

Xavier Dietlin

The Passion of Watches

Tous les acteurs du secteur revendiquent leur infaillible passion pour l'horlogerie. On le lit beaucoup dans la presse ou dans leurs catalogues, mais force est de constater que c'est aussi un ingrédient indispensable aux gens du marketing.

J'ai une position privilégiée en étant acheteur de belle mécanique. Je suis également dans les coulisses des grandes marques et en relation étroite avec les détaillants.

Dans chacun de ces domaines, il y a les passionnés et ceux qui le sont moins.

Par exemple, l'implication de chaque directeur général dans le choix des stands, de la plv ou des vitrines est diamétralement opposée d'une marque à l'autre.

A la sortie d'une nouvelle vitrine d'exposition innovante, certains se déplacent personnellement chez vous dans les 24 heures alors que chez d'autres vous dérangez l'assistant marketing en lui demandant 3 minutes de son temps. Certains ne comprennent pas exactement le fonctionnement d'un système, alors que d'autres sont déjà en train d'imaginer ce nouveau procédé chez leur détaillant, à l'autre bout du monde.

Quant aux revendeurs, certains ne mettront que quelques produits en vitrines afin de mieux les mettre en valeur alors que d'autres utiliseront chaque centimètre carré pour y caser le plus possible de montres.



Je me suis rendu compte de la magie de l'horlogerie lors d'une exposition multi-marques dans une station balnéaire huppée d'Uruguay. Les soirées se concurrençaient féroce et nous avons réunis plus de 1000 personnes de premier plan avec la venue des horlogers suisses alors que nous n'étions pas connus comme organisateur.

Quelle autre activité que l'horlogerie haut de gamme aurait pu avoir autant d'impact à l'autre bout de monde, si loin de ses origines : les champs bucoliques du Jura ?

Certaines marques se contentent, lors du choix des produits à mettre en vitrine, de placer la panoplie complète de la dernière collection et toutes ses déclinaisons possibles, alors que d'autres cherchent à toucher au rêve en présentant des modèles historiques ou des complications extraordinaires.

L'horlogerie est un monde absolument passionnant. C'est le seul objet utilitaire porté en permanence. Cela concerne pratiquement tous les êtres humains. Et puis, il y a ceux qui veulent non seulement que leur montre leur donne l'heure, mais qui veulent qu'on ajoute un véritable plus. La passion n'est pas la même pour tout le monde.

Oui le monde horloger est passionnant et les acteurs passionnés. Ce qui change, c'est le degré de passion, qui peut être très différent d'un individu à l'autre.

Leidenschaft ist das unumstössliche Motto für alle Akteure im Uhrensektor. Die Presse spricht davon wie auch die Kataloge der Uhrenmarken – und zugegeben, ist das ja auch eine essentielle Eigenschaft für Menschen im Marketing.

Als Käufer von schönen Uhrwerken bin ich in einer privilegierten Situation. Zudem bin ich hinter den Kulissen von grossen Marken tätig und in direktem Kontakt mit den Einzelhändlern. In jedem dieser Bereiche gibt es Menschen, die mit mehr oder weniger Leidenschaft dabei sind.

Die Rolle, die ein Generaldirektor bei der Wahl von Ausstellungsständen, Schaukästen und beim Erscheinungsbild spielt, unterscheidet sich von einer Marke zur andern grundlegend.

Wenn eine neue, innovative Ausstellungsvitrine auf den Markt kommt, nehmen einige persönlich den Weg auf sich, um schnellstmöglich in der Werkstatt vorbeizuschauen, währenddem man bei andern Marken drei Minuten Zeit beim Marketingassistenten erbetteln muss. Einige verstehen nicht ganz genau, wie ein System funktioniert, und andere stellen sich bereits das neue Verfahren beim Endverkäufer am andern Ende der Welt vor.

Auch bei den Wiederverkäufern gibt es markante Unterschiede. Einige stellen nur einige wenige Produkte in der Vitrine aus, um sie besser in Szene zu setzen, andere nutzen jeden Zentimeter aus, um die grösstmögliche Anzahl Uhren darin unterzubringen.

Der Magie von Uhren wurde ich mir während einer Ausstellung von mehreren Marken an einem vornehmen Badeort in Uruguay bewusst. Zwischen den Abendveranstaltungen gab es eine harte Konkurrenz, doch wir versammelten mehr als 1000 Personen ersten Ranges durch die Anwesenheit der Schweizer Uhrenhersteller, obwohl wir als Organisatoren gar nicht bekannt waren. Welche Aktivität ausser der Haute Horlogerie hätte wohl am andern Ende der Welt für solches Aufsehen gesorgt?

Einige Marken geben sich damit zufrieden, in ihren Vitrinen die gesamte Auslage an Kollektionen und ihren möglichen Erweiterungen zur Schau zu stellen. Andere hingegen versuchen zum Träumen anzuregen und zeigen historische Modelle oder aussergewöhnliche Komplikationen.

Die Uhrenindustrie ist eine absolut faszinierende Welt. Die Uhr ist das einzige Gebrauchsobjekt, das ständig getragen wird. Und das betrifft beinahe alle Menschen. Darunter gibt es jene, die nicht nur die Zeit von ihr ablesen wollen, sondern nach einem wahren Mehrwert suchen. Die Leidenschaft ist nicht für jederman die gleiche.

Ja die Uhrenwelt ist spannend, und die Akteure daraus sind mit Leidenschaft dabei. Was sich ändert, ist der Grad der Leidenschaft, der sich von Mensch zu Mensch verändert.

