

WHO

Sowind Group, La Chaux-de-Fonds,

hat Mitte August die Verpflichtung von Michele Sofisti als neuem CEO der Gruppe vorgestellt. In der Uhrenbranche ist Sofisti kein Unbekannter. Von 1995 bis 1999 war er für Omega tätig, wo er die letzten zwei Jahre als Direktionspräsident firmierte. Anschliessend war er bis 2004 vier Jahre lang für die Marke Swatch verantwortlich. Stefano und Massimo Macaluso, die Söhne des im Oktober 2010 verstorbenen Firmengründers Luigi Macaluso, bleiben weiterhin als Geschäftsführer für die Sowind-Marken Girard-Perregaux beziehungsweise Jean Richard zuständig.

Le groupe Sowind, La Chaux-de-Fonds,

a annoncé à la mi-août la nomination de Michele Sofisti aux fonctions de nouveau CEO du groupe. M. Sofisti n'est pas un inconnu dans l'industrie horlogère. De 1995 à 1999, il a mis ses compétences au service d'Omega, les deux dernières années au titre de président de la direction, avant de prendre pendant quatre ans les rênes de la marque Swatch jusqu'en 2004. Stefano et Massimo Macaluso, les fils de Luigi Macaluso, le fondateur de l'entreprise décédé en octobre 2010, continuent de présider respectivement aux destinées des deux marques du groupe Sowind, Girard-Perregaux et Jean Richard.

Die Europäische Kommission, Brüssel (B),

hat ein Verfahren gegen mehrere Uhrenhersteller eröffnet. Im Kern beruht die Untersuchung auf einer Beschwerde der CEAHR, des europäischen Verbands der Uhrmacher (Bereich Reparaturen) aus dem Jahr 2004. Dieser hatte sich darüber beschwert, dass Uhrenkonzerne wie die Swatch Group im Jahr 2002 damit begonnen hätten, Uhrmachern ohne Konzession die Lieferung von Reparaturteilen entsprechender Marken zu verweigern. Dies wiederum würde unabhängigen Uhrmachern systematisch die Geschäftsgrundlage entziehen, da alternative Bezugsquellen nicht vorhanden seien. 2008 war die Beschwerde von der Kommission zurückgewiesen worden. Vor einem Jahr machte der Europäische Gerichtshof dieses Urteil nun aber rückgängig. Zu den von der Beschwerde betroffenen Firmen gehört auch die Swatch Group, die eine entsprechende Anfrage bestätigte, gleichzeitig aber ihre Zuversicht darüber ausdrückte, dass das Verfahren in ihrem Interesse ausgehe.

La Commission européenne, Bruxelles (B),

a ouvert une procédure contre plusieurs fabricants horlogers. Le motif principal de cette enquête réside dans une plainte déposée par la Confédération européenne des associations d'horlogers réparateurs (CEAHR) datant de 2004. L'association professionnelle s'était élevée contre le fait que diverses entreprises horlogères tel le Swatch Group avaient commencé dès 2002 à refuser de livrer des pièces de rechange aux horlogers qui n'étaient pas concessionnaires des marques concernées. Elle avait fait valoir que cette pratique portait gravement préjudice à l'activité des horlogers indépendants, qui ne disposent pas de sources d'approvisionnement alternatives. Cette plainte avait été rejetée en 2008 par la Commission européenne. Il y a une année, la Cour de justice européenne a cependant recouru contre ce verdict. Le Swatch Group, qui figure au nombre des entreprises visées par cette procédure, a confirmé l'existence d'une enquête et se déclare confiant sur l'issue des investigations.



Michel h., l'une des rares griffes romandes de bijoux

Michel Hirschi fait partie des rares artisans-joailliers à avoir créé sa propre marque en Suisse romande. Sa ligne en or natif, baptisée «Nomades», emprunte largement à la nature et aux anciennes tribus.



Michel Hirschi, 52 ans, s'est mis à son compte en 1986 en ouvrant d'abord un atelier à Moutier, sa ville natale. Il y reste neuf années avant de déménager à Delémont, le chef-lieu jurassien où il se sent plus en phase avec la mentalité. Sa passion pour les sports en plein air – escalade, ski freeride, VTT et windsurf entre autres – l'amène hors des sentiers battus, là où la nature prend le dessus. C'est dans cet environnement qu'il puise son inspiration, en contemplant les paysages, la roche et autres merveilles naturelles. Ses créations sont changeantes à l'instar des éléments, tantôt linéaires, tantôt fragmentées. Michel h. a tout l'art de lier ce qu'il aime à son image. Interview.

Gold'Or: Qu'est-ce qui fait la spécificité de la collection Michel h.?

Ma griffe se décline exclusivement en or jaune, gris, rose ou en platine. Je ne ferais jamais d'argent par exemple. Cela n'irait pas pour ma ligne aux contours ethno. Et seul l'or permet de littéralement sculpter la lumière comme je l'entends. Mes bijoux sont intemporels et inimitables, comme s'ils étaient façonnés en partie par l'érosion. Même la technique 3D ne permet pas de reproduire l'effet de matière qui caractérise mes créations.

