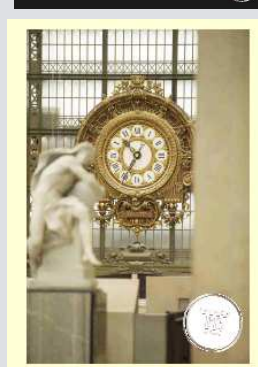
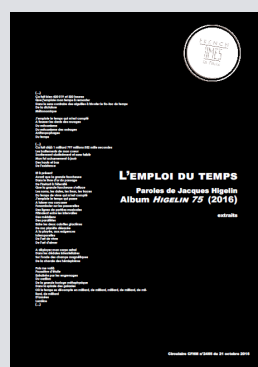
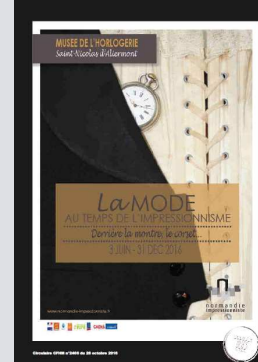
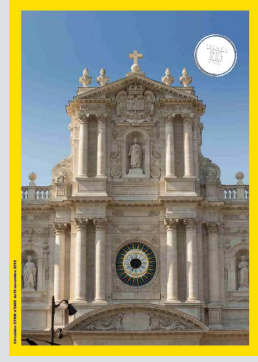
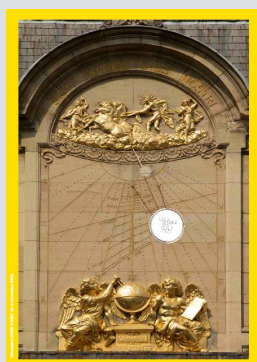
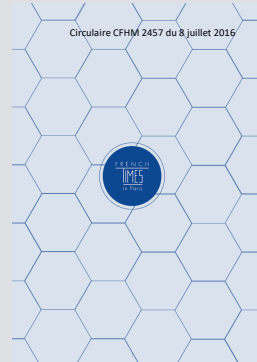
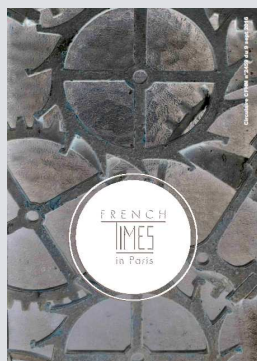
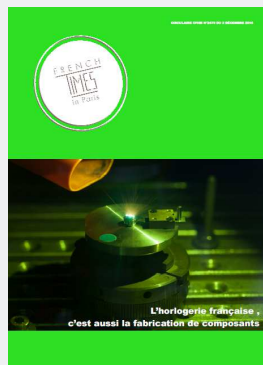


RAPPORT D'ACTIVITE 2016 - CFHM



« Il faut oublier le temps... Il n'y a pas un temps physique car chaque objet possède son temps propre »

Carlo Rovelli – physicien



22, avenue Franklin Roosevelt
75008 Paris - France
Tél. : 33 (0)1 53 77 29 00
Fax : 33 (0)1 43 59 03 86
www.cfhm.com
contact.cfhm@yahoo.fr
siret : 784 358 673 00035
code APE : 9411Z

Showroom Shanghai

323 West Jianguo Road
Shanghai, Chine
+ 86 (21) 64229766

RAPPORT D'ACTIVITE 2016 - CFHM

2016 La CFHM déjà en marche... vers le digital ! 4

La circulaire « verte » prend des couleurs

La montée en puissance des outils numériques pour valoriser l'horlogerie française

Silence on tourne !

L'EDI horlogerie en marche vers la fiche produit

2016 Questions de temps 9

Made in or not made in?

Un nouveau tempo pour l'horlogerie européenne

Le salut passe par l'export

L'horlogerie française s'expose en France

Des organisations au service de la profession

La Fondation du Temps ou le temps des projets ambitieux

2016 Chiffres 16

Production

Exportations et réexportations

Importations

Origine des produits horlogers mis à la consommation en France

Chiffre d'affaires hors taxes 2015 et 2016

Commerce extérieur français 2016

La CFHM 20

Ses missions

Son organisation

Ses partenaires et interlocuteurs

2016 LA CFHM DEJA EN MARCHÉ... VERS LE DIGITAL !

LA CIRCULAIRE « VERTE » PREND DES COULEURS

Amorcée depuis plusieurs années, la conversion de la CFHM à la communication numérique (envois des convocations aux réunions, procès-verbaux, correspondance quasi-exclusivement par mail) a connu un nouveau temps fort avec la transformation de sa circulaire d'information dite « circulaire verte » en véritable outil d'information digitale pour les adhérents.

