel ou pas. Dans ces conditions, comment garantir à 100% la naturalité des pierres au client final sachant qu'il est totalement impossible de différencier un diamant vrai d'un synthétique à l'œil nu, même averti?

Un processus de contrôle des plus exigeants et sûr doit être mis en place avec une authenticité des lots en adéquation avec la promesse de naturalité faite au client. Pour lutter contre la propagation sur le marché de produits mélangés et pour répondre aux besoins spécifiques qui sont apparus, des fabricants de machines ont rapidement proposé des solutions dont les performances et les résultats sont inégaux. Par conséquent, comment sélectionner les instruments les mieux adaptés aux exigences horlogères et bijoutières-joaillières?

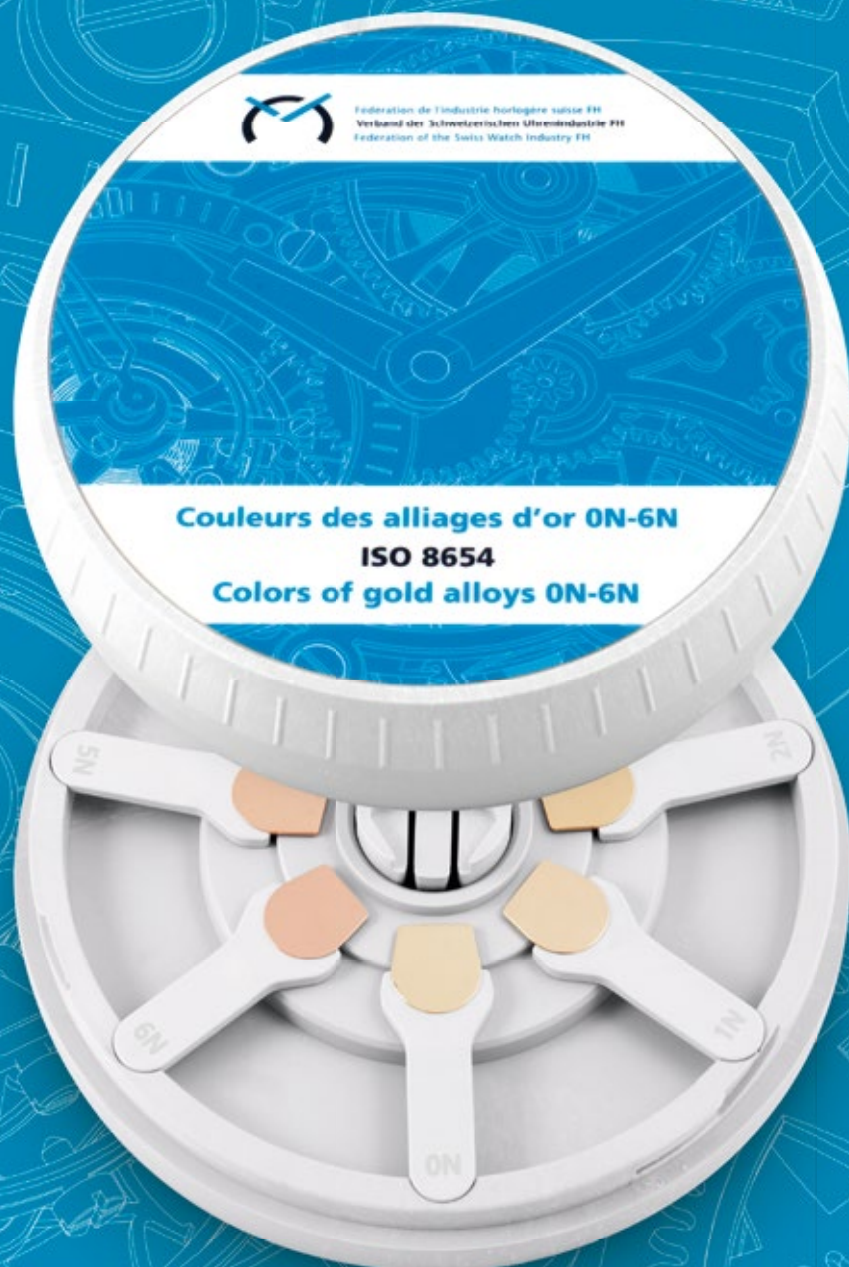


Le Natural Diamond Council (NDC) - anciennement Diamond Producer Association (DPA) - a rendu public en 2018 un service novateur et ambitieux nommé «ASSURE» qui consiste à faire tester ces machines par des parties tierces et à publier les résultats.

Pour chaque machine caractérisée, un rapport est édité, détaillant les différents échantillons utilisés ainsi que ses performances quant à sa capacité à distinguer le diamant naturel du synthétique, mais aussi des imitations. Le NDC évalue également la cadence ainsi que le degré d'automatisation de la machine en regards de son prix.

Tout fabricant d'instruments de détection qui le souhaite peut demander au NDC de tester sa machine. A ce jour, quelque 35 équipements ont été vérifiés par «ASSURE», soit environ 80% du marché. Ces résultats ne sont pas pour autant définitifs. En effet, les technologies évoluent, de nouvelles pierres synthétiques apparaissent sur le marché et il est nécessaire d'adapter les protocoles de tests et de vérifier les machines périodiquement. C'est pourquoi le NDC examine la mise en œuvre d'une date d'expiration des résultats des tests «ASSURE», à moins que le fabricant ne soumette à nouveau sa machine. »

Témoins de couleurs d'alliages d'or 0N à 6N



Prix du coffret:
CHF 2'800 HT*



Prix du coffret avec reprise
d'un ancien coffret:

CHF 2'300 HT*

*Le rabais accordé aux abonnés NIHS actuels s'applique à ces offres.



Fédération de l'industrie horlogère suisse FH
Verband der Schweizerischen Uhrenindustrie FH
Federation of the Swiss Watch Industry FH



En effet, certaines machines testées ne répondent pas aux standards exigeants de l'industrie horlogère suisse et doivent être exclues.

Les acheteurs de ces machines doivent par ailleurs garder en tête qu'il est primordial de développer une expertise gemmologique interne à la hauteur des hauts standards de qualité de l'horlogerie suisse pour assurer un risque zéro de contamination par du diamant synthétique.

Il faut également noter que certaines machines utilisées dans l'industrie n'ont pas été testées par «ASSURE» car cette démarche est laissée à l'initiative du fabricant.

Le programme «ASSURE» du NDC est une initiative positive et plusieurs maisons horlogères intègrent ses résultats dans leur protocole d'approbation des machines afin de sélectionner les plus adaptées à leurs besoins, que ce soit pour un usage interne ou pour orienter des investissements chez leurs partenaires fournisseurs de diamants. Dans tous les cas, qu'un instrument soit évalué ou non par un organisme tiers, chaque acteur de la chaîne d'approvisionnement est responsable de garantir la naturalité des diamants livrés à son client

Nous espérons que cet article rédigé en commun avec les grands acteurs de l'industrie horlogère a clarifié certains points en vous aidant à rester critique dans le choix d'instruments de détection qui répondent au standard exigeant de naturalité demandé par les grandes maisons horlogères suisses. [o](#)

*Refer: le terme «refer» est l'abréviation anglaise de «refer to further tests» et s'applique à des pierres non identifiées et mises de côté par l'instrument pour être soumises à des tests complémentaires.

» Malgré un travail important, il faut noter que les protocoles actuels sont perfectibles pour donner l'assurance dont les horlogers ont besoin. Par exemple, une majorité des machines n'a pas été testée avec des diamants de dimensions couramment utilisées en horlogerie, c'est-à-dire les diamants en dessous de 1,00 mm de diamètre, voire dans certains cas entre 1,00 et 2,00 mm. Cela montre que certaines améliorations devraient être apportées aux protocoles de tests.

Il faut bien insister sur le fait qu'il ne s'agit que d'une évaluation: les machines testées ne sont ni notées ni recommandées par le NDC, mais le résultat de l'évaluation des performances est mis à disposition du public via leur site Internet. Ce programme permet à l'industrie de disposer d'éléments factuels sur les capacités techniques des machines et d'orienter son choix vers celle qui convient le mieux à son besoin, malgré le fait que le programme «ASSURE» se limite aux pierres rondes, incolores et plus grandes que

1,00 mm de diamètre, ce qui couvre une partie des besoins du secteur horloger.

Certaines questions restent tout de même du ressort de l'entreprise qui cherche à s'équiper. En effet, seriez-vous prêts à investir dans une machine qui laisse passer des diamants synthétiques ou qui ne reconnaît pas les imitations? Accepteriez-vous d'avoir un instrument qui donne des résultats de faux positifs (diamants synthétiques identifiés comme naturels)?

Si votre réponse est non, identifiez bien la machine qui correspond à votre besoin et aux attentes de l'industrie horlogère suisse, à savoir un procédé de détection de haut niveau avec:

- » un taux de faux positifs à 0%,
- » une quantité de refer* faible pour une meilleure productivité,
- » une détection des imitations,
- » éventuellement une machine automatisée si vos quantités de pierres à tester sont importantes.



Diamonds and naturalness: how can one guarantee authenticity?

As a major user of small diamonds, the watch industry has been confronted with the issue of their authenticity since the arrival of synthetic diamonds on the market. There is thus a high risk of batches being contaminated. How can they be differentiated?

Patrick Löttscher

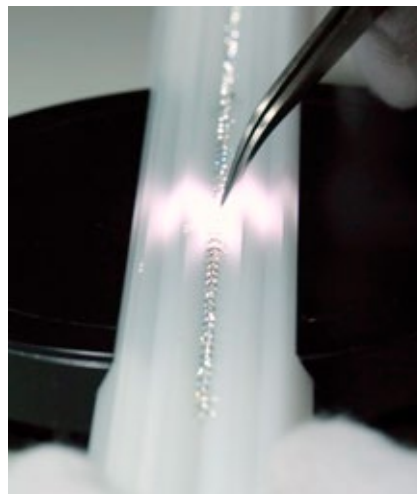
Detection instruments guaranteeing the naturalness of diamonds used in the watch industry have taken on major importance in the market for small diamonds both in Switzerland and abroad. They are a response to the growing risk of the supply of natural diamonds being contaminated by synthetic diamonds. It is essential that the promise of naturalness is 100% guaranteed, and consequently that detection instruments meet the specific expectations and requirements of the Swiss watch industry.

We take a look back at the key moments that led to a collective awareness of the threat posed by synthetic diamonds, while opening the discussion on the new challenges and the appearance on the market of numerous detection machines.

The Swiss watch industry has always been a major user of small diamonds, often in large volumes. These diamonds are of high qual-

ity and their natural origin is a guarantee of value and authenticity for end customers.

The arrival of synthetic diamonds on the market dates back to the 1950s. The Swedish company ASEA, then General Electric (USA), marketed their first batches, whose applications were essentially industrial. Over



the decades, several types of synthetic diamonds have been developed and their quality has continued to improve, particularly since the 1980s, allowing manufacturers to produce qualities compatible with certain watch and jewellery specifications, and thus diversify their customer base. Today, two technologies share the market: HPHT (High Pressure High Temperature) and CVD (Chemical Vapor Deposition). Moreover, these synthetic products are manufactured at much lower prices than natural diamonds of equivalent size.

Unfortunately, the cost difference, along with the great difficulty in distinguishing a natural cut diamond from a synthetic diamond, can generate the temptation to substitute the latter for the former – particularly when the location of stone-cutting factories or their business model favours access to this type of synthetic product. In addition, organisational failures in the production flow of stone-cutting factories can lead to mix-ups.

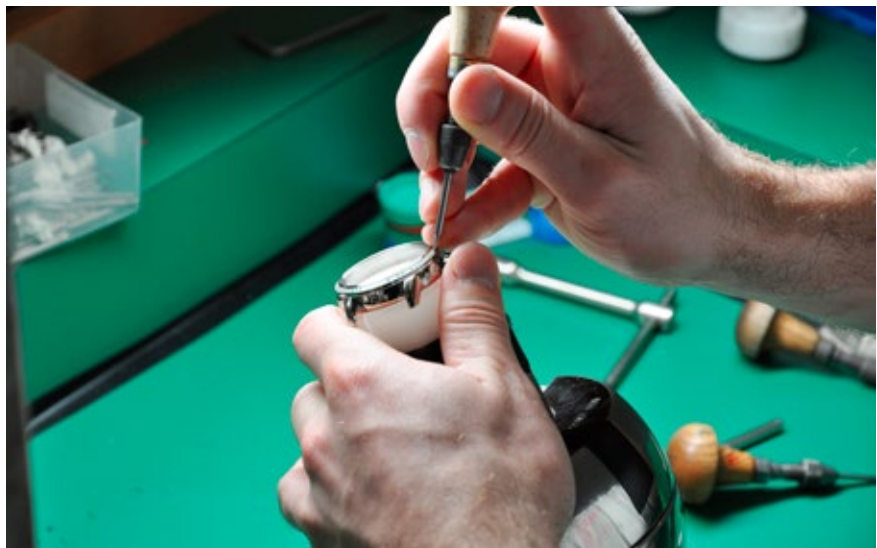
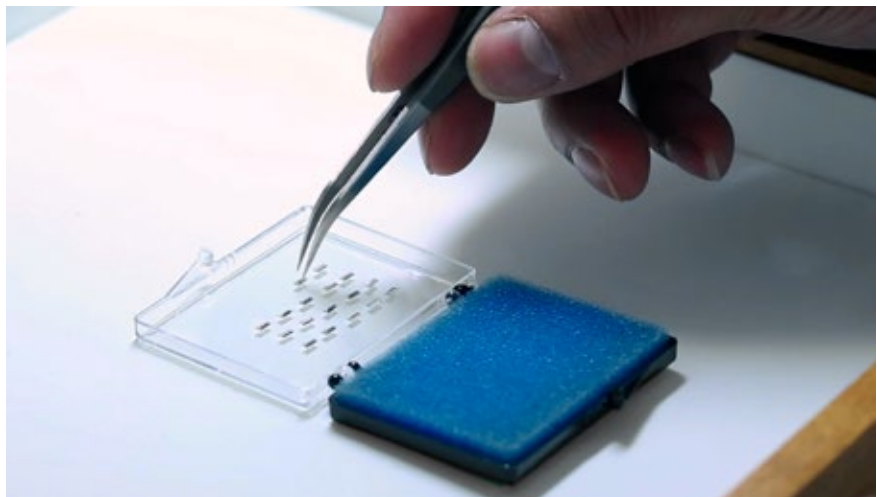
The contamination of natural diamond batches by synthetic diamonds was highlighted in the Diamond Intelligence Briefs in 2012, transforming a previously often hypothetical threat into reality. In the wake of this discovery, questions have been raised regarding the increasingly complex supply chain involving cutting, polishing, trading, delivery, as well as setting, desetting, after-sales services and customs clearance... Diamonds pass through many hands and many countries and the risk of contamination or mixing exists at all stages of the supply chain, whether intentional or not. In these conditions, how can one guarantee 100% naturalness of the stones to the end customer, given that it is totally impossible to differentiate a real diamond from a synthetic one with the naked eye, even with a trained gaze?

A very demanding and safe control process must be put in place to ensure the authenticity of the batches in line with the promise of naturalness made to the customer. To combat the spread of mixed products in the market and to meet the specific needs that have emerged, machine manufacturers have rapidly proposed solutions yielding uneven levels of performance and results. How can one therefore select the most suitable instruments for watch and jewellery requirements?

The Natural Diamond Council (NDC) – formerly called the Diamond Producer Association (DPA) – released an innovative and ambitious service in 2018 called “ASSURE”, which involves having these machines tested by third parties and publishing the results.

Each instrument is evaluated and a report is published detailing the different samples used as well as its performance in terms of its ability to distinguish between natural and synthetic diamonds, but also imitations. The NDC also assesses the speed and degree of automation of the machine in relation to its price.

Any manufacturer of detection instruments can ask the NDC to test its machine. To date, some 35 pieces of equipment have been tested by “ASSURE”, i.e. approximately 80% of the market. These results are nonetheless not definitive, given that new technologies evolve, new synthetic stones appear



on the market and it is necessary to adapt the test protocols and to check the machines periodically. For this reason, the NDC is considering the implementation of an expiry date for ASSURE test results, unless the manufacturer resubmits the machine.

Despite this important work, it should be noted that the current protocols can be improved to give the assurance that watchmakers need. For example, a majority of the machines have not been tested with diamonds of dimensions commonly used in watchmaking, i.e. diamonds below 1.00mm in diameter, or in some cases between 1.00 and 2.00mm. This shows that some improvements should be made to the testing protocols.

It must be emphasised that this is only an evaluation: the machines tested are not

rated or recommended by the NDC, but the result of the performance evaluation is made available to the public via their website. This programme provides the industry with factual information on the technical capabilities of the machines and helps direct its choice towards the one best suited to its needs, despite the fact that the “ASSURE” programme is limited to round, colourless stones larger than 1.00mm in diameter, which only partially cover the needs of the watchmaking sector.

There are still some questions for a company that is looking to buy. Would you be willing to invest in a machine that allows synthetic diamonds to slip by or does not recognise imitations? Would you be willing to have an instrument that gives false positive results (synthetic diamonds identified as natural)? »

Retrouvez-nous
au salon EPHJ

Stand G/H42
du 14 au 17
septembre 2021

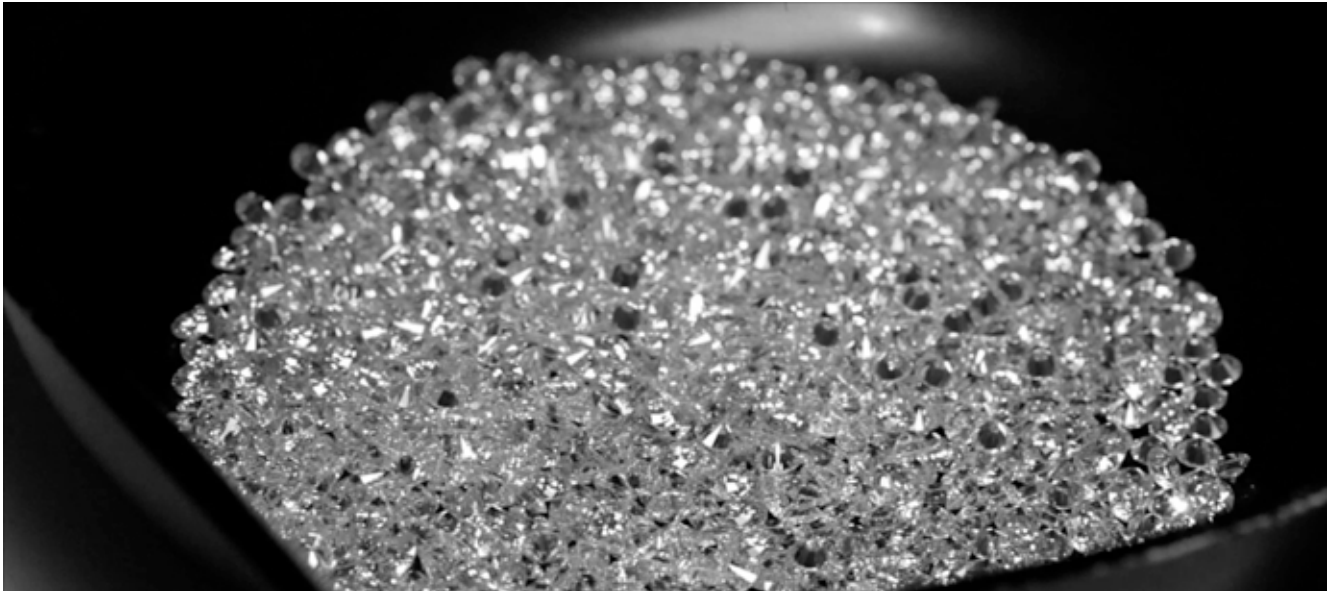
MIMOTEC DÉPASSE LE
1'000'000
D'ÉCHAPPEMENTS LIVRÉS EN 2020

MERCI POUR VOTRE CONFIANCE



Mimotec
Micropièces pour grandes idées

à votre service depuis plus de 20 ans



- » If your answer is no, be sure to identify the machine that corresponds to your needs and to the expectations of the Swiss watch industry, i.e. a high-level detection process with:
- » a 0% false positive rate;
 - » a low number of refers* for better productivity;
 - » detection of imitations;
 - » potentially an automated machine if you have large quantities of stones to test.

Some of the machines tested do not in fact meet the demanding standards of the Swiss watch industry and should be excluded.

Buyers of these machines should also bear in mind that it is essential to develop in-house

gemmological expertise that meets the high quality standards of the Swiss watchmaking industry so as to ensure zero risk of contamination by synthetic diamonds.

It should also be noted that some machines used in the industry have not been tested by “ASSURE” as this is left to the manufacturer’s discretion.

The NDC’s “ASSURE” programme is a positive initiative and several watchmaking companies are incorporating its results into their machine approval protocol in order to select the most suitable machines for their needs, whether for internal use or to guide investments with their diamond supply partners.

In all cases, whether or not an instrument is assessed by a third party, each actor in the supply chain is responsible for guaranteeing the naturalness of the diamonds delivered to their customer.

We hope that this article, written in conjunction with the major watch industry stakeholders, has clarified certain points while helping you to exercise critical judgement in the choice of detection instruments that meet the demanding standard of naturalness required by the major Swiss watch Maisons. [o](#)

*Refer: The term “refer” stands for “refer to further tests” and applies to unidentified stones set aside by the instrument for further testing.



watch.swiss.official ou comment s'adresser en direct aux consommateurs?

watch.swiss.official est la signature avec laquelle la FH s'adresse aux consommateurs sur Facebook et Instagram. Le but de cette démarche est de produire un contenu original et de qualité, recueilli directement auprès des marques, qui met en avant la richesse et la diversité de l'horlogerie suisse.

Hélène Leonardi

Carnet de bord

Mardi 19 janvier, Môtiers. Par -10 degrés, nous retrouvons Kari Voutilainen dans son incroyable atelier. Les établis s'étirent dans les étages de cette maison de maître nichée au cœur du Val-de-Travers. Ici, quasiment toutes les étapes de fabrication sont réalisées en interne et chaque nouveau modèle naît de l'esprit d'un seul homme.

