

Horlogers venus d'ailleurs

Bart (à gauche) et **Tim Grönfeld**. Maintenant qu'ils ont assez de notoriété, les deux frères néerlandais écriront «Netherlands» sur les cadrans de leurs montres.

DOSSIER. Il n'y a pas que le «Swiss made» dans l'horlogerie. «Montres Passion» est allé à la rencontre d'horlogers travaillant sous d'autres latitudes et avec d'autres références. Ils racontent leur façon de faire des montres et leurs rapports à la Suisse.

- 📍 **Pays-Bas** Les frères horlogers Grönfeld
- 📍 **Espagne** L'esprit d'antiquaire d'Aniceto Jiménez Pita
- 📍 **Allemagne** Lehmann, des machines-outils aux montres



Tim (à gauche) et **Bart Grönefeld** dans le clocher d'Oldenzaal. Ce mécanisme est entretenu par leur famille depuis plus d'un siècle.

Frères de montres

Pays-Bas Bart et Tim Grönefeld font des montres presque suisses depuis la petite ville néerlandaise d'Oldenzaal. Visite de leur atelier, du clocher de la ville et du restaurant servant les croquettes à la viande.

Par **Valère Gogniat**, Oldenzaal

Pas de langue de bois: Oldenzaal n'est pas une ville accueillante. On pourrait même dire que cette bourgade abandonnée dans la campagne néerlandaise est anonyme. Sans charme. A part peut-être son imposant clocher qui sonne parfois des quarts d'heure totalement fantaisistes - on y reviendra -, cette commune de quelque 35 000 habitants ne propose rien d'intéressant au touriste. Son nom, littéralement «vieille salle», ne renvoie à rien. Sur Wikipédia, on apprend qu'elle est «proche de la frontière allemande», qu'elle a reçu le statut de ville en 1249 et qu'elle est située sur l'autoroute A1 entre l'Allemagne et les Pays-Bas. La belle affaire.

Mais Wikipédia est mal renseigné. Car Oldenzaal, c'est le port d'attache des frères Grönefeld. Et, pour qui s'intéresse à l'horlogerie, c'est une raison suffisante de s'y rendre quelques heures. D'abord, car Bart (48 ans) et Tim (45) garantissent un service cinq étoiles à base de décontraction, de bonne humeur, de déplacements en Porsche Cayenne électrique, de croquettes à la viande et de

bières locales. Mais surtout parce que c'est une occasion unique de découvrir comment sont fabriquées leurs montres remarquables - et récompensées au Grand Prix d'horlogerie de Genève. Deux fois.

Inspirés d'Amsterdam En chiffres, les montres Grönefeld, qui souffleront leurs dix bougies l'année prochaine, c'est une dizaine d'employés et environ 70 pièces par année à des prix courant de 52 000 à 315 000 francs. Mais les montres Grönefeld, c'est d'abord une architecture. Retournez n'importe quelle One Hertz, Parallax Tourbillon ou 1941 Remontoire et cela saute aux yeux. Vous n'avez jamais vu pareils ponts dans une autre montre. «On s'est inspirés des façades des maisons d'Amsterdam. Nous avons créé notre propre style de ponts pour nous distinguer des montres suisses», note Bart durant l'interview. Son frère pianote sur son téléphone.

S'ils cherchent à s'en distinguer, les *Horological Brothers* entretiennent simultanément une étonnante proximité avec l'horlogerie suisse. Il faut ...



1

••• dire que leurs montres sont plus «Swiss made» que bien des pièces prétendument sorties d'une manufacture helvétique. Andreas Strehler (Thurgovie), Renaud et Papi (Le Locle), Efteor (Bassecourt), Comblémine (Saint-Sulpice)... tous les composants des Grönefeld – sauf le bracelet – sont en effet estampillés d'une croix blanche sur fond rouge. «Il nous a fallu du temps pour trouver tous ces fournisseurs, hein Tim? Dix ans?» Bart tape sur l'épaule de son frère, toujours plongé dans son téléphone. «J'écoute pas, je suis en train de vendre deux montres à Hongkong...»

