
UNE DÉCENNIE DE CHANGEMENT

Les années 1970 ont représenté pour IWC Schaffhausen une décennie particulièrement difficile. Le dollar s'est effondré, le prix de l'or a grimpé en flèche et l'essor des montres à quartz semblait inexorable. La lutte pour la survie était permanente. Hannes Pantli, à l'époque assistant, en a fait l'expérience dès la première heure. L'ancien Directeur du marketing et des ventes se remémore la genèse de la légendaire Collection SL, sa collaboration avec le designer horloger Gérald Genta et le lancement de l'Ingenieur SL.

Hannes Pantli, que vous rappelez-vous de vos premières années chez IWC Schaffhausen ?

J'ai rejoint IWC lorsque j'avais 30 ans, en 1972. J'ai débuté dans la vente. À l'époque les montres en or occupaient une place très importante dans notre portefeuille de produits. Nous fabriquions aussi de séduisantes montres-bijoux qui ont remporté de célèbres compétitions telles que la Rose d'Or de Baden-Baden ou le Prix de la Ville de Genève. Puis est survenue une parfaite tempête.

Vous voulez parler de la crise du quartz qui a frappé l'industrie horlogère suisse ?

Oui, mais pas seulement. L'évolution technologique a été un élément-clé pour l'industrie horlogère suisse des années 1970. Nos principaux arguments de vente ont toujours été la durabilité et des niveaux élevés de précision. Lorsque des montres à quartz bon marché mais incroyablement précises ont débarqué d'Extrême-Orient et inondé le marché, tous nos principes ont soudain semblé vains. N'importe quelle montre à quartz est plus précise qu'une montre mécanique. Mais cela serait trop simpliste de rejeter toute la responsabilité sur les montres à quartz. Plusieurs facteurs sont entrés en jeu simultanément.

Alors, qu'est-ce qui a entraîné cette « parfaite tempête » ?

La fin des accords de Bretton Woods, en 1971, a découpé la convertibilité du dollar américain en or. Au cours des années suivantes, le taux de change entre le dollar américain et le franc suisse s'est effondré. Au début des années 1970, un dollar valait encore 4,30 francs suisses mais en 1978, il ne valait plus que 1,50 franc. Nos produits sont ainsi devenus beaucoup plus chers à l'étranger. En outre, le prix de l'or a atteint des sommets vertigineux. Entre 1971 et 1974, le coût d'une once d'or a été multiplié par trois.

Quel a été l'impact pour IWC ?

Dans notre catalogue du début des années 1970, l'importance des montres en or est évidente. C'est pour cette raison que les conséquences ont été aussi néfastes.

En un rien de temps, nos produits ont coûté trois fois plus. Une montre qui coûtait jusque-là CHF 1000.- se vendait soudainement à environ CHF 3000.-. Sans surprise, tous nos chiffres de vente se sont effondrés.

Comment l'entreprise a-t-elle survécu à tous ces défis ?

En étant créative et flexible. À l'époque, j'établissais plusieurs collections par an pour nos marchés du Moyen-Orient. Outre les montres de luxe en or et en platine, ces collections proposaient également des accessoires tels que des bagues, des boutons de manchette, des stylos à plume et des briquets – et certains de ces accessoires étaient sertis de diamants. Nous vendions ces ensembles à diverses maisons royales de la région. L'un de nos importants clients était le Sultan d'Oman, qui m'a reçu personnellement à plusieurs reprises au cours de mes voyages. Ces ventes ont peut-être sauvé IWC de la faillite, mais comme elles concernaient de si petites quantités, elles n'ont pas beaucoup contribué à la fabrication globale.

Quel a été le plus grand défi auquel vous avez été confronté ?

Nous n'avions pas assez de travail, et nos sites de production fonctionnaient bien en deçà de leurs capacités. Et il ne s'agissait pas uniquement de pouvoir payer les salaires à la fin du mois. Nous devions utiliser nos capacités pour garantir que le savoir-faire acquis au fil des ans dans le développement et la production de nos mouvements de manufacture reste à Schaffhausen.