Mardi 2 février, Genève, Plan-les-Ouates. Après le café d'usage, c'est le début d'une journée marathon chez Frédérique Constant. Avec Matteo, Caroline et Alicia, nous enchaînons les tournages. La vidéaste suit les interviewés dans les ateliers pour réaliser les plans de coupe et les photos. Nous allons de découverte en découverte, dans cette manufacture équipée pour la production de composants de mouvements, l'assemblage des montres et le contrôle qualité.

Mardi 16 mars, Genève. Sven Andersen nous accueille dans son atelier baigné de lumière, au premier étage d'un immeuble situé au bord du Rhône. Ici, le temps s'arrête. Concentration, soucis du détail, on retrouve l'esprit des

premiers cabinotiers. Tout se joue dans ce petit espace, concentré de connaissances et d'expérience, où les complications horlogères sont abordées de manière tantôt classique, tantôt ludique, mais toujours brillante.



Kari Voutilainen

Jeudi 25 mars, Le Locle. Quelques restes de neige parsèment la rue de France. Rendez-vous chez Czapek. La marque est née en 2012 de la rencontre de trois hommes, réunis autour d'un projet commun: faire revivre l'héritage de François Czapek qui, parti de Pologne en 1832, parvient à se faire un nom auprès de la cour impériale de France. Aujourd'hui, la petite équipe s'appuie sur un réseau de partenaires dont les talents conjugués permettent à de nouveaux modèles de voir le jour.

Mercredi 5 mai, Nidau. Au bord de la Thièle, à un jet de pierre de Bienne, se tient l'éclatant écrin de Century, maison connue pour ses boîtiers de montres taillés dans le saphir. Ici, tous les employés portent une montre Century au poignet et tous parlent avec fierté de leur métier. L'atmosphère familiale, le goût du travail bien fait, la diversité des tâches font partie de l'ADN de la marque.

A la rencontre de nombreux acteurs de l'horlogerie suisse

Partir à la rencontre des personnes dans les entreprises, c'est les mettre en valeur et à



Xavier de Roquemaurel (Czapek Genève)

travers eux les produits. Ecouter les gens parler de leur métier, c'est aussi mettre en avant les savoir-faire, la diversité des métiers nécessaires à la réalisation d'une montre, qu'elle soit produite de manière artisanale ou bien industrielle.

Réunir le tout - des personnes, des produits, des métiers, des lieux - selon une unité visuelle et une esthétique propres aux réseaux sociaux, le montrer à une audience ciblée suivant une démarche professionnelle répond à un des objectifs de la FH, c'est-à-dire promouvoir les montres suisses auprès des consommateurs du monde entier.

Les réseaux sociaux nous en donnent les moyens. Grâce à ce média, nous pouvons nous adresser au plus grand nombre et distiller les valeurs communes à la branche: modernité, authenticité, savoir-faire, souci du détail, beauté et qualité du produit. Le tout baigné dans un bassin géographique unique. ◦

watch.swiss.official, or how to address consumers directly

watch.swiss.official is the signature with which the FH addresses consumers on Facebook and Instagram. The aim of this approach is to produce original and quality content, gathered directly from the brands and highlighting the richness and diversity of Swiss watchmaking.

Hélène Leonardi

Logbook

Tuesday January 19th, Môtiers. Amid wintry outdoor temperatures of -10 degrees Celsius, we meet up with Kari Voutilainen in his incredible workshop. The workbenches stretch across the floors of this mansion nestled in the heart of the Val-de-Travers. Here, almost every step of the manufacturing process is done in-house and each new model is born from the mind of a single man.

Tuesday February 2nd, Geneva, Plan-les-Ouates. After the customary cup of coffee, it's the start of a marathon day at Frédérique Constant. With Matteo, Caroline and Alicia, we are filming one sequence after another. The videographer follows the interviewees in the workshops to make the continuity shots

and the photos. We go from discovery to discovery, within this Manufacture equipped for movement component production, watch assembly and quality control.

Tuesday March 16th, Geneva. Sven Andersen welcomes us in his studio bathed in light, on the second floor of a building located on the banks of the Rhone. Here, time stands still. Concentration and close attention to detail reflect the spirit of the first *cabinotiers*. Everything is done within this small space representing a distillation of knowledge and experience, where horological complications are approached in a way that is at times classic, at others playful, yet always brilliant.

Thursday March 25th, Le Locle. There are still a few remains snow sprinkled here or there on the Rue de France. We have come to meet Czapek. The brand was born in 2012 from the meeting of three men, united

around a common project: to revive the legacy of François Czapek who left Poland in 1832 and succeeded in making a name for himself at the French imperial court. »



Sven Andersen among his team members



Philippe Klingenberg (Century)

» Today, the small team relies on a network of partners whose combined talents enable the creation of new models.

Wednesday May 5th Nidau. On the banks of the Thièle River, a stone's throw from Biel/Bienne, stands the glittering showcase of Century, a company known for its watch cases cut from sapphire. Here, every employee wears a Century watch on his or her wrist and all speak with pride of their profession. A family atmosphere, a taste for work well done along with extremely diverse tasks are all part of the brand DNA.

.....
Meeting the many Swiss watch industry stakeholders

Setting off to meet people within companies means turning the spotlight on their role and through them, on products. Listening to people talk about their work is also about highlighting the expertise and diversity of skills required to make a watch, whether produced by hand or industrially.

Bringing all these elements – people, products, skills and places – together within

a visual unity and aesthetic specific to social media, and showing it to a targeted audience in a professional manner, meets one of the objectives of the FH, i.e. to promote Swiss watches among consumers worldwide.

Social media give us the means to do so, enabling us to address the largest possible number of people and to distill the values common to the industry: modernity, authenticity, expertise, attention to detail, beauty and product quality. And all this within a unique geographical area. ◦

Nous vous invitons vivement à *liker* nos pages Facebook et Instagram, à interagir avec nos publications ainsi qu'à les partager et engager vos proches à faire de même:

www.facebook.com/watch.swiss.official
www.instagram.com/watch.swiss.official

La montre suisse trouve son public partout dans le monde. Découvrez un savoir-faire unique, un univers chargé d'émotions et des montres d'exception, maintenant sur Instagram et Facebook.



We warmly invite you to enjoy our Facebook and Instagram pages, interact with our publications, share them with your friends and family and encourage them to do likewise.

www.facebook.com/watch.swiss.official
www.instagram.com/watch.swiss.official

Swiss watches enjoy a global audience. Discover unique expertise, a world brimming with emotions and exceptional watches, now on Instagram and Facebook.

Inde

Exemption de l'obligation de marquage sur les montres

Maurice Altermatt

La problématique de l'obligation de marquage des produits en or s'est accélérée au cours des derniers mois. Reportée à deux reprises, l'entrée en vigueur de la nouvelle législation indienne visant à poinçonner tous les articles en or 14, 18, 20, 22 et 24 carats est devenue effective le 16 juin dernier. Cela de façon partielle dans un premier temps, en raison de la situation sanitaire et de la mise en œuvre de toutes les infrastructures nécessaires. Seuls 256 districts, dont tous ceux des principales villes comme Mumbai, Delhi, Bangalore, Hyderabad, Ahmedabad ou Chennai, sont pour l'instant concernés.

Durant plusieurs mois, la FH, en collaboration surtout avec le SECO (Secrétariat d'Etat à l'économie), le Bureau du contrôle des métaux précieux et l'ambassade de Suisse à New Delhi, a plaidé à de nombreuses reprises auprès du gouvernement indien

pour l'exemption pure et simple des montres. La réponse du ministère de tutelle est finalement tombée la veille de la date d'entrée en vigueur, confirmant l'exemption des montres du champ d'application de la nouvelle loi.

La FH salue cette décision qui permettra d'éviter non seulement une procédure invasive supplémentaire, mais aussi un rallongement des délais de dédouanement et de livraison, sans parler des coûts additionnels afférents. Au reste, les poinçons officiels suisses répondent aux objectifs de la loi indienne en ce qui concerne la vérification de l'authenticité et l'indication de titres. [o](#)

Exemption from the marking obligation on watches

Maurice Altermatt

The issue of mandatory marking of gold products has accelerated in recent months. The entry into force of the twice-postponed new Indian legislation requiring the marking of all 14, 18, 20, 22 and 24-carat gold items, became effective on June 16th. This

was initially only partial, due to the public health situation and the implementation of all necessary infrastructural elements. For the time being, it concerns only 256 districts, including all those of the main cities such as Mumbai, Delhi, Bangalore, Hyderabad, Ahmedabad and Chennai.

For several months, the FH, in collaboration with the SECO (State Secretariat for Economic Affairs), the Office for Precious Metals Control and the Swiss Embassy in New Delhi, has pleaded on numerous occasions with the Indian government for watches to be purely and simply exempted. The answer from the relevant ministry finally came the day before the date of entry into force, confirming the exemption of watches from the scope of the new law.

The FH welcomes this decision, which will avoid not only an additional invasive procedure, but also an increase in customs clearance and delivery times, not to mention the extra costs involved. Moreover, the official Swiss hallmarks meet the objectives of the Indian law with regard to the verification of authenticity and the indication of gold fineness (purity) standards. [o](#)

Congrès ISO/TC 114

Première édition en vidéoconférence

Patrick Löttscher

Pour la première fois de son histoire, le congrès ISO/TC 114 n'a pas pu se dérouler en présentiel mais s'est tenu via vidéoconférence, du 17 au 21 mai dernier. Plusieurs sujets ont été débattus avec les délégations d'Allemagne, de Chine, de France, de Hong Kong, du Japon, du Royaume-Uni, de Russie et bien évidemment de Suisse. La délégation helvétique, la traductrice, la présidence et le secrétariat ISO ont eu l'opportunité de bénéficier des locaux et de l'infrastructure de la FH pour se réunir et travailler localement de manière optimale. La révision de la norme IEC 60086-3 (*Piles*

pour montres) a conduit à la publication d'une nouvelle version en avril 2021. Les changements concernent principalement les tolérances dimensionnelles qui ont été resserrées. Par ailleurs, les spécificités des accumulateurs pour montres seront introduites dans une annexe de la norme IEC 61960-4 (*Accumulateurs alcalins et autres accumulateurs à électrolyte non acide - Accumulateurs au lithium pour applications portables - Partie 4: Eléments et batteries d'accumulateurs boutons au lithium*). Les discussions entre les comités IEC et ISO/TC 114 se poursuivent dans le cadre de groupes de travail spécifiques.

Bien que la norme ISO 22810 (*Montres étanches*) ne soit pas officiellement en révision, les essais concernant le test d'étanchéité se sont poursuivis et plusieurs délégations ont pu présenter leurs travaux à ce sujet, mettant en évidence l'influence de

différents paramètres sur les résultats de ce test. Les prochaines étapes consistent à travailler sur le chapitre de la norme concerné afin d'en proposer une nouvelle version qui tient compte des travaux effectués jusqu'à présent. Cette évolution devra servir de base pour une révision ultérieure de cette norme ISO 22810.

Le sous-comité dédié à la luminescence a poursuivi ses travaux de révision de la norme ISO 17514 (*Instruments de mesure du temps - Dépôts photoluminescents - Méthodes d'essais et exigences*). Les commentaires émis par les différents pays sur le projet de norme ont été discutés, permettant ainsi l'élaboration de la prochaine version qui sera mise en consultation dans le courant de l'automne 2021.

Concernant les verres de montres, sur demande de la délégation chinoise, il a été décidé d'amender la norme ISO 14368-2 [»](#)



Raphaël Schwarz

» (*Verres de montres minéraux et en saphir - Partie 2: Fixation à la boîte par collage ou à l'aide d'un joint*) afin d'y ajouter deux formes de joints supplémentaires. Par ailleurs, la délégation suisse a proposé de lancer une réflexion sur l'ajout potentiel de quelques définitions et de quatre tests à la norme *ISO 14368-4* relative aux traitements antireflet. Les essais proposés concernent la résistance à la rayure, à l'usure, aux ultrasons ainsi qu'aux produits cosmétiques. Aucune décision n'a été prise lors du congrès, mais toutes les délégations sont invitées à évaluer elles-mêmes les propositions de la Suisse et l'adaptation ou non de cette norme *ISO 14368-4* sera décidée ultérieurement.

Lors du dernier examen systématique de la norme *ISO 6426-2 (Vocabulaire horloger - Partie 2: Définitions technico-commerciales)*, les délégations française et japonaise ont demandé la révision afin de modifier certaines définitions pour être en cohérence avec les autres normes et d'en ajouter de nouvelles, par exemple «montre connectée», «instrument horaire radio-synchronisé», «manufacture», «assemblage de la montre» ou encore «assemblage du mouvement». Le comité ISO/TC 114 a décidé de réactiver le sous-comité concerné et de débiter les travaux en vue d'une éventuelle révision de cette norme *ISO 6426-2*.

Face au constat de la multiplicité des législations nationales et des difficultés rencontrées avec les pays n'ayant pas de directives claires, la délégation suisse a proposé une



Silvano Freti

potentielle nouvelle norme sur les bonnes pratiques commerciales. Ce document ne serait pas contraignant, mais contiendrait seulement des recommandations basées sur le contenu d'une auto-déclaration. Le temps est laissé aux autres délégation pour permettre d'évaluer l'opportunité de lancer de tels travaux après s'être questionné sur l'apport d'un tel document.

Ce congrès s'est terminé avec les remerciements de chaque délégation au président, Silvano Freti, qui terminera son mandat à la fin de l'année et qui sera remplacé dès le 1^{er} janvier 2022 par Raphaël Schwarz, spécialiste des affaires règlementaires à la Fédération de l'industrie horlogère suisse FH. Pour un tel congrès, la visioconférence a clairement montré ses limites et rien ne remplace l'interaction directe, même si, globalement, les objectifs ont été atteints. Le prochain congrès international ISO/TC 114 aura lieu en 2023, sous une forme totalement inédite. ◦

First edition via videoconference

Patrick Lötscher

For the first time in its history, the ISO/TC 114 congress could not take place in face-to-face mode, but was instead held via videoconference, from May 17th to 21st. Several topics were discussed with delegations from Ger-

many, China, France, Hong Kong, Japan, the United Kingdom, Russia and of course Switzerland. The Swiss delegation, the translator, the President's team and the ISO secretariat were able to benefit from the premises and the infrastructure of the FH in order to meet and work locally in an optimal way.

The review of the *IEC 60086-3 standard (Watch batteries)* led to the publication of a new version in April 2021. The changes mainly concern the dimensional tolerances which have been tightened. In addition, the specific characteristics watch batteries will be introduced in an annex of the *IEC 61960-4 standard (Secondary cells and batteries containing alkaline or other non-acid electrolytes – Secondary lithium cells and batteries for portable applications – Part 4: Coin secondary lithium cells, and batteries made from them)*. Discussions between the IEC and ISO/TC 114 committees are continuing in specific working groups.

Although the *ISO 22810 standard (Horology – Water-resistant watches)* is not officially under review, trials relating to the water-resistance test have continued and several delegations were able to present their work on this subject, highlighting the influence of various parameters on the results of this test. The next steps are to work on the chapter of the standard concerned in order to propose a new version that takes into account the work done so far. This evolution should serve as a basis for a future review of this *ISO 22810* standard. The subcommittee dedicated to luminescence continued its work on reviewing *ISO 17514 (Time-measuring instruments – Photoluminescent deposits – Test methods and requirements)*. Comments from different countries on the draft standard were discussed, allowing the development of the next version that will be put out for consultation in autumn 2021.

Concerning watch-glasses, at the request of the Chinese delegation, the decision was taken to amend the *ISO 14368-2 standard (Mineral and sapphire watch glasses – Part 2: Attachment to the case by gluing or sealing)* in order to add two additional types of seals. In addition, the Swiss delegation suggested examining the potential addition of some definitions and four tests to the *ISO 14368-4* standard on anti-reflective treatments. The proposed tests concern resistance to scratching, wear, ultrasound technology and cosmetics. No decision was taken at the congress,

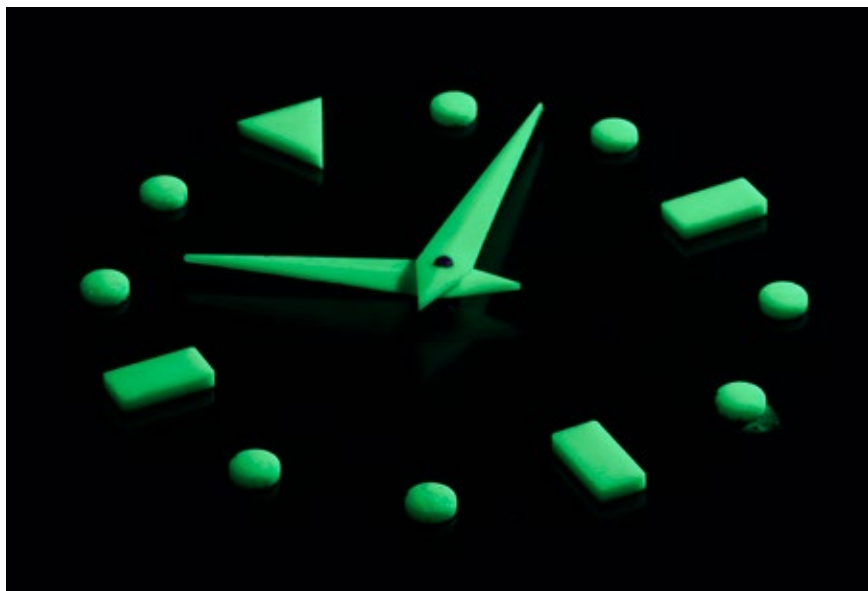
but all delegations are invited to evaluate the Swiss proposals themselves and the decision as to whether or not to adapt this *ISO 14368-4* standard will be taken later.

During the last systematic review of *ISO 6426-2 (Horological vocabulary – Part 2: Technical and commercial definitions)*, the French and Japanese delegations requested a review in order to modify some definitions to be consistent with other standards and to add new ones, such as “connected watch”, “radio-synchronised time instrument”, “Manufacture”, “watch assembly” and “movement assembly”. The ISO/TC 114 committee decided to reactivate the relevant subcommittee and to start work on a possible review of this *ISO 6426-2* standard.

In view of the multiple national legislations and the difficulties encountered with countries that do not have clear guidelines, the Swiss delegation proposed a potential new standard on good business practices. This document would not be binding, but would only contain recommendations based on the content of a self-declaration. Other delegations were given time to evaluate the opportunity to launch such work after having ques-

tioned the contribution of such a document. This congress ended with an expression of thanks from each delegation to the President, Silvano Freti, who will complete his term of office at the end of the year and will be replaced as of January 1st 2022 by Raphaël Schwarz, specialist in regulatory affairs at the

Federation of the Swiss Watch Industry (FH). Videoconferencing clearly revealed its limits for such a congress and nothing can replace direct interaction, even though the overall objectives were basically achieved. The next ISO/TC 114 international congress will take place in 2023, in a completely new form. **o**



Bonnes vacances

Toute l'équipe de la FH vous remercie pour votre fidélité et vous souhaite de belles vacances. Rendez-vous à la rentrée, le 19 août 2021!

Happy holidays!

The FH team would like to thank you for your loyalty and to wish you a very pleasant summer vacation. We'll be back on August 19th 2021!



Hamilton et Air Zermatt: partenaires et amis depuis dix ans

Il y a dix ans, la maison horlogère et la compagnie de sauvetage aérien signaient un accord de partenariat. Les deux entités ont décidé de marquer cette décennie par l'ouverture d'un pop-up store sur la place de la gare de Zermatt. Hamilton lance également une nouvelle édition limitée de sa Khaki Converter, étroitement développée avec les pilotes d'Air Zermatt.

Janine Vuilleumier

En 2011, Hamilton et Air Zermatt ont uni leurs destinées afin de créer des garde-temps spécifiquement dédiés aux pilotes d'hélicoptères. Spécialiste de l'aviation, la maison biennoise a mis tout son savoir-faire au service de la compagnie de sauvetage et a lancé, tout au long de ces dix ans de partenariat, de nombreuses éditions limitées développées en étroite collaboration avec les professionnels de la compagnie aérienne.

En 2021, pour fêter la décennie de ce partenariat, Hamilton lance la Khaki Aviation Converter Automatic Chronograph, garde-temps pensé pour les pilotes expérimentés et les passionnés d'aviation. Sa lunette logarithmique permet de réaliser des calculs en vol et de déterminer des paramètres cruciaux tels que la vitesse de l'air, la distance, la consommation de carburant et le temps de vol. Embarquant une fonction chronographe, cette

montre est conçue pour mettre en avant l'expertise et le talent des pilotes professionnels.

Et c'est par voies aériennes, comme il se doit, que cette pièce anniversaire a été dévoilée, le 10 juin dernier au sommet du Rothorn à Zer-

matt, héliportée et déposée dans les mains de Vivian Stauffer, CEO de la maison horlogère. Responsables et pilotes de la base aérienne, médias et autorités locales ont assisté à cette conférence de presse hors du commun qui s'est déroulée sur les pistes de ski encore



enneigées de la station valaisanne, délaissées des touristes à cette saison estivale.

Khaki Aviation Converter Auto Chrono Air Zermatt

Cette nouvelle édition limitée doit ses couleurs à la célèbre livrée des hélicoptères rouges de l'équipe de secouristes et est estampée du logo Air Zermatt bleu glacier. Apposés sur un cadran noir, les différents marqueurs sont mis en valeur par des compteurs dans un dégradé de bleu, tandis que l'aiguille des secondes se démarque par sa teinte rouge vif. Les marquages sur le calculateur de la lunette sont également en bleu glacier

Au dos de la montre, on retrouve le fond de boîtier transparent avec le célèbre logo Air Zermatt imprimé. Celui-ci laisse apparaître le mouvement chronographe H-21-Si exclusif. Une création qui démontre sa fiabilité au milieu des turbulences et des conditions extrêmes rencontrées lors des sauvetages en montagne à haute altitude: le spiral en silicium résiste aux champs magnétiques émis par les instruments du cockpit tout en garantissant une température stable et un chronométrage de précision lors des missions les plus dangereuses.

