

Revue de Presse Made in France

Contact : info@semioconsult.com

HORLOGERIE

Janvier 2021 – Mars 2021



SémioConsult® est un cabinet de conseil spécialisé en stratégie d'entreprise et en stratégie de marque. Fondé par Anne-Flore MAMAN LARRAUFIE (Ph.D.), le cabinet dispose d'une expertise reconnue à l'international et d'une connaissance fine de la stratégie de gestion des marques, en particulier au sein du monde du luxe. L'entreprise est basée à Paris, Vichy, Singapour et Venise.

Spécialisé en gestion d'image de marque et en sociologie de la consommation, SémioConsult propose un accompagnement complet des marques de la définition de leur identité à l'optimisation de l'expérience-client et au déploiement opérationnel des stratégies définies. SémioConsult est aussi expert en gestion de l'identité de marque face à la contrefaçon et en valorisation du Made In France & Made in Italy.

Il compte dans son portefeuille clients de nombreux institutionnels et prestigieuses marques françaises et italiennes, ainsi que des PME et des entrepreneurs et start-ups.

SémioConsult mène également une activité de recherche et de publication d'articles dans des journaux spécialisés dont certains sont disponibles librement.

www.semioconsult.com

Charquemont

Les montres Herbelin surfent sur la vague du confinement

Contre toute attente, l'année 2020 n'aura pas été aussi catastrophique que redoutée. Les ventes de l'historique maison de Charquemont ont même été supérieures en décembre dernier qu'à la même époque en 2019. À ceci plusieurs explications...

Par Sam BONJEAN - 15 janv. 2021 à 07:00 | mis à jour le 16 janv. 2021 à 15:51 - Temps de lecture : 2 min



Le modèle Régate, en carbone, a contribué au succès de Michel Herbelin, en cette fin d'année 2020.

Photo DR

Le tsunami de la pandémie et le premier confinement ont fait chavirer une partie de l'économie et l'horlogerie n'a pas dérogé au phénomène. « On était très inquiets », reconnaît Maxime Herbelin, directeur associé de l'entreprise Michel Herbelin, face à des ventes qui se faisaient rares, à commencer par l'Hexagone.

Le retour à un semblant de vie normale avait laissé poindre des espoirs de reprise que l'annonce du deuxième confinement a aussitôt douché. Touché mais pas coulé.

De + 10 à + 15 % en décembre

Tel un sous-marin, la maison **qui a fait de la mer son univers de prédilection** et de communication a refait surface. « Le mois de novembre n'a pas été si catastrophique et le mois de décembre a été excellent. Supérieur à décembre 2019 avec une augmentation de l'ordre de + 10 à + 15 %, voire mieux. Cela ne sera pas suffisant pour rattraper le retard pris mais cela laisse entrevoir de belles perspectives pour 2021 », analyse encore le petit-fils du créateur de la marque.

**« Quand on est cloîtré chez soi,
on a envie de se faire plaisir
d'une autre manière »**

Comment expliquer ce regain d'intérêt et d'achats ? Une thèse estime qu'au sortir -voire au milieu- d'une telle crise, devant l'impossibilité de voyager et de s'offrir d'autres plaisirs, certains auraient craqué pour de beaux garde-temps. « C'est vrai que la montre correspond à ces critères. Quand on est cloîtré chez soi, on a envie de se faire plaisir d'une autre manière », abonde Maxime Herbelin qui met en avant deux autres arguments propres à la maison.

« Un élan patriotique »

« Il y a eu un renouvellement [N.D.L.R. : **dans la gouvernance**] et un rajeunissement de notre gamme, notamment incarné par le modèle régates en carbone. Il y a aussi une appétence particulière des consommateurs pour le "Made in France". Plus c'est français, mieux c'est. On semble assister à un élan patriotique dont nous bénéficions, nous aussi ».

Montre connectée

De quoi envisager l'avenir avec un optimisme mesuré. Comme un marin qui vient de sortir des Quarantièmes rugissants, qui sait qu'il va encore essayer quelques vents contraires et quelques sévères vagues mais qui entrevoit de radieux rivages à l'horizon. Un horizon qui pourrait aussi passer par la montre connectée. « C'est un domaine qui a pris une vraie ampleur. Après **une première expérience il y a trois ans** , nous planchons sur une deuxième évolution ».