Et c'est cet environnement difficile qui a finalement conduit à la Collection SL ?

Oui, tout à fait. Nous disposions déjà d'un excellent mouvement automatique, le calibre 8541, doté du système de remontage très performant développé par Albert Pellaton. Ce que nous n'avions pas dans notre gamme, c'est une montre pour l'accueillir. Nous avions donc besoin de nouveaux modèles avec des boîtiers conçus expressément pour nos mouvements de manufacture.

Par ailleurs, nous voulions éliminer notre forte dépendance à l'égard de l'or. C'est ainsi que nous avons eu l'idée de créer une gamme complète de montres de sport de luxe en acier inoxydable : la Collection SL.

Comment avez-vous commencé à travailler avec Gérard Genta sur l'Ingenieur SL ?

Le projet de la « nouvelle Ingenieur » a été lancé à la fin des années 1960. L'idée était de créer un nouveau boîtier qui mettrait les caractéristiques techniques de l'Ingenieur encore plus en exergue. À l'époque, Gérard Genta travaillait comme designer horloger indépendant et IWC l'a contacté au début des années 1970 en lui demandant de repenser l'Ingenieur. Après une phase de développement d'environ quatre ans, nous avons finalement dévoilé la nouvelle Ingenieur SL à la Foire horlogère de Bâle de 1976. L'Ingenieur SL est devenu le fleuron de la Collection SL, qui présentait également des modèles comme la Polo Club et la Golf Club.

Que signifient les initiales « SL » ?

Ces initiales n'avaient pas de signification particulière. Pour les Italiens, cela voulait dire « Super Lusso », pour les francophones « Super Luxe ». Mais cela aurait aussi pu vouloir dire « steel » (acier) et « luxury » (luxe). Pour être honnête, nous ne nous sommes jamais vraiment engagés à ce sujet, c'est pourquoi il n'y a jamais eu de réponse officielle à cette question. La vérité est que nous nous sommes inspirés d'un modèle bien connu produit par un constructeur automobile allemand.

L'Ingenieur SL a-t-elle apporté le succès escompté ?

Du point de vue du design, l'Ingenieur SL représentait un tout nouveau départ. Mais elle n'a jamais été un succès commercial. Le fait d'avoir utilisé notre calibre 8541 rendait la montre trop volumineuse pour l'époque. C'est la raison pour laquelle elle a également été surnommée « Jumbo ». De plus, son prix de CHF 2000.- était relativement élevé. Nous avons ensuite produit une version bicolore de l'Ingenieur SL en acier inoxydable et en or, ainsi qu'un modèle avec un mouvement à quartz. Au total, nous avons fabriqué un peu moins de 1000 pièces. L'Ingenieur SL était incontestablement en avance sur son temps.

Comment évalueriez-vous le travail de Gérard Genta et l'Ingenieur SL aujourd'hui ?

Les célèbres montres de sport en acier conçues par Gérard Genta dans les années 1970, dont l'Ingenieur SL, représentent une nouvelle ère dans la conception de montres. D'une part, il a créé une nouvelle expression, formelle et indépendante. D'autre part, les montres de sport de luxe en acier constituaient une catégorie de

produits entièrement nouvelle pour l'industrie horlogère suisse. Jamais auparavant les modèles en acier inoxydable ne s'étaient vendus à des prix aussi élevés. En tant que manufacture horlogère, il nous a fallu une certaine audace pour proposer quelque chose de ce genre.

Avez-vous déjà rencontré Gérard Genta ?

Lorsque Gérard Genta a créé l'Ingenieur SL, nous n'avions pas beaucoup de contacts. À partir de 1975, mon poste de Directeur du marketing et des ventes m'a beaucoup amené à voyager. Outre l'Europe et le Moyen-Orient, j'ai dû apprendre à connaître les marchés asiatique et américain. Mais dans les années 1980, j'ai rencontré Gérard Genta à plusieurs reprises, dans les bureaux de notre partenaire de distribution à Milan. Je me souviens bien des repas que nous avons partagés. C'était une personnalité inspirante, cultivée et très agréable. Mais mon souvenir le plus marquant de lui est celui d'un artiste. À cette époque, il avait déjà lancé sa propre marque horlogère.