Contacts par WhatsApp Cela arrive souvent. Dans la soirée, Tim décrochera subitement pour se plonger dans une conversation numérique, cette fois avec un Mexicain. Sur leur page Instagram, il y a un numéro pour les joindre sur WhatsApp. Les contacts sont nombreux. Vendre une montre en direct est évidemment financièrement avantageux (ils touchent, en une fois, l'équivalent de quatre ventes réalisées via un détaillant) mais ce n'est pas la seule raison.

«Les gens veulent être en contact avec nous. On rencontre 70% de nos clients, mais on voudrait en voir 90%», assure Bart. Même si ça prend un temps fou. Par WhatsApp, les clients sont demandeurs. Ils veulent connaître le prix de la montre, les délais, les personna-

lisations possibles, des prévisualisations... Et réclament parfois des rabais. Sujet sensible.

«Nos prix sont de vrais prix, pas du marketing, s'énerve Bart. Et nous

«Les Suisses, on les connaît et ils ont de l'expérience. Travailler avec des gens d'ici, ce serait comme réinventer la roue à chaque fois.»

Tim Grönefeld

sommes les deux émotionnellement et financièrement attachés à nos montres. Les gens ne réalisent pas que le moindre faux pas que l'on pourrait faire pourrait tuer notre entreprise. Alors quand on se saigne pour faire un prix au plus bas et que des gens nous demandent encore et toujours des rabais, ça nous fait mal...» Sans compter le dégât d'image à long terme, puisque les montres risquent ensuite d'être revendues à un prix plus bas en deuxième main. «Les rabais, ça tue les affaires», conclut Tim sombrement. Passons à autre chose.

Après avoir fait leurs premières classes horlogères aux Pays-Bas, ils sont venus parfaire leurs connaissances au Wostep – école d'horloge-

rie de Neuchâtel – avec l'incontournable Antoine Simonin. Ils pratiquent les grandes complications chez Renaud et Papi mais les deux frères ont l'ennui du pays. Rentrer à Oldenzaal pour reprendre la petite échoppe familiale dans laquelle leur grand-père puis leur père vendaient des Ebel et des Swatch? Ils préfèrent rassembler leurs économies et plancher sur un projet de marque horlogère. En 2008, la première montre arrive sur le marché et l'histoire peut commencer.

Le Locle – Oldenzaal: 5h45 Les liens avec la Suisse sont restés solides et les allers-retours entre la Suisse et les Pays-Bas nombreux – avec sa Porsche, de nuit, Bart arrive à relier Le Locle à Oldenzaal en cinq heures quarante-cinq. Grönefeld s'est transformée en une minuscule multinationale, tant l'entreprise fait d'import-export avec la Suisse. C'est indispensable. «Les Suisses, on les connaît et ils ont l'expérience. Travailler avec des gens d'ici, ce serait comme réinventer la roue à chaque fois», soutient Tim.

Au début, le label «Swiss made» leur manquait. Ils ont même réfléchi à ouvrir un bureau dans nos frontières pour pouvoir le revendiquer sur leurs montres. Mais avec le succès et la reconnaissance – depuis l'an dernier, ils font partie des indépendants pré-

1. L'un des quelque dix employés qui travaillent pour les horlogers néerlandais.
2. On voit le clocher d'Oldenzaal depuis les ateliers des Horological Brothers.
3. Le bureau des deux frères, au premier étage d'une maison de maître au centre-ville d'Oldenzaal. Les ateliers sont au deuxième.
4. Une déclinaison de la 1941 Remontoire, qui a reçu un prix au Grand Prix d'horlogerie à Genève en 2016.

FREDMEZ/LUNDI3



2



3

sents au Salon international de la haute horlogerie SIHH –, les choses ont changé. Dès l'année prochaine, on pourra d'ailleurs lire «Netherlands» sur leurs cadrans.

