

Resserer les rouages entre la Chine et la Suisse

Horlogerie Avec son Sino Swiss Inno Park près de Dongguan, Eddie Leung, le fondateur du groupe chinois Dailywin, souhaite faciliter l'installation d'entreprises horlogères désirant étendre leurs activités en Asie de l'Est.

Julie Gaudio
De retour de Chine

Musée, université, logements, manufactures, bureaux, commerces et restaurants: le Sino Swiss Inno Park s'apparente à un petit quartier à lui tout seul. Situé dans la ville chinoise de Daijiao, près de Dongguan et à une heure environ d'Hong Kong, ce parc d'innovation, axé autour de l'horlogerie, est l'œuvre d'Eddie Leung. Cet entrepreneur hongkongais est actif dans l'industrie horlogère depuis 1978, lorsqu'il a fondé le groupe Dailywin.

Début septembre, quelques journalistes suisses ont pu visiter le site et ses tours tout juste sorties de terre, mais inoccupées, avant l'inauguration prévue pour la fin de l'année. Le Parc se trouve au sud de la Chine, dans la Greater Bay Area. Véritable «corridor d'innovation», cette région concentre les plus grandes usines de smartphones, drones, puces électroniques et d'horlogerie, entre les villes d'Hong Kong et Macao, incluant notamment Shenzhen et Dongguan.

L'emplacement du Sino Swiss Inno Park ne relève ainsi pas du hasard. Partout autour, des immeubles se construisent et le réseau de transports publics s'adapte. «En République populaire de Chine, le foncier est le moteur de la croissance. Dès 1998, le Gouvernement a encouragé sa population à devenir urbaine en investissant dans l'immobilier», éclaire Thierry Theurillat, professeur au Swiss Eurasian Institute of Management de la Haute école de gestion Arc (HEG-Arc). «Autrefois, grâce à son statut particulier, Hong Kong attirait les grandes entreprises internationales. Désormais, grâce aux lignes ferroviaires à grande vitesse, on peut relier rapidement cette ville internationale à Shenzhen et Dongguan. Il devient ainsi de plus en plus intéressant d'installer un bureau côté chinois.»

Relations à double sens

L'idée du Sino Swiss Inno Park est d'offrir, à un même endroit, la possibilité de réaliser différentes étapes horlogères, depuis la formation des étudiants jusqu'à la vente des produits finis, en passant par le design des modèles, la confection des composants et le contrôle qualité. «En Suisse, il faut en moyenne 10 mois pour réaliser le prototype d'une montre, car le choix des différentes pièces prend du temps», avance Eddie Leung. «Notre objectif est d'aider les horlogers à gagner du temps, en les rapprochant de leurs partenaires asiatiques.»

Le mot «Swiss» dans le nom du complexe n'a rien d'une coïncidence. L'envie d'attirer des entreprises étrangères souhaitant s'étendre en Chine est bien réelle. Pour ce faire, on mise sur des loyers beaucoup moins élevés qu'à Hong Kong pour des espaces beaucoup plus grands, et une réduction des impôts sur les entreprises. Tout en aidant ces dernières à surmonter les obstacles administratifs. «Je travaille avec des Suisses depuis plus de 40 ans et j'ai vu les problèmes auxquels ils doivent faire face», assure Eddie Leung.

Notre objectif est d'aider les horlogers à gagner du temps.



Eddie Leung
Fondateur du groupe Dailywin

A ce stade du récit, une interrogation survient alors: pourquoi notre pays aurait-il besoin de l'Empire du Milieu alors qu'il regroupe l'excellence du savoir-faire horloger? «Une montre est rarement helvétique à 100%. Pour des questions budgétaires, la Suisse importe énormément de boîtes depuis la Chine. L'inverse est aussi vrai», commence Pierre-Yves Donzé, professeur d'histoire économique à l'Université d'Osaka. L'Ajoulot, qui navigue entre le Japon et sa terre natale, a choisi, depuis de nombreuses années, l'horlogerie comme terrain de prédilection. Il est l'auteur de plusieurs ouvrages sur le sujet, dont «Rolex, la fabrique de l'excellence», paru l'an dernier aux éditions Alphil.

