

BUSINESS MONTRES

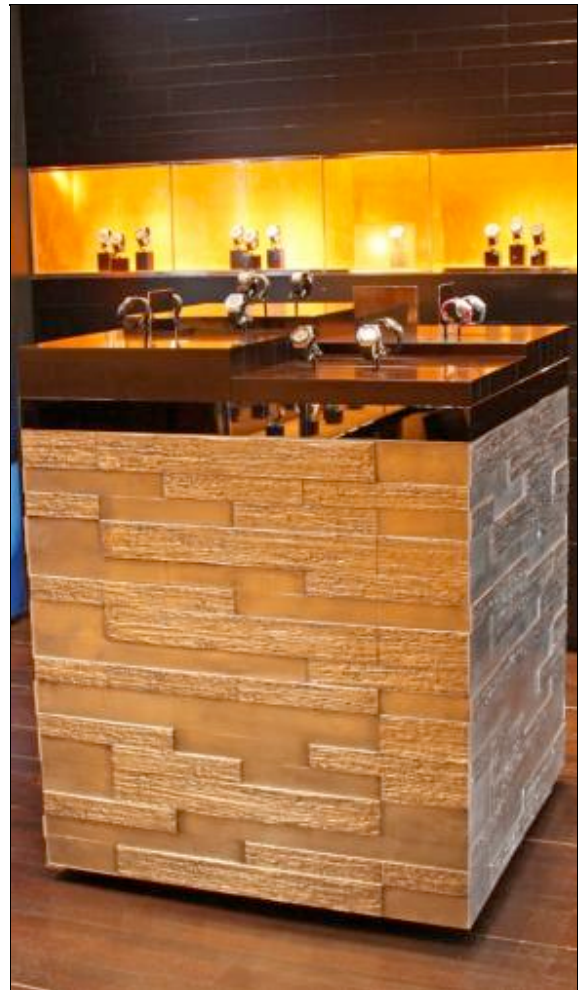
LA LETTRE INTERNATIONALE DES MARCHÉS HORLOGERS & joaillerie ●●●

► Accueil ► Brèves ► Présentation ► Grégory Pons ► Anciens numéros ► S'abonner

13 décembre 2010 - LE 360° DU LUNDI : C'est reparti pour la dernière semaine avant les « vacances horlogères »

**C'est presque
comme si
l'actualité
des montres
et des marques
avait déjà basculé
en mode « trêve
des confiseurs » :
tant pis pour ceux
qui seront en retard
pour les salons
de janvier !**

**POUR BIEN
COMMENCER
LA SEMAINE,
LA VIGIE DU LUNDI
VOUS SIGNALE...**



1)

**●●● LE COUP D'ŒIL OBLIGATOIRE
SUR L'AGENDA DE LA FIN DE L'ANNÉE...**

Tous les rendez-vous horlogers d'ici au 31 décembre : neuf dates tout de même, alors que l'influence des « vacances horlogères » et des fêtes de fin d'année se fait déjà sentir dans l'activité des manufactures, des fabriques et des ateliers (mise en ligne de la semaine dernière : [Business Montres](http://www.businessmontres.com/breve_2059.htm) du 10 décembre)...

2)

●●● L'INDISPENSABLE SÉANCE DE RATRAPAGE POUR CEUX QUI AURAIENT MANQUÉ UN ÉPISODE PRÉCÉDENT...

Tout ce que nous n'auriez pas su en priorité, en avant-première, en exclusivité ou en toute liberté si votre *Quotidien des Montres* n'en avait pas parlé avant tout le monde : c'était ici et nulle part ailleurs ([Business Montres](#) du 12 décembre)...

3 (x 3)

●●● TROIS ARTICLES DE CE WEEK-END PARCE QUE L'INFORMATION HORLOGÈRE, C'EST 24/24 + 7/7...

- **Rock'n Horl # 2** : « Des montres brodées au point de croix » ([Business Montres](#) du 11 décembre)...
- **Bye Bye 2010 # 1** : « Un quizz pour réviser l'actualité horlogère de l'année écoulée » ([Business Montres](#) du 12 décembre)...
- « **Pourquoi Business Montres n'a pas encore parlé de Manufacture Royale** » ([Business Montres](#) du 11 décembre)...