C'est sûr, ils resteront à Oldenzaal. Ont-ils seulement le choix? Depuis 1913, la famille Grönefeld prend soin de l'horloge entièrement mécanique située dans le clocher du centre-ville. Leur père (et son père avant lui) y grimpe encore chaque semaine «mais il a 76 ans et sera bientôt trop fatigué pour monter toutes ces marches. Nous

sommes en train de prendre le relais», indique Tim.

Le clocher se trouve juste en face de leur atelier. Ils y grimpent de temps en temps avec le visiteur de passage pour lui montrer le gigantesque mécanisme. Et parce que les deux frères redeviennent parfois de grands enfants, ils s'amuse à faire sonner les dizaines de cloches n'importe comment en rigolant. Et, comme ça, vous saurez pourquoi les quarts d'heure sonnent parfois de manière complètement fantaisiste dans le clocher d'Oldenzaal. ●



4



Aniceto Jiménez Pita, 71 ans, est le seul Espagnol à avoir intégré la très helvétique Académie horlogère des créateurs indépendants.

Esprit d'antiquaire

Espagne Aniceto Jiménez Pita revendique un style méditerranéen dont il est le seul représentant horloger. Ancien chineur, il a gardé son atelier dans un populaire quartier de Barcelone. Même après avoir intégré l'Académie horlogère des créateurs indépendants.

Par **Adrià Budry Carbó**, Barcelone

Dans les dédales de son atelier, il se promène avec une montre à chaque poignet. A droite, un prototype similaire à sa gamme Minimal avec aiguilles fluorescentes. A gauche, une montre électronique de fabrication chinoise. Aniceto Jiménez Pita, 70 ans, rougit en s'expliquant: «Elle est laide, mais elle sonne toutes les quatre heures pour me rappeler de prendre mes médicaments.»

Il faut le reconnaître: on n'attendait pas ce relent de technologie bon marché au poignet du fondateur de la marque horlogère Pita Barcelona (entre 50 et 70 pièces par an). Membre de l'Académie horlogère des créateurs indépendants (AHCI) depuis 2007, Aniceto Jiménez Pita est le seul Espagnol à avoir intégré la très élitiste association suisse qui compte dans ses rangs des horlogers de la trempe de Philippe Dufour, de Vincent Calabrese ou de François-Paul Journe.

S'abreuver à la «source helvétique»? Et pourtant... «Moi, je n'ai pas bu à la source

suisse.» Dans le monde de l'horlogerie, Aniceto Jiménez Pita est un ovni. Chassé par la misère de l'Espagne franquiste, ce natif d'Estrémadure - une région aride au sud-ouest du pays - a rejoint Barcelone avec sa famille quand il avait 16 ans. C'est à ce moment qu'il a pris goût aux montres, «la forme la plus perfectionnée de la mécanique», et gagné ses premiers sous en réparant de vieux modèles.

Tout au long de sa carrière, il a gardé un certain esprit d'antiquaire, même lorsqu'il travaillait comme dessinateur industriel chez Siemens. Jusqu'à la fermeture de l'ancien marché aux puces Dels Encants (des enchantements) en 2013, il a continué à chiner des objets en déshérence et des mécanismes rouillés «pour le seul plaisir de les refaire fonctionner une fois à la maison».

En 1971, Aniceto Jiménez Pita ouvre son propre magasin de réparation horlogère avec ses économies dans le populaire quartier barcelonais d'El Clot. Avant de découvrir l'AHCI et d'oser présenter ses propres créations, il aura ...

CHARLE PEREZ



... passé l'essentiel de sa vie à réparer des montres. Parfois même des Swatch, réputées irréparables. «On m'amenait souvent des montres qui ne valaient pas un radis, se remémore-t-il sourire en coin. Mais elles avaient une charge émotionnelle, alors il fallait les réparer coûte que coûte. Je faisais un geste commercial.»

