

## Horlogerie, bijouterie

« La qualité du service suppose un réseau de vente de proximité extrêmement sophistiqué. »



### **Face à l'or matière refuge et aux incidences d'un franc suisse fort, comment pourrait évoluer, de manière générale, le secteur de l'horlogerie en 2011?**

En général, il devrait se rétablir de ses blessures, surtout celles endurées par les fournisseurs du secteur et les acteurs de la sous-traitance, lorsqu'ils n'ont pas fait faillite. A cause du prix de l'or, la part de la trésorerie bloquée par les métaux précieux a sérieusement augmenté.

### **Dans votre secteur, quelles sont les évolutions des habitudes de consommation?**

Je pense que la crise financière a eu pour effet de ralentir les dépenses dépassant la barre des 60 000 francs suisses.

### **Les marques dites «de volume» servent-elles la cause horlogère dans son ensemble, y compris les enseignes représentatives de l'horlogerie dite «compliquée»?**

Bien sûr, il en faut pour toutes les bourses. Une montre issue d'une marque de volume, c'est souvent un commencement. Ensuite le goût s'affine. Cela ne dérange pas le très haut de gamme qui ne représente que de très petites quantités. L'horlogerie passe par les complications, à condition qu'elles donnent l'heure et soient utilisables. La montre n'est qu'un vecteur, sa politesse, c'est de donner l'heure.

### **En matière d'emplois, reprise et relève sont-elles au rendez-vous?**

En ce qui concerne les petits horlogers, cela n'a rien changé, nous ne fabriquons pas assez de montres pour que cela ait un impact sur notre production. Nos collaborateurs sont donc les mêmes qu'avant la crise.

### **La Suisse demeure-t-elle le terreau horloger par excellence?**

La concurrence étrangère représente un danger pour l'emploi en Suisse. Pour contrer cela, le label Swiss Made devrait être exclusivement appliqué sur les montres fabriquées à 100% en Suisse.

### **Quels sont les grands défis de l'horlogerie de demain?**

C'est la qualité du service. C'est pour cela que nous devons être près des consommateurs. Cela suppose un réseau de vente de proximité extrêmement sophistiqué, les boutiques en propre en sont les meilleurs outils.

Propos recueillis par Joël A. Grandjean



© DR

François-Paul Journe est le fondateur des **Montres Journe SA**. Sous le label Invenit & Fecit, cet horloger s'impose naturellement comme le lien entre l'âge d'or des sciences horlogères et l'horlogerie contemporaine. Au sein de sa manufacture au cœur de Genève, sa démarche créatrice et inventive demeure celle du temps où il était artisan, tandis que des boutiques à son nom fleurissent de Genève à New York, en passant par Paris, Hong Kong, le Japon et la Chine.