S'adapter aux éléments, surfer sur les courants porteurs. Chez Michel Herbelin, on a toujours scruté le sens du vent pour tracer un cap et aller de l'avant. Depuis plus de 70 ans, l'embarcation maison navigue ainsi.



Par Nicolas Dembreville

le 04 janvier 2021

On assiste depuis peu à une floraison de garde-temps frenchy. Ces pièces, qui semblent plus particulièrement émouvoir les clients français, raniment surtout une sorte de patriotisme horloger qui sommeille en chacun de nous.

On estime que près de 200 marques de montres apparaissent chaque année. Ne nous réjouissons pas trop vite, il en meurt presque autant. Quoi qu'il en soit, le secteur est dynamique. Et, chose nouvelle, la France participe activement à cette recrudescence. **Francéclat**, le comité professionnel de développement de l'horlogerie, de la bijouterie, de la joaillerie, de l'orfèvrerie et des arts de la table, est formel : la production de montres françaises a augmenté de 9 % en 2019, pour un chiffre d'affaires de 349 millions d'euros.

Il faut dire qu'on ne compte plus les lancements de marques bleu, blanc, rouge. Plusieurs dizaines de griffes aux profils variés sont apparues récemment. « *On peut citer Awake, Beubleu, Routine, Trilobe, Réservoir, Hegid, Serica, Fugue... Il existe une certaine solidarité au sein de ces petites marques françaises, se félicite l'équipe de FOB Paris, un « studio horloger » se situant entre horlogerie traditionnelle et mode. On se sert les coudes. »*

Sans doute parce que certaines d'entre elles – **Baltic, Klokors** ou encore **Depancel**, par exemple – ont fait appel au financement participatif, via des plates-formes dédiées comme Kickstarter ou Drive. Chacun s'accorde sur une chose, c'est que sorti du Swiss Made bien établi, il est difficile de déterminer l'origine d'une montre. Ainsi, le *made in France*, quand on parle d'horlogerie, n'est pas clairement défini.

Peu d'acteurs du milieu savent exactement ce que recouvre ce label et si leur produit le mérite ! « *J'estime que March LA.B est française à 90 %, souligne Alain Marhic, cofondateur de cette maison horlogère au puissant univers rétro sixties. C'est important pour notre clientèle, qui est en grande partie nationale. Mais ce n'est pas tant le made in France qui compte, recadre le responsable, que le fait d'être une marque française par le*

style ou l'esprit. » Et il est vrai que, sous l'appellation « montres françaises », on croise diverses philosophies : les « créations France », les « assemblages France », les « fabrications France »...



Développées depuis 2017, les montres françaises Réservoir ressemblent aux compteurs des automobiles des années 60.

DR

Des pionniers respectés des montres françaises

En matière d'horlogerie française, les précurseurs se nomment Michel Herbelin ou Lip. La seconde, née en 1867, est à l'origine, notamment, de la première montre à quartz française ou de la série créée avec le designer industriel Roger Tallon, le père du TGV. L'arrivée des montres à quartz japonaises stoppe cette belle aventure en 1977, avant qu'un nouveau départ soit tenté à la fin du XXe siècle.

Michel Herbelin se sort quant à lui bien mieux de la tempête des années 70. La marque n'a jamais interrompu son activité depuis ses débuts dans les années 60. Peut-être son indépendance et son management familial pétri d'humilité lui ont-ils permis de tenir contre vents et marées. Aujourd'hui, de nombreuses montres se revendiquent d'une appartenance française, avérée ou imaginaire.

Comme si la French touch, vivace dans l'électro, l'architecture ou le design, avait atteint le secteur de l'horlogerie. Ce courant se réfère à la vague horlogère des années 2000. En éclaireur, on trouve le duo Carlos Rosillo et Bruno Belamich, qui crée la marque franco-suisse **Bell & Ross** en 1992. Mais ce n'est qu'au milieu des années 2000 que le succès se profile. La montre BR 01, lancée en 2005, les fait décoller. Cette icône reprend la forme d'une horloge de cockpit de jet : un rond dans un carré. L'univers et l'esthétique de la maison plaisent à Chanel, qui entre au capital. La marque s'appuie aujourd'hui sur 13 boutiques en propre dans le monde, dont une à Paris.