Le style Barcelone: moderniste et coloré

Interpellé sur l'existence d'un style méditerranéen dont il serait le seul représentant, Aniceto Jiménez Pita plonge dans ses archives pour en ressortir un article sur sa gamme Sol y Luna. Une montre 24 heures, avec deux cadrans parallèles représentant les heures diurnes et nocturnes et une grande aiguille qui se déplace comme un pendule. «Ça, c'est du Pita. C'est le style Barcelone, coloré et moderniste», argumente-t-il avant de déplorer la «tendance à la copie» qui prévaut, selon lui, dans l'industrie horlogère.

C'est dans un restaurant barcelonais qu'est venue l'inspiration de son modèle. Face à la salière et au poivrier, il se met à dessiner une succession de 24 cadrans, sur un coin de table. Mais Aniceto Jiménez Pita est un bavard et

«A l'époque, on partait en vacances en Suisse chercher des machines dans les usines de l'arc jurassien. Mais ma famille a fini par s'en lasser.»

Aniceto Jiménez Pita

poursuit déjà son argumentation: «Et ce modèle-là», dit-il en tendant un exemplaire de sa gamme Molinos (moulins), un cadran sans aiguille au squelette minimaliste. «Nous avons fait une sélection des roues. Trop de pièces, ça donne le vertige.»

C'est pourtant sa montre de plongée Oceana, et son système de bobinage magnétique (breveté) remplaçant la couronne de remontoir, qui a tapé dans l'œil de l'AHCI. «J'ai voulu faire une vraie montre de plongée. J'ai donc travaillé à éliminer un à un tous les points faibles où pouvait s'immiscer l'eau.»

Ecole méditerranéenne sans disciple

Aniceto Jiménez Pita déplore le manque de tradition horlogère en Espagne. Parfois, des artisans espagnols viennent même toquer à sa porte pour lui demander de vendre des machines CNC. «A l'époque, on partait en vacances en Suisse pour aller en chercher dans les usines de l'arc jurassien. Mais ma famille a fini par s'en lasser.»

Lui qui n'est jamais passé par l'atelier d'un maître horloger regrette aussi de ne pouvoir trouver d'apprentis dans la région. «Il y a bien une école, mais elle forme surtout à la réparation.» Dans l'atelier, son apprenti ukrainien Tymofii, 25 ans, acquiesce tout en poursuivant son assemblage. A terme, il pourrait reprendre la partie créatrice du négoce, alors que Daniel - le fils du fondateur - gère depuis Tokyo les aspects commerciaux. Pita exporte 99% de sa production, principalement vers les Etats-Unis et les marchés asiatiques.

La Suisse d'au-delà des Pyrénées

La marque est présente à Baselworld depuis 2005. Une vitrine onéreuse - de 8000 à 10 000 euros le stand, souligne l'Espagnol - mais dont le retour sur investissement est garanti: «Même si

1. Tymofii, l'apprenti ukrainien de Pita, pourrait reprendre la partie créatrice de la société.

2. Sobre et élégant. Le modèle Minimal ne contient pas de tige de remontoir et n'a qu'une seule aiguille.

3. Oceana, la montre de plongée de Pita, possède un cadran étanche (et patenté) qui lui permet de résister jusqu'à 5000 mètres de profondeur.

4. L'atelier d'Aniceto Jiménez Pita, situé derrière sa boutique, est rempli d'objets qu'il a chinés dans les marchés et des outils qu'il a amassés pendant ses quarante ans de carrière.

5. Pour Aniceto, qui a passé la moitié de sa vie à réparer des choses, les montres sont la forme la plus perfectionnée de la mécanique.



on ne vend pas, on gagne en prestige. C'était fondamental, surtout au début.» En parallèle, Pita est présente dans deux ou trois autres salons par an. «On me demande parfois de quelle partie de Suisse je viens. Je réponds simplement la partie qui se trouve au-delà des Pyrénées.»