La circulaire verte a été lancée dans les années 70 par M. Michel Dalin, à l'époque délégué général de la CFHM. Il s'était inspiré de la Lettre de l'Expansion pour délivrer une information hebdomadaire aux adhérents. La circulaire de la CFHM a fortement évolué depuis en introduisant de nouvelles rubriques, comme par exemple une revue de presse au début du 3^e millénaire.



L'expédition de la version papier a progressivement été réduite ces cinq dernières années pour être définitivement stoppée. La circulaire a également perdu toute référence à sa couleur verte avec le numéro n°2455 du 24 juin 2016. Une nouvelle maquette donne en effet une large place à l'image avec notamment, pour ce numéro, le compte rendu de la manifestation bisontine « Les 24 heures du Temps », et la possibilité de cliquer sur les liens des films réalisés à cette occasion avec les marques exposantes.

LA MONTEE EN PUISSANCE DES OUTILS NUMERIQUES POUR VALORISER L'HORLOGERIE FRANCAISE

⇒ Site Web

La CFHM avait développé un tout premier mini-site pour l'opération « Voyage au cœur de l'horlogerie française », exposition qui a eu lieu en octobre 1997, mais sans doute trop en avance sur son temps.

Ce n'est qu'en 2015 qu'elle rattrape son retard avec l'ouverture d'un véritable site institutionnel www.cfhm.com

Ce dernier propose les rubriques suivantes :

- présentation de la CFHM
- histoire de l'horlogerie française
- un répertoire de recherche pour les marques et fabricants selon la nature de leurs activités
- des informations pour le consommateur (montres étanches par exemple)
- la mise à disposition des circulaires hebdomadaires et les films réalisés autour d'événements ou des marques
- les liens avec les pages des réseaux sociaux.

Il est disponible en totalité en français et pour certaines rubriques en anglais et en chinois. Ce site sera refondu en 2017.

En ce qui concerne le grand public, la CFHM s'est aussi engagée sur les réseaux sociaux pour développer la notoriété de l'horlogerie française et de ses marques.

⇒ Réseaux sociaux



Deux pages facebook existent :

- la première « cfhm » a été ouverte en mai 2014 à l'occasion de l'exposition du *French May* de l'horlogerie française à Hong Kong. Elle délivre une information plus professionnelle mais reste suivie par un public limité (essentiellement amateurs ou professionnels/détaillants HBJO).

- la seconde « french times in Paris » a vocation à toucher les moins de 30 ans, consommateurs de demain. Elle est essentiellement centrée sur les produits. Plusieurs opérations de shooting ont été conduites avec les marques. On constate depuis une certaine émulation avec les pages de certaines d'entre elles qui ont pris la mesure de la nécessité de communiquer via les réseaux sociaux. La difficulté reste toutefois de mesurer le passage à l'acte d'achat...



*Nous sommes allés à leur rencontre,
Ils ont mis la montre française au coeur de leur lifestyle
Chaque jour, découvrez leur visage.*

#frip #fashiontimes #lifestyle #montrefrançaise



SILENCE ON TOURNE !

En 2016 le groupe de travail communication sur les réseaux sociaux s'est réuni le 17 mars. Cela a conduit à l'augmentation du nombre de posts/semaine sur la page facebook dédiée aux produits. Egalement à la suite de cette réunion, deux opérations de vidéos ont été réalisées :

- la première au salon Baselworld avec la réalisation d'un film par jour (1 à 2 minutes) pour présenter les exposants. Avec entre 3 829 et 12 238 vues selon le film, les 8 films réalisés ont enregistré un cumul de 46 527 pour cette première expérience.