March LA.B suit, au début des années 2010, les traces de Bell & Ross. Cette enseigne de montres à l'inspiration années 60-70, progresse après s'être sortie de fâcheux trous d'air. Ces marques représentent des phares pour la nouvelle génération qui arrive, et notamment pour le trio de FOB Paris, qui se revendique parisien plus encore que français. « *Toute la partie création de notre marque est implantée dans la capitale. Pour nous, c'est très important. Paris, c'est notre ADN, notre image est basée dessus* », déclarent les trois compères Aurélien Caron, Laurent Aziz et Sari Hijji.



Lancée en 2019, Serica fabrique un seul modèle, dans le jura bernois. Les 400 premiers exemplaires de cette montre très simple, un brin vintage, ont été écoulés rapidement.

DR

Même constat pour Trilobe, marque aux produits de haute horlogerie stylés. « *Nous sommes 100 % France en termes de création, souligne **Gautier Massonneau**. Nous voulons profiter du vivier de créativité que l'on trouve à Paris et qui manque un peu de l'autre côté du Jura. En revanche, question fabrication, nous sommes 100 % Swiss Made, car, en matière de production, les Suisses sont très forts.* »

Chez Briston aussi, le design est une affaire française. Serica, petite marque française dont les garde-temps mécaniques simples et fonctionnels sont fabriqués dans le Jura bernois, a choisi un positionnement similaire. « *Nous sommes une marque française de montres suisses* », résume Jérôme Burgert, le fondateur.

Pas de mouvements *made in France*

Pourtant, à l'heure qu'il est, il reste fort délicat de créer une montre 100 % *made in France*. Il n'existe à ce jour aucun mécanisme de fabrication française disponible sur le marché à un tarif acceptable. « *Depuis nos débuts, nous avons toujours joué à fond la carte de l'assemblage à Paris intra-muros. Il nous manque juste un calibre français. Mais il n'y en a pas dans notre zone de prix. Du coup, nous utilisons un mouvement Miyota, japonais, retravaillé à Besançon* », explique l'équipe de FOB Paris. Briston utilise également les mouvements Miyota, fiables et bon marché. « *Il n'y a pas de mouvement français abordable*, confirme-t-on chez Trilobe. *En revanche, on peut désormais trouver des boîtiers ou d'autres éléments "bleu, blanc, rouge". C'est nouveau* », se félicite le créateur.

Depuis peu, on voit poindre une esquisse de relocalisation. Ainsi, la marque Routine entend « *redonner du sens à l'économie locale pour un monde plus équitable* » : 80 % des composants qu'elle utilise sont fabriqués en Franche-Comté. Pour y parvenir, cette enseigne soutient la filière horlogère locale. Cela a permis, notamment, de relancer la production de cadrans, qui avait pour ainsi dire disparu, à partir des années 2000. C'est la société La Pratique, sise à Morteau, déjà producteur d'aiguilles, qui s'en charge. « *On sort de trente ans de mondialisation à marche forcée, avec la Chine comme usine mondiale. Un changement de cap ne se fera pas en deux mois* », modère Maxime Herbelin, directeur marketing de la marque Michel Herbelin.

Le positionnement « montres françaises » a le grand mérite de créer la surprise face aux produits Swiss Made dominants. C'est un excellent atout pour les jeunes marques d'inspiration française qui peinent à se faire connaître. Cela peut leur permettre d'attirer l'attention sur elles et, ainsi, de s'extirper de l'embouteillage d'enseignes existantes. On constate, par ailleurs, que grandit chez le consommateur une sorte de patriotisme commercial. « *Il y a eu un effet Arnaud Montebourg, du temps où ce dernier était ministre du Redressement productif, voilà une dizaine d'années*, explique Maxime Herbelin. *Ce courant va de pair avec le "consommer local" très à la mode actuellement. Pour notre part, nous sommes français et fiers de l'être.* »

Les racines nationales sont très en vogue actuellement. Elles viennent juste après le style et le prix, dans les motivations d'achat d'un garde-temps. « *Le chauvinisme peut favoriser l'achat d'une montre*, reconnaît Jérôme Burgert. *Mais cela n'exonère pas de fabriquer de bons produits*, ajoute le créateur. *Une mauvaise montre même 100 % française ne décollera jamais.* »



Lancée en 2019, Serica fabrique un seul modèle, dans le jura bernois. Les 400 premiers exemplaires de cette montre très simple, un brin vintage, ont été écoulés rapidement.