Il explique pourtant avoir obtenu plus de reconnaissance à l'étranger que dans son pays où peu de gens comprennent pourquoi on peut dépenser plusieurs milliers d'euros dans une montre. Celles d'Aniceto oscillent entre 4000 et 22 000 euros. Dans le café où

il a ses habitudes, la serveuse le surnomme affectueusement «notre petit grand inventeur». «Dans le quartier, les gens ne savent pas qui on a ici, explique la serveuse. Mais moi, je le connais depuis vingt-huit ans, depuis que je suis toute petite.»

Au fond de son atelier, encombré par des pièces et de vieilles machines, trône le certificat d'une médaille d'argent obtenue au Salon des inventions de Genève en 2004. La première et, pendant longtemps, seule reconnaissance de sa carrière. ●





Markus Lehmann a réalisé son rêve en 2011, en créant sa propre marque de montres.

Lehmann, de la machine à la montre

Allemagne Dans la ville de Schramberg, en bordure de la Forêt-Noire, Markus Lehmann a transformé le petit atelier de machines de son père en une manufacture horlogère totalement intégrée.

Par Servan Peca, Schramberg

«**H**errliches Produkt!» Les yeux de Markus Lehmann s'illuminent en deux circonstances. Quand le patron de l'entreprise du même nom parle de ses montres, de leurs contours et de leurs finitions. Mais aussi lorsqu'il nous montre sa nouvelle broche, capable de tourner à 80 000 tours/minute et de réaliser «de l'usinage ou du gravage avec une infinie précision».

Sur les hauteurs de Schramberg, dans la ville où il a grandi, Markus Lehmann nous reçoit dans la salle de conférences d'un petit château un peu décrépit. C'est la Villa Junghans, du nom de la famille qui, au XIX^e siècle, a commencé par produire des pièces pour les célèbres pendules à coucou avant de devenir, aujourd'hui, l'une des marques horlogères les plus réputées du pays.

«**Un rêve d'enfant**» Junghans est toujours basée dans la petite ville de 21 000 habitants. Mais ici, nous sommes bel et bien chez Lehmann, un sous-traitant qui vend ses machines-outils à de nombreuses manufactures horlogères suisses dont il ne veut pas dévoiler les noms.

Mais à Schramberg, et dans l'usine de Hardt, un village distant de cinq kilomètres, les employés de Lehmann Präzision ne font pas tous de la mécanique de précision destinée à l'industrie horlogère. Car en 2011, Markus Lehmann a créé sa propre marque de montres. «Un rêve d'enfant», répète-t-il en dégustant un café et un bretzel au beurre.

Ce quinquagénaire a baigné toute sa vie dans l'horlogerie et la microtechnique. La ville de Schramberg et les environs de la Forêt-Noire, dans le land de Bade-Wurtemberg, hébergent des dizaines d'entreprises travaillant dans ce secteur.

Mais dans les années 80, quand Markus Lehmann entre dans la vie active, la période n'est pas propice pour embrasser une carrière d'horloger. Dans cette région, la crise du quartz provoque les mêmes dégâts qu'en Suisse. L'horlogerie mécanique est en souffrance et les entreprises et leurs sous-traitants licencient des milliers d'employés.

Markus Lehmann n'a pas d'avenir dans l'horlogerie? Tant pis. Il deviendra mécanicien outilleur et électrotechnicien, mais sans jamais s'éloigner du ...



••• monde des garde-temps. Il traversera rapidement la frontière et travaillera notamment dans les usines d'IWC Schaffhausen et de Ronda, le fabricant bâlois de mouvements.

En 1998, il revient dans sa région d'origine, ramène de Suisse son savoir-faire et son carnet d'adresses et reprend le petit atelier de machines de son père. Vingt ans plus tard, cet atelier est devenu une usine dans laquelle travaillent 107 employés.

Markus Lehmann est modeste, plus passionné que vendeur. Alors cela ne saute pas tout de suite aux yeux, mais il est fier de ce qu'il a réalisé. Son cas est rare, probablement unique. A sa connaissance, aucun fabricant de machines n'a jamais osé s'inviter dans le club des marques horlogères. Ni en Suisse ni en Allemagne. Lui a franchi le pas en 2011.