4 (x 10)

●●● QUELQUES RÉFLEXIONS EN DÉSORDRE SUR L'ACTUALITÉ...

- **L'audit lancé par la Fondation Sandoz sur la situation réelle chez Parmigiani** : au-delà du fait que cette révélation ([Business Montres](#) du 6 décembre, info n° 4) ait beaucoup énervé la direction du groupe, qui recherche activement une « taupe » qui n'existe que dans leur paranoïa, on peut se demander s'il n'y a pas un lien entre cet audit et l'actualité de certains actionnaires de Vaucher Manufacture, comme Hermès. Les 17,1 % de LVMH rapportés aux 25 % du sellier de luxe dans Vaucher donnent à LVMH 4,2 % du capital : un *invité* imprévu pour Pierre Landolt (Sandoz). Un signal qui pourrait annoncer une montée en puissance de LVMH dans le capital de Vaucher, l'actuel audit servant de prétexte à une sorte de *due diligence*. A moins qu'il ne s'agisse de préparer soit une sortie de Sandoz de ce guêpier horloger (revente à un tiers), soit une sortie d'Hermès. Toutes les hypothèses se tiennent...
- **Osvaldo Patrizzi gagne une manche juridique importante au Japon** : nouvel épisode, compliqué [*nous n'entrerons pas dans les détails*], dans les démêlés entre l'ancien CEO d'Antiquorum et sa nouvelle direction, qui a été déboutée d'une action entreprise au Japon. On se souvient que la maison Antiquorum avait été rachetée par un fonds japonais (révélation [Business Montres](#) du 29 janvier 2006), lequel avait ensuite failli à un certain nombre de ses obligations avant de *putscher* Osvaldo Patrizzi. La décision de la justice japonaise permet à l'ancien patron d'Antiquorum de faire valoir de nouvelles créances contre l'actuelle direction d'Antiquorum...
- **Patrizzi bis, cette fois en Suisse** : la vente d'une partie du fonds de Patrizzi & Co chez Koller, à Zurich (révélation [Business Montres](#) du 18 novembre, info n° 5) a été un grand succès, avec beaucoup plus de pièces vendues que prévu [*Zurich n'est pas une place spécialisée dans les enchères pour les montres de collection*] et surtout vendues à des prix supérieurs à ce qu'elles auraient pu prétendre à Genève. De quoi inciter Osvaldo Patrizzi, non pas à revenir en personne sur le marché des enchères [*il y a renoncé au profit de la Chine : révélation Business Montres du 10 septembre*], mais sans doute à intervenir auprès de différentes maisons d'enchères en Europe pour les aider à entrer dans la compétition horlogère : le *vieux renard* a plus d'un tour dans son sac et on ne le sent pas encore prêt à prendre sa retraite...
- **Un reportage télévisé de France 3 sur la relance de L. Leroy à Besançon** : des [images](#) du lancement, de l'ambiance sur place et des ateliers L. Leroy, ainsi que du poinçon « à tête de vipère » réservée aux pièces dignes d'un certificat d'observatoire...
- **Laurent Ferrier à Singapour** : une belle image du « papy de la nouvelle génération » sur le blog [Watching Horology](#) (Harry SK Tan) et quelques tout aussi belles [images de la montre](#), qui bénéficient sur place de toute l'attention des collectionneurs de Patek Philippe, émus de retrouver chez Laurent Ferrier un esprit horloger d'essence traditionnelle, mais d'allure contemporaine...
- **TAG Heuer fait restyler la Monaco par une école de design** : c'était une information [Business Montres](#) du 13 octobre, info n° 7, mais on ne découvre qu'aujourd'hui les travaux des élèves de la Parsons New School of Design (Californie). Une grande fraîcheur dans cette série de [réinterprétations de la Monaco](#), avec une tendance générale à la sobriété et à la *désophistication* qui devrait interpellier les designers de TAG Heuer : le destin des icônes n'est peut-être pas d'évoluer vers le baroque des détails, mais vers un minimalisme beaucoup plus *essentiel*...
- **La Malaisie comme nouveau paradis du luxe** : Kuala Lumpur est déjà une destination de premier rang pour le tourisme marchand en Asie, mais l'idée est de faire du pays une sorte de *duty free* géant ! Dès le 1er janvier, tous les produits de luxe – montres comprises – seront disponibles en hors taxes, dans les *malls* actuels comme dans ceux qui sont en construction, comme les 6 km de « parcours marchand » prévus dans le quartier de Bukit Bintang. Indice d'engagement des autorités touristiques malaisiennes : au cours du salon a Journey Throught Time IV, le Prix de la montre de l'année décerné par le Tourisme de Malaisie a été remis à Richard Mille pour son modèle RM 010 Sepang F1. De quoi nous préparer à une multiplication des séries limitées « malaisiennes » chez tous les horlogers...