DR

L'origine France est aussi appréciée des étrangers. Notre pays véhicule une image de luxe et de raffinement qui repose sur ses innombrables marques de prestige, reconnues internationalement. Le secteur du luxe est l'un des plus développés au monde, avec des groupes aussi puissants que LVMH, Chanel ou Hermès. « *Dans le domaine du luxe, nous n'avons certes pas la même image que la Belgique ou le Portugal* », remarque Alain Marhic. La montre française paraît légitime. « *Historiquement, il existait encore récemment, en Franche-Comté et notamment autour de Besançon, un vivier horloger très important* », confirme-t-on chez FOB Paris.

Montres françaises, clients français

« *Il y a une vraie tendance chez les horlogers à se recentrer sur la clientèle locale* », explique Alain Marhic. « *Nous l'avions un peu oublié, mais la France est un pays horloger dont la population aime les montres* », confirme Gautier Massonneau, le créateur de

Trilobe. Le grand magasin horloger **Bucherer**, dans le quartier de l'Opéra, à Paris, redécouvre la clientèle locale. « *Nous avons encore vendu une montre à 30 000 euros à un collectionneur parisien voilà quelques jours* », se félicite Nathalie Célia, la directrice du flagship-store horloger.

Pour toucher cette clientèle, une montre française paraît fort bien adaptée. Il semble donc qu'après s'être rassasié de montres suisses pendant des années l'amateur français soit maintenant aussi tenté par un achat « cocorico ».

Red dingue selon Michel Herbelin

Paris Match | Publié le 16/01/2021 à 01h00

Charlotte Anfray



Red dingue selon Michel Herbelin DR

L'Atelier d'Horlogerie Française Michel Herbelin s'empare de la couleur star de la saison pour offrir, à sa montre iconique Antarès, de nouveaux bracelets interchangeables déclinés en trois nuances de rouge. Le résultat ? Une allure branchée et un charisme assuré.

Riche en intensité, le rouge piment se porte de jour comme de nuit, créant un style rebelle-chic sans trop d'effort. Etendard d'une féminité assumée, le rouge lagon rehausse les looks les plus basiques pour un effet réussi. Glamour, le rouge glossy répond à toutes les envies mode, de la tendance rock à la vague plus casual. Et avec trois nuances de rouge, il y a l'embarras du choix. Equipés d'un système ingénieux breveté Michel Herbelin, ces bracelets, interchangeables en un clic, se changent au gré des envies tout en sublimant le cadran argenté. Animé de chiffres romains, il est rehaussé d'un boîtier rectangulaire en acier épousant parfaitement les poignets, jusqu'aux plus fins. L'Antarès à bracelets interchangeables est rythmée par un mouvement de facture suisse, gage de fiabilité et de précision. Perpétuant les codes de Michel Herbelin, elle allie des matières nobles à un savoir-faire horloger depuis 1947. Cette montre made in France est une valeur sûre.

Charlie Paris dévoile deux nouveaux modèles

Paris Match | Publié le 09/02/2021 à 01h30

Charlotte Anfray



Charlie Paris dévoile deux nouveaux modèles DR

Pour débiter l'année, Charlie Paris, la maison d'horlogerie française créée en 2014, vient d'annoncer la sortie d'un nouveau modèle : la Grande Randonnée-Urbex. Présentation.

Charlie Paris frappe fort pour marquer la nouvelle année. Avec son nouveau modèle, la Grande Randonnée-Urbex, produit en édition limitée à 100 exemplaires, spéciale grande randonnée, la maison Made in France fait référence à l'urban exploration, une activité qui consiste à visiter des lieux construits et abandonnés, ou des lieux interdits tels que des tunnels de métro, des catacombes, ou des chantiers de constructions. « Nous avons souhaité faire découvrir à nos clients une nouvelle pratique sportive et disruptive qui permet de sortir des sentiers battus au sein même de sa ville, explique Adrien Sangle-Ferriere, cofondateur de Charlie Paris.

