

L'ÈRE DE LA MONTRE CONNECTÉE



Claude Biver

BIO EXPRESS

Diplômé HEC, **Jean-Claude Biver**, a été nommé Président de la Division Montres du Groupe LVMH en janvier 2014. Il supervise les activités des trois principales marques horlogères du Groupe, TAG Heuer dont il a pris la fonction opérationnelle de CEO en décembre 2014, et aussi Hublot et Zenith. Figure du monde de l'horlogerie suisse, en 1981, il avait déjà acheté et relancé la marque Blancpain avant de contribuer au développement de la marque Oméga à partir de 1993. En 2004, en tant que CEO de Hublot, il donne un nouveau souffle à la marque en développant le concept de l'Art de la Fusion.

Vous vous lancez dans la montre connectée aux côtes de Google et Intel. Pouvez-vous nous en dire plus ?

La montre connectée fera partie de l'avenir de l'industrie horlogère suisse, même si cela ne paraît pas encore évident aujourd'hui et que nous ayons encore assez de scepticisme à ce sujet. Chez TAG Heuer par contre, nous sommes persuadés du potentiel que la montre connectée peut nous apporter. Nous pensons que la montre connectée peut non seulement nous amener une nouvelle clientèle, mais souhaitons également à travers elle protéger, défendre nos parts de

La révolution des objets connectés touche tous les domaines y compris celui de la mode et du luxe.

Entretien avec Jean-Claude Biver, Président de la Division Montres du **Groupe LVMH**, CEO de **TAG Heuer** et Chairman de **Hublot**, qui revient sur le positionnement de la marque TAG Heuer sur ce nouveau métier.

marchés. Etant donné ce qui précède il devenait évident à nos yeux que TAG Heuer devait se lancer dans ce nouveau métier qu'est la montre connectée. Un nouveau métier, ou plutôt une nouvelle technologie qu'il nous était impossible de trouver en Suisse. Car si la Suisse excelle dans l'Art Horloger et beaucoup d'autres domaines (tels que la micro-mécanique, l'industrie des machines, la finance, la pharma et la biotechnologie), elle ne possède aucune compétence similaire à ce que l'on trouve à Silicon Valley. Afin d'être à la hauteur des prestations et de la qualité de la Apple watch et afin de gagner du temps, nous nous sommes donc tournés vers les deux leaders que sont d'une part au niveau des microprocesseurs Intel, et d'autre part Google au niveau du software. Ce partenariat nous a bien évidemment permis de rattraper notre retard, d'égaliser, voir d'être meilleurs que toutes les montres connectées existantes et d'être la première marque Suisse à présenter une montre connectée capable de concurrencer durablement les meilleurs montres connectées du marché!

Dans ce contexte, comment évoluent l'innovation et la R&D au sein de TAG Heuer ?

Nous avons convenus dès le début de notre partenariat que le but serait de transférer de la technologie et du savoir faire en Suisse une fois que la première série de montres auraient été fabriquées, assemblées et montées par Intel. Nous pensons que d'ici fin mai nous aurons transféré suffisamment de savoir faire pour pouvoir assembler les microprocesseurs en Suisse. D'autre part nous avons engagé une équipe

d'ingénieurs et programmeurs qui vont pouvoir faire des suggestions et recommandations à nos deux partenariats. Car nous souhaitons rester "maître d'œuvre" de la montre connectée même si toute la technologie ne peut être entièrement développée et fabriquée par nous.

Et qu'en est-il de votre positionnement de marque référence dans le monde du sport de haut niveau ?

Le prix moyen d'une montre de TAG Heuer est aux alentours de 2 700 Euros, mais l'entrée de gamme est aux alentours de 1 000 Euros. Cela montre clairement, et contrairement à d'autres marques du Groupe dont le prix d'entrée est de 3 000 Euros ou même 6 000 Euros, que TAG Heuer pouvait être concurrencé dans son entrée de prix par des montres connectées (dont le prix varie entre 300 Euros et 1 500 Euros). Raison de plus pour TAG Heuer d'entrer dans la montre connectée et de présenter comme nous venons de faire la Carrera Connected au prix de 1 400 Euros. ■

EN BREF

En 1860, Édouard Heuer, fabricant suisse de montres de sport et de chronographes de précision créa TAG Heuer. Marque du Groupe LVMH, TAG Heuer est un acteur majeur de l'horlogerie suisse présente dans le monde entier à travers 170 boutiques et plus de 5 000 détaillants.