Seuls 988 exemplaires de cette Khaki Aviation Automatic Chronograph seront produits: un pour chaque mission réalisée dans le Cervin depuis la création de la base à janvier 2021. Disponibles dans le monde entier, elles seront livrées dans un emballage unique inspiré de l'émetteur de localisation d'urgence (ELT) transporté à bord des hélicoptères Air Zermatt.

Ces garde-temps sont vendus au cœur de la nouvelle boutique éphémère tenue conjointement par Hamilton et Air Zermatt. Situé sur la place de la gare de la station valaisanne, cet espace propose, durant une année, un large choix de garde-temps de la maison horlogère tout comme les services de la compagnie aérienne (vols panoramiques, héliski, etc.).



Vivian Stauffer (CEO Hamilton)



Air Zermatt

Air Zermatt est l'une des compagnies de sauvetage aérien les plus pointues au monde, avec 75 pilotes, ambulanciers, techniciens et opérateurs, une flotte de 11 hélicoptères et une école de formation. Elle a été fondée en 1968 par Beat Perren qui ne disposait alors que d'un seul appareil, d'un pilote et d'un mécanicien.



Hamilton and Air Zermatt: partners and friends for ten years

Ten years ago, the watchmaker and the air rescue company signed a partnership agreement. The two entities have decided to mark this decade with the opening of a pop-up store on the square in front of the Zermatt train station. Hamilton is also launching a new limited edition of its Khaki Converter, developed in close cooperation with Air Zermatt pilots.

Janine Vuilleumier

In 2011, Hamilton and Air Zermatt joined forces to create timepieces specifically for helicopter pilots. As an aviation specialist, the Biel/Bienne-based company put all its know-how at the service of the rescue company and, throughout the ten-year partnership, has launched numerous limited edi-

tions developed in close collaboration with the airline's professionals.

In 2021, to celebrate the decade of this partnership, Hamilton is launching the Khaki Aviation Converter Automatic Chronograph, a timepiece designed for experienced pilots and aviation enthusiasts. Its logarithmic bezel can be used for in-flight calculations

and to determine crucial parameters such as air speed, distance, fuel consumption and flight time. Also incorporating a chronograph function, this watch is designed to highlight the expertise and talent of professional pilots.

In an entirely fitting way, it was by air that this anniversary piece reached the summit of the Rothorn in Zermatt where it was unveiled on June 10th this year, carried by helicopter and handed over to Hamilton's CEO Vivian Stauffer. Air base officials, pilots, media representatives and local authorities attended this unusual press conference, which took place on the still snow-covered ski slopes of the Valais resort, in the absence of tourists due to the summer season.



Vivian Stauffer (CEO Hamilton) & Gerold Biner (pilot & CEO Air Zermatt)

Khaki Aviation Converter Auto Chrono Air Zermatt

This new limited edition draws its colours from the rescue team's famous livery of red helicopters stamped with the glacier-blue Air

Zermatt logo. Against a black dial, the all-important chronograph elements are highlighted with subdials in a blue gradient, and the seconds hand stands out in bright red. Markings on the bezel calculator are also in glacier blue.

Turning the watch over reveals the famous Air Zermatt logo printed upon the open case back. Underneath, Hamilton's exclusive H-21-Si chronograph movement is on full display. This is an engine to rely on even amid the turbulence and fast-changing conditions of mountain rescue flying – the silicon balance-spring resists any magnetic fields from cockpit instrumentation while ensuring temperature stability and precise timekeeping in the most perilous rescues.

Only 988 pieces of this limited edition Khaki Aviation Converter Automatic Chronograph for Air Zermatt will be produced – one for every Air Zermatt mission flown to the Matterhorn as of January 2021. Available worldwide, they will be delivered in unique packaging inspired by the Emergency Location Transmitter (ELT) device carried aboard Air Zermatt's helicopters.

These timepieces are sold in the heart of the new pop-up boutique jointly run by Hamilton and Air Zermatt. Located on the station square of the Valais resort, this space that will remain open for an entire year offers a wide choice of timepieces from the watch company alongside the airline's services including panoramic flights, heliskiing, etc. ◦



Air Zermatt

Air Zermatt is one of the most high-level aerial rescue operations in the world, with a team of 75 pilots, paramedics, technicians and support staff, a fleet of 11 helicopters, and a training school. The company was created in 1968 by Beat Perren who had just one aircraft, one pilot and one mechanic at the time.



Alpina

We Shape the Change

A l'occasion de la Journée mondiale de l'océan, Alpina a dévoilé non seulement deux nouvelles séries limitées - une féminine et une masculine - de sa montre écoresponsable Seastrong Diver Gyre Automatic, mais a également réitéré sa promesse de s'engager auprès d'associations luttant pour la sauvegarde de l'environnement. Réunies par un principe fédérateur nommé We Shape the Change, la maison genevoise a pour ambition d'entreprendre une multitude d'actions visant à attirer l'attention du public sur les problématiques environnementales actuelles, mais aussi de partenariats, à commencer par celui avec la Surfrider Foundation Europe ou encore l'entreprise suisse Wood'nShape, qui fabrique des planches de surf en bois. Depuis l'année dernière, Alpina s'investit dans la préservation de l'environnement et de la nature. Même si elle n'en est qu'à ses débuts en matière de développement durable, c'est dans cette direction que la maison souhaite s'orienter dans les années futures. Dessiner le changement, aller de l'avant, vivre en harmonie avec son temps et son environnement.

En totale adéquation avec ces valeurs de partage et de respect entre l'humain et la nature, la marque a renouvelé son soutien à la Surfrider Foundation Europe, organisation non gouvernementale internationale et environnementale à but non lucratif, reconnue pour son combat mené au quotidien par près de 1'800 bénévoles dans 13 pays européens.

Alpina a également annoncé une collaboration engagée avec l'entreprise suisse Wood'nShape, dirigée par l'architecte Sébastien Meylan, qui fabrique des planches de surf écologiques en bois. Ce partenariat dévoile une série de planches de surf recouvertes d'une fresque représentant les déchets plastiques. Baptisée «Ugly Beauty», cette série fonctionnant en tryptique, représente la carte du monde, illustrant ainsi l'accumulation de la pollution plastique dans les océans. Le but: interpellier sur les enjeux environnementaux des matières non recyclables, l'engorgement des océans par les déchets plastiques et

les mesures alternatives à adopter telles que l'*upcycling*, l'éducation des jeunes générations ou encore la recherche de l'adéquation entre innovation et préservation.

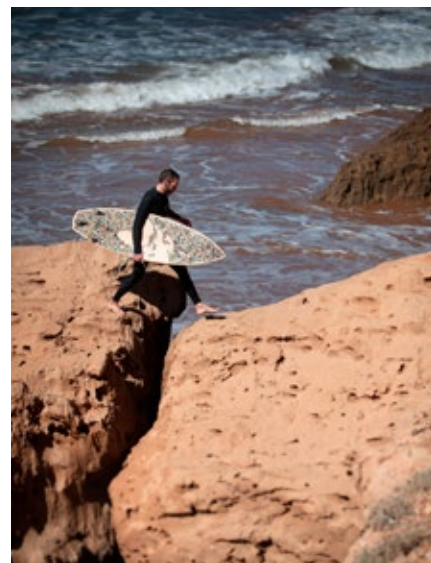
Dotée d'un boîtier, d'un bracelet, mais aussi d'un conditionnement respectueux de l'environnement, la Seastrong Diver Gyre Automatic symbolise la promesse de la maison de s'engager auprès d'associations luttant pour la sauvegarde de la nature. **o**

We Shape the Change

On World Ocean Day, Alpina not only unveiled two new limited series – one for women and one for men – of its eco-responsible Seastrong Diver Gyre Automatic watch, but also reiterated its commitment to associations fighting to protect the environment. United by a significant, mobilising principle called We Shape the Change, the Geneva-based brand's ambition is to undertake a multitude of actions aimed at drawing the public's attention to current environmental issues, as well as partnerships, starting with Surfrider Foundation Europe and the Swiss company Wood'nShape, which manufactures wooden surfboards.

Since last year, Alpina has been committed to preserving the environment and Nature. Even if it is still in its early stages in terms of sustainable development, this is the direction in which the brand is heading for the upcoming years. Designing change, moving forward, living in harmony with its time and environment: these are the fundamental values advocated by all the actions undertaken by Alpina, present and future, to draw its community and the public's attention to environmental issues.

Entirely in tune with these values of sharing and respect between human beings and nature, Alpina is happy to renew its support this year to this international and environmental non-profit organisation, acknowledged for its daily work undertaken by nearly 1,800 volunteers in 13 European countries.





Alpina also announced a committed collaboration with Swiss company Wood'nShape, headed by architect Sébastien Meylan, which manufactures eco-friendly wooden surfboards. This partnership unveils a series of surfboards covered with a mural representing plastic waste. Called "Ugly Beauty", this series, which works as a triptych, represents the world map and illustrates the accumulation of plastic pollution in the oceans. The aim is to raise awareness of the environmental issues surrounding non-recyclable materials, the clogging of the oceans with plastic waste, as well as the alternative measures to be adopted, such as upcycling, educating the younger generation, and finding the right balance between innovation and preservation.

Featuring an environment-friendly case, strap and packaging, the Seastrong Diver Gyre Automatic symbolises the company's commitment to associations fighting to protect Nature. ◦

IWC Schaffhausen

Partenariat avec Airspeeder

La maison schaffhousoise unit ses forces à celles d'Airspeeder - première série de courses de voitures volantes électriques au monde - dans le cadre d'un nouveau partenariat alliant ingénierie et chronométrage. En associant leurs passions communes pour le progrès technologique, l'implication humaine et le développement durable, les deux sociétés vont travailler main dans la main pour lancer cette forme inédite de sport automobile et inaugurer une nouvelle ère de la mobilité propre.

La série de courses Airspeeder est née de l'imagination de Matt Pearson, qui dirige également Alauda, le premier constructeur de voitures volantes électriques de performance au monde. Son idée visionnaire s'inspire du rôle que joue traditionnellement le sport pour faire évoluer les technologies: Matt Pearson entend créer un nouveau genre de sport automobile afin d'accélérer la révolution de la mobilité aérienne et de transformer le transport humain, logistique et même médical.

Selon le calendrier de courses annoncé, des engins e-VTOL (aéronefs électriques à décollage et atterrissage verticaux) fabriqués par Alauda, engagés par des écuries individuelles et conduits par des pilotes d'élite, évolueront à une vitesse maximale de 200 km/h à une altitude qui ne devra pas excéder 40 mètres. Ces courses aériennes se dérouleront sur des circuits conçus électroniquement et seront diffusées dans le monde entier afin de minimiser l'impact environnemental d'une logistique et d'une infrastructure plus complexes. ◦

Partnership with Airspeeder

The Schaffhausen-based brand is joining forces with Airspeeder, the world's first electric flying car racing series, in a new engineering and timekeeping partnership. Combining the passion both companies share for technological progress, human endeavour and

sustainability, they will work together in pioneering this new form of motorsport to fast-track a new era of clean-air mobility.

The Airspeeder racing series is the brainchild of founder Matt Pearson, who also runs Alauda, the world's first performance electric flying car manufacturer. Taking inspiration from the role sport has traditionally played in advancing the cause of technology, Pearson's visionary idea is to create a new kind of motorsport to accelerate the advanced air mobility revolution, as well as transforming passenger, logistical and even medical transportation.



The planned global race series will eventually see a full grid of eVTOL (electric Vertical Take-Off and Landing) craft – manufactured by Alauda, managed by individual teams and operated by elite pilots – compete at heights of up to 40m off the ground and at top speeds of 200km/h. The air races will take place on electronically-created tracks and be streamed globally, minimising the environmental impact of more complex logistics and infrastructure. ◦

Jaeger-LeCoultre

Le 1931 Café fête les 90 ans de la Reverso



Cet automne à Paris, la maison horlogère accueillera sa clientèle au 1931 Café, un nouvel endroit élégant et convivial créé à l'occasion des 90 ans de la Reverso, montre icône de style Art déco. Véritable immersion dans l'ambiance de l'époque qui a vu naître ce modèle, le café éphémère a au préalable ouvert ses portes à Shanghai.

Né dans les années 20, le style Art déco se distingue par une géométrie épurée qui rejette toute forme d'ornementation classique et qui fait parfaitement écho à l'esprit moderne et innovant caractéristique de son temps. Créée en 1931 dans le droit-fil du mouvement, la Reverso a révolutionné les codes de l'horlogerie traditionnelle. Ses fonctionnalités ingénieuses et son esthétique résolument singulière incarnent les valeurs progressistes qui ont remodelé l'univers du design, de l'architecture à l'automobile et l'art graphique, en passant par le mobilier, le cinéma et la mode.

Quintessence du style Art déco, le 1931 Café évoquera l'intérieur raffiné d'un paquebot des années 30 et le glamour d'un plateau

de tournage. Imprégné d'une lumière chaude et flatteuse, le décor en noir et blanc incorpore des matériaux Art déco caractéristiques, tels que du chrome, du velours, du verre, du bois laqué et un sol en marbre avec un motif géométrique incrusté typique de l'époque. Chaque détail a été conçu sur mesure, du lustre en verre dépoli qui domine le centre de la pièce aux chaises rehaussées de trois bandes métalliques qui rappellent les trois godrons d'un boîtier de Reverso.

Ouvert jusqu'au 15 août, le 1931 Café se situe au K11, creuset de l'art et de la mode du centre-ville de Shanghai. Dès le mois d'octobre, il apparaîtra sous un tout nouveau jour en plein cœur de Paris. ◦

The 1931 Café celebrates 90 years of the Reverso

This autumn in Paris, the watchmaking brand will be delighted to welcome guests to 1931 Café – an elegant and convivial new venue created to coincide with 90 years of the Reverso, a watch that is considered an icon of Art Deco design. Offering guests the chance to immerse themselves fully in the style and ambiance of the period when the Reverso was born, the pop-up café first opened in Shanghai. Born in the 1920s, Art Deco style was distinguished by a streamlined geometry that rejected traditional ornamentation and perfectly captured the spirit of modernity and progress that defined its time. Created in 1931 and infused with this same spirit, the Reverso was a radical departure from the norms of traditional watch design. Its ingenious functionality and highly distinctive aesthetic epitomised the progressive values that had transformed every area of design, from architecture, automobiles and graphic art, to furniture, films and fashion.

As a quintessential expression of Art Deco style, 1931 Café will evoke the elegant interior of a 1930s ocean liner and the glamour of a film set. Using a black-and-white palette and infused with a warm and flattering light, the design incorporates signature Art Deco materials – chrome, velvet, glass and lacquered wood – as well as featuring a marble floor with an inlaid geometric pattern typical of the era. Every detail has been custom-designed, from the frosted-glass chandelier dominating the centre of the room, to the chairs featuring three metal bands that echo the three gadroons on a Reverso case.

Open until August 15th, the 1931 Café is located at K11, the art and fashion hub in the centre of Shanghai. From October onwards, it will be recreated in a new location in the heart of Paris. ◦

Ulysse Nardin

Partenariat avec The Ocean Race

Ulysse Nardin a annoncé sa collaboration avec The Ocean Race. Ces deux amoureux de la mer se sont engagés pour l'utilisation

responsable et la préservation des océans. Ils débutent ensemble une décennie d'actions.

Les deux partenaires sont convaincus que le temps est compté: il faut agir au plus vite pour la régénération de la vie sous-marine et des grandes eaux. Or, déterminer des échéances précises est crucial pour

obtenir des avancées significatives. Il est nécessaire d'agir dès maintenant, les menaces s'intensifiant et détruisant l'environnement marin. L'initiative repose sur trois principaux piliers: les Ocean Race Summits, des forums de haut niveau pour l'amélioration des politiques concernant l'Océan, la résolution de difficultés mondiales grâce à l'innovation locale et aux meilleures pratiques; un Learning Programme qui inspire et sensibilise les jeunes aux enjeux autour de l'Océan, avec des modules d'apprentissage proposés dans neuf langues; et un Science Programme innovant qui recueille d'importantes données sur l'eau et l'atmosphère via les bateaux de courses et les navigateurs, afin d'appuyer les recherches scientifiques sur l'état des mers et le changement climatique.

Dans le cadre de l'objectif 14 de développement durable instauré par les Nations Unies, Ulysse Nardin s'engage à suivre les avancées scientifiques nécessaires pour améliorer la situation. Le temps est toutefois compté. Des dates butoir ont déjà été fixées pour encourager le respect des objectifs, la première d'entre elles étant 2030. Un compte à rebours symbolique jusqu'à ce premier jalon sera affiché sur le site d'Ulysse Nardin et sur www.theoceanrace.com. ◦

Partnership with The Ocean Race

Ulysse Nardin has announced its collaboration with The Ocean Race. Together, these two "natives of the sea" have committed to the responsible use and conservation of the world's oceans, setting sail together on a decade of action.

Both partners believe that time is critical for the regeneration of marine life and of the ocean itself, and that setting specific deadlines for action will promote significant progress. Urgency is the key to making progress as threats to the ocean are escalating and devastating the marine environment.

The initiative is built on three main pillars: The Ocean Race Summits, a series of high-level forums to design improved policy for the ocean,



Richard Brisius & Patrick Pruniaux

address global challenges using local innovation and best practices; a Learning Programme which inspires and empowers young people around ocean issues and features learning modules in nine languages; and an innovative Science Programme, that uses the race boats and sailors to collect critical water and atmospheric data from remote ocean areas, to further scientific research into the state of seas and changing climate.

As part of the United Nations SDG 14 commitment, Ulysse Nardin is committed to keeping track of the scientific research required to make a difference. However, time is critical with milestone dates having been set to keep these advances on track; the first date for positive results is 2030. A symbolic countdown to this 2030 milestone will be featured on the Ulysse Nardin website as well as on www.theoceanrace.com. ◦

Louis Erard

Un triptyque signé Alain Silberstein

En 2019, Alain Silberstein revisitait Le Régulateur de Louis Erard, modèle historique et emblématique de la marque jurassienne. De cette collaboration naquit une pièce d'exception, éditée en deux fois 178 exemplaires, qui fut par la suite sélectionnée au Grand prix d'horlogerie de Genève. Elle a également remporté un «Red Dot Award: Product Design 2021».

L'année 2021 marque une nouvelle étape de la collaboration entre Louis Erard et Alain Silberstein avec le lancement d'un triptyque. Trois montres œuvres d'art, trois membres d'une même famille qui éclairent de façon inédite la démarche artistique d'Alain Silberstein et la maîtrise horlogère de la maison jurassienne. Chaque référence est limitée à 178 exemplaires, dont 78 vendus en coffret collection contenant l'ensemble de la capsule et une œuvre digitale signée par l'artiste.

Le triptyque commence par un clin d'œil avec le modèle La Semaine Louis Erard x Alain Silberstein. Cette pièce, trois aiguilles date et jour, est dotée de l'ineffable semainier développé par Alain Silberstein et reconnaissable entre toutes: les jours ne portent pas des noms, mais des smileys ludiques, petits visages stylisés symbolisant différentes humeurs et rappelant que le temps est un flux, un vécu, une émotion évoluant au fil des jours. Lundi gris, dimanche radieux, au gré des humeurs du porteur.

La pièce centrale est une nouvelle variation du régulateur - Le Régulateur Louis Erard x Alain Silberstein II. La signature du créateur est là encore omniprésente: grande aiguille flèche bleue pour les minutes, triangle rouge pour les heures, petit serpent jaunie pour la seconde. Le temps se lit de manière dissociée, dans une écriture joyeuse, aussi sophistiquée qu'enfantine, avec toute la profondeur artistique et philosophique propre au travail de l'artiste: jeu de proportions, références au Bauhaus, références à l'histoire de l'horlogerie. »

120 ANS

1901 - 2021



UNE SYMPHONIE DE SAVOIR-FAIRE

Leader dans son domaine, Dubois Dépraz met son savoir-faire au service de ses clients.

Depuis plus d'un siècle, Dubois Dépraz marque de son empreinte l'industrie horlogère tant dans la conception, la fabrication et l'assemblage de mécanismes horlogers à complications que de composants et mobiles à haute valeur ajoutée.

Dubois Dépraz est une entreprise indépendante, qui place l'humain et ses partenaires au centre de ses préoccupations. Son nom est synonyme d'innovation, d'expertise et de qualité.

DD DUBOIS DÉPRAZ
AU SERVICE DES MARQUES DEPUIS 1901

Dubois & Dépraz SA
Grand-Rue 12
CH - 1345 Le Lieu
+41 (0)21 841 15 51
info@dubois-depraz.ch

www.dubois-depraz.ch



DÉVELOPPEMENTS SUR MESURE

- Equipes projets
- Conception, laboratoire
- Prototypage, industrialisation



MANUFACTURE DE COMPOSANTS

- Découpage, laser, usinage
- Décolletage, taillage, roulage, assemblage
- Décoration, anglage, poinçon GE



MANUFACTURE DE COMPLICATIONS

- Haute horlogerie, sonneries
- Quantièmes annuels et perpétuels
- Chronographes, GMT, autres

» Le troisième volet du triptyque est un chronographe inédit pour l'artiste invité: Le Chrono Monopoussoir Louis Erard x Alain Silberstein. Heures et minutes centrales, trotteuse du chronographe au centre et compteur 30 minutes à 12 heures. Comme sur le modèle La Semaine, le chronographe monopoussoir intègre la nouvelle aiguille signature des heures imaginée par le créateur: un cercle rouge épinglé d'un triangle. ◦

A triptych by Alain Silberstein

In 2019, Alain Silberstein revisited the Regulator by Louis Erard, an emblematic historical model from the Jura-based brand. This collaboration gave rise to an exceptional timepiece, produced in two 178-piece limited series, which was subsequently selected for the Grand Prix d'Horlogerie de Genève. It also won a "Red Dot Award: Product Design 2021". 2021 marks a new frontier in the collaboration between Louis Erard and Alain Silberstein, with the launch of this triptych. Three artwork watches; three family members able to shed new light on Alain Silberstein's artistic approach, as well as Louis Erard's watchmaking mastery. Each item is limited to 178 models, 78 of which are to be sold in a collector's box containing the entire capsule as well as a digital artwork signed by the artist.