Lire aussi. [Charlie Paris, entre élégance et évasion](#)

Pour cela, nous avons redessiné notre modèle « GR » en lui apportant un esprit beaucoup plus racé et urbain, avec notamment un cadran et des aiguilles brossés et un boîtier mat et brossé PVD gun. Cette montre monochrome grise au boîtier de 39 mm de diamètre dotée d'un bracelet en nylon de la même teinte a été imaginée pour faire découvrir ce nouveau sport alliant aventures et sensations fortes. »

Une montre pour deux



PAR **HERVÉ GALLET**

Publié le 10/02/2021 à 12:23

L'idée pour un couple de porter la même montre est insolite, mais plaisante. Reste à trouver un modèle accessible, séduisant au masculin comme au féminin.

En jargon journalistique, on appelle cela un marronnier. Un thème récurrent que l'on traite chaque année à la même époque parce qu'il correspond à un événement, une date ou une célébration. Prenez la Saint-Valentin. Onze mois sur douze, on est contre l'idée de succomber à cette sacro-sainte obligation de célébrer l'amour, rappelée à nos mémoires par des annonces publicitaires bardées de petits cœurs rouges. Haro sur celui qui oublierait le 14 février ! Alors, en début de soirée de ce jour fatidique, on voit nombre d'hommes s'insérer dans de longues files d'attente devant les boutiques de fleuristes. Histoire de ne pas risquer de dormir sur le palier...

One for two





On est contre, disions-nous, jusqu'à ce que l'on découvre certaines nouveautés proposées par les marques horlogères. Et l'on se dit : pourquoi pas ? Pourquoi ne pas faire plaisir à l'élue de notre cœur et se faire plaisir en même temps ? La maison

Michel Herbelin ne s'y est pas trompée cette année encore en dévoilant son modèle Art déco sous l'intitulé « One for two ».

Accessible, précisions-nous en préambule, cette pièce l'est assurément puisqu'elle ne coûte que quelques centaines d'euros. Contrat rempli également en matière de séduction au masculin comme au féminin. Il est vrai que les designers ont joué sur du velours en déclinant le style Art déco, aussi sobre qu'élégant.

Cette montre s'intègre au sein de la collection Michel Herbelin portant justement le nom de cette époque bénie sur un plan architectural et esthétique. Proposé en version homme ou femme, le boîtier en acier rectangulaire ne diffère que par ses dimensions : 32,20 mm x 26,50 mm pour lui ; 24,40 mm x 20,30 mm pour elle. Précision non négligeable : si le mouvement à quartz est suisse, la montre est dessinée, conçue, assemblée, réglée et contrôlée en France.

Octogône pour elle...



Avec son boîtier de forme octogonale, son cadran en nacre blanche ou noire et ses dimensions de 24,50 mm x 24,50 mm, cette montre appartenant à une nouvelle collection baptisée Octogône cultive minimalisme, raffinement et féminité. À ces caractéristiques s'ajoute la modernité d'un bracelet en maille taillé dans l'acier, à la

fois souple et confortable au poignet. Si l'on mentionne également son prix abordable et sa précision liée à un mouvement à quartz suisse, voici une montre aux allures de bijou précieux qui pourrait bien faire son effet le 14 février...

... Cap Camarat pour lui



Puisant son inspiration dans un modèle Michel Herbelin datant des années 1970, la collection Cap Camarat lancée en 2018 s'enrichit aujourd'hui d'une nouvelle déclinaison perpétuant son esprit sport chic. Sobre, fraîche, dynamique, cette version adresse un clin d'œil au made in France en combinant un rehaut bleu, un cadran blanc et une aiguille des secondes rouge.

Au-delà de son style attrayant et de ses performances (associé à un bracelet en acier muni d'une boucle déployante, son boîtier de 40,5 mm de diamètre est étanche à 100 mètres), cette Cap Camarat new-look bénéficie d'un mouvement mécanique à remontage automatique. Il s'agit du calibre suisse bien connu Sellita SW-200, dont on peut admirer la masse oscillante gravée aux couleurs Michel Herbelin. Une valeur sûre, agréable au regard, pour moins de 800 euros.

Apose, Charlie et Guillot : trois nouvelles montres françaises



PAR ARTHUR FRYDMAN, LE POINT MONTRES

Publié le 01/03/2021 à 11:32

Malgré la crise sanitaire, ce trio de marques made in France bouscule le paysage horloger traditionnel et renouvelle les codes avec des créations originales.

