

Enchères horlogères, trois décennies de légende (partie 1)

A l'orée des années 1990, les ventes aux enchères horlogères étaient noyées dans la masse des opérations à l'encan. Il y avait Christie's, Sotheby's et Habsburg Feldman. Retour en arrière...

PAR OLLIVIER BROTO,
CONTRIBUTEUR WATCHONISTA,
ET JOËL A. GRANDJEAN, RÉDACTEUR
EN CHEF WATCHONISTA

Avant de se dessiner comme un fleuve à part entière dans le business des rois du marteau, les ventes aux enchères uniquement horlogères consistaient en une multitude de petits ruisseaux, alimentant tantôt les marchands, tantôt, souvent de manière accessoire, les trois principales enseignes généralistes présentes à Genève.

L'ère des visionnaires

Naissaient alors, juste avant cette période, quelques personnalités de flair, des passionnés d'horlogerie, de véritables bâtisseurs de légendes. Osvaldo Patrizzi est l'un d'eux. En 1974, l'homme avait déjà fondé la «Galerie d'Horlogerie Ancienne»,

une maison de ventes aux enchères pour «montres-bracelets, horloges et autres objets de vertu», devenue en 1987 Antiquorum SA. Puis, il avait également su tirer parti de la disparition de Habsburg Feldman, dont la dernière vente à Hong Kong semble vouloir remonter à l'année 1990.

Le deuxième, c'est le Dr Helmut Crott, un expert collectionneur quelque peu éclipsé par l'ultramédiatique Osvaldo Patrizzi. Il fait pourtant partie de ces visionnaires à qui le domaine doit beaucoup aujourd'hui. Fondateur en 1974 de Auctioneers Dr. Crott, il incarne une certaine tradition allemande qui à l'époque comptait autant voire plus que Genève. Il détient toujours ce que les puristes considèrent comme la plus importante base de données Patek Philippe relative aux montres anciennes. Une base fiable régulièrement mise à jour et consultée encore aujourd'hui, qui répertorie, sur un principe de traçabili-

té et de documentation exhaustive, toutes les références et leurs scores de vente. Des informations qui prouvent au passage à quel point ces pièces, en matière de valeur patrimoniale et de placement, se situent sur les vingt-cinq à trente dernières années au-delà de toute espèce d'indice boursier.

Toujours actif dans ce domaine, très respecté auprès d'une race de collectionneurs totalement hermétiques aux tendances et aux courants éphémères, le pionnier Helmut Crott se souvient que dans ces années, il y avait déjà la domination de Patek Philippe. Le reste de l'offre se composait de montres de poche compliquées, autant de marques suisses que de marques étrangères: des montres de poche fabriquées par Abraham-Louis Breguet autour de 1800; des Rolex Sport en acier, tels la Stellite Moon ref. 6062, les chronographes Jean-Claude Killy ou les Daytona modèles Paul Newman; des Vacheron Constantin de poche ou bracelets; des A. Lange & Söhne anciennes de Glashütte.

A ces modèles déjà stars s'ajoutaient aussi les émaux de Genève de la première moitié du XIX^e siècle ainsi que les automates suisses datant des années 1800, des œuvres d'art mécanique qui tenaient le haut du pavé avec leurs envolées à plus de 2 millions de francs. Quant aux autres montres-bracelets, celles issues de marques moins demandées, souvent des chronographes, elles affichaient des prix dérisoires. Ainsi, les Omega, Eberhard & Co, les Heuer ou Longines étaient, en comparaison avec Patek Philippe, bien plus accessibles.

Le tournant 1989, la naissance des ventes thématiques

Soudain, imaginé par Osvaldo Patrizzi, le principe des ventes thématiques bouscule la donne. «Elles sont aujourd'hui des milestones dans l'histoire horlogère» confesse Dr. Helmut Crott. Peut-être puisa-t-il son inspiration dans la vente par Sotheby's en 1986 aux Etats-Unis de la collection horlogère Seth Atwood, du nom d'un industriel américain qui liquida son musée horloger à Rockford dans l'Illinois? Toujours est-il qu'il transforme l'année 1989, qui coïncide avec le 150^e anniversaire de Patek Philippe, en une date charnière. Osvaldo Patrizzi organise en effet la toute première vente aux enchères exclusivement dédiée aux garde-temps de cette grande maison. En grand manitou, chef d'orchestre sachant manier tant le marteau que les finesses relationnelles et communication-

nelles, le fringant entrepreneur commissaire-priseur parvint à regrouper suffisamment de pièces recherchées pour que l'événement se transformât en plébiscite.