• **La mort annoncée des catalogues papier pour les ventes aux enchères** : après Antiquorum, Christie's lance à son tour son [application pour iPad](#), qui sera de toute façon plus « efficace » qu'un catalogue papier par ses fonctionnalités (zoom sur les images, prises de note, suivi en salle, etc.) et plus pratique qu'une consultation Internet. Christie's annonce le suivi permanent de 450 ventes dans 80 classes de produits. A noter : c'est la Patek Philippe réf. 1527 record du monde de 2010 dans sa catégorie qui sert d'affiche à cette application...

• **Le chasseur de « signaux faibles » livre son mode d'emploi** : sortie en librairie de *Signaux faibles, mode d'emploi – déceler les tendances et anticiper les ruptures* (éditions [Eyrolles](#), 164 p., 23 euros), de Philippe Cahen. Cette notion de « signaux faibles » est souvent utilisée par *Business Montres* pour détecter dans l'actualité horlogère ou péri-horlogère des événements qui passent inaperçus, mais qui préfigurent l'avenir. « Toute la difficulté est, nous signale l'auteur, de distinguer ces signaux faibles dans la masse des informations quotidiennes ». En s'appuyant sur de nombreux exemples, Philippe Cahen propose une méthode de travail pas à pas, du recueil à l'exploitation des signaux faibles : comment les recueillir, comment les classer et les « faire parler », comment imaginer les ruptures de demain, comment mettre en œuvre cette méthode dans l'entreprise pour accéder à une *vision dynamique du futur*...

• **La souscription est ouverte pour le fonds d'investissement « Precious Time »** ([Business Montres](#) du 14 octobre) : souscription à valeur nominale, soit 100 euros. Le fonds offre aux premiers souscripteurs le livre – définitif – sur les Patek Philippe en acier ([Business Montres](#) du 4 novembre). On peut [télécharger](#) la notice de présentation de « Precious Time »...

5)

... LES RÉSULTATS INTÉRESSANTS (ET TRÈS « ALLEMANDS ») DES PRIX DÉCERNÉS À MUNICH TIME ET VIENNA TIME...

Des récompenses plutôt complexes à suivre, les montres pouvant recevoir à la fois, dans chacune des deux manifestations et pour chacune des catégories en jeu, et le prix du jury (des professionnels de la montre) et le prix du public...

MUNICH (Munich Time)

- **Complication** Pour le jury, dans l'ordre : 1) Jaeger-LeCoultre ; 2) A. Lange & Söhne ; 3) Cartier. Pour le public : 1) A. Lange & Söhne ; 2) IWC ; 3) Jaeger-LeCoultre...
- **Élégance classique** Pour le jury, dans l'ordre : 1) A. Lange & Söhne ; 2) Jager-LeCoultre ; 3) Zenith. Pour le public : 1) A. Lange & Söhne ; 2) Jager-LeCoultre ; 3) Nomos Glashütte...
- **Montre sportive** Pour le jury, dans l'ordre : 1) Audemars Piguet ; 2) Breitling ; 3) Panerai. Pour le public : 1) IWC ; Panerai ; Breitling...
- **Montre de femme (luxe)** Pour le jury, dans l'ordre : 1) Corum ; 2) Chronoswiss ; 3) Piaget. Pour le public : 1) Corum ; 2) Chronoswiss ; 3) Chopard...