Votre aventure est celle d'un autodidacte pur?

Oui, j'ai tout appris sur le tas. J'ai toujours fait des bijoux à côté de mes multiples emplois, dont celui de technicien-dentiste, mon métier de base. Mon ancien patron, Umberto Maggioni, également sculpteur, et mon défunt père, architecte, ont alimenté ma passion. Un jour, un ami avec qui je pratiquais du sport en plein air, m'a demandé de lui faire une réplique du Cervin en or. Quand j'ai vu le mélange d'effets mat-brut et poli qui en ressortait, ça a été le déclic. J'ai vraiment senti que cette esthétique me correspondait.

Elaborer une griffe tout seul était plutôt culotté?

Au début, je faisais des bijoux comme on coule des couronnes en or. Le jour où j'ai dû faire une alliance en platine, j'ai dû revoir ma méthode, les propriétés de fusion étant très différentes. C'est à ce moment que j'ai découvert la technique du casting. Grâce au moulage, je pouvais envisager de façonner plusieurs modèles et à partir de là, créer une griffe. Mes premiers démarchages auprès des bijouteries n'ont pas été très concluants. J'ai été naïf et prétentieux de croire qu'en ayant une petite collection de bijoux j'arriverais à lancer une marque. Il est très difficile de faire le poids face aux Cartier et autres géants de la branche. Mais j'ai gardé le cap en espérant qu'un jour les gens demandent du Michel h.

Justement, comment Michel Hirschi est-il devenu Michel h.?

Mon besoin viscéral de nature, que j'assouvis notamment en faisant du sport, mes escapades dans les montagnes, mon côté ethno, etc., tout ceci a servi de révélateur dans la création de ma marque. Tout à coup, tout s'est mis en place. En arrivant à Delémont en 1995, je me suis donc réellement lancé. J'ai pris le risque d'investir, de faire une galerie, de créer un catalogue avec un visuel, d'entreprendre des campagnes d'affichage... avec toujours en toile de fond cette ambiance ethnique. Ma première affiche comportait d'ailleurs une femme tibétaine. Je pouvais dorénavant proposer aux revendeurs un concept, une image et un style de bijoux qui m'étaient propres.

Au-delà de votre marque, qu'est ce qui vous différencie de vos concurrents?

Tous nos bijoux sont réalisés dans notre atelier delémontain. Cela nous permet d'être très réactifs quant aux demandes, ce qui n'est pas toujours le cas des grossistes. Quand les

clients viennent ici, ils ont bien réfléchi, malgré le prix de l'or qui ne cesse de croître. Ils reconnaissent aussi mon style. Certains d'entre eux portent mes créations depuis 20 ans, ça me touche. Notre collection, qui engloutit un kilogramme d'or par mois, s'agrandit régulièrement et représente aujourd'hui quelques 250 modèles sélectionnés sur les 500 designs existants. Nous travaillons avec près de 40 dépositaires exclusifs et sommes présents dans tous les cantons.

Cathy Horn et Michel h.?

La femme de Mike Horn a accepté de devenir ambassadrice de la marque il y a plus de cinq ans déjà. Tout a commencé en participant aux conférences de l'explorateur d'origine sud-africaine établi à Château-d'Oex. Celui qui est descendu l'Amazonie en hydrospeed sans assistance, a fait le tour de la Terre en suivant la ligne de l'Equateur ou encore parcouru le Cercle Arctique sur toute sa longueur m'a toujours fasciné et inspiré. Quand quelque chose ne va pas, je pense à lui et il me «fout la patate!». Nous avons sympathisé et par là-même avec

Cathy. Pour les 20 ans de la marque, nous avons ainsi fait un shooting photo et organisé une conférence de presse à Solalex, dans les Alpes vaudoises.

Comment envisagez-vous l'avenir?

Sur le plan commercial, je vais véritablement traverser la barrière de rôsti cet automne. J'aurais en effet une personne attitrée en Suisse allemande pour représenter ma griffe. Jusqu'ici, je n'y écoulais que des alliances. Parallèlement, j'aimerais investir dans un display pour les bijoux. La seule manière d'avoir l'image Michel h., avec écrin uniforme et certification, cohérente partout. J'essaie de voir grand avec l'envie de rester petit...

Nicolas Paratte

Informations
www.michelh.ch



1



2



3

1 - Homme passionné et doué, Michel Hirschi s'est lancé en autodidacte dans la création de bijoux en or avec la même énergie qu'il a mise dans le sport.

2 - L'atelier Michel h. à Delémont fait également office de galerie. Le bois et une lumière chatoyante mettent parfaitement en valeur les créations.

3 - Cathy Horn est ambassadrice de la marque depuis cinq ans. Pour Michel Hirschi, l'épouse de l'aventurier de l'extrême symbolise l'élégance naturelle, la beauté discrète mais affirmée qui met à merveille l'or en valeur.



ONLINE SHOP open 24h

www.artsupport.ch



artsupport gmbh | glattalstrasse 222 | 18153 rümlang
tel: 044 818 18 18 | fax: 044 818 18 48 | info@artsupport.ch
www.artsupport.ch

(artsupport)
TOOLS AND EQUIPMENT