The triptych begins with a reference to the artist with the La Semaine Louis Erard x Alain Silberstein. With its three hand along with a day-date display, this model features the exquisite weekly planner developed by Alain Silberstein, easily recognisable as his work: the days do not have names, but rather playful smileys – small, stylised faces symbolising different moods and reminding us that time is a flow, an experience, an emotion evolving through the days. From grey Monday

to radiant Sunday (or vice versa), depending on the mood of the wearer! The central piece is a new variation on the regulator: Le Régulateur Louis Erard x Alain Silberstein II. Once again, the designer's signature touch is instantly visible: a large blue arrow hand for the minutes, a red triangle for the hours, and a small yellow serpentine hand for the seconds. Telling the time is separated into its different parts in a joyful language that is both sophisticated and childlike, imbued with artistic and philosophical depth that characterises all Silberstein's work: it is a game of proportions, with references ranging from Bauhaus to the rich history of watchmaking.

The third part of the triptych is an all-new chronograph design from the guest artist: Le Chrono Monopoussoir Louis Erard x Alain Silberstein. It features centrally placed hour and minute hands, with the chronograph seconds hand at the centre and a 30-minute counter at 12 o'clock. As on the La Semaine model, the monopusher chronograph incorporates the designer's new signature hour hand: a red circle pinned with a triangle. ◦



Richard Mille

Réseau de seconde main international certifié

Le réseau international de distribution de montres de seconde main de la maison jurassienne est désormais opérationnel sur les quatre continents. Quiconque souhaite acquérir une montre Richard Mille d'occasion peut l'acheter en toute sérénité auprès des partenaires certifiés: NX One au Japon, The Value of Time à Singapour, Westime aux Etats-Unis et Ninety à Londres (Royaume-Uni).

Le marché de l'occasion ne s'adresse pas uniquement aux personnes désireuses de se procurer un modèle sorti de collection. Dès ses débuts en 2001, Richard Mille, anticipant l'essor du marché des montres de seconde main, l'a encouragé au travers de ses centres de service dédiés. Cette approche est essentielle pour pérenniser ce qui est indispensable dans toute relation entre une marque de luxe et son client: la confiance. Chaque montre de seconde main issue de l'une des boutiques citées a été examinée, authentifiée et restaurée par les horlogers dédiés. Formés au sein de la manufacture Richard Mille, ils soumettent chaque pièce aux contrôles qualité les plus rigoureux lors des phases d'entretien, de réparation et de remise en état. Ces montres répondent donc aux exi-

gences les plus élevées, tant du point de vue mécanique qu'esthétique. Chaque garde-temps acquis dans l'un des points de vente certifiés est accompagné d'une garantie internationale de 24 mois, d'un certificat d'authenticité, d'un carnet d'entretien à jour, d'un écran et d'un bracelet neuf. Pour les années à venir, la marque projette un développement soutenu de ce nouveau réseau de distribution pour ses modèles de seconde main. ◦

The pre-owned watch distribution network certified

The pre-owned watch distribution network of the Manufacture now covers all major markets across four continents. Anyone eager to purchase a pre-owned Richard Mille can do so with absolute peace of mind via any of its certified partners: NX One in Japan, The Value of Time in Singapore, Westime in the US or Ninety in London (UK). The secondary market caters not only for those interested in obtaining a discontinued line. Right from the outset in 2001, Richard Mille foresaw today's booming market in pre-owned timepieces. The brand has always supported pre-owned watches through its specific service centres. This approach is key to establishing the most »

» important element in any relationship between a luxury brand and its client: the trust.

Any pre-owned watch acquired in one of the stores cited above will have been evaluated, authenticated and restored by the in-house watchmakers. Trained at the Richard Mille Manufacture, they are committed to subjecting each and every timepiece to the most rigorous quality controls through servicing, repairs and refurbishments. Best performance standards are met not only mechanically but also aesthetically.

Purchasing a pre-owned watch in one of the certified outlets means walking away with a 24-month International warranty, a certificate of authenticity, a service booklet and of course, a brand-new strap and presentation box.

This is only the beginning of what the brand hopes to develop in the sector. ◦



The Value of Time (Singapore / Singapour)

Hublot

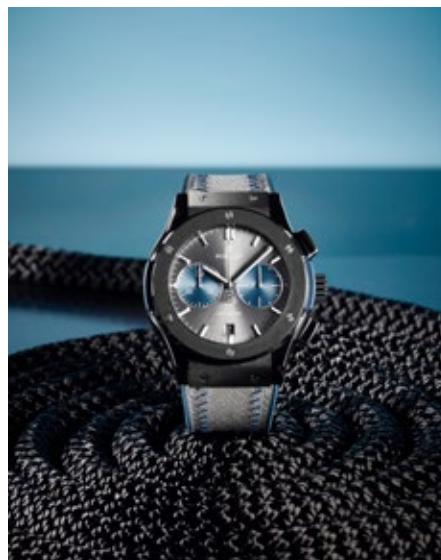
Chronométréur officiel du Bol d'Or Mirabaud

Pour la huitième saison consécutive, Hublot a confirmé son lien étroit avec le Bol d'Or Mirabaud en tant que chronométréur officiel. Cette compétition, la plus grande régata au monde en bassin fermé reliant les deux extrémités du Lac Léman, de Genève au Bouveret, s'est tenue du 11 au 13 juin dernier. Quelque 440 bateaux s'étaient donné rendez-vous sur la ligne de départ pour un parcours de 123 kilomètres. L'occasion pour la maison nyonnaise de révéler un nouveau garde-temps dédié à cette compétition. La coque brillante des voiliers fendant les eaux bleues du Lac Léman a inspiré la nouvelle Classic Fusion Chronograph Bol d'Or Mirabaud. Une montre tricolore sublimée par du gris acier brillant, du noir mat et un bleu marin profond. A la fois sportive et élégante, avec son boîtier de 45 mm en céramique noire effet satiné et son bracelet en tissu technique et surpiquées, cette pièce s'adapte à la vie nautique, mais aussi à la ville. ◦

Official timekeeper of the Bol d'Or Mirabaud

For the eighth consecutive season, Hublot confirmed its close ties with the Bol d'Or Mirabaud as official timekeeper. This year's edition of the largest inland lake regatta raced between the two far ends of Lake Geneva, from Geneva to Le Bouveret and back, was held from June 11th to 13th. Some 440 boats lined up at the starting line for a 123km route.

The event provided the perfect opportunity for the Nyon-based firm to reveal a new timepiece dedicated to this competition. The gleaming hulls of the yachts cutting through the blue waters of Lake Geneva inspired the new Classic Fusion Chronograph Bol d'Or Mirabaud. This tricolour is exquisitely enhanced by the combination of shiny grey steel, matt black and deep navy blue. Both sporty and elegant, with its 45mm black satin-effect ceramic case and its topstitched technical fabric strap, this timepiece is well-suited to nautical life or to wear around town. ◦



Blancpain

Création du Female Fifty Fathoms Award

Partenaire principal de l'édition 2021 de la compétition Ocean Photography Awards (OPA), Blancpain lance le Female Fifty Fathoms Award. Cette nouvelle catégorie de prix récompensera les accomplissements des femmes dans le domaine de la photographie océanique en vue d'inspirer les générations futures.

Produite par le magazine *Oceanographic*, en soutien à l'organisation caritative de conservation des océans SeaLegacy, la compétition annuelle Ocean Photography Awards a pour mission de révéler la beauté des océans ainsi que les multiples dangers auxquels ils font face. Pour atteindre ce but, elle sollicite le talent et la sensibilité de toute personne maniant l'objectif avec pour sujet l'océan; le concours est ouvert à tous. Il se compose de six catégories, qui laissent délibérément la voie ouverte à l'interprétation, mais également d'un prix global, celui du photographe océanique de l'année (Ocean Photographer of the Year). Une grande nouveauté s'ajoute au programme 2021: l'introduction d'une catégorie supplémentaire, le Female Fifty Fathoms Award, une récompense initiée et décernée par Blancpain. Bien qu'ils soient inclusifs, les Ocean Photography Awards comptent une grande majorité d'hommes parmi leurs participants. A travers l'introduction de cette nouvelle classification, Blancpain et le concours souhaitent encourager les femmes à partager leur regard sur le monde sous-marin et promouvoir leur implication dans les domaines de la plongée, de la photographie océanique et de la sensibilisation à la cause des océans afin d'inspirer les générations futures. Parmi de nombreuses récompenses, la lauréate recevra un garde-temps de la collection Fifty Fathoms. Elle bénéficiera également d'une présence à travers les plateformes de la marque et dans ses supports de communication destinés à sensibiliser le public à la beauté des océans. Son nom sera ainsi associé à celui de photographes réputés, à l'instar d'Ernest H. Brooks II ou Ellen Cuylaerts. ◦

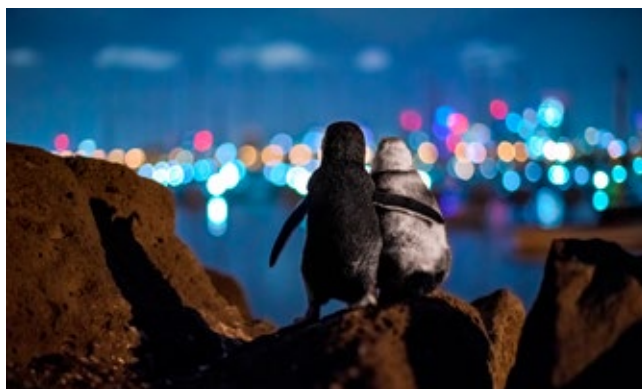
Creation of the Female Fifty Fathoms Award

With the aim of inspiring future generations, Blancpain, main partner to the 2021 edition of the Ocean Photography Awards (OPA) competition, is launching the Female Fifty Fathoms Award, a new category designed to reward women's achievements in the field of ocean photography.

Produced by *Oceanographic Magazine*, in support of ocean conservation charity SeaLegacy, the objective of the Ocean Photography Awards annual competition is to communicate the beauty of the ocean, as well as the many perils it faces. To achieve this goal, it calls on the talent and sensitivity of any individual involved in photography and using the ocean as their subject. Open to all, it consists of six categories that deliberately leave the door open to interpretation, as well as an overall Ocean Photographer of the Year prize. The 2021 programme has been enhanced by a great new addition with the introduction of a complementary category in the form of the Female Fifty Fathoms Award, a prize introduced and awarded by Blancpain.

Despite their inclusive nature, the Ocean Photography Award tend to attract a vast majority of masculine participants. Through this new classification, together with the competition organisers, Blancpain wishes to encourage women to share their perspective on the underwater world while promoting their involvement in the realms of diving, ocean photography and raising awareness of the ocean cause in order to inspire future generations.

Amongst the many prizes, the winner will receive a timepiece from the Fifty Fathoms watch collection. She will also enjoy the benefit of being present on the brand's platforms, as well as in its communication materials used to raise awareness of the beauty of the ocean. Her name will thus be associated with renowned photographers such as Ernest H. Brooks II or Ellen Cuylaerts. ◦



Alpina

Trois garde-temps pour soutenir la Fondation Salomon

Alpina a donné à ses adeptes l'opportunité de choisir mouvements, boîtiers, cadrans, aiguilles et bracelets afin de définir trois nouvelles montres, chacune dédiée à un univers: Alpiner pour la terre, Seastrong pour la mer, Startimer pour l'air. Pour réaliser ces modèles, la maison horlogère a souhaité rendre hommage à l'environnement, sa source d'inspiration depuis sa création en 1883, en recyclant des composants inutilisés afin de réduire son impact écologique.

Pour la terre, la déclinaison victorieuse est une Alpiner 4 Chronograph, équipée d'un mouvement automatique à trois compteurs Lajoux-Perret. Affichant un cadran bleu à la décoration soleillée, ses aiguilles argentées s'accordent parfaitement avec son bracelet en acier.

Les plongeurs quant à eux ont opté pour une Seastrong Diver 300 Automatic, dotée d'un boîtier en acier revêtu d'un traitement PVD titane. Son cadran bleu nuit, reflétant la profondeur des eaux, laisse la part belle à de luminescentes aiguilles argentées surmontées d'une pointe de rouge. Le tout est agrémenté d'un bracelet bleu de style Nato, fabriqué à partir de plastique recyclé.

Enfin, les férus d'aviation ont voté pour une Startimer Automatic en acier - en référence aux traditionnelles montres de pilotes - enrichie



d'un traitement PVD titane et montée sur un bracelet bleu fait de plastique recyclé. D'élégantes aiguilles argentées survolent un cadran bleu soleillé, pour une lisibilité accrue en période de vol.

Dans le cadre de ce projet, Alpina apporte son appui à la Fondation Salomon, une institution qui soutient des professionnels de la montagne physiquement handicapés ainsi que leurs familles. Le 11 décembre prochain, à l'occasion de la Journée internationale de la montagne, pour chaque montre vendue, une donation de 25 euros sera effectuée à la fondation. ◦

Three timepieces to support the Salomon Foundation

The members of the Alpina community had the opportunity to choose the movements, cases, dials, hands and bracelet/straps to define three new watches, each dedicated to a different universe: Alpiner for the Earth, Seastrong for the Sea and Startimer for the Air. To create these models, the brand wanted to pay tribute to the environment, its source of inspiration since its creation in 1883, by reusing existing and unused components in order to reduce its ecological impact.

For the Earth, the winning model is an Alpiner 4 Chronograph, equipped with a Lajoux-Perret three-counter automatic movement. Displaying a blue dial with sunray decoration, its silvered hands perfectly match its steel bracelet.

Divers opted for a Seastrong Diver 300 Automatic, with a steel case coated with a PVD titanium treatment. Its midnight blue dial, reflecting the depth of the water, features luminescent silver hands topped with a hint of red. The whole is embellished with a blue Nato-style strap made from recycled plastic.

Finally, aviation enthusiasts voted for a steel Startimer Automatic - a reference to traditional pilots' watches - enriched with a PVD titanium treatment and mounted on a blue strap made from recycled plastic. Elegant silver hands sweep around a blue sunray dial, for enhanced legibility during flight.

As part of this project, Alpina is pleased to be backing the Salomon Foundation, dedicated to supporting mountain professionals who are physically disabled and their families. On December 11th 2021, on International Mountain Day, for each watch sold, a donation of 25 Euros will be made to the Foundation. ◦

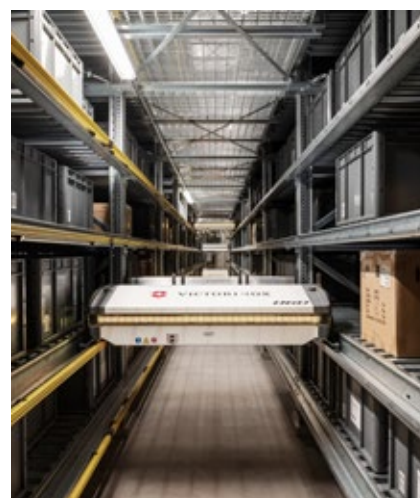
Victorinox

Nouveau centre de distribution

Victorinox a récemment mis en service son nouveau centre de distribution européen à Seewen, dans le canton de Schwytz. Après de minutieux tests, de la réception des marchandises à la livraison, le

centre de distribution est opérationnel et permet de centraliser les 17 différents dépôts de la marque en Suisse et en Europe.

Réparti sur trois étages, le centre de distribution peut se targuer d'un volume de 173'000 m³. Il comprend un magasin de petites pièces entièrement automatisé de quatre allées, 29 niveaux par allée, 116 *shuttles* et de la place pour 38'500 conteneurs, sans oublier un



rayonnage haut semi-automatique pour 9'500 palettes. Il représente ainsi le parfait exemple de la numérisation technique. Au sous-sol se trouve le stock de matières premières qui abrite quelque 3'000 tonnes d'acier, de plastique et de *corner counter displays*. Le centre de distribution - et son équipe composée d'une quarantaine de collaborateurs formés - peut traiter jusqu'à 115'000 commandes par an, ou 1,1 million de postes de commande. En d'autres termes, le centre peut envoyer plus de 40 millions de produits par an s'il est bien exploité.

L'investissement lourd de quelque 50 millions de francs dans l'agglomération de Schwyz témoigne d'un engagement clair en faveur de la région. L'emplacement a également été choisi du fait que quatre catégories de produits sur cinq - couteaux suisses, couteaux de cuisine et professionnels, montres et parfum - sont fabriquées en Suisse. De plus, la fusion des six dépôts régionaux permet de réduire nettement les trajets dans la cuvette de Schwyz, de nombreux transferts devenant désormais superflus. Le raccordement ferroviaire, l'installation photovoltaïque sur le toit ainsi que les stations de chargement pour voitures électriques s'inscrivent dans la politique de durabilité de Victorinox. ◦

New distribution centre

Victorinox recently began operating its new European distribution centre in Seewen, in the canton of Schwyz. After thorough testing, from

goods receipt to delivery, the distribution centre now enables the company to centralise its 17 different depots in Switzerland and Europe. This facility is divided into three floors, has a volume of 173,000 m³ and houses a fully automated small parts warehouse with four aisles, 29 levels per aisle, 116 shuttles and space for 38,500 containers, as well as a semi-automated high rack with 9,500 pallet spaces. It is a prime example of technical digitalisation. The raw material warehouse is located in the basement, storing around 3,000 tons of steel, synthetic materials and corner counter displays. With a trained core team of approximately 40 employees, up to 115,000 orders or 1.1 million order items can be processed in the distribution center each year. Running at a good level of capacity utilisation, this means that more than 40 million products can be shipped per year.

The high investment of around CHF 50 million in the valley basin is a clear commitment to the Schwyz site. This allegiance is also demonstrated by the fact that four out of the five Victorinox product categories are made in Switzerland, namely Swiss Army Knives, Cutlery, Watches and Fragrances.

In the region itself, industrial traffic in the Schwyz valley basin can be significantly reduced. This is thanks to the merging of the previous six regional warehouses which eliminates multiple transfers between locations. The new rail connection, along with the photovoltaic system on the roof and charging stations for electric cars, demonstrate the company's long-standing commitment to sustainability. ◦

Breitling

Partenariat avec les courses d'endurance Ironman

Les deux marques ont conclu un partenariat à long terme et se sont associées pour concevoir la série spéciale Endurance Pro Ironman, garde-temps sportif mariant haute précision, technologie innovante ainsi qu'un design pétillant et coloré. Le lancement de cette pièce s'est déroulé à mi-juin dans la boutique de la maison horlogère, à Beverly Hills.

Son boîtier de 44 mm est réalisé en Breitlight, 3,3 fois plus léger que le titane et 5,8 fois plus léger que l'acier, mais considérablement plus robuste. Cette matière high-tech exclusive présente une résistance exceptionnelle aux rayures, à la traction et à la corrosion. Elle se distingue également par ses propriétés antimagnétique et anallergique, ainsi que par sa stabilité thermique qui lui confère une sensation plus chaleureuse que le métal.

Deux versions de ce garde-temps sont disponibles: l'Endurance Pro Ironman et l'Endurance Pro Ironman Finisher. La première arbore un »

SIMPLE
CONVIVIAL
SANS FIL

LE CHRONOMASTER AIR®.
PRECISION IS PRECIOUS.

witschi

LEADING SWISS PRODUCTS



WICoTRACE



witschi.com



L'HORLOGERIE A SON BERCEAU, MERCIER LE SAVOIR-FAIRE.

Des travaux de prémontage des sous-ensembles à ceux de terminaison des montres complètes, nous maîtrisons toute la gamme des opérations de la chaîne d'assemblage (T0 à T3).



T0883 Atepa.ch



ASSEMBLAGE DE MOUVEMENTS ET DE MONTRES DEPUIS 1982

2345 Les Breuleux/Suisse T 032 959 18 18 www.mercier-sa.ch

Mercier SA
SAVOIR-FAIRE HORLOGER

» cadran rouge avec une lunette intérieure noire. La seconde, noire aux accents dorés, est exclusivement destinée aux athlètes qui auront terminé une course Ironman. Elles sont toutes deux animées par le Calibre Breitling 82, un mouvement SuperQuartz thermocompensé, certifié COSC, dont la batterie offre une durée de vie d'environ trois à quatre ans. Née en 1978, la marque Ironman a commencé comme une simple course pour devenir une expérience globale réunissant des centaines d'événements dans plus de 55 pays. Plus grand administrateur au monde pour les sports à participation massive, le groupe permet à plus d'un million de personnes de profiter chaque année des sports d'endurance à travers des offres diversifiées. ◦

Partnership with Ironman endurance races

The two brands have entered into a long-term partnership and have teamed up to create the special Endurance Pro Ironman series, a sporty timepiece combining high precision, innovative technology and a sparkling, colourful design. The launch of this timepiece



took place in mid-June in the watchmaker's Beverly Hills boutique. Its 44mm case is made of Breitlight, which is 3.3 times lighter than titanium and 5.8 times lighter than steel, yet considerably stronger. This exclusive high-tech material is exceptionally resistant to scratches, traction and corrosion. It is also distinguished by its anti-magnetic and anti-allergic properties, as well as its thermal stability, which makes it feel warmer than metal.

Two versions of this timepiece are available: the Endurance Pro Ironman and the Endurance Pro Ironman Finisher. The first features a red dial with a black inner bezel, while the black iteration with gold accents is reserved exclusively for athletes who have completed an Ironman race. Both are powered by Breitling Caliber 82, a COSC-certified, temperature-compensated SuperQuartz movement with a battery life of approximately three to four years.

Founded in 1978, the Ironman brand has grown from a single race to a global experience with hundreds of events in over 55 countries. As the world's largest administrator of mass participation sports, the group enables more than one million people to enjoy endurance sports each year through a variety of offerings. ◦



TR-X

Un tourbillon squelette sublimé par le Super-LumiNova

Anthony Amato et Vincent Walther, fondateurs de la maison TR-X, ont présenté TR-X Ghost, un tourbillon maison squelette mis en valeur par l'utilisation inédite du Super-LumiNova.

Répondue à large échelle dans l'industrie horlogère sur les cadrans et les lunettes de montres, la matière luminescente est généralement destinée aux aiguilles, aux chiffres et aux index. Sur la TR-X Ghost, elle est déposée en fins traits sur les angles du squelette, selon un procédé unique en son genre. Breveté et développé en collaboration avec une entreprise saint-galloise, il permet littéralement de «loger» le Super-LumiNova sur le métal, mettant ainsi en valeur l'ensemble du mouvement, comme si celui-ci était rétroéclairé. L'effet est encore renforcé grâce au traitement DLC noir de l'ensemble des compo-

sants. Ce processus, qui a nécessité plus d'un an de développement, réclame une forme d'usinage particulière afin que la dépose de la matière luminescente soit parfaitement propre.