«La Chine est avant tout un marché important, car elle achète des montres depuis le 19e siècle. Les premières tentatives d'industrialisation horlogère commencent à la fin des années 1950, au moment de la politique industrielle de Mao Zedong. Les manufac-

tures voient d'abord le jour autour de Shanghai, avec des technologies importées de Suisse et de l'Union soviétique. Mais au début, les quantités produites sont faibles et la qualité mauvaise», raconte Pierre-Yves Donzé.

Entre contrefaçons et innovation

Dans les années 1970, des modèles chinois débarquent au Musée international d'horlogerie de La Chaux-de-Fonds, bien qu'ils soient encore simples. «Hong Kong s'impose ensuite comme l'empire des mouvements quartz bon marché. Il devient facile de faire des montres en Asie», poursuit l'historien. «Puis tout s'effondre quand la Chine ouvre son territoire aux entreprises étrangères, qui s'implantent autour de Shenzhen. La main d'œuvre est bon marché, le pays devient l'usine du monde. La manufacture de mouvements ETA (Swatch Group) ouvre une filiale là-bas au début des années 2000. Les entreprises chinoises, quant à elles, fournissent les boîtes et les bracelets pour les montres helvétiques.»

L'Empire du Milieu est ainsi capable de sortir de grandes quantités en un temps record. Mais également de confectionner des contrefaçons d'excellente qualité. Le «made in China» peine à gagner de la valeur, pendant que d'autres pays d'Asie s'engouffrent dans la brèche, à l'image de la Thaïlande ou de l'Inde. Face à cette concurrence, les entreprises chinoises investissent davantage dans l'innovation. «La Chine dispose actuellement d'un niveau technologique très élevé», admet Pierre-Yves Donzé. Dès lors, l'horlogerie suisse est-elle contrainte de collaborer avec le pays de Xi Jinping? «Je dirais plutôt avec l'Asie dans son ensemble. Si la Chine demeure un pays important pour cette industrie, son environnement politique et économique n'est pas toujours simple. Et la Suisse a tout intérêt à entretenir des relations économiques étroites avec de multiples pays», estime l'historien.

Pierre-Yves Donzé reconnaît dès lors qu'il serait illusoire de pencher pour un protectionnisme total. Des entreprises mettraient la clé sous la porte, car les montres 100% suisses seraient réservées au très haut de gamme, en raison des prix élevés des composants. Le label «Swiss made», développé par la Fédération de l'industrie horlogère suisse (FH), permet de composer une montre avec certaines pièces venues d'ailleurs, à certaines conditions strictes. Le développement, les mouvements et l'assemblage doivent, dans tous les cas, être réalisés sur le territoire helvétique (lire par ailleurs). «La



Le Sino Swiss Inno Park a pour but de proposer, entre autres, des espaces d'usinage, des bureaux

solution de la FH est pragmatique, comme la Suisse sait si bien le faire, permettant à la fois de protéger les savoir-faire de notre pays, tout en étant partiellement globalisé», estime Pierre-Yves Donzé.

Quoi qu'il en soit, le groupe Dailywin n'ignore pas les règles du «Swiss made». Il ne fabrique en effet pas seulement des composants pour différentes gammes de prix, mais assemble également des garde-temps. La firme s'est spécialisée, depuis plus de 40 ans, dans le private label (lire par ailleurs). Autrement dit, la fabrication de montres sous licence, pour des clients du monde entier. Afin de pouvoir en plus proposer des produits «Swiss made», le groupe Dailywin est implanté en Suisse à travers son entreprise Watchelly, depuis 2016. Cette date coïncide avec celle du renforcement du label.