Le bref échantillon que voici permet de comprendre de quoi l'offre se composait au sortir des années 1980 et quelles seront les tendances qui s'esquisseront. Une fin de décennie qui, après la mortelle crise du quartz, contribua à sa manière au renouveau de l'horlogerie mécanique. Il y eut le lot 34, une PPC 2499/100 en platine - C pour & Cie puisque l'appellation de l'époque retenait encore la raison sociale Patek Philippe & Cie - une pièce unique dont le prix marteau fut de 380'000 francs. Le lot 297, quant à lui, désignait une répétition minutes rectangulaire, seule pièce attribuée à Mel Blanc (1908-1989), l'acteur californien surnommé «l'homme aux mille voix» pour avoir été le maître ès doublages des dessins animés, dont l'adjudication passa la barre du demi-million pour s'établir à 520'000 francs. Il y eut aussi le lot 229, une montre rectangulaire Patek Philippe à tourbillon, qui caracola à 650'000 francs.

Et le Dr Helmut Crott de préciser, à propos de cette incroyable vente: «A cette époque-là, comme durant les années précédentes, c'était encore les montres de poche qui, comparativement aux montres-bracelets, réalisaient les meilleures performances.» Ainsi, la grande complication reconnue sous le lot 300 ainsi que le Calibre 89 décrochèrent respectivement au prix marteau les montants record de 850'000 francs et de 4,5 millions de francs.

1989 est également l'année de l'inauguration à Genève du Musée Patek Philippe au 7 de la rue des Vieux-Grenadiers. Ainsi, aux riches Italiens qui contribuaient alors grandement à l'essor des ventes aux enchères exclusivement horlogères s'ajoutait un nouvel acteur, suivi par les aficionados du monde entier: Philippe Stern lui-même, propriétaire de la marque et grand amateur, avide de compléter ses collections dans les domaines de l'horlogerie et de l'émaillerie, ainsi que dans la constitution de sa prestigieuse bibliothèque. Sa soif d'acquisition de pièces issues de son histoire comme de celle de l'horlogerie suisse en général eut pour effet de doper les scores et de titiller l'engouement.

En résumé, cette année 1989 voit la percée des montres-bracelets vintage dans un univers jusque-là dominé par les montres de poche et les automates. Elle est aussi pour le secteur des ventes aux enchères - d'ailleurs les séculaires maisons institutionnelles du secteur devront s'y plier - celle de la séparation des objets horlogers de tous les autres domaines. C'est donc vraiment à partir de ce

moment-là qu'une distinction réelle s'opère et que se font entendre les premiers coups de marteau exclusivement réservés à l'horlogerie. Désormais, auprès des collectionneurs, la montre de collection aura une place à part, au même titre que les toiles et les sculptures. Dès lors, ce nouveau business ira de succès en succès jusqu'à aujourd'hui, à l'exception d'un fort ralentissement au sortir de la Guerre du Golfe, en 1992. «Même les Patek Philippe furent victimes de la crise et de la chute des prix», se souvient le Dr Helmut Crott.

D'autres dates-clés à retenir

Il faut tout d'abord mentionner l'agenda des ventes thématiques déclinées par Osvaldo Patrizzi. Sous la bannière d'Antiquorum, il organise plusieurs événements dont la mise en scène culturelle et les catalogues imposants contribuent à associer l'univers des montres anciennes avec ceux de la peinture ou de la sculpture ou des objets de légende: «L'Art de Breguet» en 1991, «L'Art de l'Horlogerie Française» en 1993, «L'Art de Vacheron Constantin» en 1994, «L'Art de l'Horlogerie Anglaise» en 1995, ainsi que «L'Art de Cartier» en 1996.

De son côté, la maison de vente Auctioneers Dr. Crott crée le buzz en 1992 à Francfort avec sa vente thématique sur les montres de Glashütte, incluant plus particulièrement des garde-temps de la marque A. Lange & Söhne. Il franchit la barre du million de Deutsche Mark avec une montre de poche à tourbillon en or et émail datant de 1900. Le millénaire se termine sur un record incroyable: en 1999, la super-complication Henry Graves de Patek Philippe, la plus célèbre montre du monde, décroche le titre des titres sous les marteaux de Sotheby's: avec une adjudication à 11 millions de dollars, elle devient le garde-temps le plus cher de l'histoire. ■

L'article en ligne est à découvrir sur Watchonista.com

La partie 2 de cet article sera diffusée dans notre édition de septembre.