Quant aux sources d'inspiration du projet, Anthony Amato les résume en ces termes: «La montre est un peu le concentré de toutes nos idées. Comme Vincent Walther, je suis passionné par la technologie. Nous adorons tous les deux l'univers des jeux vidéo et de films de science-fiction. La mécanique automobile et l'esthétique des moteurs nous parlent aussi. A nos yeux, c'est une forme d'art. On retrouve tous ces univers dans la montre.»

Anthony Amato revient sur l'origine du projet: «Cela fait maintenant douze ans que j'ai créé ma première activité, Termitime Sàrl. Jusqu'à aujourd'hui, j'ai toujours travaillé comme prestataire pour différentes marques, tout en réfléchissant au développement de projets plus personnels. Je dirais que cette montre est le fruit de ces multiples expériences, l'expression d'une certaine maturité.» ◦

A skeleton tourbillon enhanced by Super-LumiNova

TR-X founders Anthony Amato and Vincent Walther have presented TR-X Ghost, an in-house skeleton tourbillon enhanced by the novel use of Super-LumiNova.



Widely used in the watch industry on watch dials and bezels, the luminescent material is generally intended for hands, numerals and hour-markers. On the TR-X Ghost, it is applied in fine lines on the corners of the skeleton, using a unique process. Patented and developed in collaboration with a St. Gallen-based company, it literally “houses” the Super-LumiNova on the metal, thereby highlighting the entire movement, as if it were backlit. The effect is further enhanced by the black DLC treatment of all components. This process, which took more than a year to develop, requires a special form of machining to ensure that the luminescent material is deposited perfectly cleanly.

As for the sources of inspiration for the project, Anthony Amato sums them up in these terms: “The watch is the product of brainstorming and the integration of several of our team’s ideas. Vincent Walther and I share a passion for technology. We both love the world of video games and science fiction films. Car engines and engine styling are also dear to us. We regard this as an art form. All these universes collide in the watch.”

Anthony Amato goes back to the origin of the project: “It has been twelve years since I created my first activity with a company named Termitime Sàrl. To date, I have always worked as a service provider for different brands, while thinking about developing more personal projects. I would say that this watch is the fruit of these multiple experiences, the expression of a certain maturity.” ◦

Tudor

Partenariat avec Alaïa

La maison horlogère a annoncé son nouveau partenariat avec Alaïa, concept visionnaire monté autour de la pratique des sports d’action. Cette collaboration inclut les sites d’Alaïa Bay, Alaïa Lodge, Alaïa Chalet et Alaïa Wake Surf.

Imaginée en 2015 par Adam Bonvin, Alaïa est née à la suite d’un voyage de surf à Hossegor, en France. Son envie: recréer cette ambiance typique des spots de surf et de la pratique des sports d’actions en Suisse, au cœur du Valais. Quelques années et quelques investissements plus tard, ce tout nouveau concept quasi unique en Europe et dans le monde a enfin vu le jour avec une proposition d’activités aussi riches que variées.

Le projet Alaïa se décline en quatre endroits. Le site de Sion, Alaïa Bay, où se trouve le bassin de 8’300 m². Il recrée des vagues d’une longueur de 100 mètres pouvant aller de 50 cm de hauteur pour les débutants jusqu’à 2 mètres pour les experts. La baie est divisée en deux bassins pouvant accueillir chacun 20 surfeurs. Dans la même enceinte sur trouve la Factory, lieu magique où les amoureux du surf peuvent découvrir les secrets qui se cachent derrière la fabrication d’une planche. Toutes les étapes sont réunies: du choix de la forme au choix des couleurs, en passant par le ponçage, le tout suivi et guidé par un artisan expert dans le domaine.

Non loin de là, à Crans-Montana, se situe l’hôtel Alaïa Lodge qui propose 144 lits répartis en 12 chambres doubles, 3 suites familiales



et 19 dortoirs de 4 à 10 personnes. Ce complexe marie parfaitement ambiance des alpes, style urbain et esprit Alaïa. Toujours dans la station valaisanne de montagne, le Chalet Alaïa dédie quant à lui 5'000 m² à la pratique de sports d'actions, tels que le skateboard, la trottinette, le trampoline, la gymnastique, le cheerleading, le parkour ou encore le ski et le snowboard.

Quatrième entité du projet Alaïa - Alaïa Wake Surf - située au port du Bouveret. Cette base nautique offre la possibilité de s'évader pour une session de wake surf sur le lac Léman. Son emplacement privilégié permet de profiter des couchers de soleil et de prolonger les soirées sur La Barge du Léman, ancien artepilage de l'Expo.02, pour des concerts ou des soirées à thème. ◦

Partnership with Alaïa

The watchmaker has announced its new partnership with Alaïa, a visionary concept built around the practice of action sports. This collaboration encompasses the Alaïa Bay, Alaïa Lodge, Alaïa Chalet and Alaïa Wake Surf sites.

First imagined in 2015 by Adam Bonvin, Alaïa was born following a surfing trip to Hossegor in France. His desire was to recreate the typical atmosphere of surf spots and action sports in Switzerland, in the heart of the Valais. A few years and a few investments later, this brand-new concept, almost unique in Europe and in the world, has finally seen the light of day with a rich and varied range of activities.

The Alaïa project is spread across four locations. The Alaïa Bay site in Sion, where the 8,300 m² pool is located, recreates 100m long waves ranging from 50cm high for beginners to 2m high for experts. The bay is divided into two pools, each providing space for 20 surfers. The site also includes the Factory, a magical place where surf lovers can discover the secrets behind the making of a board. All the stages are brought together in one place: from the choice of the shape to that of colours, as well as sanding, all followed and guided by an expert artisan in the field.

Not far from there, in Crans-Montana, the Alaïa Lodge hotel offers 144 beds divided between 12 double rooms, three family suites and 19 dormitories that can sleep from four to ten guests. This complex features a perfect blend of alpine atmosphere, urban style and Alaïa spirit. Also in the Valais mountain resort, Chalet Alaïa devotes 5,000 m² to the practice of action sports, such as skateboarding, scootering, trampolining, gymnastics, cheerleading, parkour, as well as skiing and snowboarding.

Longines

Partenariat avec SolarStratos

Longines et SolarStratos ont dévoilé leur collaboration, faisant ainsi de la marque horlogère le partenaire et chronométrateur officiel de cette aventure unique.



Representing the fourth entity of the Alaïa project, Alaïa Wake Surf is located in the port of Le Bouveret. This nautical base offers the possibility to head out for a wake surfing session on Lake Geneva. Its strategic location offers a chance to enjoy sunsets and prolong summer days on La Barge du Léman, the former artepilage of Expo.02, for concerts or themed evenings. ◦

Reconnue pour la fiabilité de ses instruments de précision, la marque au sablier ailé a accompagné des missions d'exploration dans les dernières terres inconnues, affronté des conditions météorologiques extrêmes, navigué sur des mers démontées et participé à l'ouverture de voies aériennes ou à l'établissement de records d'aviation. Des pilotes et des explorateurs de légende tels qu'Amelia Earhart, »



Raphaël Domjan & Matthias Breschan (CEO Longines)

» Paul-Emile Victor, Elinor Smith et Howard Hughes ont ainsi accordé leur confiance à Longines au cours de leurs périple. Fidèle à cet esprit pionnier, la maison imérienne s'est associée à Raphaël Domjan, initiateur de la mission SolarStratos et détenteur de plusieurs records réalisés grâce à l'énergie solaire. SolarStratos est une aventure du groupe SolarXplorers SA. Cette mission, initiée par l'éco-explorateur suisse Raphaël Domjan en 2014, poursuit le but de réaliser le premier vol stratosphérique solaire. Au-

delà des innovations technologiques, elle a pour objectif de promouvoir les énergies renouvelables en démontrant que des concepts et des projets qui semblaient inconcevables il y a peu sont désormais possibles grâce aux technologies disponibles aujourd'hui. ◦

Partnership with SolarStratos

Longines and SolarStratos have unveiled their collaboration, making the watchmaker the Official Partner and Timekeeper of this unique adventure. Renowned for the reliability of its precision instruments, the winged hourglass brand has accompanied explorers on their journeys to the last unknown lands, defied extreme weather, navigated wild oceans and played a part in opening up new air routes and establishing aviation records. Legendary aviators and explorers such as Amelia Earhart, Paul-Emile Victor, Elinor Smith and Howard Hughes have all placed their trust in Longines during their travels.

Longines stays true to its pioneering spirit by joining forces with Raphaël Domjan, founder of the SolarStratos Mission and holder of several world records thanks to the power of the sun.

SolarStratos is a venture of the SolarXplorers SA group. This mission, started by Swiss eco explorer Raphaël Domjan in 2014, aims to complete the first ever stratospheric solar flight. Above and beyond technological innovations, SolarStratos aims to promote renewable energies by illustrating the fact that concepts and projects which seemed impossible a short time ago are now feasible thanks to the technologies available today. ◦

Bernhard H. Mayer

150 ans d'artisanat

Créée en 1871 à Pforzheim, en Allemagne, par Bernhard H. Mayer, la maison éponyme fête ses 150 ans et rend hommage à ses origines en lançant deux garde-temps en édition limitée.

Autrefois spécialisée dans la gravure sur métaux précieux, la marque, sise aujourd'hui à Bienne, s'est lancée dans l'horlogerie dans les années 1980. Présentée en mai dernier, la collection anniversaire arbore une médaille commémorative personnalisée sur son cadran, faisant ainsi écho à ses racines numismatiques.

Disponible en deux versions, en acier plaqué or rose et acier inoxydable, l'édition spéciale s'inspire des grands classiques de l'horlogerie genevoise et présente une forte personnalité exprimée à travers chaque détail et courbe. La médaille sertie à 3 heures représente la manufacture historique Mayer à Pforzheim. Le fond transparent permet quant à lui de découvrir le mouvement automatique suisse ainsi que la masse oscillante estampillée du logo «150^e anniversaire». ◦



tribute to its origins with the launch of two limited-edition timepieces. Formerly specialised in precious metal engraving, the brand now based in Biel/Bienne began making watches in the 1980s. Presented last May, the anniversary collection features a personalised commemorative medal on its dial, echoing its numismatic roots.

Available in two versions, pink gold-plated steel and stainless steel, the special edition is inspired by the great classics of Geneva watchmaking and radiates a strong personality expressed through every detail and curve. The medal set at 3 o'clock represents the historical Mayer factory in Pforzheim. The transparent caseback reveals the Swiss self-winding movement and the oscillating weight stamped with the "150th anniversary" logo. ◦

150 years of craftsmanship

Founded in 1871 in Pforzheim, Germany, by Bernhard H. Mayer, the eponymous brand is celebrating its 150th anniversary and paying

Greubel Forsey

Des bracelets 100% végétaux

A fin juin, Greubel Forsey a annoncé vouloir bannir totalement le cuir animal de ses bracelets, à partir du 1^{er} janvier 2022, pour se consacrer à 100% aux bracelets végétaux. Une première pour la marque! Cette décision réfléchie est un véritable changement de paradigme. La maison horlogère ne transige pas avec la qualité. En effet, «l'offre technique pour des bracelets végétaux est mature et nos clients sont par essence avant-gardistes, réceptifs à l'innovation, ils se projettent. Nous souhaitons être en phase avec leur vision du monde et nous nous réjouissons d'écrire un nouveau chapitre d'une haute horlogerie plus responsable», a déclaré Antonio Calce, CEO de la marque chaux-de-fonnière.

Les ateliers ont affiché pour les futurs bracelets végétaux un cahier des charges exactement similaire à celui de ses bracelets cuirs. Fidèle à son habitude d'intransigeance totale sur la qualité, les tests ont été poussés à l'extrême: apparence, vieillissement, usure, résistance à l'eau, aux ultra-violets, etc. Au toucher, il sera quasiment impossible de faire la différence entre un bracelet végétal et sa version cuir.

Plusieurs variations de couleurs seront disponibles. Il en ira de même des boucles déployantes ou ardillon, selon modèles, selon demande. Là encore une nouveauté, les bracelets végétaux haut de gamme à boucle déployante n'existant pas à ce jour en haute horlogerie.

Cette initiative écoresponsable ne restera pas isolée car l'atelier travaille sur de nouveaux développements allant dans le même ordre d'idées. ◦

100% plant-based straps

At the end of June, Greubel Forsey announced that it will completely eliminate animal leather from its straps. Starting January 1st 2022, 100% of straps will be crafted from high-quality plant-based materials. This is a first for the brand!



This decision represents a paradigm shift in the industry. The watchmaking brand does not compromise on quality and today, the Atelier is yet again reaffirming its convictions. Indeed, “the technical offer for plant-based straps is mature, and our clients are by nature forward-thinking and welcoming of innovation. We want to be in line with their world vision and we are delighted to write a new chapter of responsible and sustainable High-end Watchmaking” said Antonio Calce, CEO of the brand based in La Chaux-de-Fonds.

The Atelier's specifications for the new plant-based straps are exactly the same as those for its leather straps. Its principle of pursuing exceptional quality is now being pushed to the extreme: aesthetics, durability, wear, resistance to water, ultraviolet rays, etc. It's virtually impossible to differentiate between a plant-based strap and its leather predecessor by look and feel.

Several color variations will be available. The same will apply to buckles: with a folding clasp or pin buckle, depending on the model and on the demand. This is yet another innovation, as high-end plant-based straps with a folding clasp did not yet exist in Fine Watchmaking. This eco-responsible initiative will not remain isolated as the workshop is working on new developments along the same lines. ◦

En bref

Omega



La maison biennoise a récemment accueilli Dongyu Zhou dans sa famille d'ambassadeurs. L'actrice chinoise, récompensée à plusieurs reprises par la profession tant nationale qu'étrangère, performe dans des genres allant du thriller à la comédie romantique.

Grönefeld

Située à Oldenzaal, aux Pays-Bas, la maison horlogère a inauguré ses nouveaux bâtiments en juin dernier. L'édifice a été construit en 1886, non loin de la basilique Saint Plechelmus au cœur de la ville. Il a d'abord servi d'école primaire et plus tard de jardin d'enfants. Un mélange de meubles italiens contemporains, de poutres en bois et une touche élégante «Château de Versailles» offrent à cet espace originalité et fonctionnalité.



Tissot

Lors de la visite à Genève des présidents Joe Biden et Vladimir Poutine, Guy Parmelin, président de la Confédération, leur a offert un garde-temps de la maison Tissot. Le choix s'est porté sur la T-Touch Connect Solar, montre qui peut être connectée à un téléphone portable et qui offre de nombreuses fonctionnalités comme le suivi de l'activité physique et les notifications de SMS ou d'appels.

Mido

Partenaires depuis 2019, Mido et Red Bull Cliff Diving présentent la Ocean Star 200 Red Bull Cliff Diving Limited Edition (500 exemplaires). Le lancement de ce garde-temps, dont les teintes évoquent les profondeurs, marque le début de cette compétition annuelle de plongeon de haut vol se déroulant en milieu extérieur, naturel ou urbain.



Officine Panerai

En juin dernier, Panerai a accueilli Jeremy Jauncey au sein de son équipe internationale d'ambassadeurs. Fondateur et directeur général de Beautiful Destinations, agence spécialisée dans la stratégie et la création à destination des acteurs du tourisme, Jeremy Jauncey est devenu l'une des voix les plus influentes de son secteur. Il se lance avec la maison horlogère dans une collaboration autour de projets qui feront appel dans l'année qui vient à leur passion commune pour l'aventure et les pratiques écologiquement durables.

Vacheron Constantin



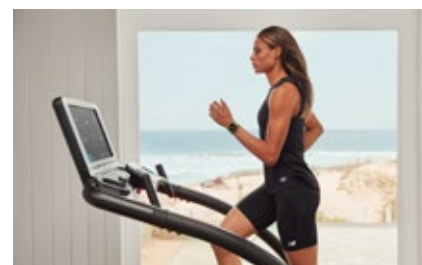
Vacheron Constantin a ouvert les portes de son *flagship* nord-américain au cœur de New York. Situé entre Madison et Park Avenue, cet écrin s'étend sur plus de 400 m² répartis sur deux étages. La façade en verre s'ouvre directement sur la 57^e avenue. Epurée, elle présente une décoration en forme de croix de Malte, emblème de la maison horlogère, dans des tons cuivrés.

Piaget

Le groupe Richemont a annoncé un changement de direction chez Piaget. Chabi Nouri a été remplacée par Benjamin Comar qui a officiellement repris le poste de CEO de la maison depuis le 1^{er} juin dernier.

TAG Heuer

Un nouveau talent a rejoint la famille des ambassadeurs sportifs de la maison lochoise en la personne de Sydney McLaughlin. Du haut de ses 21 ans, cet espoir olympique de l'équipe des Etats-Unis détient plusieurs records de sprint et de courses de haies. La jeune femme utilise également sa notoriété pour défendre avec engagement les sujets qui la passionnent comme la lutte contre le harcèlement.



Hublot

La maison nyonnaise a annoncé son partenariat avec le célèbre Bar am Wasser, situé au bord de la Limmat, au cœur de Zurich. Au sein de cet espace qui invite à la détente, Hublot marque sa présence par ses emblématiques horloges murales géantes et des cocktails dédiés, inspirés de la devise «Art of Fusion», chère à l'entreprise horlogère.

Maurice Lacroix

La maison jurassienne a accueilli la joueuse de badminton espagnole Carolina Marín au

sein de son ML Crew. Triple championne du monde et médaillée d'or aux Jeux olympiques, cette sportive est notamment reconnue pour son jeu précis et déterminé.

Jaeger-LeCoultre

La maison horlogère a dévoilé de nouveaux bracelets qui permettent aux propriétaires de Reverso d'exprimer leur style. Créés en collaboration avec Casa Fagliano, le bottier de renommée mondiale, ils symbolisent l'atmosphère détendue de la période estivale et octroient une allure assurée et décontractée à la modernité intemporelle de la Reverso. Inspirés par les bottes de polo d'été, ces

bracelets allient la toile et le cuir de veau doux et se déclinent en quatre couleurs saisonnières: beige sable, brun clair, bleu pâle et gris moyen. Disponibles en deux tailles. **o**



In brief

Officine Panerai



Last June, Panerai welcomed Jeremy Jauncey to its international team of ambassadors. Founder and Chief Executive Officer of Beautiful Destinations, an agency specialising in strategy and creation for the tourism industry, Jeremy Jauncey has become one of the most influential voices in his sector. He is embarking on a collaboration with the watchmaker on projects that will draw upon their shared passion for adventure and environmentally sustainable practices over the coming year.

Omega

The Biel/Bienne-based Maison recently welcomed Dongyu Zhou to its family of ambassadors. The Chinese actress, who has won several domestic and foreign awards, performs in film genres ranging from thrillers to romantic comedy.

Tissot

During the visit to Geneva of Presidents Joe Biden and Vladimir Putin, Guy Parmelin, President of the Confederation, gifted each of them a timepiece by Tissot. The model selected was the T-Touch Connect Solar, a watch that can be connected to a cell phone and features numerous functions such as activity tracking as well as call and message notifications.

Mido

Partners since 2019, Mido and Red Bull Cliff Diving present the Ocean Star 200 Red Bull Cliff Diving Limited Edition (a 500-piece limited edition). The launch of this timepiece, whose colours evoke ocean depths, marks the start of this annual high-flying diving competition held in outdoor, natural or urban environments.



Grönefeld



Located in Oldenzaal, the Netherlands, the watchmaking company inaugurated its new premises in June. The building dates from 1886 and is located near the St. Plechelmus Basilica in the heart of the city. It was first used as a primary school and later as a kindergarten. A blend of contemporary Italian furniture, wooden beams and an elegant "Château de Versailles" touch give an original and functional touch to this space.

Piaget

The Richemont Group has announced a management change at Piaget. Chabi Nouri has been replaced by Benjamin Comar who officially took over as CEO of the company on June 1st. »



*Inspired by Nature,
Perfected by Technology*

Heritage



vbl.ch@vblinnovations.com

TORQUEMETRE TVD

Contrôle et réglage
de tournevis dynamométriques



WWW.VOH.CH



Hublot



Dirk Hany (bar owner / propriétaire du bar)

The Nyon-based company has announced its partnership with the famous Bar am Wasser, located on the banks of the Limmat in the heart of Zurich. In this space conducive to relaxation, Hublot will mark its presence with its emblematic giant wall clocks and dedicated cocktails, inspired by the watch company's cherished "Art of Fusion" motto.

Jaeger-LeCoultre

The watchmaker has unveiled new straps enabling Reverso owners to express their

style. Created in collaboration with world-renowned bootmaker Casa Fagliano, they symbolise the relaxed atmosphere of the summer season and lend a confident, casual look to the timeless modernity of the Reverso. Inspired by summer polo boots, these straps combine canvas and soft calf leather and come in four seasonal colours: sandy beige, light brown, light blue and medium grey. Available in two sizes.

Maurice Lacroix

The Jura-based Maison has welcomed the Spanish badminton player Carolina Marín to its ML Crew. This three-time world champion and Olympic gold medal-winning athlete is known for her precise and determined style of play.



Vacheron Constantin



Vacheron Constantin has opened its North American flagship in the heart of New York City. Located between Madison and Park Avenue, the new showcase spans over 4,500 square feet and covers two floors. A distinctive glass façade opens directly onto 57th Street and features a sleek brass-toned design in the shape of the Maison's emblem, the Maltese Cross.

TAG Heuer

A new talent has joined the family of sports ambassadors of the Le Locle-based company in the person of Sydney McLaughlin. At 21 years of age, this Olympic hopeful from the US team holds several records in sprinting and hurdles. She also uses her fame to advocate on themes she is passionate about, such as the fight against harassment. ◦

The Revue FH in PDF format

You are a FH member; you prefer digital to paper; you like to store information; you are interested in a specific article? Then download the FH Review in PDF format. How is that done? In the Extranet part of the FH website – a space reserved for members –, in the Publications section, you will find all the issues of the Revue FH in PDF format. If you encounter a problem, contact florian.blanchard@fhs.swiss.