Comment résumer les années 1970 ?

C'était une époque passionnante, jalonnée de nombreux changements. Mais c'était aussi une lutte permanente pour la survie. Nous avons fait tout ce que nous pouvions et nous nous sommes cramponnés pour garder IWC en vie. Nous avons de bonnes idées mais souvent pas d'argent. Et sans financement, il est difficile de mettre correctement en œuvre une stratégie, surtout lorsqu'il s'agit de maintenir à flot une entreprise de 150 employés. Bien que nous fabriquions également des montres à quartz à l'époque, la direction a progressivement compris qu'IWC ne pouvait garantir son avenir à long terme qu'avec des mécanismes de haute qualité.

Que s'est-il passé ensuite chez IWC Schaffhausen ?

Après le rachat par l'entreprise VDO Adolf Schindling et la nomination de Günter Blümlein comme CEO, IWC avait un homme expérimenté aux commandes. En 1985, nous avons lancé le calendrier perpétuel, développé par notre maître horloger Kurt Klaus. Et en 1990, avec la « Grande Complication », nous avons atteint le sommet de la Haute Horlogerie. À la fin des années 1970 déjà, j'avais travaillé avec notre directeur technique de l'époque pour ouvrir la voie à la coopération avec Ferdinand Alexander Porsche. Cela nous a permis de mettre à profit la capacité de production de l'entreprise. La collaboration avec Porsche Design a finalement débouché sur le développement de notre première montre-bracelet en titane. Cela a marqué le début de notre expertise unique en matériaux de boîtier, qui reste la marque de fabrique d'IWC Schaffhausen à ce jour.

IWC SCHAFFHAUSEN

IWC Schaffhausen est une manufacture horlogère suisse de luxe, basée à Schaffhausen, au nord-est de la Suisse. Avec des collections telles que la Portugieser et les Montres d'Aviateur, la marque couvre toute la gamme des montres élégantes et sportives. Fondée en 1868 par l'horloger et ingénieur américain Florentine Ariosto Jones, IWC est connue pour son approche unique de l'ingénierie horlogère, associant le meilleur du savoir-faire et de la créativité humaines à des technologies et des processus de pointe.

Au fil de son histoire de plus d'un siècle et demi, IWC Schaffhausen s'est forgé une réputation dans la création de montres-instruments professionnelles et de complications fonctionnelles, notamment des chronographes et des calendriers considérés comme ingénieux, robustes et simples d'utilisation. Manufacture pionnière de l'utilisation du titane et de la céramique, IWC se spécialise aujourd'hui dans la conception de boîtiers de haute ingénierie recourant à des matériaux de pointe tels que la céramique colorée, le Ceratanium® et l'aluminure de titane.

Leader dans l'horlogerie de luxe durable, IWC veille à assurer un approvisionnement responsable de ses matières premières et prend des initiatives pour réduire son empreinte environnementale. La marque – qui se veut transparente, circulaire et responsable – fabrique des pièces horlogères conçues pour durer pendant des générations et améliore continuellement chaque étape de conception, de fabrication, de distribution et d'entretien de ses produits. IWC entretient également divers partenariats avec des organisations d'envergure internationale pour soutenir des programmes d'aide aux enfants et jeunes adultes en difficulté.

TÉLÉCHARGEMENTS

Des photos peuvent être téléchargées gratuitement sur le site press.iwc.com

INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES

IWC Schaffhausen
Public Relations Department
E-mail press-iwc@iwc.com
Website press.iwc.com

INTERNET ET RÉSEAUX SOCIAUX

Website iwc.com
Facebook facebook.com/IWCWatches
YouTube youtube.com/iwcwatches
Twitter twitter.com/iwc
LinkedIn linkedin.com/company/iwc-schaffhausen
Instagram instagram.com/iwcwatches
Pinterest pinterest.com/iwcwatches