



Guillaume Tetu

CEO, HAUTLENCE

Quels sont les avantages et inconvénients d'être une « petite marque » ?

Etre petit implique d'être réactif, opportuniste, flexible et mobile, ce qui implique que nous bougeons plus vite que les grandes maisons historiques. L'inconvénient est que nous avons de belles idées mais bien souvent moins de moyens pour les mettre en œuvre et moins de visibilité pour le faire savoir. A nous d'être encore une fois plus créatifs...

Quel modèle reflète le mieux l'esprit de Hautlence ?

La HL2 est aujourd'hui le porte-drapeau de la marque, concentré de créativité et d'ingéniosité, produit à la fois innovant et portable, mais en plus à un prix qui dans sa catégorie se positionne de manière très compétitive. L'alliance entre la mécanique horlogère et le design contemporain fait mouche et touche les collectionneurs avertis le carnet de commandes nous réconforte sur ce point

Quel est le prochain challenge / cap à passer pour la marque ?

L'évolution de la marque implique aujourd'hui l'élargissement de notre clientèle, l'arrivée des modèles plus accessibles va dans ce sens, et nous avons comme gros challenge d'accompagner ce développement par une communication plus agressive et augmenter la notoriété de la marque. Nous y travaillons et vous dévoilerons bientôt nos grands projets dans ce domaine, nous allons vous surprendre... ⌚

What are the advantages and disadvantages of being a "small brand" ?

Being small implies being responsive, opportunistic, flexible and mobile, which implies that we move faster than the big historic companies. The downside is that we have great ideas but very often fewer resources to implement them and less visibility to make them known. So it is up to us once again to be more creative...

Which model best reflects the Hautlence spirit ?

Today, the HL2 is the brand's standard bearer. It represents a concentrated blend of creativity and ingenuity, a product that is both innovative and wearable, but at a price that positions it highly competitively in its category. The marriage between mechanical watchmaking and contemporary design gets it exactly right and appeals to experienced collectors (as confirmed by the order book .

What is the brand's next challenge/hurdle to overcome ?

The evolution of the brand today implies a broadening of our clientele, the arrival of models that are more accessible is in line with this, and our big challenge is to accompany this development with more aggressive communication in order to raise awareness of the brand. We are working on this and we will soon unveil our big projects in this domain. We are definitely going to be springing some surprises... ⌚