Cocorico ! Au sein du monde cloisonné de l'horlogerie, l'heure est au patriotisme. Covid ou pas et bien avant cela, le secteur bouge et voit naître dans ses rangs une multitude de jeunes marques françaises qui bousculent le domaine a priori occupé de longue date par le très vénéré Swiss made. Ces nouveaux Gaulois de l'horlogerie plaisent particulièrement aux consommateurs français – et étrangers – de plus en plus soucieux de porter des productions locales, pour la plupart concentrées en Franche-Comté, entre Besançon dans le Doubs et la frontière avec la Suisse. D'ailleurs, selon les derniers rapports Francéclat/Société 5, sur les deux dernières années, la fabrication horlogère française était en croissance de près de 10 % avec un chiffre d'affaires qui avoisinait les 350 millions d'euros, dont 82 % étaient réalisés à l'export. Cette vitalité du secteur s'explique par la solidarité affichée de ces nouvelles pousses françaises, telles que Sartory Billard, Awake, Hegid, Serica, FOB Paris, Trilobe, Routine, Beaubleu ou encore Grandval. Ces nouvelles marques s'appuient sur la fabrication française et axent leur gamme de produits sur des tendances qui plaisent, à l'instar du vintage, de l'élégance et de la sobriété, du financement participatif, mais surtout d'un savoir-faire local. Un positionnement qui

fait mouche et qui attire encore et toujours, et ce, malgré la crise sanitaire, de nouveaux entrepreneurs qui se lancent dans le milieu ou pour certains, déjà présents qui dévoilent de nouveaux modèles. La preuve avec l'arrivée sur le marché d'une nouvelle armada française et de trois nouvelles créations.

Lire aussi En horlogerie, le bleu est une couleur chaude



Apose : réveiller la production horlogère française

Didier Finck et Ludovic Zussa – les deux fondateurs d'Apose – ont fait leurs armes du côté du Swatch Group. Prenant le pari de quitter le mastodonte de l'industrie pour créer leur propre marque, les deux compères souhaitent réveiller la production horlogère française, selon eux basée sur « une surenchère d'extravagance, de technologie, de finitions précieuses au détriment de l'élégance à la française discrète et subtile ». Chez Apose, qui présente la n° 3, une fine pièce très sobre montée en 36 mm ou 41 mm et qui bat au rythme d'un mouvement automatique doté d'une réserve de marche de 44 heures, l'essentiel du produit est bleu, blanc,

rouge avec des composants qui viennent du Doubs. Très transparente sur son développement, la marque assume cependant le fait d'utiliser un calibre Newton Swiss made et un prestataire italien pour ses bracelets « le temps de trouver des entreprises françaises capables de répondre à [leurs] exigences », assurent les deux créateurs. Pour le moment, la firme est exclusivement distribuée sur Internet au prix raisonnable et attractif de 1 250 euros. Deux nouvelles gammes supérieures seront commercialisées en 2023 et 2025.

Lire aussi Trois montres vraiment différentes

Guillot : redorer le blason de la montre à gousset

Après la Première Guerre mondiale, la montre à gousset disparaît des radars. Un siècle après, la montre est certes passée au poignet, mais les poches, elles, sont encore là. Le temps passe, mais il se répète... D'où l'idée de Marie-Amélie Guillot de remettre au goût du jour la montre de poche, un objet ayant appartenu à ses arrière-arrière-grands-parents et qu'elle a reçu en cadeau un soir de Noël. L'idée était née : créer le tout premier boîtier de montre au porté multiple. Un petit bijou horloger qui se transforme au gré de ses envies et de son style grâce à un boîtier modulable. Mais le concept va plus loin, Guillot souhaitant que ses créations se transmettent de génération en génération et que l'objet – à la base, une montre à gousset – devienne pleinement un accessoire de mode se portant au poignet, autour du cou et évidemment dans la poche. La marque propose des coffrets (à partir de 997 euros) à composer soi-même comprenant un boîtier en acier de 27 mm monté sur un mouvement quartz, un bracelet fin triple tour, un élément de fixation pour un pendentif et une chaîne à maillons.