PUBLICITÉ

MIH
MUSÉE INTERNATIONAL
D'HORLOGERIE
Rue des Musées 29
2300 La Chaux-de-Fonds
www.mih.ch

06.05 - 08.10.2017

LA NEUCHÂTELOISE

EXPOSITIONS
MARDI - DIMANCHE 10.00 - 17.00

MHL
MUSÉE D'HORLOGERIE
DU LOCLE
CHÂTEAU DES MONTS
Route des Monts 65
2400 Le Locle
www.mhl-monts.ch

Concours de l'Institut
Horlogerie Cartier 2017



6^e

Chantal Staub
IWC International Watch Co
Schaffhausen

Aurel Bacs: collectionneur de superlatifs

Aurel Bacs marque aujourd'hui les ventes aux enchères par la facilité apparente qu'il possède d'établir de nouveaux records. Quels mécanismes se cachent derrière ces chiffres d'adjudication toujours plus hauts? Rencontre avec le commissaire-priseur.

PROPOS RECUEILLIS
PAR SERGE MAILLARD

Sans aucun doute la personnalité la plus emblématique du monde actuel des ventes aux enchères horlogères, Aurel Bacs est passé par plusieurs maisons de prestige, laissant à chaque fois une forte empreinte, chez Sotheby's (1995-2000), une première fois chez Phillips (2000-2003), puis chez Christie's (2003-2013), avant de revenir chez Phillips depuis 2015 avec l'entité autonome Bacs & Russo qu'il a lancée en compagnie de son épouse. En mai, le commissaire-priseur a encore frappé fort avec un modèle Rolex «Bao Dai» vendu à plus de 5 millions de francs. Entretien.

Après avoir propulsé Christie's devant Antiquorum, vous propulsez Phillips devant... Christie's. La réussite d'une maison de ventes aux enchères est-elle donc d'abord liée à l'aura de son commissaire-priseur - vous aujourd'hui, Osvaldo Patrizzi hier? Est-ce d'abord affaire de personne?

Avec un peu de provocation, je vous répondrais que même si vous partez avec un logo McDonald's, vous pouvez devenir numéro un, si vous montez la meilleure équipe! Je ne suis pas tombé du ciel et n'opère pas par miracle. Le succès est affaire de réputation, de carnet d'adresses et d'équipe. Lorsque j'ai rejoint une maison, j'y ai parfois trouvé une équipe, parfois pas du tout. A chaque fois, nous étions soit numéro trois, soit numéro quatre, soit inexistant. A deux reprises, j'ai recommencé depuis zéro chez Phillips. Mais nous avons toujours pu constituer une équipe et réussi à atteindre la position de leader.

Vos équipes vous ont-elles suivi d'une maison à l'autre?

Je ne suis jamais parti en emportant l'équipe d'une maison! On peut trouver de nouveaux talents partout. Notre responsable du marché américain n'avait jamais travaillé dans une maison de vente horlogère: il vient du monde de la défense... Mais il avait ce qui compte le plus: la passion, le carnet d'adresses et la réputation. On peut appeler cela l'obsession, l'amour, le plaisir de la belle horlogerie... Nous évoluons dans un monde où aucun contrat ne vous protège, qui repose sur la confiance seule entre le client et la maison de ventes. C'est pourquoi notre réputation doit être impeccable. Et c'est cette garantie qui attire aussi les meilleurs experts.

Depuis vos débuts, en quoi le profil de votre clientèle a-t-il évolué?

Elle n'a plus rien à voir: seulement 10% de mes clients de 1995 sont encore actifs. Si le meilleur spécialiste d'il y a une dizaine d'années tombait dans le coma et se réveillait aujourd'hui, il ne serait pas en mesure de monter une vente aux enchères à 10 millions de francs. D'une part, nous travaillons avec de nouveaux acteurs et le carnet d'adresses a totalement changé: nous voyons arriver de nulle part des fortunes colossales s'intéressant à des achats horlogers. Le savoir s'est, d'autre part, diffusé: les collectionneurs se plongent de manière très pointue dans les montres. Les tendances ont également évolué: le modèle rose et carré à remontoir manuel a cédé la place à l'acier rond automatique. Enfin, les estimations se sont complexifiées.

Cette évolution du marché vintage est sans doute liée au regain d'intérêt pour la montre en général depuis les années 2000: sur ce point-là, votre destin semble avoir été fortement lié à celui de l'industrie horlogère contemporaine...

Je remercie en effet ceux qui n'ont jamais abandonné la belle mécanique au sein des manufactures, des personnalités comme MM. Stern, Hayek, Cologni, Rupert, Biver... Ils ont converti des millions de personnes au goût de l'horlogerie, ce dont nous profitons également. En même temps, la mondialisation a énormément contribué à l'essor de l'horlogerie et des ventes aux enchères horlogères: jamais nous n'aurions grandi autant si nous étions



Aurel Bacs, fondateur de Bacs & Russo

restés confinés à la demande occidentale, voire japonaise.