La Revue FH au format PDF

Vous êtes membre FH, vous préférez le digital au papier, vous aimez stocker les informations, un article spécifique vous intéresse? Alors téléchargez la Revue FH au format PDF. Comment faire? Dans la partie Extranet du site de la FH - espace réservé aux membres -, dans la rubrique Publications, vous retrouverez tous les numéros de la Revue FH au format PDF. Si vous rencontrez un problème, contactez florian.blanchard@fhs.swiss.



Roger Dubuis: une nouvelle tribu pour une nouvelle étoile

Depuis sa création, Roger Dubuis ne cesse d'afficher son affinité pour l'extravagance et l'imper-tinence. Véritable innovateur, la maison genevoise est mue par l'irrépressible volonté de proposer des idées percutantes, des technologies toujours plus innovantes et des créations avant-gardistes. Elle le prouve une fois de plus en présentant la nouvelle Excalibur Tourbillon Volant.

L'avenir de l'hyper horlogerie se conjugue au présent

Extravagants, déterminés et disruptifs, les caractères audacieux et captivants sont ceux qui sortent du lot. A l'image d'une étoile. Or une étoile ne surgit pas de nulle part. Sa création demande du temps. De l'innovation. Du savoir-faire. C'est alors seulement qu'a lieu l'ascension d'une icône. Roger Dubuis présente l'Excalibur Tourbillon Volant: une étoile réinterprétée pour le nouveau monde. Pour marquer le lancement de ce modèle squelette revisité, la maison rend hommage à l'art moderne sous toutes ses formes.

Partageant des affinités avec les âmes disruptives qui osent la différence, la manufacture s'associe à la Urban Art Tribe, communauté composée d'artistes mondialement célèbres qui reflètent les valeurs de Roger Dubuis: anticonformisme, expertise radicale évidente et obsession quotidienne quant à la conception de l'avenir.

Excalibur Tourbillon Volant

Roger Dubuis continue de bousculer le monde de la haute horlogerie avec le lan-

cement de la nouvelle Excalibur Tourbillon Volant. Sublimé avec minutie, le garde-temps est réinterprété dans une version élégante et sophistiquée à l'aide de matériaux techniques et modernes.



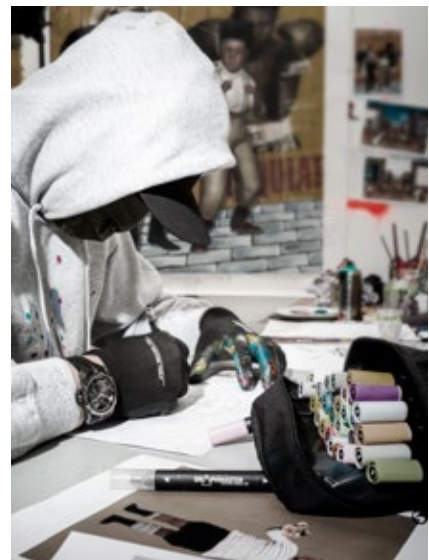
Le nouveau modèle se distingue par les lignes épurées de la boîte et du mouvement. Prenant une allure plus affûtée tout en donnant une impression de profondeur et de transparence décuplée, le calibre a été retravaillé de la base au sommet, une prouesse architecturale qui permet à l'étoile de Roger Dubuis d'être suspendue en apesanteur au-dessus du barillet. Son identité visuelle affirmée est créée par un motif signature formé de deux lignes qui apparaît de manière récurrente et sous différentes formes: encoche sur la couronne et la lunette, branches de l'étoile, cage du tourbillon, index horaires sur le rehaut et aiguilles. Par un ingénieux procédé, ces deux lignes semblent converger vers un point de rencontre sans jamais vraiment se rejoindre. Ce dynamisme esthétique est amplifié par le Poinçon de Genève, la certification la plus exigeante de la haute horlogerie qui requiert que chaque élément soit décoré à la main. La démarche visionnaire de Roger Dubuis s'exprime également par des ornements inhabituels et antinomiques dans le domaine de la haute horlogerie, tels que des surfaces supérieures brossées concentriques et des arêtes polies.

Les maîtres horlogers ont déployé des trésors de virtuosité technique pour mettre au point le calibre RD512SQ. Avec sa nouvelle cage de tourbillon, partie inférieure en titane et partie supérieure en chrome-cobalt poli miroir, le poids de la montre est réduit à un niveau optimal. Tous ces éléments ont permis une augmentation radicale de la réserve de marche qui atteint désormais 72 heures. Chaque détail est considéré avec la plus grande attention comme en témoigne la matière antimagnétique utilisée au cœur du tourbillon, afin d'offrir au possesseur un service et une expérience toujours plus haut de gamme.

Et comme le confort est essentiel, les bracelets sont désormais disponibles en cinq tailles. Le bracelet idéal garantit ainsi une boucle qui reste toujours parfaitement centrée au niveau du poignet. Quant au système d'attache rapide, il est synonyme de flexibilité ultime. Création exclusive, la boîte de 42 mm n'est disponible qu'en 88 exemplaires par coloris.

L'art de briller

Démontrant l'obsession de la maison pour l'art, la lumière et la luminescence, un nou-



veau garde-temps rejoint les icônes de la maison: l'Excalibur Glow Me Up, une première mondiale pour Roger Dubuis en édition limitée à huit exemplaires seulement.

De jour, la lunette du nouveau calibre Tourbillon Volant est élégamment sertie de 60 diamants taille baguette. De nuit, une version totalement différente de ce vibrant garde-temps prend vie grâce à d'éblouissants diamants luminescents, une prouesse qui résulte d'un procédé complexe en deux étapes. Les rails des diamants sont d'abord comblés avec du Super-LumiNova, une pâte qui procure aux pierres une brillance luminescente sans les altérer. Une seconde technologie singulière brevetée permet ensuite d'appliquer le Super-LumiNova sur les détails du mouvement, ainsi que sur l'iconique pont en étoile.

L'art en coulisses

Roger Dubuis est un haut lieu de l'avant-garde. Anticonformiste par conviction, la maison soutient les précurseurs. Elle s'est ainsi associée à la Urban Art Tribe, réunissant deux artistes de la culture urbaine, le tatoueur Dr. Woo et le graffeur Gully. Transgressifs dans leur domaine de prédilection, les deux artistes façonnent également l'avenir en refusant tout compromis. Réunis pour former une plus grande communauté d'esprits audacieux, Roger Dubuis et la Urban Art Tribe espèrent encourager le public à questionner l'état des choses, tout comme la maison, Dr. Woo et Gully le font dans leur spécialité respective: l'hyper horlogerie, le tatouage et le graffiti. »

» Figure majeure d'une élite influente qui considère le tatouage, l'art et la mode comme un tout indissociable, Dr. Woo, réputé pour son approche unique du travail à l'aiguille, a changé le paradigme du tatouage en popularisant cette culture underground.

Artiste graffeur de renom, Gully a choisi de travailler exclusivement dans son atelier afin de préserver son anonymat. Il mêle une grande variété de techniques et de matières et décrit son approche artistique par le concept de l'appropriation consciente. Il raconte des histoires visuelles d'enfants évoluant dans des cadres splendides afin d'exprimer leur enchantement avec art, et notamment avec les tableaux de grands maîtres. ◦



Roger Dubuis: a new tribe lands as an icon ascends

Since its creation, Roger Dubuis has never ceased to display its affinity for extravagance and impertinence. A true innovator, the Geneva-based company is driven by an irrepresible desire to propose striking ideas, ever more innovative technologies and avant-garde creations. It is proving this once again by presenting the new Excalibur Flying Tourbillon.

The future of Hyper Horology is here

Extravagant, determined and disruptive, the bold and bright are the ones that stand out.

Just like any star should. But a star doesn't just appear. It takes dedication. Innovation. Craftsmanship. Only then can an icon ascend... Introducing the Excalibur Single Flying Tourbillon: a star restyled for the new world. To mark the launch of the inimitable

skeleton design reinterpreted with a contemporary touch, Roger Dubuis is set to celebrate modern art in all its shapes.

Finding kinship with those disruptive souls who dare to make a difference, the Maison partners with the Urban Art Tribe, world-famous urban culture artists that reflect Roger Dubuis' values: break the rules, showcase radical expertise and obsess daily over the design of the future.



Excalibur Single Flying Tourbillon

Roger Dubuis continues shaking up the world of haute horlogerie with the launch of the new Excalibur Single Flying Tourbillon. Enhanced with meticulous care, the timepiece is reinterpreted with sophistication and flair using modern and technical materials.

A contemporary masterpiece for the wrist, the new design showcases clean-cut lines on both case and movement. Creating the impression of a thinner look and feel, while

heightening the sense of transparency and depth, the calibre is rebuilt from bottom to top in an architectural feat that sees the Roger Dubuis star now levitate freely above the barrel. A strong visual identity is created with a signature two-line pattern – seen between the notch on the crown and bezel, the star’s arms, the tourbillon’s cage, the hour’s marking on the flange, the hands – all of which cleverly appear as though they will meet but never do. This dynamic aesthetic is amplified by the Poinçon de Genève, the most demanding signature in fine watchmaking and one that requires the manual decoration of each and every component of the watch, as well as unexpected and anti-nomic decorations in modern haute horlogerie, such as circular-brushed top surfaces and polished angles that demonstrate Roger Dubuis’ visionary approach.

Always keeping the wearer in mind, the new RD512SQ calibre is stunning in its technical prowess. Now with a titanium lower tourbillon cage and a mirror-polished Cobalt Chrome upper tourbillon cage, the weight of the piece is reduced to optimum effect. All of which allows the power reserve to be radically optimised to 72 hours. Proving no detail goes unconsidered, non-magnetic material is used inside the tourbillon to better serve the wearers and improve their experience.

Comfort is key, which is why a range of entirely new strap sizes have become available. With five sizes, finding the perfect strap ensures the buckle is always centred on the wrist, as a Quick Release System offers ultimate flexibility. Underscored by rarity, the 42mm case is only available in 88 pieces per colourway.

The art of glow

Showcasing the Maison’s obsession with art, light and luminescence, in addition to the icons of the band comes the Excalibur Glow Me Up, a world-premiere for Roger Dubuis limited to just eight timepieces.

By day, the new Single Flying Tourbillon calibre is elegantly adorned with 60 baguette-cut diamonds on the bezel. By night, it’s a complete different version that comes to life through this vibrant timepiece with lumines-

cent and dazzling diamonds, an achievement made possible thanks to an intricate two-part process. The first involves filling the grooves that hold the stones in place with Super-LumiNova, a singular way to make the diamonds appear luminescent without altering them. Secondly, an additional patent enables Super-LumiNova to be applied on the angles of the movement, as well as to the iconic star-shaped bridge.

Art in the making

Roger Dubuis is a destination for the avant-garde. Committed to non-conformity, the Maison stands with those who choose to blaze their own trail. Roger Dubuis thus partners with the Urban Art Tribe, composed of two urban culture creatives – tattoo artist Dr. Woo and graffiti artist Gully. Rule breakers in their own fields, they too shape the future by refusing to take ‘no’ for an answer. Brought

together to unite a wider community of daring minds, Roger Dubuis and the Urban Art Tribe hope to encourage people to challenge the way things are, just as the Maison does when it comes to Hyper Horology, and Dr. Woo and Gully do in their industries.

A leading name among an influential elite who see tattoos, art and fashion as an indis-sociable whole, Dr. Woo’s singular approach to needle style has shifted the paradigm for tattoos, taking them from subculture to broad popular appeal.

Gully, a well-known graffiti artist, chooses to work exclusively in his own atelier to maintain his anonymity. He uses a wide variety of mixed techniques and materials and explains his artistic concept as one based on conscious appropriation. Telling visual stories of children appearing in splendid settings, he reveals their enchantment with art and particularly with the paintings of the great masters. ◉





Zenith

Defy Extreme

Intensément technique, ce chronographe au 1/100^e de seconde se pare de lignes nettes et prononcées. L'anneau dodécagonal placé sous la lunette accentue son allure puissante, tandis qu'un cadran en saphir teinté dévoile trois compteurs de couleurs habilement orchestrés. Cette version en titane brossé, habillée d'accents bleus, s'anoblit de finitions polies, satinées et mates. Son mouvement s'équipe de deux échappements battant à 36'000 et 360'000 alt/h; il offre une véritable sensation de profondeur.

Defy Extreme

This intensely technical 1/100th of a second chronograph is adorned with clean-cut, distinctive lines. The twelve-sided ring beneath the bezel accentuates its powerful appearance, while a tinted sapphire dial displays three skilfully orchestrated colour counters. This version in brushed titanium with blue accents is enhanced by polished, satin-brushed and matt finishes. Equipped with two escapements beating at 36,000 and 360,000 vib/h, it offers a real sense of depth.

Parmigiani Fleurier

Tondagraph GT Steel Silver Black

Ce modèle étoffe la collection avec élégance et style. Le boîtier de 42 mm en acier poli et satiné renferme un cadran argenté et noir, et marie subtilement chronographe et calendrier annuel. Sur un tapis guilloché «clou triangulaire», les fonctions s'orchestrent avec soin. Le guichet date à 12h, le compteur à 9h (indications de chronographe), l'indicateur des secondes et l'affichage du mois à 3h offrent une lisibilité toute en contraste. Une large partie du mouvement se laisse admirer par le fond transparent.

Tondagraph GT Steel Silver Black

This model expands the collection with elegance and style. The 42mm polished and satin-brushed steel case frames a silver and black dial, while subtly combining a chronograph and an annual calendar. The carefully orchestrated functions stand out against a "triangular hobnail" pattern. The date window at 12 o'clock, the counter at 9 o'clock (chronograph indications), the seconds indicator and the month display at 3 o'clock offer readability enhanced by contrasts. A considerable proportion of the movement can be admired through the transparent caseback.





Vicenterra

AstroLuna

La maison jurassienne réinterprète le temps vu depuis les étoiles. Venu d'une galaxie lointaine, ce garde-temps offre une lecture magique et fascinante. Dans un boîtier de 43,5 mm fait de titane, le cadran des heures et des minutes s'exécute sur un fond d'aventurine scintillant. Sur le pourtour inférieur de la composition, les globes terrestre et lunaire, également façonnés en titane, tournent sur eux-mêmes avec grâce, chacun selon son rythme galactique. Edition limitée à deux fois 99 pièces.

AstroLuna

The Jura-based company reinterprets time as seen from the stars. As if flown in from a distant galaxy, this timepiece offers magical and fascinating reading. Framed by a 43.5mm titanium case, the hours and minutes dial appears against a glittering aventurine background. On the lower edge of the composition, the likewise titanium terrestrial and lunar globes spin gracefully, each according to its galactic rhythm. Issued in two 99-piece limited series.

Longines

The Longines Heritage Classic

Cette élégante pièce de 38,5 mm offre un visage classique aux accents contemporains. Son cadran noir, sectorisé avec soin, arbore des lignes épurées toutes en contrastes. Le rond central dévoile une finition mate, tandis que le tour d'heures anthracite révèle une surface brossée circulaire. La petite seconde, déposée à 6h, complète l'ensemble avec harmonie. Dotée du mouvement exclusif L893, cette pièce bénéficie d'une garantie de cinq ans. Un bracelet cuir ou acier grain de riz la complète.

The Longines Heritage Classic

This elegant 38.5mm timepiece offers a classic face with contemporary accents. Its carefully sectorised black dial features pure lines full of contrast. The central circle reveals a matt finish, while the anthracite chapter ring is adorned with a circular-brushed surface and the 6 o'clock small seconds hand sets a harmonious final touch. Equipped with the exclusive L893 movement and fitted with a choice of leather strap or rice-grain steel bracelet, this timepiece comes with a five-year warranty.





BERGEON
MANUFACTURED

Seitz



31300-P swiss made

Potence SEITZ by Bergeon à chasser les pierres

1. Levier à galet pour réduire les forces de frottement
2. Réglage micrométrique à 0.01 mm de la hauteur de chasse

- Bâti en aluminium anodisé avec base antidérapante
- Alésages 4H7 dans la broche et la base
- Hauteur utile de travail 24 mm
- Broche à faible coefficient de frottement grâce à un palier en bronze
- Broche amovible
- Levier amovible pour utiliser la potence comme potence à aléser
- Outillage complet en coffret en bois N° 31300
- Dimensions : 185 x 100 x 60 mm / Poids : 510 g



BERGEON, DIFFERENT

Allée des Défricheurs 4 CH-2300 La Chaux-de-Fonds T +41 (0)32 933 60 00 info@bergeon.swiss www.bergeon.swiss



DEPUIS 200 ANS, NOUS NOUS PROJETONS DANS LE FUTUR AFIN QUE LES PROJETS GRAPHIQUES QUI NOUS SONT CONFIS BÉNÉFICIENT DES MEILLEURES PERFORMANCES DU MOMENT.



NOUS SOMMES IMPRIMEURS SUISSES



COURVOISIER

Courvoisier – Attinger 135, Ch. du Long-Champ T +41 32 344 83 95 @courvoisierSA
Arts graphiques SA CH-2501 Bienne www.courvoisier.ch @courvoisier.attinger



Breguet

Marine 5517

Cette réinterprétation incarne l'élégance sportive selon la maison. Sa boîte en or rose accueille un cadran aux détails subtilement orchestrés. Le tour d'heures en chiffres romains se complète de repères luminescents, tandis que les aiguilles en or survolent la composition avec légèreté. Au centre, sur un tapis couleur ardoise, un guillochage en forme de vagues - réalisé à la main - offre une profondeur chatoyante. Le fond transparent permet d'admirer le mouvement qui s'équipe d'une masse oscillante en or.

Marine 5517

This reinterpretation embodies the casual elegance of the Maison. Its rose gold case houses a dial featuring subtly orchestrated details. The chapter ring with its Roman numerals is complemented by luminescent markers, while the gold hands sweep lightly over the composition. In the center, a slate-colored "carpet" adorned with a hand-crafted wavy guilloché pattern creates a shimmering depth effect. The transparent caseback enables observers to admire the movement with its gold oscillating weight.

Van Cleef & Arpels

Alhambra Montre pendentif à secret

Dissimulée au cœur de l'emblématique motif du trèfle à quatre feuilles, cette montre à secret se révèle toute en élégance. Prenant la forme d'un pendentif, le temps devient alors un bijou qui accompagne la silhouette de celle qui le porte. D'un simple geste, le cadran en nacre blanche ou en or jaune guilloché, selon la version, se dévoile. Serti de diamants, la lunette illumine d'éclat la lecture des heures. Une bélière, surmontée de gemmes, se pare d'un délicat contour perlé et parachève en beauté cette création.

Alhambra secret pendant watch

Concealed in the heart of the emblematic four-leaf clover motif, this "secret" watch reveals its natural elegance. Appearing in the form of a pendant, time becomes a jewel enhancing its wearer's figure. The cover pivots smoothly to reveal a white mother-of-pearl or guilloché yellow gold dial. The diamond-set bezel lends a sparkle to reading off the passing hours, while the gem-encrusted jump ring is bordered by the same double beaded contour accentuating the curves of this dainty creation.





Delma

Cayman Field

Cette montre est un véritable appel à l'aventure. Taillée dans une boîte de 42 mm en acier, elle offre une lisibilité claire et optimale en toutes circonstances. Une piste rouge de 24h facilite la lecture de l'heure militaire alors que les index et les aiguilles sont recouverts de Super-LumiNova. La lunette tournante unidirectionnelle, en aluminium anodisé noir, ainsi que la date entourée d'un cadre rouge renforcent le caractère sportif de la pièce. Disponible en version quartz ou automatique.

Cayman Field

This watch is a real call to adventure. Framed by a 42mm stainless steel case, the dial provides clear and optimal legibility in all circumstances. A red 24-hour track makes it easy to read the time in military mode, while the hands and hour-markers are coated with Super-LumiNova. The unidirectional rotating bezel in black anodised aluminium and the red-rimmed date window reinforce the sporty character of this model available in quartz or self-winding versions.

Aerowatch

Lady Automatique

Façonnée en acier, cette création de 40 mm est une ode à la féminité. Raffinée dans ses moindres détails, elle offre un cadran garni d'appliques circulaires qui s'harmonisent avec les lignes galbées du boîtier. Le regard est intensément attiré vers un saphir bleu, déposé à 12 heures, tel un zénith. Les délicates aiguilles feuille évidées se parent d'un manteau bleu alors que la trotteuse s'équipe d'une discrète étoile. L'affichage de la date, placée à 6 heures, agrémente la composition d'une touche glamour.

Lady Automatic

This 40mm stainless steel creation is an ode to femininity. Refined in every detail, it features a dial adorned with circular appliques matching the curved lines of the case. The eye is intensely drawn to a blue sapphire majestically enthroned at 12 o'clock. The dainty hollowed-out leaf-type hands are blue-coated, while the seconds hand bears a discreet star and the 6 o'clock date display adds a glamorous touch to the composition.



Swatch

Big Bold Chrono Extravehicular

Ce garde-temps s'inspire de l'emblématique combinaison spatiale de la NASA. Son boîtier de 47 mm est façonné en biocéramique, un matériau qui offre un toucher soyeux, alors que la glace se dévoile en plastique biosourcé. Particulièrement lisibles, les indications du cadran s'orchestrent avec soin et permettent ainsi une lecture épurée. Véritable clin d'œil aux décollages de fusées, le chronomètre se règle dix secondes avant 12 heures, en rouge. La couronne positionnée à 3 heures s'entoure de deux poussoirs colorés.

Big Bold Chrono Extravehicular

This timepiece is inspired by NASA and its iconic spacesuits. Its 47mm case is crafted in bioceramic, a material that offers a silky touch, while the crystal is made of biosourced plastic. The dial indications are particularly legible and carefully orchestrated to ensure clear reading. In a real nod to rocket take-offs, the chronograph timer is set ten seconds prior to 12 o'clock and highlighted in red. The crown positioned at 3 o'clock is framed by two colourful pushers.



