

ÉDITION FRANÇAISE

THE WATCHES

LA RÉFÉRENCE EN HORLOGERIE

MAGAZINE

SWISS MADE

#039

HIVER 2014



- Baume & Mercier
- Bell & Ross
- Blancpain
- Breguet
- Breitling
- Girard-Perregaux
- H. Moser & Cie
- Hamilton
- Hautlence
- Hermès
- Jaquet Droz
- Longines
- Louis Vuitton
- Montblanc
- Oris
- Panerai
- Patek Philippe
- Piaget
- Raymond Weil
- Vacheron Constantin
- Zenith

GUESTS

- Jean-Claude Biver
- Aldo Magada
- Thierry Stern

PATEK PHILIPPE

"Une passion conjuguée sur quatre générations"

Thierry Stern

L 11801 - 39 - F: 7,00 € - RD

SUISSE: 10 FRANCS

FRANCE MÉTRO: 7 EUROS - BEL/LUX/POLAND: 8 EUROS - UK: £8 - A/D/GR/PORT.CONT: 8,40 EUROS - CAN: 11,95 \$CAN - USA: 14,99 \$US



Cantona et son papillon pour relancer la marque

Pas facile pour les petites marques indépendantes de se battre dans la jungle, terrible jungle, de l'horlogerie contemporaine, dominée par les grands groupes. Hautlence, qui vient de célébrer son 10^{ème} anniversaire, le sait bien. Il y a deux ans, la marque neuchâteloise a frôlé le dépôt de bilan avant d'être rachetée par MELB, la holding de Georges-Henri Meylan et Bill Muirhead. Structure qui est également venue à la rescousse de H. Moser & Cie, à Schaffhouse. Combien les deux acolytes ont-ils prévu d'investir pour relancer la machine? Ils préfèrent taire le montant exact... Lequel doit tout de même se situer entre 4 et 5 millions de francs suisses.

Aujourd'hui, même si elle demeure difficile, la situation de Hautlence est nettement meilleure. Toujours pilotée par Guillaume Têtu, l'un de ses deux pères fondateurs, la marque s'est repositionnée vers le bas, en imaginant une collection plus accessible baptisée Signature, tout en prévoyant de continuer à développer périodiquement des concepts d'exception. "Nous ne cherchons plus seulement à attirer l'attention d'une poignée de collectionneurs, mais aussi celle de tous ceux qui recherchent quelque chose de

différent dans l'horlogerie", argumente celui-ci. "Hautlence bénéficie d'une identité forte. C'est un point positif. Cela dit, elle a souvent manqué d'impact sur les marchés. Notre rôle consiste précisément à lui en donner. C'est là-dessus que nous mettons l'accent à l'heure actuelle", renchérit Bill Muirhead. Pour appuyer cette stratégie, Hautlence s'est attaché les services d'un ambassadeur haut en couleurs: le charismatique Eric Cantona. Désormais recyclé dans la comédie et diverses activités artistiques, Eric the King fera plus que prêter son image aux campagnes publicitaires de Hautlence, il



Invictus Morphos

participera directement à la création de certains modèles. Il a même déjà commencé. Premier exemple de cette collaboration: le chronographe automatique Invictus, basé sur le calibre Soprod A10, complété d'un module Dubois Dépraz. Cette édition limitée à 250 exemplaires arbore un cadran en nacre bleue avec, en filigrane, l'image d'un papillon. Thème qui plaît au fantasque ambassadeur, parce qu'il représente à ses yeux la liberté et la métamorphose. Soit. Le résultat? Il est franchement discutable, mais il ne s'agit que d'un premier essai. Parce que, visiblement, Eric Cantona s'est pris au jeu et apprécie sa collaboration avec les horlogers, "des fous géniaux comme je les aime", explique-t-il le sourire aux lèvres. "J'ai vu leur travail, du début à la fin, de la découpe de la première pièce à la pose de la dernière vis, en passant par le grain de poussière qui arrive à la dernière minute et qui oblige l'horloger à tout recommencer. Et en plus, ils s'amuse à décorer des choses qui ne se voient pas! J'ai découvert un monde qui me plaît et je suis super fier de ce partenariat", conclut-il.