Lire aussi 9 montres à moins de 1 000 euros

Charlie Paris : partir à l'aventure

La jeune pousse française, créée en 2014 à Paris, revient sur le devant de la scène en proposant une montre-outil taillée pour l'exploration. La marque à la cigogne – à 12 heures sur ses cadrans –, qui se base sur des designs intemporels et une durabilité à toute épreuve, dévoile la Concordia Automatique, dessinée et assemblée dans l'Hexagone. Une plongeuse en acier de 40 mm dotée d'une lunette tournante unidirectionnelle et d'une couronne vissée, assurant une étanchéité jusqu'à 300 mètres de profondeur. Le mouvement – qui ne vient pas de France, mais de Suisse – est un calibre automatique fournissant une autonomie de 44 heures. Une montre abordable et au juste prix de 695 euros que l'aventurier Matthieu Tordeur – ambassadeur de Charlie Paris – a embarqué dans son périple de plus de 1 000 kilomètres à travers l'Antarctique.





Demain, des bracelets de montres en papier?

NOUVEAUTÉ - Adieu les cuirs exotiques et autres peaux animales? Les garde-temps se mettent de plus en plus au vert, jusque pour leur bracelet.

Par **Judikael Hirel**

Publié le 11/03/2021 à 23:07,

Mis à jour le 11/03/2021 à 23:07



innové en la matière. La marque a en effet développé des bracelets à base de papier composés à 80% de fibre végétale. Fabriquée en Italie selon les mêmes techniques traditionnelles que celles utilisées pour la fabrication du papier, cette matière baptisée TimberTex est majoritairement composée de papier issu de sources responsables. Contrairement aux cuirs synthétiques, généralement à base de plastique ou de pétrole, cette nouvelle matière est composée à 80% de fibres végétales naturelles. La cellulose utilisée provient d'arbres certifiés FSC (Forest Stewardship Council), issus de forêts européennes gérées de manière durable et responsable par cette organisation à but non lucratif.

IWC

«*Nous désirons développer d'autres alternatives pour nos clients qui ne portent pas de cuir*», a expliqué Franziska Gsell, directrice marketing et présidente du comité de développement durable d'IWC. La confection de ces bracelets comprend plus de 60 étapes différentes. Colorée avec des teintures végétales naturelles, le grain irrégulier de ces bracelets en TimberTex rend chaque bracelet unique, comme avec un cuir. D'une texture douce et souple, ils sont étanches et ne révéleront aucun signe d'usure après un plongeon en piscine. Proposés en bleu, brun ou noir, ils seront dans un premier temps destinés aux Portugieser Automatic 40, Automatic et Chronographe.

Grandval Atlantique Diver : une belle personnalité au poignet



Alors que la jeune maison horlogère française Grandval mène actuellement une campagne de financement participatif sur Kickstarter, revenons plus en détail sur l'un des deux modèles mis en avant : l'Atlantique Diver proposée avec un boîtier de 44 mm en cadran bleu ou noir. Une plongeuse aux inspirations vintage et d'un excellent rapport qualité-prix.



L'Atlantique Diver joue la carte de la différence avec son boîtier tout rond sans cornes et sa couronne placée à 4h.

« *Nous sommes partis d'une feuille blanche pour dessiner la montre que nous aimerions porter pour toute occasion et activité : du bureau à la plage, des soirées habillées aux montagnes enneigées ! En bref, une montre sport-chic polyvalente* » indique Thomas Fontaine, fondateur de la marque et professionnel de l'horlogerie depuis une dizaine d'années.

Dans la pratique, cette plongeuse étanche à 200 mètres embarque un boîtier en acier 316L aux finitions polies et brossées de 44mm dépourvu de cornes, ce qui lui permet de s'adapter à la plupart des poignets. Il apparaît plus petit qu'il n'est et s'adapte confortablement au poignet.

[Lien vers la campagne Grandval sur Kickstarter](#)



Comme toute plongeuse qui se respecte, elle est dotée d'une lunette unidirectionnelle (120 clics) qui possède un insert en inox qui s'accorde avec la couleur du cadran (noir ou bleu). La couronne vissée est placée à 4h ce qui offre toujours un look sympa tout en

permettant de faciliter les mouvements du poignet (sous l'eau ou sur terre d'ailleurs).

Les cadrans sont donc disponibles en deux couleurs, le bleu et le noir. Mais en réalité, quatre versions sont proposées en tout avec le cadran classique soleillé avec index en applique et le cadran « secteur » brossé circulaire. Avec une nette préférence pour le modèle noir avec cadran « secteur » qui est probablement le plus dans l'esprit « plongeuse ».