Tissot

Heritage Memphis Limited Edition

Tissot revisite la quintessence du design des années 80 au travers de cette nouvelle collection, audacieuse et colorée, qui se décline en deux grandeurs. Les boîtiers en acier ou acier PVD noir affichent des lignes contemporaines, alors que la petite seconde centrale, intrigante, se passe d'aiguille au profit d'un petit disque marqué d'un point. Gras et ludiques, les index se réfèrent à l'édition originale. Deux bracelets interchangeables accompagnent ces pièces qui se destinent à un public au style affirmé.

Heritage Memphis Limited Edition

Tissot revisits the quintessence of 1980s design with this daring and colourful new collection that comes in two sizes. The steel or black PVD-coated steel cases feature a contemporary design, while the intriguing small central seconds hand is replaced by a small disc bearing a dot. The bold and playful hour-markers are a nod to the original edition. Two interchangeable straps accompany these timepieces intended for an audience with a boldly assertive style.



Watchfinder

Les montres «oubliées»

Le site de revente s'est penché sur les montres dites «oubliées», à savoir ces pièces que l'on ne met qu'une fois dans l'année, celles qui sont bien au chaud au coffre ou encore la montre de famille qui ne fonctionne plus et attend d'être envoyée dans un service après-vente depuis des années. L'étude a porté sur 26'714 personnes dans le monde entier, dont presque la moitié (44,4%) a avoué n'avoir aucune idée de la valeur de leurs garde-temps. En chiffres: la valeur mondiale des montres «oubliées» est estimée à plus de 50 milliards de francs. Presque la

moitié des propriétaires (47,5%) possède une montre de luxe qu'il n'utilise jamais. Et 44,4% avouent ne pas connaître la valeur de leur(s) montre(s). Les personnes sondées possèdent en moyenne 2,1 montres de luxe (pour 3,6 en Suisse). Plus de 30% d'entre eux (32,5%) confirment détenir au moins une montre jamais portée. ◦

“Forgotten” watches

The resale site has examined “forgotten” watches, namely models that are worn only once a year, those that are kept in the safe, or the family watch that no longer works

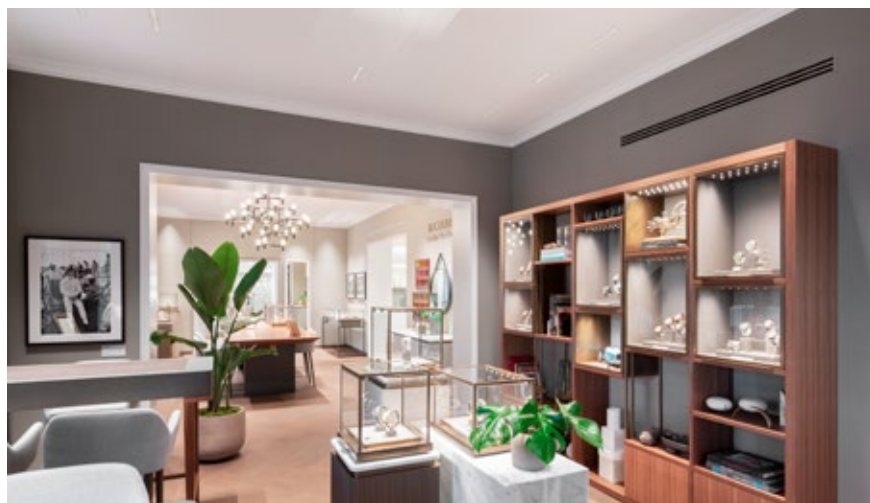
and has been waiting for years to be sent to an after-sales service. The study involved 26,714 people worldwide, almost half of whom (44.4%) admitted to having no idea of the value of their timepieces. In figures, the worldwide value of “forgotten” watches is estimated at more than 50 billion Swiss francs. Almost half of the owners (47.5%) own a luxury watch that they never use. And 44.4% admit they do not know the value of their watch(es). The people surveyed own an average of 2.1 luxury watches (compared with 3.6 in Switzerland). More than 30% of them (32.5%) confirm that they own at least one watch they never wear. ◦

Bucherer

La boutique zurichoise s'étoffe d'une Gallery

En agrandissant sa boutique phare emblématique de la Bahnhofstrasse de Zurich, Bucherer présente une toute nouvelle offre à la métropole suisse. Cet élargissement au deuxième étage permet aux clients de bénéficier d'un plus vaste éventail de montres Bucherer Certified Pre-Owned, d'admirer un plus grand nombre de pièces de la collection Bucherer Blue ainsi que des bijoux de la haute horlogerie. En tant que rendez-vous des amateurs de montres, des adeptes d'un lifestyle luxueux et décontracté, la Bucherer Gallery est un lieu d'inspiration et d'échange qui s'étend sur une surface de 160 m².

L'agréable ambiance lounge, mais aussi le bar exclusif avec une vue unique sur la Bahnhofstrasse, ne sont pas étrangers à cette toute nouvelle perspective sur l'univers Bucherer. Des manifestations sélectionnées avec soin invitent également à l'échange et viennent encore pimenter ce nouveau lieu incontournable pour les connaisseurs et les amoureux de montres. Actuellement, la Bucherer Gallery de Zurich présente des photos emblématiques de stars du monde du sport automobile accompagnées de leurs garde-temps légendaires. ◦



The Zurich store expands with a Gallery

This development at the iconic flagship boutique on Zurich's Bahnhofstrasse will see Bucherer introduce a completely new concept to the Swiss metropolis. The expansion of the store on the second floor not only created space for a wider selection of Bucherer Certified Pre-Owned watches and the exclusive Bucherer Blue collection, but also for top-class haute horlogerie. As a meeting point for watch aficionados, lovers of a luxurious

and relaxed lifestyle, the Bucherer Gallery now offers inspiration and the opportunity for exchanges over an area of 160 square metres. A completely new perspective on the Bucherer universe is provided not only by an inviting lounge atmosphere, but also by an exclusive bar with a unique view of Bahnhofstrasse. This new place-to-be for connoisseurs and watch lovers is rounded off by curated events that invite people to discuss their shared passion. The Bucherer Gallery in Zurich is currently staging an exhibition with iconic images of motorsports stars and their legendary timepieces. ◦

Baselworld

Le salon bâlois est de retour

Baselworld fait son retour en 2022 avec un concept différent. Au lieu de donner une large place à la présence des grandes marques, la manifestation, qui se déroulera du 31 mars au 4 avril, sera avant tout une plateforme B2B dans le segment du luxe moyen de gamme dans les secteurs de l'horlogerie, de la joaillerie et des pierres précieuses. Un concept qui combinera les nouvelles tendances avec le marketing expérimental, aux besoins de l'ensemble de la communauté.

Alors que Baselworld était auparavant la principale rencontre annuelle des grandes marques de luxe, l'événement accueillera la diversité des maisons qui pourront présenter leurs nouveautés avec un accès efficace et facilité pour les détaillants: une plateforme numérique, complétée par des événements *live*, mise à la disposition de l'industrie 24h sur 24, 365 jours par an, dans le monde entier. Ce rendez-vous se veut un complément important des salons qui se déroulent au même moment à Genève.

Lancée en automne 2021, la plateforme numérique sera un forum d'échanges entre tous

les représentants concernés par Baselworld 2022, le public et les médias. De nouveaux outils de création de contenu seront notamment utilisés permettant une expérience *touch and feel* maximale, offrant la possibilité d'élargir son réseau et d'échanger des informations sur les dernières tendances. ◦

The Basel exhibition is back

Baselworld is returning in 2022 with a different concept. Instead of focusing on the presence of the big brands in the watch, jewellery and gemstone sector, the event – which will take place from March 31st to April 4th – will primarily be a B2B platform in the mid-range luxury segment. The future concept will combine new experience marketing trends with the needs of the entire community.

Whereas Baselworld was previously the main annual meeting place for the major luxury brands, the event will host a diverse range of companies and retailers will enjoy efficient and easy access via a digital platform, supplemented by live events and available to the industry 24/7, 365 days a year, worldwide. It is intended to serve as an important comple-



ment to the trade shows taking place at the same time in Geneva.

To be launched in autumn 2021, the digital platform will become a forum for exchanges between all the representatives involved in Baselworld 2022, the public and the media. In particular, new content creation tools will be used to provide a maximum touch and feel experience, providing the opportunity to expand networks and share information on the latest trends. ◦

Publication

Célébrer l'échec!

Célébrer l'échec! Voilà un titre provocateur, alors que d'habitude on célèbre le succès. Dans la plupart des livres de management, ce sont surtout les réussites entrepreneuriales qui sont mises en avant, de même que les méthodes et outils pour faire tout juste du premier coup. Mais qu'en est-il des échecs? Peut-on en faire quelque chose de positif, si on élimine d'emblée le fait de les cacher ou de les ruminer sans fin?

Forts de leur expérience comme formateurs et managers, François H. Courvoisier et Sedat Adiyaman se sont lancés le défi d'écrire un livre sur les conséquences bénéfiques de l'échec professionnel. Pour cela, ils s'appuient sur diverses sources comme la lit-



térature académique et la presse professionnelle, mais ils ont surtout recueilli les témoignages originaux de huit managers suisses qui ont connu des échecs et en ont tiré des leçons qui leur ont permis de rebondir.

Préfacé par Jean-Claude Biver, cet ouvrage est principalement destiné aux entrepreneurs

et professionnels. Outre huit témoignages originaux, il contient un outil de réflexion en cinq étapes pour guider le lecteur à transformer ses échecs en succès, sans devoir en payer le prix fort. On y trouve aussi plus de quarante citations encourageantes de personnes célèbres sur leur perception de l'échec.

Fluide et pratique, à déguster en plusieurs fois - une seule lecture ne suffit pas -, cet ouvrage permet de mieux comprendre ce que l'erreur et l'échec signifient, d'apprendre à les surmonter grâce aux expériences d'autres entrepreneurs, puis d'analyser et d'agir sur ses projets et son parcours professionnel, afin d'atteindre plus facilement ses buts.

Au prix de 19 francs, cette publication est à commander en ligne: www.celebrer-echec.ch ou francois.courvoisier@he-arc.ch. ◦

Le spécialiste de l'anodisation
de l'aluminium pour l'industrie
horlogère

COLORAL

De la matière brute à la finition

COLORAL déploie ses
compétences dans les
domaines suivants :

- L'usinage
- L'anodisation sulfurique
- L'anodisation GL
- Le microbillage
- La décalque
- Le marquage laser
- La pose de vernis



Frontaliers

En hausse depuis le début du millénaire

Quelque 343'000 frontaliers travaillaient en Suisse à fin 2020. Ils étaient deux fois moins nombreux il y a 25 ans. A fin 2020, les 343'000 frontaliers travaillant en Suisse représentaient 6,7% de la population active occupée. Ils revêtent toutefois une signification particulière pour le marché du travail suisse. D'une part, ces travailleurs se concentrent essentiellement sur les régions frontalières où ils constituent une partie non-négligeable

de la main-d'œuvre. D'autre part, depuis le milieu des années 1990, leur nombre a plus que doublé, passant de 140'000 à 343'000. La majorité des frontaliers travaillaient dans un canton limitrophe à fin 2020. Avec plus de 90'000 personnes, leur nombre absolu était le plus élevé dans le canton de Genève. Leur part dans l'emploi total se montait par contre à 29% dans le canton du Tessin et à 24% dans celui de Genève. La proportion de frontaliers était importante également à 18% dans le canton de Jura, de Bâle-Ville, de Bâle-Campagne et de Neuchâtel (12%).

Plus de la moitié d'entre eux résidaient en France (55%), près d'un quart en Italie (23%) et près d'un cinquième en Allemagne (18%). Moins de 3% des frontaliers venaient travailler en Suisse depuis l'Autriche ou le Liechtenstein, alors que ceux venant d'autres pays représentaient 0,7%. Pour ces derniers, la plupart venaient de Pologne (640), de Slovaquie (400) ou de Hongrie (360). La part des frontaliers était plus élevée que celle des actifs occupés suisses engagés dans l'industrie au quatrième trimestre 2020: la part de la main-d'œuvre indigène dans le secteur secondaire était de 21%, celle des frontaliers de 33%. [o](#)

FSRM

Ordonnancement de la production

La pression économique de plus en plus forte et le niveau d'exigence croissant des clients obligent les entreprises à optimiser au mieux la rentabilité de leurs outils de production, tout en assurant un taux de service optimal. Face à ces enjeux, il est

important de se doter d'une véritable fonction capable de gérer l'ordonnancement de la production, tout en tenant compte de toutes les contraintes. Ce cours, qui se tiendra le 23 septembre prochain à Neuchâtel, s'adresse à toute personne impliquée dans l'ordonnancement de production «Planificateurs», responsables d'ordonnancement, responsables logistiques, responsable de production, etc. Il sera

dirigé par Frédéric Steinmann, au bénéfice d'une formation de base en construction de machines et de technicien en production et logistique. Il a acquis son expérience dans la planification de production et la gestion des stocks chez Liebherr Machines, à Bulle. Cette formation sera dispensée en présentiel et en vidéoconférence. Prix: 890 francs (*earlybird*: 690 francs). Plus d'information et inscriptions: www.fsrn.ch. [o](#)

Le dictionnaire Berner est disponible dans une application

Le dictionnaire professionnel illustré de l'horlogerie, généralement dénommé «Dictionnaire Berner», est un ouvrage de référence dans la branche depuis 1961. Complété en 1995, puis disponible sur CD-Rom au début des années 2000, il a été mis en ligne en libre accès en 2009. L'étape suivante était logiquement de permettre sa consultation depuis le smartphone que chacun a dans sa poche, afin de répondre aux besoins des utilisateurs mobiles. C'est à présent chose faite grâce à une application développée sur mesure pour les systèmes Android et iOS. Cette appli-

cation peut être téléchargée et installée depuis Google Play Store ou App Store. Vous pourrez ainsi emporter avec vous plus de 5'000 termes et leurs définitions, en quatre langues (français, anglais, allemand, espagnol). Un millier d'illustrations viennent également compléter ces contenus et faciliter leur compréhension. Toutes les informations relatives au Dictionnaire Berner, dans sa version papier, électronique ou mobile, sont disponibles sur notre site Internet à la page www.fhs.swiss/fre/dictionary.html.



Extraits de la FOSC

du 14 au 27 juin 2021

BVA Polissage SA (La Chaux-de-Fonds)

Miguel Patricio Lopes de Azevedo n'est plus membre et président du conseil d'administration; ses pouvoirs sont radiés. Administration: Dominique Jean-Marie Varlet, jusqu'ici secrétaire, nommé président, Daniel Jean Broggi, nommé secrétaire, lesquels continuent de signer collectivement à deux. (23.6.21)

CHMicrotech SA (Biel/Bienne)

Zweck neu: Herstellung, Montage, An- und Verkauf aller Apparate, Instrumente und Maschinen im Zusammenhang mit der Uhrenindustrie und der Industrie im Allgemeinen. Die Gesellschaft kann sich bei anderen gleichartigen oder verwandten Unternehmen des In- und Auslandes beteiligen sowie alle Geschäfte eingehen und Verträge abschliessen, die geeignet sind, den Zweck der Gesellschaft zu fördern, oder die direkt oder indirekt damit in Zusammenhang stehen. Sie kann Liegenschaften erwerben, verwalten und veräussern. Aktien neu: 100 Namenaktien zu 1'000 Franken (bisher: 100 actions nominatives de 1'000 Franken). Vinkulierung neu: Die Übertragbarkeit der Namenaktien ist nach Massgabe der Statuten beschränkt. Gemäss Erklärung vom 4. Juni 2021 wurde auf die eingeschränkte Revision verzichtet. Ausgeschiedene Person und erloschene Unterschrift: Fiduciaire Soresa SA, à Biel/Bienne, Revisionsstelle. Eingetragene Person neu oder mutierend: Moritz Messer, Mitglied des Verwaltungsrates, mit Einzelunterschrift. (21.6.21)

Dewel Luxury Sàrl (rue de la Bergère 3, 1217 Meyrin)

Nouvelle société. Statuts du 10 juin 2021. But: fabrication, conception et négoce de joaillerie, horlogerie, accessoires et produits de luxe. La société peut établir des succursales et filiales en Suisse et à l'étranger et prendre des participations dans d'autres entreprises en Suisse et à l'étranger ainsi qu'effectuer toutes les opérations qui sont en relation directe ou indirecte avec son objet social. La société peut acquérir, hypothéquer, vendre et gérer des biens immobiliers. Elle peut procé-

der à des financements pour son compte ou pour le compte de tiers ainsi qu'accorder des garanties et sûretés à ses filiales et aux tiers. Obligation de fournir des prestations accessoires, droits de préférence, de préemption ou d'emption: pour les détails, voir les statuts. Capital: 20'000 francs. Associé: Farid Letif, pour 20 parts de 1'000 francs. Gérants: l'associé Farid Letif, président et José Filipe da Silva Dias, tous deux avec signature individuelle. Selon déclaration du 10 juin 2021, il est renoncé à un contrôle restreint. (22.6.21)

DHVJ SA (Le Lieu - rue du Mont d'Or 15, 1343 Les Charbonnières)

Nouvelle société. Statuts: 14 juin 2021. But: décoration horlogère. La société peut: exercer toute activité financière, commerciale ou industrielle, mobilière ou immobilière, en rapport direct ou indirect avec son but, à l'exception des opérations prohibées par la Loi fédérale sur l'acquisition d'immeubles par des personnes à l'étranger (LFAIE); créer des succursales ou des filiales en Suisse et à l'étranger; participer à toutes entreprises ayant un rapport direct ou indirect avec son but; accorder des prêts ou des garanties à des actionnaires ou des tiers, si cela favorise ses intérêts. Capital-actions: 100'000 francs, entièrement libéré, divisé en 1'000 actions nominatives de 100 francs, avec restrictions quant à la transmissibilité selon statuts. Administration: Emilien Reverchon est membre du conseil d'administration avec signature individuelle. Selon déclaration du 14 juin 2021, la société n'est pas soumise à une révision ordinaire et renonce à une révision restreinte. (24.6.21)

Dreyfuss & Co SA (La Chaux-de-Fonds)

Sitz neu: Grenchen. Domicil neu: Schützengasse 46, 2540 Grenchen. Zweck neu: Entwicklung, Herstellung, Kauf, Verkauf und Vermarktung von Uhrenprodukten sowie Nutzung von Marken und anderen verwandten Rechten. Kann Zweigniederlassungen und Tochtergesellschaften im In- und Ausland errichten, sich an anderen Unternehmen im In- und Ausland beteiligen sowie Grundstücke erwerben, halten und veräussern, Immobilien erwerben, halten

und pachten, alle kommerziellen, finanziellen und übrigen Tätigkeiten ausüben, welche, direkt oder indirekt, mit dem Zweck der Gesellschaft im Zusammenhang stehen, ihren direkten oder indirekten Tochtergesellschaften und Dritten, einschliesslich der direkten oder indirekten Aktionären und deren direkten oder indirekten Tochtergesellschaften, direkte oder indirekte Finanzierungen für ihre eigenen Verpflichtungen und die anderer Gesellschaften (einschliesslich der direkten oder indirekten Aktionären der Gesellschaft oder der Gesellschaften, an denen diese Aktionäre direkt oder indirekt beteiligt sind) gewähren, Wertpapiere und Sicherheiten jeder Art auszugeben, einschliesslich in Form von Pfandrechten an oder treuhänderischen Übertragungen von Aktiven der Gesellschaft, Garantien, Bürgschaften, Stand-Bürgschaften oder anderweitige Sicherungs- oder Garantieverpflichtungen der Gesellschaft oder solcher anderen Gesellschaften abgeben, unabhängig davon, ob gegen Entgelt oder nicht, darüber hinaus kann sie mit den oben genannten Unternehmen im Rahmen eines Barausgleichs/Cash-Pooling, einschliesslich periodischer Bilanzausgleiche (Balancing), auch ohne Gegenleistung, zu Vorzugsbedingungen, ohne Zinsen, unter Ausschluss des Gewinnstrebens des Unternehmens und mit einer Risikokonzentration tätig sein oder sich mit ihnen zusammenschliessen. Vinkulierung neu: Die Übertragbarkeit der Namenaktien ist nach Massgabe der Statuten beschränkt. Mit Erklärung vom 22. April 2021 wurde auf die eingeschränkte Revision verzichtet. (18.6.21)

Droz Décolletage Sàrl (Porrentruy)

Nouvelle raison sociale: Droz Décolletage Sàrl en liquidation. Par décision du Tribunal de Première Instance à Porrentruy du 21 juin 2021, la société a été déclarée en faillite avec effet à partir du 21 juin 2021. (25.6.21)

Fabrique de montres Rotary SA (La Chaux-de-Fonds)

Sitz neu: Grenchen. Domicil neu: Schützengasse 46, 2540 Grenchen. Zweck neu: Her-

stellung, An- und Verkauf von Uhren und Uhrmacherartikeln. Kann Forschung und Handlungen durchführen, die darauf abzielen, ihre Tätigkeit zu diversifizieren und Artikel der mechanischen oder elektronischen Branche oder verwandter Branchen herzustellen, Zweigniederlassungen und Tochtergesellschaften im In- und Ausland errichten, sich an anderen Unternehmen im In- und Ausland beteiligen, Grundstücke erwerben, halten und veräussern, Immobilien erwerben, halten und pachten, alle kommerziellen, finanziellen und übrigen Tätigkeiten ausüben, welche direkt oder indirekt mit dem Zweck der Gesellschaft im Zusammenhang stehen, kann ihren direkten oder indirekten Tochtergesellschaften und Dritten, einschliesslich der direkten oder indirekten Aktionäre und deren direkten oder indirekten Tochtergesellschaften, direkte oder indirekte Finanzierungen für ihre eigenen Verpflichtungen und die anderer Gesellschaften (einschliesslich der direkten oder indirekten Aktionären der Gesellschaft oder der Gesellschaften, an denen diese Aktionäre direkt oder indirekt beteiligt sind) gewähren, Wertpapiere und Sicherheiten jeder Art auszugeben, einschliesslich in Form von Pfandrechten an oder treuhänderischen Übertragungen von Aktiven der Gesellschaft, Garantien, Bürgschaften, Stand-Bürgschaften oder anderweitige Sicherungs- oder Garantieverpflichtungen der Gesellschaft oder solcher anderen Gesellschaften abgeben, unabhängig davon, ob gegen Entgelt oder nicht, darüber hinaus kann sie mit den oben genannten Unternehmen im Rahmen eines Barausgleichs/Cash-Pooling, einschliesslich periodischer Bilanzausgleiche (Balancing), auch ohne Gegenleistung, zu Vorzugsbedingungen, ohne Zinsen, unter Ausschluss des Gewinnstrebens des Unternehmens und mit einer Risikokonzentration tätig sein oder sich mit ihnen zusammenschliessen. Mit Erklärung vom 22. April 2021 wurde auf die eingeschränkte Revision verzichtet. (18.6.21)