Evolution à grande vitesse

Watchelly n'est cependant pas la première société installée en Suisse à proposer des garde-temps sous licence. Avant elle, Roventa-Henex (à Tavannes) et Xantia (à Bienne), pour ne citer qu'elles, se sont spécialisées dans ce domaine. Ces deux firmes réalisent principalement des garde-temps «Swiss made», tout en collaborant avec des fournisseurs de composants européens et asiatiques. «Nous commerçons avec

des entreprises à Taïwan et en Chine depuis très longtemps. Mais aussi en Thaïlande et en Inde, pays dans lequel il existe une grande culture horlogère», relate Jean-Pierre Loetscher, directeur de Xantia. Jérôme Biard, le CEO de Roventa-Henex, ajoute la Corée du Sud à cette liste de pays d'Extrême-Orient.

Les deux admettent qu'il est «irréaliste» de se passer de l'Asie dans l'horlogerie, notamment pour les bracelets en acier. «La qualité s'est bien améliorée et est comparable à ce qu'il se fait en Suisse. Je me souviens avoir visité des manufactures, il y a quelques années, dans lesquelles les ouvriers travaillaient les pieds dans l'huile. Aujourd'hui, c'est totalement différent. Tout va très vite», évoque Jean-Pierre Loetscher. Jérôme Biard abonde en son sens. «Je suis retourné en Chine il y a trois-quatre mois et j'ai pu constater à quelle vitesse tout évolue, par exemple dans le secteur automobile. Sur l'autoroute, entre Hong Kong et Guangzhou, il y avait 60% de voitures dont je ne connaissais pas la marque et elles étaient majoritairement électriques», témoigne-t-il.

Xantia avait autrefois un bureau à Hong Kong, avec une personne faisant le lien entre la Suisse et la Chine. «Nous l'avons fermé il y a quelques années, car nous avons dorénavant un réseau bien établi là-bas. Et nous pou-



de logistique ou de service après-vente.

Jason/Dailywin

vons communiquer en anglais directement avec les responsables, ce qui n'était pas le cas il y a quelques années», livre Jean-Pierre Loetscher. Ce dernier n'imagine donc pas s'implanter dans le Sino Swiss Inno Park.

Jérôme Biard se montre quant à lui potentiellement intéressé. Roventa-Henex dispose d'un bureau à Hong Kong depuis 1985, utilisé comme point d'ancrage asiatique. «Il nous permet de réaliser des contrôles qualité chez nos fournisseurs», indique le CEO. «Nous nous en servons également comme base logistique.» Dès lors, Jérôme Biard pourrait «imaginer» ouvrir une antenne de Roventa-Henex dans le Sino Swiss Inno Park. «Pourquoi pas, si les avantages en valent le coup, notamment avec des loyers plus faibles et des envois logistiques plus rapides. Nous sommes toujours à l'affût de nouvelles idées, sans renoncer au «Swiss made»», assure-t-il. Ne craint-il pas la concurrence, en se rapprochant du groupe Dailywin? Jérôme Biard répond par la négative. Et de conclure: «Il vaut mieux promouvoir l'horlogerie de manière générale. Il y a suffisamment de poignets sur Terre à habiller.»

Info+ Cet article a été rédigé à la suite d'un voyage de presse financé par le groupe Dailywin. Le texte a toutefois été écrit en toute indépendance.

Plongée dans le monde très discret du private label

Elles fabriquent de nombreuses montres suisses, mais ne les commercialisent pas en leur nom. Les entreprises de private label s'affichent comme de véritables «horlogers de l'ombre», confectionnant des garde-temps pour divers clients, en particulier des marques de mode. Leur avantage: maîtriser la production dans son entier. «Certaines maisons de mode ont commencé à produire des montres de cette manière, par exemple Gucci, avant d'investir dans des manufactures qui leur sont propres», indique Pierre-Yves Donzé, professeur d'économie à l'Université d'Osaka, spécialiste de l'horlogerie. «De telles pratiques sont également courantes dans la parfumerie et la lunetterie», poursuit l'Ajoulot.