Des montres pragmatiques Les prix des montres Lehmann varient entre 5500 et 122 000 euros. Une large palette pour un vaste éventail de com-

«En tant que marque allemande, il est difficile de s'imposer sur le marché suisse. C'est le seul désavantage d'être «made in Germany»

Markus Lehmann

plications - du guichet de date au tourbillon, en passant par le double fuseau horaire ou l'indicateur de réserve de marche. En six ans, la marque a commercialisé une cinquantaine de modèles.

Du côté industriel, les plans et la stratégie sont clairs. C'est du côté de la distribution que beaucoup reste à faire. Pour l'instant, la marque n'est vendue que dans une dizaine de boutiques, surtout en Allemagne, mais aussi en Autriche, en Australie, à Hongkong et à Bangkok.

Le marché suisse? «En tant que marque allemande, c'est difficile de s'y

faire une place. C'est le seul désavantage d'être «made in Germany», affirme Markus Lehmann. Mais les avantages sont bien plus nombreux, selon lui. D'abord, la fabrication allemande est, elle aussi, une reconnaissance de qualité dans le monde, avance-t-il. Ensuite, c'est une particularité qui permet à ses montres de se différencier de la masse présente dans l'horlogerie de luxe.

Esthétiquement, pas de chichi. Ses montres se distinguent par leur ligne épurée et sont pensées avec un pragmatisme tout germanique. La preuve avec cette couronne protégée dans la boîte qui, par une pression, s'extrait pour pouvoir être manipulée. Ou cette masse oscillante composée de glace saphir, qui permet de ne rien dissimuler des fines décorations du mécanisme.

Cette masse transparente, Markus Lehmann pensait l'avoir inventée. Mais il a rapidement découvert qu'un brevet avait déjà été déposé par l'horloger de Sainte-Croix Vianney Halter. Il va le rencontrer, partage un repas,



1. Dans les ateliers de Lehmann, les horlogers réalisent la totalité du travail d'assemblage.

2. Dès ses débuts, la marque a tenu à réaliser elle-même les composants et les mouvements de ses montres.

3. Depuis 2013, Lehmann a commercialisé une cinquantaine de modèles.

4. La Villa Junghans, du nom de la marque la plus connue de la région, sera désertée par Lehmann d'ici à 2018.

5. C'est dans une usine flambant neuve, à Hardt, que toutes les activités de l'entreprise seront regroupées.

quelques verres et trouve rapidement un accord pour pouvoir utiliser ce brevet.

Le patron a gardé de bonnes relations avec la Suisse. A titre privé, il possède une maison près du lac de Constance. Et à titre professionnel, l'industrie horlogère suisse achète 90% de ses machines de précision.

Une lubie très sérieuse La sous-traitance reste donc bel et bien son principal métier. De loin. Mais même si elle est née d'un élan du cœur, sa marque horlogère n'est pas un concept marke-

ting, insiste Markus Lehmann. C'est une vraie manufacture.

Puisque tous les équipements industriels étaient à portée de main, tout est réalisé à l'interne: les ébauches, les cadrans, les aiguilles, les boîtes, la couronne, les index ou les fermoirs. La marque vient aussi d'installer une petite salle de galvanoplastie «parce que la qualité de ce que nous recevions de l'extérieur n'était pas satisfaisante». Les échappements, eux, sont achetés à «divers fournisseurs suisses».

L'an dernier, la marque a fabriqué et vendu 200 montres. Un chiffre

qu'elle ne reverra pas de sitôt. Car Lehmann est en train de grandir, de franchir un palier. Depuis deux ans, elle travaille sur un projet de montres avec «l'une des quinze plus grandes entreprises allemandes» dont on ne connaîtra pas l'identité pour l'instant.

La marque est d'ailleurs en train d'investir dans l'agrandissement de son usine de Hardt. Toutes les activités industrielles et horlogères de l'entreprise de Markus Lehmann y seront regroupées. Ce site flambant neuf lui permettra de fabriquer davantage de montres. Et davantage de machines. ●