Mais la corrélation avec l'industrie actuelle semble s'arrêter là: aujourd'hui, vous réalisez des ventes record alors que les ventes de montres modernes sont, elles, en recul...

C'est simple: il y a plus de demande que de montres vintage achetables. Personne ne va trouver un coffre-fort contenant un million de montres rares. Et beaucoup de montres du passé ne sont plus achetables, car abîmées, mal restaurées ou ayant subi trop de transformations. Alors forcément, les prix montent. Et que faire si vous n'avez pas les moyens pour une Patek Philippe ou une Rolex convoitée? Vous cherchez des alternatives. C'est ce qui explique les succès plus récents aux enchères de marques comme Longines, Tudor, Omega ou Heuer, mais aussi les

«indépendants» comme F.P. Journe, Richard Mille, MB&F, pour n'en citer que quelques-uns.

On entend parfois des critiques sur le degré d'expertise des personnels des boutiques modernes. Cela explique-t-il aussi l'intérêt des collectionneurs pour l'univers de la montre vintage?

Le sujet des connaissances est complexe. Est-ce que tous ceux qui dépensent des millions de francs pour des montres sont des spécialistes? Moi-même, je ne suis pas œnologue et si l'on m'amène une carte des vins qui a l'épaisseur d'un catalogue de ventes aux enchères, je demanderai au sommelier: «J'aimerais passer un moment de qualité en bonne compagnie; je vous fais confiance: voici mon budget et mon goût.» Cela se passe comme cela également dans le monde de l'horlogerie. Il est tout à fait permis de ne pas être un spécialiste, ce n'est pas indigne!

Internet a cependant accru la diffusion des informations et des connaissances: on peut se renseigner partout et en tout temps sur n'importe quel modèle actuel ou ancien...

Je reste méfiant vis-à-vis d'Internet. Récemment, le fondateur de Twitter s'est excusé, car il pensait avoir créé un outil de diffusion de l'information, qui s'avère aujourd'hui en réalité envahi par les *fake news* influant même le cours d'élections démocratiques... Il ne faut pas se voiler la face: beaucoup de choses écrites sur Internet à propos de l'horlogerie sont fausses! Nous utilisons le web pour notre communication et l'on peut miser lors de nos enchères via Internet, mais je suis d'avis que la technologie ne remplace pas certaines expériences, comme s'entretenir en tête-à-tête... Et 95% de nos clients qui enchérissent via Internet ont vu préalablement de leurs propres yeux la pièce en question. ■

Concours de l'Institut
Horlogerie Cartier 2017



7^e

Sylvain Jacquart
Ecole Technique de la Vallée de Joux
Le Sentier

Réhabiliter Antiquorum: la délicate mission de Romain Réa

Si elle a lancé les ventes thématiques consacrées à l'horlogerie sous l'impulsion du charismatique Osvaldo Patrizzi, Antiquorum a vu son étoile pâlir fortement durant la décennie écoulée, suite à l'éviction de son fondateur et à un interminable litige aux ramifications multiples. La mission de l'expert-horloger français Romain Réa, qui vient d'en reprendre les rênes, est donc claire mais ardue. Rencontre.

PROPOS RECUEILLIS
PAR SERGE MAILLARD

Avez-vous tout de suite été convaincu de reprendre la direction de la maison Antiquorum, qui a beaucoup perdu de sa superbe depuis une décennie et le départ forcé du légendaire Osvaldo Patrizzi?

J'ai mûrement réfléchi avant d'accepter de reprendre ce poste. Je n'avais aucune hésitation au niveau du «cœur»: Antiquorum, maison de ventes pionnière dans le domaine, est l'une des raisons de ma passion pour l'horlogerie! Au niveau de la raison, c'était moins «instinctif», car la maison a en effet connu plusieurs péripéties. Mais mon mandat consiste justement à y mettre fin et à tourner la page. J'ai présenté un plan d'actions qui a été accepté par les propriétaires d'Antiquorum Management. Je tiens par ailleurs à souligner que notre actionnariat, FIDES, est basé à Zurich et a investi en 2014 dans la maison: nous n'avons strictement aucun contact avec Antiquorum USA, l'entité qui a connu les déboires que l'on sait vis-à-vis d'Osvaldo Patrizzi. L'une de mes conditions était justement d'avoir en soutien un actionnariat puissant et... sans problèmes.

Quelle est votre expérience de la vente aux enchères?