Les acteurs historiques du private label horloger sont nés dans la cité seelandaise ou dans les alentours, dès les années 1960. Citons, parmi eux, Xantia, Walca et Roventa-Henex. Cet opérateur est, selon son CEO, Jérôme Biard, «le plus ancien, et probablement le plus gros, dans le domaine du «Swiss made»», fondé à Bienne en 1955. Son siège et sa manufacture se situent désormais à Tavannes. Les Helvètes ne sont toutefois pas les seuls à proposer des garde-

temps en private label. L'Asie a suivi quelques années plus tard, à l'image du groupe chinois Dailywin, fondé à Hong Kong en 1978. Celui-ci dispose, depuis 2016, d'une antenne dans le canton de Zurich (Watchelly), ainsi que d'un bureau technique à Chiètres (Kerzers).

Pour fabriquer une montre en private label, «nous partons toujours d'une feuille blanche», résume Jérôme Biard. En d'autres termes, un client arrive avec un projet plus ou moins arrêté. «Si le design est déjà défini, nous passons immédiatement à l'étape d'après», détaille Jean-Pierre Loetscher, directeur de Xantia. «Si ce n'est pas le cas, nous réfléchissons au design à partir d'un tableau d'inspiration (moodboard), en faisant appel à des studios indépendants.»

Règles strictes

Après le design vient le développement technique. Diego Böttger, product manager chez Watchelly, enchaîne: «Nous réfléchissons aux différents composants en jonglant entre qualité et coûts, tout en respectant les critères du «Swiss made» si le client souhaite un tel produit. Nous connaissons les fournisseurs tant en Suisse qu'en Chine et savons qui est bon pour quelle fonctionnalité. Nous

sommes ainsi très réactifs.» Le prototype est ensuite réalisé souvent en deux étapes: d'abord, en impression 3D, puis avec d'autres matériaux.

Une fois l'exemplaire validé, la production est lancée et l'assemblage de la montre réalisé. Les composants sont contrôlés un à un, avant que le produit fini ne subisse quantité de tests. Chez Xantia et Roventa-Henex, ces dernières étapes sont réalisées à l'interne. La montre finale est ensuite envoyée au client, ou parfois entreposée avant d'être expédiée directement sur le marché. «Nous avons développé, depuis quelques années, une plateforme logistique au sein de Xantia, car certaines micro-marques n'ont pas les moyens d'avoir leur propre site de stockage. Il nous arrive ainsi d'envoyer la montre directement à l'acheteur final, au nom de la marque», livre Jean-Pierre Loetscher.

Quoi qu'il en soit, pour pouvoir apposer la mention «Swiss made», une montre doit respecter certaines règles, contrôlées par la Fédération de l'industrie horlogère suisse (FH): le développement (design et prototype) doit être réalisé en Suisse, de même que l'assemblage et le contrôle qualité final. En

outre, le mouvement doit être helvétique et 60%, au minimum, du coût de revient de la tête de montre doivent être générés en Suisse. Cela exclut le bracelet. «Ce pourcentage est plus difficile à obtenir avec un mouvement quartz pour les montres, avec des critères renforcés, est entrée en vigueur en 2017. Roventa-Henex a notamment participé à la commission qui a défini ces nouvelles règles.

Jérôme Biard estime que celles-ci permettent de protéger le savoir-faire ancestral helvétique, tout en permettant d'avoir des produits d'une large gamme de prix. «De plus en plus de marques de mode réfléchissent à une certaine éthique non seulement dans leur domaine de prédilection, mais aussi dans l'horlogerie. Dans ce cas, le «Swiss made» tire son épingle du jeu», constate-t-il. Diego Böttger, de Watchelly, admet par ailleurs qu'il n'y a aucun label autant strict que l'helvétique dans l'industrie horlogère. «Même le «made in France» n'est pas protégé de cette manière», conclut-il.