

ERIC COSANDEY, MAÎTRE HORLOGER, FONDATEUR DU SITE HORLOGERIE-SUISSE.COM, SUIT TOUTE L'ACTUALITÉ DU SECTEUR MAIS N'AIME QUE LES BELLES MONTRES AU MOUVEMENT MÉCANIQUE QU'IL ACHÈTE AU DÉPART POUR ALIMENTER DES RUBRIQUES DE SON SITE MAIS GARDE ENSUITE PAR SENTIMENTALITÉ.



## A VOS MONTRES ! POURQUOI ?

**PLUS QUE JAMAIS LES MONTRES, COMME LES GRANDS VINS, CAPTIVENT AMATEURS, COLLECTIONNEURS, INVESTISSEURS, AIGUISENT LES PASSIONS DE CEUX QUI VEULENT ÊTRE DANS L'AIR DU TEMPS. TOUR DE CADRANS, EN COMPAGNIE DE DEUX EXPERTS, POUR METTRE NOS ESPRITS À L'HEURE.**

ANNE-MARIE CATTELLAIN-LE DÛ / PHOTOS DR

**E**ric Cosandey, maître horloger, Professeur en horlogerie décide il y a onze ans, de mettre en ligne les cours qu'il donne à l'école de Genève. Une façon « de plonger » dans ce mode de communication alors balbutiant qu'est internet. Il fonde Horlogerie-Suisse.com, devenu le plus important site horloger francophone. Oubliés aujourd'hui ou presque les cours même si des dossiers techniques permettent de satisfaire les professionnels les plus exigeants. S'affichent désormais toutes les nouveautés des grandes marques mais aussi les archives de 1896 aux années quatre-vingt du Journal Suisse d'Horlogerie, la plus ancienne des revues horlogères. Incontournable Eric Cosandey pour suivre le mouvement... mécanique de préférence !



**ERIC CONSANDAY VIVEZ-VOUS LA LOUPE À L'ŒIL ?**

Plus tout à fait. Certes en sortant de l'école d'horlogerie de Genève j'ai travaillé une dizaine d'années pour des marques genevoises de haute horlogerie mais sollicité par mon école j'y suis entré à nouveau pour enseigner cette fois. En parallèle je gère mon site.

**COMMENT PERCEVEZ-VOUS L'ÉVOLUTION DE LA HAUTE HORLOGERIE ?**

Deux axes me semblent intéressants. Au niveau technique le développement des outils de production des grandes marques qui possèdent leur propre manufacture pour créer leurs mouvements. Au niveau esthétique le rapprochement voire la fusion entre l'horlogerie et les métiers d'art.

**QUELLES SONT LES TENDANCES DE FOND ?**

Nous sommes revenus à des esthétiques plus classiques. Les complications ayant été toutes faites, les marques s'intéressent à l'amélioration de la marche de la montre, à sa précision.

**LES MONTRES À COMPLICATIONS SONT EN VOIE DE DISPARITION, ALORS ?**

Non, elles permettent toujours aux marques de valoriser, dans tous les sens du terme, leur savoir-faire si ce sont elles qui les fabriquent. Mais il y a eu une indigestion de tourbillons entraînant un retour des pièces toutes simples qui indiquent heures, minutes et secondes.

**QUELLES SONT, POUR VOUS, LES MARQUES LES PLUS INNOVANTES ?**

Les anciens horlogers comme Breguet, Graham, Harrison... qui ont créé et créent encore des chefs-d'œuvre, sans machine à commande numérique usinant automatiquement des pièces complexes.

**À QUOI RESSEMBLERONT LES MONTRES DE DEMAIN ?**

Il y a une façon ancestrale de faire du vin qui malgré les évolutions techniques se perpétue depuis des siècles pour donner le meilleur. J'émetts le souhait que comme pour le vin, les montres de demain ressembleront à celles de nos aïeux car en horlogerie tout a été inventé depuis des lustres. L'exploit des marques horlogères, aujourd'hui, c'est de vendre autant de montres de luxe alors que l'heure s'affiche gratuitement partout. C'est aussi cela l'évolution de l'horlogerie, son ancrage très fort dans le haut de gamme.

**LE PARALLÈLE ENTRE GRANDES MONTRES ET GRANDS VINS, UNE ÉVIDENCE ?**

Un grand vin se bonifie avec l'âge comme une bonne montre que l'on retrouvera parfois dans les ventes aux enchères à un prix très supérieur à sa valeur d'achat grâce à son intérêt historique et/ou technique.

**CHINOIS, RUSSES, BRÉSILIENS, PEUVENT-ILS DEVENIR DE GRANDS PRODUCTEURS ?**

Les Chinois le sont déjà mais pas en haute horlogerie, en production de masse.

**ET DE GRANDS CONSOMMATEURS ?**

Surtout de grands consommateurs, aimant les produits de luxe jouissant d'une notoriété établie. La Chine c'est un peu l'Eldorado pour les horlogers suisses. Tous s'y empressent d'avoir pignon sur rue. On peut ajouter à la liste des consommateurs émergents l'Inde avec une classe moyenne de plus en plus aisée et importante.

**L'HORLOGERIE SUISSE TIENT-ELLE TOUJOURS LE HAUT DU PAVÉ ?**

Oui particulièrement dans le haut de gamme où son savoir faire et sa « bienfacture » sont incontestables.

