

Montres suisses à la conquête de l'espace

HORLOGERIE Le 24 mai dernier, Breitling célébrait les 60 ans du premier vol habité de la NASA et le fait d'avoir été la première montre-bracelet dans l'espace. Omega et TAG Heuer ont également participé à la conquête spatiale et en font un argument marketing

FANNY NOGHERO
@FNoghero

En pleine guerre froide, Américains et Russes se livraient à la course à la conquête spatiale. Dans les coulisses, une autre compétition mettait aux prises les horlogers pour être le premier au poignet des astronautes. Les marques suisses Breitling, Omega et TAG Heuer revendiquent une première dans l'espace et promeuvent leurs exploits à grand renfort de marketing. Mais qu'en est-il vraiment ?

Mardi 24 mai, Breitling célébrait en grande pompe à Zurich les 60 ans du premier vol habité de la NASA, la mission Mercury-Atlas 7. A son bord, l'astronaute Scott Carpenter, qui effectue trois fois le tour de la Terre, avec à son poignet une Breitling Navitimer Cosmonaute. Grégory Breitling, fils du créateur de ce modèle destiné en premier lieu aux pilotes militaires, a raconté comment l'astronaute américain avait demandé à son père d'adapter le modèle avec un cadran de 24 heures afin de distinguer le jour de la nuit lors de sa mission spatiale.

Une montre de poche sanglée

Ainsi, le 24 mai 1962, Breitling prétend officiellement au titre de « première montre de poignet suisse dans l'espace ». Le garde-temps de 24 heures est non seulement devenu très populaire auprès des collectionneurs, mais il apparaissait fréquemment au poignet d'autres astronautes. Ce fameux 24 mai 1962, cinq heures après le décollage, la capsule spatiale Aurora 7 amerit sans encombre sur l'Atlantique. L'opération de récupération dure trois heures, et l'exposition prolongée à l'eau demeurait des dommages irréparables à la Cosmonaute de Scott Carpenter. Comme l'a souligné Grégory Breitling, la montre de l'astronaute a immédiatement été remplacée, mais son père a souhaité conserver en l'état l'originale abîmée et corrodée. Une pièce historique soigneusement gardée dans les archives familiales.

Spécifier qu'il s'agit de la première montre de poignet suisse dans l'espace peut sembler un brin pompeux. Mais ce détail revêt une importance majeure dans cette course spatiale horlogère. Un autre garde-temps suisse avait, en effet, déjà flirté avec les étoiles trois mois auparavant. Le 20 février 1962, la capsule Friendship 7 décolle pour la mission Projet Mercury afin



L'astronaute de la NASA Scott Carpenter en route pour la mission Mercury-Atlas 7. Il portait une Breitling Navitimer Cosmonaute. (ARCHIVES/NASA)

d'effectuer elle aussi trois orbites autour de la Terre. A son bord, l'astronaute John Glenn, sur la manche duquel était fixé, à l'aide de sangles, un chronomètre Heuer 2915A. TAG Heuer est ainsi devenue la première marque horlogère suisse à conquérir l'espace. La montre de John Glenn est conservée au Musée national de l'air et de l'espace de Washington D.C. et une réplique est exposée au musée TAG Heuer 360 de La Chaux-de-Fonds.

Impossible d'évoquer les garde-temps suisses et la conquête spatiale sans parler d'Omega et sa célèbre Speedmaster Moonwatch. Elle est, depuis 1965, la seule montre approuvée pour la totalité des astronautes à bord de vols de la NASA.

Après avoir envoyé les premiers hommes dans l'espace, les deux grandes puissances mondiales veulent conquérir la Lune. Pari réussi pour les Etats-Unis le 21 juillet 1969 lorsque Neil Armstrong et Edwin « Buzz » Aldrin foulent l'astre lunaire dans le cadre de la mission

HISTOIRE

Une montre soviétique radioactive

Youri Gagarine est le premier être humain à avoir effectué un vol dans l'espace au cours de la mission Vostok 1, le 12 avril 1961. Sans grande surprise, le cosmonaute portait un garde-temps soviétique: une Sturmsknie qui signifie « navigateur » en russe et qui était d'habitude destinée aux pilotes de l'armée de l'air de l'URSS. Il va sans dire que la mention « première montre dans l'espace » figure partout aux côtés de la marque.

La Sturmsknie a été créée en 1949 et n'était produite que pour les besoins des pilotes de l'armée de l'air. Elle était offerte aux diplômés des académies de vol et aux futurs pilotes. Youri Gagarine, diplômé de l'académie de vol militaire d'Orenbourg avec les honneurs



en 1957, l'a ainsi reçue à cette occasion. Le calibre entraînant cette Sturmsknie était relativement simple et sera ensuite utilisé pendant plusieurs décennies pour des montres vendues au grand public par d'autres marques comme Poljot ou Pobeda.

Sur son site internet, la marque stipule qu'il existe un moyen très simple de distinguer une originale d'une copie: l'une des caractéristiques de la montre étant sa radioactivité. Elle émet une dose de rayonnement assez forte (800 milliröntgens par heure à quelques centimètres du cadran). La montre originale comportait une composition lumineuse à base de sels de radium. L'un des moyens de vérifier l'authenticité de la montre consiste donc à mesurer simplement le niveau de radiation. = F. NO.

Apollo 11. Et si tout le monde se souvient du premier astronaute, c'est bien Buzz Aldrin qui porte la fameuse Omega Speedmaster. Neil Armstrong ayant laissé la sienne à bord du module. La Moonwatch est devenue ce jour-là une icône horlogère. Mais contrairement à ses deux prédécesseurs, on ne peut l'admirer nulle part. Suivant le protocole, Buzz Aldrin a envoyé la montre qu'il portait sur la Lune au Smithsonian Museum de Washington après son retour sur Terre. Toutefois, le musée déclare n'avoir jamais reçu le garde-temps.

A noter que Claude Nicollier, seul astronaute suisse, a porté lors de sa mission à bord de la navette spatiale Columbia, en 1996, la Swatch Access To Space - SKZ100.

Une fascination toujours réelle

Ces exploits spatiaux, bien qu'appartenant aujourd'hui à un autre temps, continuent d'alimenter le marketing des maisons horlogères. Et de visiblement encore fonctionner auprès des jeunes, y compris ceux qui vivent une partie de leur temps dans les univers virtuels tels que les métavers. « L'espace fait toujours rêver, il symbolise les terres inconnues, l'aventure et ne cesse de fasciner. Cela demeure un argument marketing fort. Je ne serais pas étonné qu'une marque horlogère suisse s'associe à Elon Musk pour sa conquête de Mars », note François Courvoisier, professeur honoraire à la Haute Ecole de gestion de Neuchâtel et spécialiste de marketing horloger.

Mais selon lui, toutes les marques ne jouent pas dans la même division. « Omega incarne clairement la conquête de l'espace. Elle a su capitaliser sur l'alunissage et demeure plus que jamais associée à ce moment historique. Elle a su habilement négocier avec la famille Kennedy pour utiliser cette image visionnaire lorsqu'elle annonce vouloir envoyer un homme sur la Lune. En comparaison, Breitling et TAG Heuer jouent en deuxième division en la matière. La première étant plus communément associée à l'aviation et la seconde au sport, notamment au travers de ses nombreux ambassadeurs. » Et de conclure que célébrer régulièrement les anniversaires des premières fois permet aux marques de se positionner sur le devant de la scène. Et par la même de produire des séries limitées que les collectionneurs s'arrachent. =