VIENNE (Vienna Time)

- **Complication** Pour le jury, dans l'ordre : 1) Jaeger-LeCoultre ; 2) IWC ; 3) A. Lange & Söhne. Pour le public : 1) IWC ; 2) A. Lange & Söhne ; 3) Vacheron Constantin...
- **Élégance classique** Pour le jury, dans l'ordre : 1) Jaeger-LeCoultre ; 2) Nomos Glashütte ; 3) IWC. Pour le public : 1) Jaeger-LeCoultre ; 2) A. Lange & Söhne ; 3) IWC...
- **Montre sportive** Pour le jury, dans l'ordre : 1) IWC ; 2) Audemars Piguet ; 3) Panerai. Pour le public : 1) IWC ; Breitling ; A. Lange & Söhne...
- **Montre de femme (luxe)** Pour le jury, dans l'ordre : 1) Piaget ; 2) Breitling ; 3) Cartier. Pour le public : 1) Chopard ; 2) Breitling ; 3) Piaget...

6)

... LES 11 TENDANCES QUI CHANGERONT NOS VIES EN 2011...

C'est une tradition en fin d'année et Business Montres livrera sa propre mise en perspective ces jours-ci, mais on peut s'intéresser au repérage d'une des papesses de la tendançologie, Marian Salzman (présidente de Euro RSCG Worldwide), celle qui avait mis sur orbite les « métrosexuels » et les « übersexuels ». Elle nous livre son pronostic « Du purgatoire à l'enfer » (« *Mad as Hell – and Only Getting Madder* ») dans [INfluencia](#) :

- 1) **Se prendre en main et par la main** : « Se préparer à la survie dans un monde qui peut s'effondrer »...
- 2) **Le bénéfice (du) net** : « On a perdu la foi dans les institutions et on préfère se connecter aux autres humains »...
- 3) **Le broadcast est mort, vive le Mycast** : « Émois : Et moi, et moi, et moi »...
- 4) **S'endurcir** : « Les années dix ne seront pas faciles »...
- 5) **Se réinventer soi-même : Yes, we can** : « L'avenir est à ceux qui gèrent le changement »...
- 6) **Re réinventer, saison 2** : « Au besoin, se racheter une conscience »...
- 7) **Le curseur de valeur : Bye Bye Luxe ?** : « Seule valeur contemporaine : la richesse émotionnelle (non marchande) »...
- 8) **L'inversion des genres** : « Ça bouge très fort dans le rapport hommes-femmes »...
- 9) **Qui contrôle qui ?** : « Au point focal entre tolérance et interventionnisme totalitaire »...
- 10) **Et plein d'autres mini-tendances** plus américaines qu'européennes, mais très intéressantes à suivre et à relier aux tendances passées en revue vidéo par JWT ([Business Montres](#) du 10 décembre, info n° 2)...

... **ET MOI, JE FAIS QUOI AVEC MES MONTRES DANS TOUT ÇA ? Bonne question de quelques managers... Des**

tendances ne sont pas des étapes sur une feuille de route : à chacun de les interpréter pour vérifier que ses propositions consonnent bien avec l'air du temps. Pour un décodage plus précis, il est toujours possible d'en parler directement avec Business Montres, qui a quelques petites idées sur la question...

7)

●●● DEUX PARTENARIATS « SPORTIFS » QUI SONT OU NE SONT PAS PERTINENTS...

A chacun de chercher l'erreur et d'apprécier la pertinence du choix mutuel ! D'un côté, [Charlotte Consorti](#), deux fois championne du monde de vitesse en kitesurf : cette « fille dans le vent » a choisi TAG Heuer et un Chrono Aquaracer automatique pour ne pas manquer le départ d'un *run*. « Etanche à 300m et équipée d'une extension pour la porter sur une combinaison, c'est la montre parfaite pour naviguer ». Pour mieux connaître ses exploits : une bonne [vidéo](#) sur M6 (01:49 mn)...