**QUEL AVENIR POUR LES MARQUES DE NICHE ?**

Un bel avenir pour celles qui proposent des produits de qualité contrairement à celles qui naissent uniquement dans l'idée de gagner de l'argent en peu de temps. Ce sont les premières à disparaître dès que le marché marque le pas. On l'a vu lors de la dernière crise.

**SI VOUS DEVIEZ ÉTABLIR LE CLASSEMENT DES CINQ PLUS BELLES MARQUES EN MATIÈRE TECHNIQUE ?**

Je vais citer des petites marques qui sont mes préférées : Urwerk, De Bethune, MB&F, Greubel Forsey et Christophe Claret.

**ET EN MATIÈRE ESTHÉTIQUE ?**

Panerai, Omega, Urwerk, De Bethune, MB&F

**VOUS-MÊME, AMATEUR OU COLLECTIONNEUR ?**

Amateur. Je cherche toujours des modèles vintages pour ma rubrique « Une vintage sur l'établi ». Ensuite je les garde par sentimentalité.

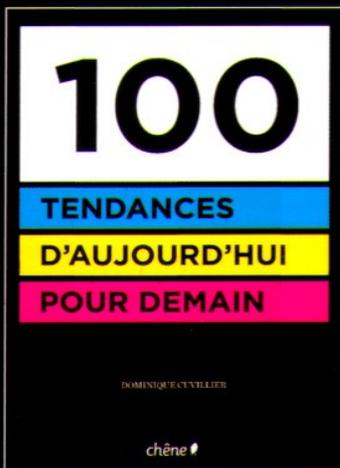
**PEOPLE ET HORLOGERIE : AMBASSADEURS, PORTE-DRAPEAU, UN MARIAGE D'AMOUR OU DE RAISON ?**

Souvent de raison et d'argent et quelques rares fois, d'amour.

**« UN RAPPORT D'INTIMITÉ ENTRE SOI ET LE TEMPS »**

Dominique Cuvillier exerce un drôle de métier « captologue », qui consiste comme son nom l'indique à capter les tendances et les analyser. Réflexions philosophiques.

- **La montre accessoire de mode.** « Depuis une quarantaine d'années, les montres ont été happées par les mouvements de la mode sous l'impulsion de Kelton détrônée ensuite par Swatch. Le secteur s'est ainsi recomposé avec des vrais faiseurs, les horlogers suisses puis des industriels opportunistes qui ont signé des licences avec des marques de mode et enfin des marques de luxe Dior, Chanel, Hermès, par exemple, qui ont décidé de devenir des horlogers, à l'instar des artisans réputés. Aujourd'hui, le secteur s'étire entre montres « prêt-à-porter » et montres « couture ». Les premières ne répondent pas à un usage fonctionnel, donner l'heure, mais sont des accessoires. A l'opposé, les montres « couture » déclinent le savoir-faire artisanal des manufactures qui entendent afficher une heure d'exception et très statutaire.
- **La montre, objet de collection.** « Une collection donne de la puissance, affirme une position sociale. Elle est aussi la recherche d'un plaisir narcissique, intimiste : à la différence d'une collection de tableaux, une collection de montres ne s'affiche pas forcément. Et c'est souvent un investissement rentable. Les hommes sont rarement philanthropiques lorsqu'il amorce ce type de collection. Collectionner les montres est un agrément égoïste : le temps ne se partage pas, il s'achète, il se vend. »
- **La montre vintage, un refuge.** « Une tendance lourde qui saisit notre société angoissée. Nos contemporains ont peur de l'avenir, ne veulent pas affronter le futur alors ils se réfugient dans le passé. Les montres n'échappent pas au phénomène. En France, pays mélancolique, conservateur, tenté par le repli, le vintage est un baume placebo qui rappelle les Trente Glorieuses, période où la croissance portait l'enthousiasme. Le succès des montres anciennes et des rééditions tient aussi d'une certaine nostalgie, du « c'était mieux avant ».
- **La montre, contrainte et plaisir.** « Nous sommes confrontés au temps qui passe, nous cherchons à le ralentir pour ne pas disparaître trop vite. Porter une montre, c'est instaurer un rapport d'intimité entre soi et le temps qui fuit. D'une manière inconsciente, nous avons besoin de sentir le battement d'un mouvement pour rythmer notre existence, nous rappeler que nous sommes bien vivants.



**100 TENDANCES D'AUJOURD'HUI POUR DEMAIN**  
 « VOIR PLUS LOIN POUR PENSER PLUS JUSTE : LES TENDANCES FONCTIONNENT COMME UN ÉCLAIREUR DE L'AVENIR », ASSURE DOMINIQUE CUVILLIER EN POSTFACE DE SON LIVRE. AUTOUR DE TROIS THÈMES : ATTITUDE, SOCIÉTÉ, CONSOMMATION, L'AUTEUR DESSINE OU DEVINE LES ENJEUX DE DEMAIN TOUT EN ANALYSANT LES NOUVEAUX MOTS ET LES NOUVELLES EXPRESSIONS QUI DÉLIMITENT NOTRE QUOTIDIEN TELS QUE, POUR N'EN CITER QUE QUELQUES-UNES : BANKABLE, DETOX, WOOFING, LOW-BIZ...  
 DOMINIQUE CUVILLIER, 192 P, Éd DU CHÊNE, 19,90 €