Ce sont eux qui m'ont approché, en tant qu'expert horloger et entrepreneur du domaine, avec plusieurs boutiques à Paris et la création du département Horlogerie

d'Artcurial. J'ai notamment réalisé les premières ventes thématiques consacrées à Jaeger-LeCoultre et à Panerai en France.

Comment comptez-vous remettre sur pied Antiquorum?

Mon plan d'actions comporte trois facettes. D'abord, il s'agit de mettre à nouveau en valeur le patrimoine et la «magie» Antiquorum, nous souhaitons rendre unanime la qualité des expertises de la maison, mettre fin aux rumeurs qui entourent la société et défendre la marque sur tous les plans: c'est l'objectif principal, le travail de fond duquel découle tout le reste.

Un deuxième point stratégique est géographique: si les ventes à Genève fonctionnent encore bien, cela est un peu moins vrai à Hong Kong, qui a été abandonnée par l'ancienne direction. Nous allons relancer la dynamique en Asie, pas qu'en Chine, mais aussi au Japon. Par ailleurs, nous lançons une nouvelle présence permanente à Monaco, où je dispose de nombreux liens sur place et que l'on surnomme la «petite Genève». Comme à Genève et Hong Kong, nous y serons 365 jours par an. C'est la Riviera française, et l'importance de l'horlogerie va y croître. A noter encore que même si nous ne sommes pas touche-à-tout, nous allons étendre le panel des lots proposés à la vente en associant aux montres des bijoux et autres biens de luxe. Ainsi, avons-nous programmé à nouveau une vente de bijoux, en juillet à Monaco. Enfin, nous devons redonner à



Romain Réa

Antiquorum ses lettres de noblesse dans les ventes thématiques horlogères, qui sont nées au sein de la maison. Or, la dernière importante en date est Omegamania de 2007... Nous allons remettre cette activité au cœur du métier. La première vente thématique que nous organiserons, en novembre à Genève, sera The Art of Calatrava – ce sont les 85 ans du modèle et l'anniversaire de la création de la Croix de Calatrava – un clin d'œil à The Art of Patek Philippe, la première vente thématique d'Antiquorum en 1989.

Qu'en est-il du digital?

Etonnamment, l'adresse du site .com appartient encore à l'ancien directeur, Evan Zimmermann. Nous avons donc lancé une nouvelle adresse antiquorum.swiss, ancrant la maison dans ses origines genevoises, berceau de l'horlogerie de luxe. Plus généralement, la boutique en ligne va être

développée avant cet été. Il y a beaucoup de chantiers en même temps. On repart comme si l'on venait de démarrer!

Comment comptez-vous réparer la mauvaise image qui affecte Antiquorum, dont l'origine est l'éjection d'Osvaldo Patrizzi, qui a depuis lors été réhabilité et est lavé de tout soupçon? On ne sort pas indemne d'une telle affaire, auprès des connaisseurs horlogers...

Nous changeons du tout au tout, de la charte graphique des catalogues aux pièces présentées! Le but étant de conserver l'ADN de cette maison historique tout en lui apportant une image et un contenu hautement qualitatifs, symboles de son renouveau. Antiquorum a pris un retard considérable face à la concurrence. Quant à Osvaldo Patrizzi, il est le fondateur de la maison et il est respectable à ce titre. Il n'y a pas de

raison de le nier et j'arrive avec une nouvelle vision du marché.

Mais que pouvez-vous proposer de particulier aux collectionneurs, face à un Aurel Bacs chez Phillips, à Christie's ou à Sotheby's, qui occupent presque tout le terrain?

Je travaille avec une armée d'experts en France et à Monaco. Beaucoup de maisons ont un visage, un expert qui domine. Nous misons sur un travail d'équipe avec une pluralité d'experts. La qualité d'expertise est déjà excellente... mais presque personne ne s'en rend compte. Nous devons la mettre en avant. Nous disposons par ailleurs d'un fichier à la richesse extraordinaire depuis 1974. De mon côté, je n'abandonne pas mes activités à Paris ou mon travail d'expert à la Cour d'Appel. Au fond, je mets mes réseaux au service d'Antiquorum. C'est ce réseau que nous allons encore développer. ■

PUBLICITÉ

Une enseigne lumineuse... un rayonnement intemporel 24/7

www.force-promotion.ch

Formation continue

Hes-so
Haute Ecole Spécialisée de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz

MARKETING MANAGEMENT

MAS MASTER OF ADVANCED STUDIES HES-SO
UNIQUE EN SUISSE ROMANDE
www.heg-arc.ch

haute école neuchâtel berne jur
arc gestion neuchâtel delémont