●●● **D'un autre côté**, Bertrand Gropellier, dit « ElKY », devient le premier joueur de poker professionnel à être sponsorisé par une marque extérieure à l'univers du *poker business*. Coaché par Lagardère Unlimited (société de management de personnalités), « ElKY » aura désormais Parmigiani Fleurier pour partenaire : « L'indépendance et la créativité sont les atouts de ceux qui veulent réussir. ElKY et Parmigiani partagent ces valeurs fondamentales », a déclaré Jean-Marc Jacot, directeur général de Parmigiani Fleurier...

8)

●●● LA VITRINE XAVIER DIETLIN DE LA SEMAINE...

Ce qu'il y a de bien avec Xavier Dietlin, c'est qu'on n'est jamais déçu ! Lundi dernier, le « [360° du lundi](#) » présentait (6 décembre, info n° 7) son nouveau concept de table Raptor Park, film à l'appui. En voici une nouvelle image, plus parlante, toujours en direct de la nouvelle boutique Hublot Vendôme ([image ci-dessus](#)), mais avec quelques précisions supplémentaires. Cette table de présentation existera en trois exemplaires : un (plus artistique) pour la boutique Vendôme, un plus radical, pour la future boutique de Madison Avenue (New York) et un – celui qui achèvera la trilogie – pour la prochaine boutique Hublot de Ginza, chacune de ces Raptor Park étant repensée pour chaque lieu [*confiance : c'est dans celle de New York que Xavier Dietlin pense avoir été au bout de son concept*]...

• **L'idée initiale était de rendre les montres** les plus accessibles possible (au moins visuellement), soit une rupture avec l'« esprit vitrine » qui crée une distance inévitable entre l'amateur et la montre – esprit dont l'apothéose se trouve place Vendôme dans les « boutiques coffre-fort » des marques qui s'y ébattent. On se souvient que le concept Raptor concerne à supprimer toute vitrine, en laissant la montre à l'air libre, mais prête à disparaître dans sa base-coffre si on approche la main de trop près : on regarde avec les yeux ! Avantage de cette Raptor Park au centre de la boutique Vendôme : naturellement spectaculaire, elle est devenue le cœur « monumental » de l'espace Hublot et elle est visible de la rue avec ses douze montres directement placées sous les yeux de l'amateur.

• **C'est un concept évolutif** de [table interactive](#) capable de réagir à son environnement. La table est composée de modules de 50 cm x 50 cm, qu'on peut assembler de 3 à 30 unités (ce qui ferait une table de 15 m de long), avec un système infra-rouge de détection à 360°, sans la moindre zone d'ombre (y compris dans les angles). Totalement sécurisé grâce à 24 détecteurs (88 sur la Raptor Park de la place Vendôme) sur chaque face et une distance de détection d'environ 2,5 m. La montée/descente de chaque pièce se fait à 10 mètres/seconde, mais on peut programmer une séquence automatique, juste pour le plaisir de l'animation, si personne ne franchit la zone de sécurité (calcul des positions 20 fois par seconde), chaque détecteur pouvant se régler individuellement...

MERCI POUR VOTRE ATTENTION

à l'issue de ce « 360° du lundi ».

●●● **D'accord, pas d'accord ? Un commentaire, une actualité ou un complément d'information à transmettre ?**

[Cliquez en bas de page](#) sur le mot « GRÉGORY PONS » pour envoyer votre message par e-mail...

.

BUSINESS MONTRES & JOAILLERIE, LA LETTRE INTERNATIONALE DES MARCHÉS HORLOGERS.
QUAI DU SEUJET, 16 - CH-1201 GENÈVE (SUISSE). TÉL : +41 79 800 23 08.
DIRECTION DE LA PUBLICATION ET RESPONSABLE DE LA RÉDACTION : GRÉGORY PONS