FHP Sàrl (Porrentruy)

Fusion: reprise des actifs et passifs de la société PoliHolding Sàrl, à Porrentruy, selon contrat de fusion du 21 juin 2021 et bilan au 31 décembre 2020, présentant des actifs de 115'409,80 francs, parmi lesquels est contenu l'entier du capital social de la société reprenante, et des passifs envers les tiers de 46'030,20 francs, soit un actif net

de 69'379,60 francs. La fusion ne donne pas lieu à une augmentation du capital étant donné que les associés de la société transférante reçoivent les parts sociales de la société reprenante, acquises lors de la fusion, ainsi qu'une soulte de 4,76 par part sociale. Nouveau but: achat, vente et fabrication de fourniture d'horlogerie en tous genres. La société peut exercer toute activité financière, commerciale ou industrielle en rapport direct ou indirect avec son but; créer des succursales ou des filiales en Suisse et à l'étranger; participer à toutes entreprises en Suisse et à l'étranger; acquérir des entreprises visant un but identique ou analogue ou fusionner avec de telles entreprises; acquérir ou aliéner des immeubles; accorder des prêts ou des garanties à des associés ou des tiers, si cela favorise ses intérêts; faire toutes opérations et conclure tous contrats propres à développer et à étendre son but ou s'y rapportant directement ou indirectement. prestations accessoires, droits de préférence, de préemption ou d'emption: selon statuts. Personne et signature radiée: Poli-Holding Sàrl, associée, pour une part sociale de 19'000 francs et pour une part sociale de 1'000 francs. Inscription ou modification de personnes: Jean-Yves Pahud, associé et président des gérants, avec signature individuelle, pour 134 parts sociales de 100 francs (précédemment: gérant, avec signature individuelle); Sophie Nadine Lucie Pahud, associée et gérante, avec signature individuelle, pour 66 parts sociales de 100 francs. (25.6.21)

Fleurier Watch Co SA (Versoix)

Le 1^{er} mai 2021, les actions au porteur ont été converties de par la loi en actions nominatives. Les statuts de la société n'ont pas encore été adaptés à la conversion, mais devront l'être lors de la prochaine modification. Capital-actions: 100'000 francs, libéré à concurrence de 100'000 francs, divisé en 100 actions de 1'000 francs, nominatives. (18.6.21)

Georges Gay & Fils SNC (Cheseaux-sur-Lausanne)

Nouvelle société en nom collectif. Commencement: 1^{er} janvier 2021. But: fabrication et commercialisation de montres chronographes. Associés avec signature individuelle: Philippe Gay et Jean-Michel Gay-Golay. (23.6.21)

GT Polissage SA (Plan-les-Ouates)

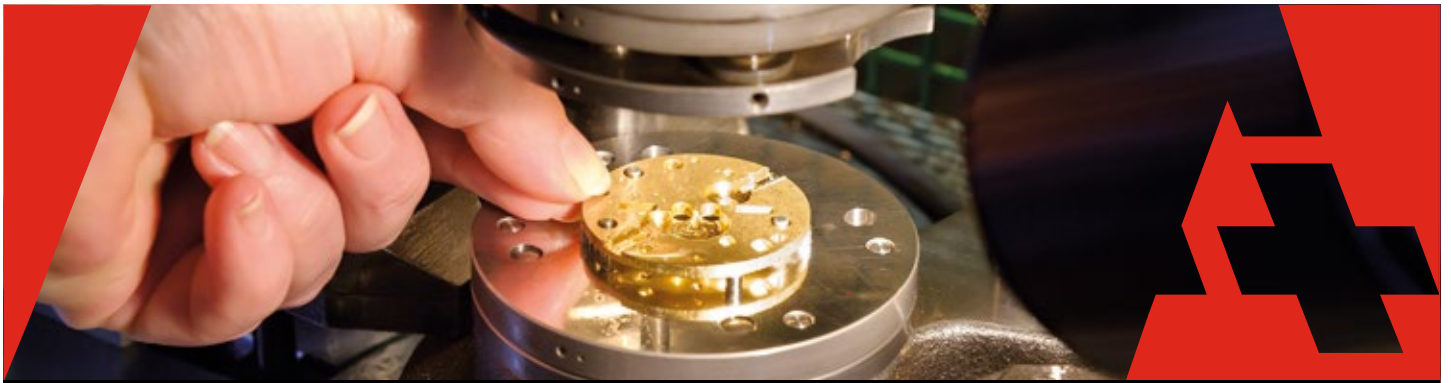
Le 1^{er} mai 2021, les actions au porteur ont été converties de par la loi en actions nominatives. Les statuts de la société n'ont pas encore été adaptés à la conversion, mais devront l'être lors de la prochaine modification. Capital-actions: 100'000 francs, libéré à concurrence de 100'000 francs, divisé en 100 actions de 1'000 francs, nominatives. (25.6.21)

Kairos Technology Switzerland (KTS) SA (c/o Cabinet Béguin d'expertise fiscale, Place Pury 3, 2000 Neuchâtel)

Nouvelle société. Statuts du 3 juin 2021. But: développement, fabrication, commercialisation, achat, vente, promotion et distribution d'articles d'horlogerie, de bijouterie, de joaillerie, d'articles de luxe et tout produit se rapportant à l'industrie horlogère et ses activités annexes. Capital-actions: 100'000 francs, entièrement libéré, divisé en 10'000'000 actions de 0,01 franc, nominatives, liées selon statuts. Par décision du 3 juin 2021, l'assemblée générale constitutive a introduit une clause statutaire relative à une augmentation autorisée du capital-actions. Administration: Vincent Perriard, président, Claude François Romy, secrétaire, Michel Nieto, directeur, et Vittorio Pellegrini, lesquels signent collectivement à deux. Selon déclaration du 3 juin 2021, la société n'est pas soumise à un contrôle ordinaire et a renoncé à un contrôle restreint. (22.6.21)

Les Ateliers Horlogers Dior SA (La Chaux-de-Fonds)

But modifié: création, fabrication, vente et développement de tous produits ou composants de produits utilisés dans l'industrie horlogère, la bijouterie ou l'industrie des articles de luxe; peut développer, gérer et exploiter, pour son compte personnel ou pour le compte de tiers, des marques, licences ou brevets dans son domaine d'activité. Par décision de l'assemblée générale du 1^{er} juin 2021, les statuts de la société ont été adaptés à la conversion de par la loi des actions au porteur en actions nominatives. Les 600 actions de 1'000 francs, nominatives, sont désormais liées selon statuts. Capital-actions: 600'000 francs, entièrement libéré, divisé en 600 actions de 1'000 francs, nominatives, liées selon statuts. (23.6.21) »



ARCOFIL

Mécanique de précision

CONCEPTION



ÉLECTROÉROSION



ÉTAMPAGE



USINAGE CN



www.arcofil.ch



2610 St-Imier

Important groupe de bijouterie-joaillerie établi au Moyen-Orient cherche à acquérir une entreprise horlogère active dans le luxe ayant un bon renom et produisant notamment des montres or avec ou sans diamants.

Prendre contact par e-mail à l'adresse ci-dessous.

Discrétion absolue garantie.

Major Middle East-based jewelry group seeks to acquire a watch company active in the luxury segment with a good reputation and producing notably gold watches with or without diamonds.

Contact by email at the address below.

Absolute discretion guaranteed.

Fiduciaire horlogère suisse SA
Rue E.-Schüler 5, 2502 Bienne
Mr Dominik Borner, Partner
borner@fhs-soresa.ch

centredoc
BUSINESS INTELLIGENCE

Rue Jaquet-Droz 1 - CH-2002 Neuchâtel
+41 (0) 32 720 51 31 - info@centredoc.ch

Votre innovation mérite la qualité suisse

Vous voulez savoir si quelqu'un d'autre a déjà votre idée ?

Nous avons tous les outils pour vous répondre



Vous vous intéressez à protéger votre invention ?

Nous avons le savoir faire pour vous conseiller si l'investissement dans un brevet en vaut la peine



Vous voulez savoir si votre développement est libre d'exploitation dans les pays que vous visez ?

Pas de problème, nos accès directs nous permettent de vous répondre



...CENTREDOC vous accompagne, vous et votre agent de brevet, avec les meilleurs outils de recherche et d'analyse dans les bases de données les plus appropriées, afin de vous permettre d'éviter toute mauvaise surprise et de vous réjouir du succès de votre innovation...

www.centredoc.swiss

Piaget, Branch of Richemont International SA (Plan-les Ouates)

Société ayant son siège à Villars-sur-Glâne. Les pouvoirs de Chabnam-Priscilla Nouri Abdou sont radiés. Signature collective à deux, limitée aux affaires de la succursale, a été conférée à Benjamin Marie Comar, directeur général. (18.6.21)

PoliHolding Sàrl (Porrentruy)

Les actifs et les passifs envers les tiers sont repris par la société FHP Sàrl, à Porrentruy. La société est radiée par suite de fusion. (25.6.21)

Rhodanus Watch Factory AG (Naters)

Ausgeschiedene Person und erloschene Unterschrift: Daniel Sieber, Präsident, Delegierter, mit Einzelunterschrift. Eingetragene Personen neu oder mutierend: Reto Dominik Sieber, Präsident des Verwaltungsrates, mit Einzelunterschrift (bisher: Reto Sieber, Vizepräsident, Sekretär, mit Einzelunterschrift); Suzanne Sieber-Stohrer, Vizepräsidentin des Verwaltungsrates, mit Einzelunterschrift. (17.6.21)

Swatch AG (Biel/Bienne)

Fusion: Übernahme der Aktiven und Passiven der The Swatch Group Lab AG, in Zürich, gemäss Fusionsvertrag vom 25. Mai 2021 und Bilanz per 31. Dezember 2020. Aktiven von 1'379'755,76 Franken und Passiven (Fremdkapital) von 74'242,55 Franken

gehen auf die übernehmende Gesellschaft über. Da dieselbe Aktionärin sämtliche Aktien der an der Fusion beteiligten Gesellschaften hält, findet weder eine Kapitalerhöhung noch eine Aktienzuteilung statt. Fusion: Übernahme der Aktiven und Passiven der The Swatch Group Europa AG, in Biel/Bienne, gemäss Fusionsvertrag vom 25. Mai 2021 und Bilanz per 31. Dezember 2020. Aktiven von 180'468'388,06 Franken und Passiven (Fremdkapital) von 1'579'552,03 Franken gehen auf die übernehmende Gesellschaft über. Da dieselbe Aktionärin sämtliche Aktien der an der Fusion beteiligten Gesellschaften hält, findet weder eine Kapitalerhöhung noch eine Aktienzuteilung statt. (17.6.21)

The Swatch Group Europa AG (Biel/Bienne)

Aktiven und Passiven (Fremdkapital) gehen infolge Fusion auf die Swatch AG, in Biel/Bienne, über. Die Gesellschaft wird gelöscht. (17.6.21)

The Swatch Group Lab AG (Zürich)

Aktiven und Passiven (Fremdkapital) gehen infolge Fusion auf die Swatch AG, in Biel/Bienne, über. Die Gesellschaft wird gelöscht. (17.6.21)

The Swatch Group Services AG (Biel/Bienne)

Eingetragene Person neu oder mutierend: Calogero Polizzi, Mitglied des Verwaltungsrates, ohne Zeichnungsberechtigung. (21.6.21)

Watchdec SA (Courgenay)

Nouveau but: exploitation d'un atelier de décolletage et de mécanique de précision. La société peut effectuer toutes opérations commerciales, financières, immobilières (immeubles à affectation exclusivement commerciale), mobilières, et conclure tous contrats ayant un rapport direct ou indirect avec son but et favorisant son développement. Elle peut, en outre, créer des succursales et filiales en Suisse et à l'étranger et acquérir, détenir, administrer et aliéner des immeubles (immeubles à affectation exclusivement commerciale) et de la propriété intellectuelle. La société peut également acquérir des participations dans d'autres entreprises et acquérir des entreprises visant un but identique ou analogue, établir des succursales ou constituer des filiales en Suisse ou à l'étranger, étant précisé que la société peut détenir des participations dans des sociétés immobilières exclusivement à affectation commerciale en Suisse. La société peut accorder des prêts ou toute autre forme de financement à des sociétés affiliées, ainsi que donner des sûretés de tout genre, au bénéfice direct ou indirect de sociétés affiliées (ou de tiers), en particulier sous la forme de garanties, gages ou de transferts fiduciaires d'actifs de la société, avec ou sans contre-prestation. (14.6.21) **o**

Longines: tradition et innovation

Depuis près d'une année, Matthias Breschan a pris les commandes de la maison imérienne qui, malgré la crise du Covid, a bien tenu le cap. Grâce au riche héritage historique, à sa stratégie s'inscrivant dans la continuité et l'innovation, il compte bien franchir le cap des deux milliards de chiffre d'affaires d'ici à 2025.

LE JOURNAL
DEPUIS 1868 DU JURA

Philippe Oudot, 10.6.2021

Dans la longue histoire de Longines, une page s'est tournée en juillet dernier, avec le départ de Walter von Kaenel et l'arrivée de Matthias Breschan à la tête de la maison imérienne. Fort de ses vingt ans d'expérience au sein du Swatch Group - chez Swatch, Hamilton, puis Rado, qu'il a dirigée près de dix ans -, Matthias Breschan s'est très vite fait à son nouveau costume de CEO de Longines. «Malgré le contexte difficile lié à la pandémie, la transition s'est bien passée. Mais Rado et Longines étant deux univers totalement différents, qui ont chacun leur propre ADN, j'ai dû m'adapter à cette nouvelle fonction.» En fait, ajoute-t-il, «mon rôle est d'abord d'analyser et de comprendre ce qui a fait la réussite de Longines ces vingt dernières années, afin de poursuivre dans cette voie du succès».

Certes, la marque a souffert de la fermeture d'une grande partie de ses points de vente dans le monde au 1^{er} semestre 2020 en raison des mesures de lutte contre le Covid, mais la situation s'est ensuite bien redressée. «En août, nous avons même réalisé un chiffre d'affaires supérieur à celui du même mois de l'année record 2019!», assure-t-il. La reprise s'est poursuivie les mois suivants, sans permettre toutefois de compenser le manque à gagner du 1^{er} semestre. «Mais au final, nous avons pu traverser cette phase difficile sans gros dégâts, ce qui montre la solidité de la marque.»

Le moteur chinois

Principal moteur de la croissance de Longines depuis plusieurs années, la Chine a été le premier pays touché par la pandémie, mais aussi le premier à redémarrer. Aujourd'hui, l'Empire du Milieu, avec Taïwan, Macao, Hong Kong et désormais l'île chinoise de Haïnan, reste le premier marché de la marque au sablier ailé.

Matthias Breschan relève toutefois qu'en raison des événements politiques, la forte position de Hong Kong s'est nettement dégradée. Toutefois, «la croissance en Chine continentale et à Haïnan nous a permis de compenser la baisse enregistrée dans l'ancienne colonie britannique», indique le CEO. L'île de Haïnan est en effet devenue un véritable paradis de vacances et de shopping, avec des produits hors taxes, très fréquentée par les Chinois. D'autre part, la pandémie et les fortes restrictions dans l'octroi de visas ont aussi boosté le commerce en ligne qui pèsent désormais entre 5 et 10% des ventes en Chine. Un développement enregistré sur l'ensemble des marchés.

Deux milliards en ligne de mire

Depuis plusieurs années, Longines fait partie du club très restreint des milliardaires - les marques horlogères qui dégagent un chiffre

d'affaires supérieur au milliard de francs. En 2018, l'ex-boss Walter von Kaenel avait d'ailleurs annoncé avoir dépassé le cap du milliard et demi, et dit qu'il visait les deux milliards. «Malgré la crise du Covid, notre objectif est d'y parvenir d'ici à 2025», assure Matthias Breschan. S'il est encore trop tôt pour faire des pronostics précis pour l'année en cours, il espère atteindre les résultats de l'année record 2019. «Il y a toutefois des facteurs sur lesquels nous n'avons aucune influence, comme l'évolution de la pandémie, mais au vu des bons résultats de ces cinq premiers mois et de l'accélération attendue au 2^e semestre, cela semble tout à fait réalisable.»

Pour y parvenir, Matthias Breschan compte bien miser sur la stratégie qui a fait le succès de l'entreprise. A commencer par la mise en valeur de son exceptionnel patrimoine historique. «Alors que beaucoup de marques »



Matthias Breschan assure que Longines dispose encore d'un fort potentiel de croissance partout dans le monde.

«Du ressort au barillet complet,
du produit générique au sur-mesure,
Générale Ressorts simplifie
vos approvisionnements.»

» cherchent à s'inventer une histoire pour se donner une légitimité, Longines fait partie de ces quelques maisons qui ont marqué l'histoire de l'horlogerie depuis plus d'un siècle et demi», souligne-t-il. En effet, c'est elle qui a inventé la fonction flyback, la lunette tournante, la réserve de marche centrale, ou encore qui a créé la première montre-bracelet dotée d'un mouvement haute fréquence.

Tradition et innovation

«A l'avenir, nous allons continuer de valoriser ces icônes dans nos collections Heritage, mais en les dotant, bien sûr, des dernières technologies, comme le spiral en silicium qui équipe désormais tous nos modèles mécaniques et les rend insensibles aux champs magnétiques.» Un avantage technologique dont beaucoup d'autres marques, pourtant plus chères, ne disposent pas, assure le CEO. C'est d'ailleurs ce ratio prix-qualité qui fait la force de Longines, relève Matthias Breschan. Il veut aussi continuer de s'appuyer sur une autre des forces de la marque, à savoir l'équilibre entre design classique et sportif, illustré par sa devise «Elegance is an attitude». Qui plus est, ajoute-t-il, peu de marques peuvent se targuer d'avoir un véritable équilibre entre les collections homme et dame.

Matthias Breschan est d'autant plus convaincu de pouvoir atteindre le cap des deux milliards

que Longines, qui est présente dans quelque 150 pays dans le monde, dispose encore d'un fort potentiel de croissance. En Chine, toujours, mais aussi dans d'autres pays émergents asiatiques, comme l'Indonésie, les Philippines où une classe moyenne se développe - sans oublier l'Inde. Il croit aussi beaucoup au marché américain. Certes, l'organisation y est particulière - les montres se vendent plus dans des grands centres commerciaux que dans des boutiques. Mais le CEO est en train de mettre en place un réseau de distribution très sélectif, avec des partenaires de qualité. De quoi gagner d'importantes parts de marché.

Résultat historique

Quant à l'Europe, elle souffre certes de la pandémie et de l'absence de touristes, mais Matthias Breschan constate que la situation s'améliore. A Paris, où Longines dispose de deux boutiques et d'emplacements de choix dans des grands magasins comme les Galeries Lafayette ou Le Printemps, «nous avons réalisé le week-end dernier un chiffre de ventes exceptionnel. A Paris, c'est même notre meilleur résultat journalier historique!» Cela dit, poursuit notre interlocuteur, si Longines a toujours su profiter de la soif d'achat des touristes, la marque n'a jamais négligé la clientèle locale, bien au contraire, ce qui lui permet de

bien faire face aux aléas de la conjoncture. Quant à la Russie, marché historique de la marque, le pays connaît certes des difficultés économiques en raison de la faiblesse du rouble. «Mais contre toute attente, Longines n'en souffre guère. Au contraire, nous avons même enregistré des ventes supérieures à celles de 2019 sur les cinq premiers mois de cette année!», assure le CEO. Une performance qu'il explique par le positionnement de la marque, mais aussi par le manque d'alternative en matière de loisirs et de voyage. L'achat d'une montre permet donc de se faire plaisir, ou de faire plaisir.

Mécanique et quartz

Si la marque au sablier ailé réalise désormais 80% de son chiffre d'affaires avec ses montres mécaniques, elle entend bien continuer à offrir des garde-temps dotés de mouvements à quartz. «D'une part, parce que cette technologie permet de faire des montres de forme très minces, mais aussi parce que celles et ceux qui changent régulièrement de montre n'ont pas besoin de la régler à chaque fois», souligne le CEO. Quant aux sportifs amateurs de précision, ils apprécient tout particulièrement les performances exceptionnelles de la Conquest VHP (Very high precision), ce mouvement étant le plus précis de tous les mouvements à quartz. ◯



Habillage Horloger Joaillerie – Bijouterie



OPAR srl
www.opar.it

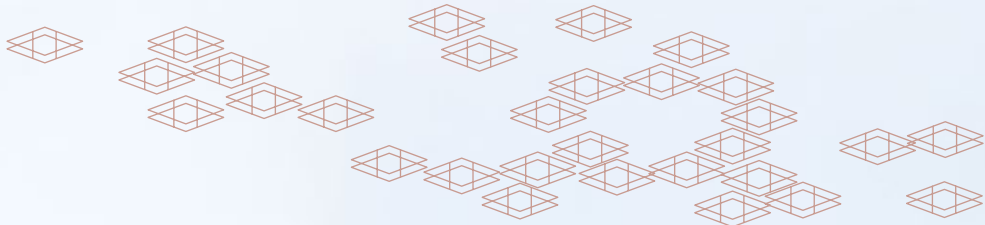
Str. Molini, 69
36100 Vicenza, Italy

Tel: +39 0444/500876
E-mail: info@opar.it

altmanncasting

Edelmetall-Präzisionsguss

Fonte de précision de métaux précieux



Votre partenaire de confiance pour

IMPRESSION 3D FONTE DE PRECISION MOULAGE & POLISSAGE

www.altmann-casting.ch



100% Swiss made

Ingénierie, impression 3D, moulage de précision et finitions au sein d'une seule et même entreprise



Certification RJC

norme la plus élevée en matière d'éthique, de responsabilité sociale et de protection environnementale



Service personnalisé et engagé
Entreprise familiale depuis 1987