Deux aiguilles partiellement squelettées avec Superluminova scandent les heures et les minutes. Quant à la trotteuse, indispensable sur une plongeuse puisqu'elle fait également office d'indicateur de marche, elle est orange et très effilée. La date est placée à 6h et la couleur du disque est assortie à celle des cadrans.



Côté calibre, l'Atlantique Diver est équipée d'un mouvement automatique suisse, le STP1-11 (4Hz), manufacturé dans le Jura par Swiss Technology Production. Il possède une réserve de marche de 44h et une fonction de stop-seconde pour un réglage de l'heure précis.

Cette plongeuse est entièrement assemblée en France à Paris. Elle est livrée avec deux bracelets sur boucle ardillon, l'un en nylon avec sa doublure caoutchoutée et l'autre de type Tropic en caoutchouc véritable. Rien ne vous empêche cependant d'opter pour un bracelet en cuir (sur-mesure ou prêt-à-porter) qui lui donnera un look plus urbain.



L'Atlantique est livrée dans un écrin fabriqué en France à partir de bois de hêtre français. Si vous ne l'utilisez pas pour ranger votre montre, il deviendra une boîte destinée à un tout autre usage : stylos, clefs, monnaie, accessoires pour montres, etc.).

Pour rappel, le nom Grandval est un hommage au château du même nom, aujourd'hui disparu, situé en petite couronne parisienne, où Diderot effectua de nombreux séjours alors qu'il rédigeait sa fameuse encyclopédie. Ce château donna son nom au quartier où grandit le créateur de la marque.

Au final, une montre d'un très bon rapport qualité-prix (prix final 890 euros) qui offre un

design assez unique, de jolies finitions, un calibre efficace et une belle personnalité au poignet.



Montres connectées : un médecin à portée de main



PAR LE POINT MONTRES

Publié le 12/03/2021 à 11:21

Capables de mesurer la fibrillation auriculaire ou encore l'oxygène dans le sang, l'Apple Watch Series 6 et la ScanWatch du français Withings jouent les médecins 2.0. Laquelle choisir ?

Deux montres, l'américaine Apple Watch Series 6 et la ScanWatch du français Withings mesurent la fibrillation auriculaire, trouble du rythme cardiaque qui augmente le risque d'AVC, ou encore l'oxygène dans le sang. Les deux proposent de mieux gérer votre sommeil comme de suivre vos efforts sportifs. Laquelle choisir ?

Look. Verre saphir, aiguilles et bracelet en cuir côté Withings, quand l'Apple Watch a des écrans toujours plus intuitifs. À noter le bracelet en boucle unique tressée sans fermoir de la seconde, particulièrement pratique. *Vainqueur : Apple.*

Ergonomie. Bien que légèrement plus lourde que sa concurrente, la ScanWatch pèse 58 grammes, la version 44 millimètres d'Apple 50 grammes, la française est équipée de capteurs judicieusement placés pour favoriser un port jour et nuit de ce docteur 2.0. *Vainqueur : Withings.*

Autonomie. Trente jours pour la Withings contre dix-huit heures pour l'Apple. *Vainqueur : Withings.*

Responsabilité. Made in France côté Withings et promesse de recyclage chez Apple. *Égalité.*



Vie privée. Withings promet de stocker ses données dans les serveurs français de l'industriel BSO, quand Apple ne communique aucune donnée à un tiers, à l'exception de votre médecin, si vous avez donné votre accord. *Égalité.*

Prix. L'Apple Watch en version 40 millimètres, avec wi-fi et boîtier argent est vendue à partir de 429 euros (529 euros en 4G). Celle de 44 millimètres coûte 459 euros (559 euros en 4G) contre 280 euros pour la ScanWatch. *Vainqueur : Withings.*

Verdict. Récompensée au CES 2020 de Las Vegas, la ScanWatch made in France de Withings est la smartwatch la plus avancée en matière de santé connectée. Médicalement certifiée pour mesurer la régularité du rythme cardiaque et la saturation en oxygène dans le sang, elle peut partager les enregistrements avec un médecin via l'application Health Mate. L'autonomie de trente jours, combinée à l'ergonomie des capteurs, favorise un port nuit et jour de ce docteur 2.0. Cette dernière remporte donc le match.