

La marque White Star partenaire de la HE-Arc

Horlogerie — Trois étudiants s'illustrent Après s'être endormie à la fin des années 1980, la marque chaux-de-fonnière fondée par Henri Weiss en 1895 s'est réveillée il y a peu sous l'impulsion de Cédric Berruex. Fin connaisseur du monde de l'horlogerie pour y avoir travaillé pendant 20 ans, celui qui se souvient de son enfance dans la Métropole horlogère, vient d'annoncer le fruit d'un partenariat avec la HE-Arc et 3 de ses étudiants.

Par Anthony Picard

Aux origines de White Star

Le fondateur Henri Weiss positionne rapidement la marque au-delà des frontières. À la pointe de l'innovation, il dépose plusieurs brevets qui permettent de faire passer de façon ingénieuse les montres de la poche au poignet. Après son décès en 1927, son fils au prénom homonyme, reprend la direction. Horloger brillant, il fait prospérer White Star jusqu'à la Seconde Guerre mondiale avant que Philippe-Joseph reprenne la direction en 1942 et s'attelle à l'expansion de la marque avec l'ouverture d'une seconde puis d'une troisième usine. Touchée de plein fouet par l'avènement du quartz, la marque au passé « mécanique »ériclilte, réduit la voilure puis disparaît du marché avant d'être mise en veilleuse par un repreneur.

Le partenariat avec les élèves de la HE-Arc

Dans leur dernière année de Bachelor, 3 étudiants de la HE-Arc ont réalisé des projets en lien direct avec l'univers horloger et les valeurs fondatrices de la marque. Issus de la filière Industrial Design Engineering, Anna Walaszczyk et Loïs Borruat ont travaillé sur les modèles *Diagrafic Seasons* et *Heure Papillonante*. Quant à David Champion, élève en filière microtechnique, c'est sur les phases de lune rétrograde qu'il a construit ses travaux. Les 3 étudiants ont brillamment obtenu leur diplôme avec la note maximale, témoignant d'un niveau d'excellence académique remarquable. Lors de la soutenance, Anna, Loïs et David ont présenté leur projet avec grande maîtrise et émotion.



Projet réalisé par Anna Walaszczyk, une étudiante de la HE-Arc. Photos : Diagrafic Seasons



Cédric Berruex

Propriétaire de White Star

Alors que le monde horloger traverse une crise et que Trump en a rajouté une couche sur les exportations, comment se porte votre jeune marque ?

Elle fait son chemin avec tout de même 130 années et un retour notamment en Europe, en Asie et bientôt en Amérique du Sud. Avec un démarrage des ventes en avril 2025, nous savons que ce premier exercice ne pourra être qu'en croissance (*rires...*) La demande est là, les commandes aussi, comme celle d'un collectionneur allemand de White Star à qui nous venons de livrer un modèle unique. Pour repositionner la marque, nous agissons à plusieurs niveaux comme dans le cadre du partenariat avec la HE-Arc ou la course historique Ollon-Villars. Je cite aussi notre participation aux salons professionnels et nos actions pour redonner vie aux marchés porteurs d'antan. Quant aux États-Unis, rien ne presse pour y faire notre entrée.

Une marque 100 % marketing ou en partie verticalisée ?

White Star, ce sont 4 personnes qui s'engagent à fond pour faire connaître l'héritage et le patrimoine de la marque et ses projets. Expertise en design, savoir-faire joaillier et horloger, gestion technique de projets et expérience en communication sont nos piliers. Aujourd'hui, la fabrication est en partie confiée à des partenaires expérimentés.

Quels sont vos projets ?

Recevoir une reconnaissance du marché et sortir plusieurs exemplaires des 7 modèles actuellement en phase de développement. À l'horizon 2026, nous viendrons avec des nouveautés à l'attention des femmes et des sportifs, notamment avec un chronographe. Il y a aussi les opérations que nous avons prévu de transférer progressivement à notre siège de La Chaux-de-Fonds.

Combien de pièces espérez-vous commercialiser ?

Nous ne sommes pas pressés et la quantité n'est pas notre priorité absolue. Du moment que les retours du marché sont bons et que nos modèles sont appréciés pour leur qualité et leur sens du détail. Nous avons comme objectif de vendre quelques centaines de montres par an.

Pourquoi vous être enfilé dans cette aventure ?

En effectuant des recherches sur la marque, j'ai découvert en 2023 l'histoire fascinante de la famille Weiss et de leur héritage horloger. Fort de 30 années d'expérience dans le domaine, dont 20 passées au sein de grandes maisons, ma passion pour l'horlogerie m'a donné l'élan nécessaire pour franchir une étape décisive : redonner vie au nom White Star.

Comment passer commande ?

À Hong-Kong, la semaine prochaine ou plus simplement via notre site Internet.

Une idée de prix ?

Le modèle Diagrafic, équipé de notre mouvement unique et exclusif, montre créée en 1951, est proposé à partir de 5 620 francs.