



Carlo Crocco a dessiné la toute première montre Hublot en 1980.

d'après les lignes d'un hublot de bateau ponctué par douze petites vis en titane scellant la lunette sur le boîtier, la première Hublot provoqua d'emblée un véritable enthousiasme chez les amateurs d'horlogerie. Un classique était né. L'esprit d'une marque également.

Transgresser les codes, bousculer les modes, oser des fusions inattendues de matériaux... Depuis sa création, la maison Hublot a toujours respecté la tradition horlogère en s'affranchissant dans le même temps des carcans imposés. Anticonformiste? Pas tout à fait, ses modèles étant imaginés pour être portés en toutes occasions. Avant-gardiste? Il y a un peu de cela, sans doute, quand on regarde le succès rencontré par le caoutchouc depuis son utilisation par Hublot en 1980. De cette fructueuse innovation, Hublot a créé un art de vivre dans lequel chaque montre se conjugue à tous les temps... ou presque. Si l'imparfait n'est pas de mise, le sens du détail cher à la marque lui a permis de réaliser des collections aussi dynamiques que séduisantes empreintes d'un

design élégant, sportif et fonctionnel. Et ce, en affichant une fidélité indéfectible au principe de fusion. Or et céramique, tantale et or rose, magnésium et titane, tradition horlogère suisse et art horloger du XXI^e siècle se marient toujours avec brio.

Développement spectaculaire

Avec l'arrivée en 2004 de Jean-Claude Biver à la tête de Hublot, la marque horlogère, dont l'une des caractéristiques est

d'avoir su garder son indépendance, a connu un développement spectaculaire. L'explication? Le lancement du désormais fameux chronographe «Big Bang» et un goût prononcé du CEO pour les projets ambitieux et innovants. En 2005, les commandes ont triplé par rapport à l'année précédente. Et, en à peine deux ans, Jean-Claude Biver et son équipe composée de quelque 70 salariés ont réussi l'exploit de quadrupler le chiffre d'affaires de Hublot, le propulsant de 26 millions en 2004 à 96 millions de francs fin 2006. Des résultats impressionnants qui projettent la marque implantée à Nyon vers de nouveaux horizons. Jean-Claude Biver travaille actuellement à la construction d'une nouvelle manufacture dans les hauts de Nyon. Entre 12 et 14 millions de francs vont être injectés dans l'aménagement d'un bâtiment de 4000 m² dont l'ouverture est prévue en juillet 2008. Un projet d'envergure à la hauteur des ambitions de Jean-Claude Biver. Après avoir réussi à mener Hublot sur la voie du succès, il souhaite désormais la pérenniser.

Marie de Pimodan

Montres Hublot,
44, route de Divonne,
CP 2464, 1260 Nyon 2.
Tél. 022 990 90 00
Fax: 022 990 90 29.
www.hublot.com



Fusion inédite des matières avec la «Big Bang Porto Cervo» en or rouge 18 cts, lunette sertie de 48 diamants baguette, bracelet en caoutchouc blanc.

L'innovation, aujourd'hui et demain

Jean-Claude Biver, l'homme qui tient la barre de Hublot depuis 2004, aime les paris fous. Et, quand il s'agit de prendre de vitesse les dernières technologies, il les relève avec panache. Derniers paris en date: le lancement de la chaîne Hublot TV en juin 2006 et la création des vitrines «Raptor», un concept d'exposition révolutionnaire.

Développé en partenariat avec Dietlin Artisans Métalliers, «Raptor» allie visibilité, mystère et sécurité grâce à une exposition des montres Hublot dans une vitrine... sans vitre. En garantissant une visibilité parfaite du produit et une sécurité optimale rendue possible par le biais d'un système rétractable, «Raptor» ouvre assurément une nouvelle ère dans l'univers de l'exposition des objets de luxe. Partenaire et investisseur de la première heure, la marque Hublot a présenté ces vitrines d'avant-garde en 2005 à Bâle et bénéficie, depuis, de l'exclusivité de leur utilisation. Alors, visionnaire Jean-Claude-Biver? Assurément.

Côté nouvelles technologies, il se place sur tous les fronts. En juin 2006, il a même lancé la première chaîne de télévision jamais créée par une marque de luxe. Baptisée Hublot TV, cette télévision par internet accessible via le site de la marque, diffuse en continu des programmes dédiés non seulement à la maison Hublot mais également des reportages et chroniques en ligne suivant les principes, les valeurs et centres d'intérêt de la marque. Sujets sportifs ou culturels, portraits de lieux mythiques, reportages dans les coulisses de la mode... Au gré d'une programmation variée, Hublot TV a su séduire les «webspectateurs». Pas moins de 9000 personnes visitent la chaîne chaque jour.

M. d. P.