French Times In Paris a mis en ligne une vidéo. il y a 1 an



Pénétrez dans l'univers de l'horlogerie #8

French Times In Paris
il y a 1 an 4 367 vues
#Baselworld2016 Le salon mondial de l'horlogerie à Bâle vous ouvre ses...

French Times In Paris a mis en ligne une vidéo. il y a 1 an



Pénétrez dans l'univers de l'horlogerie #4

French Times In Paris
il y a 1 an 11 730 vues
#Baselworld2016 Le salon mondial de l'horlogerie à Bâle vous ouvre ses...

French Times In Paris a mis en ligne une vidéo. il y a 1 an



Pénétrez dans l'univers de l'horlogerie #7

French Times In Paris
il y a 1 an 3 829 vues
#Baselworld2016 Le salon mondial de l'horlogerie à Bâle vous ouvre ses...

French Times In Paris a mis en ligne une vidéo. il y a 1 an



Pénétrez dans l'univers de l'horlogerie #3

French Times In Paris
il y a 1 an 4 015 vues
#Baselworld2016 Le salon mondial de l'horlogerie à Bâle vous ouvre ses...

French Times In Paris a mis en ligne une vidéo. il y a 1 an



Pénétrez dans l'univers de l'horlogerie #6

French Times In Paris
il y a 1 an 4 965 vues
#Baselworld2016 Le salon mondial de l'horlogerie à Bâle vous ouvre ses...

French Times In Paris a mis en ligne une vidéo. il y a 1 an



Pénétrez dans l'univers de l'horlogerie #1

French Times In Paris
il y a 1 an 12 238 vues
#BaselWorld2016 Le salon mondial de l'horlogerie à Bâle vous ouvre ses portes ! Suivez avec nous les marques françaises :)

French Times In Paris a mis en ligne une vidéo. il y a 1 an



Pénétrez dans l'univers de l'horlogerie #5

French Times In Paris
il y a 1 an 4 118 vues
#Baselworld2016 Le salon mondial de l'horlogerie à Bâle vous ouvre ses...

French Times In Paris a mis en ligne une vidéo. il y a 1 an



Pénétrez dans l'univers de l'horlogerie #2

French Times In Paris
il y a 1 an 5 632 vues
#Baselworld2016 Le salon mondial de l'horlogerie à Bâle vous ouvre ses portes ! Suivez avec nous les marques françaises :)



SILENCE ON TOURNE ! (SUITE)



- la seconde aux **24 heures du Temps** pour présenter les participants, avec peu de retombées du fait de l'absence d'une puissance de communication comme au salon Baselworld.



[Teaser 24 heures du temps FTIP](#)



Compte tenu de la montée en puissance du grand public sur la toile qui s'accompagne d'un recours accru à la vidéo et à l'image, de nouvelles actions ont été engagées sur 2017.

Un compte YouTube et instagram ont été ouverts. Le renouvellement des vidéos au salon Baselworld 2017 illustre cette tendance puisque le score réalisé en 2016 a été multiplié par 4,5 pour dépasser la barre des 200 000 vues (avec 10 films).

Outre la refonte du site, une newsletter « produits » à vocation du grand public sera mise à disposition et des opérations menées avec des instagrameurs.

D'autres pistes doivent être suivies avec l'évolution de la communication vers le lifestyle. Des synergies pourraient être trouvées entre des marques de différents secteurs pour mutualiser

L'EDI HORLOGERIE EN MARCHÉ VERS LA FICHE PRODUIT

Répondant à un appel à proposition du ministère chargé de l'Industrie sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication, la CFHM a engagé la mise en œuvre d'un échange de données informatisées applicable à l'horlogerie, avec la participation d'une entreprise pilote : la société SMB.

Le dispositif fonctionne parfaitement pour dématérialiser les échanges avec les distributeurs pour l'envoi du bon de commande à la facture. Ce sont près de 90 000 transactions qui ont été traitées en 2016.

Il restait à régler la question de la réalisation d'une fiche produit. Plusieurs réunions ont eu lieu sur

2016 et le 1^{er} trimestre 2017 avec les représentants de la distribution pour s'accorder sur la nomenclature de produits à retenir avec l'intégration des données numériques (comme les photos ou vidéos).

Le soutien demandé au comité Francéclat, s'agissant d'une action concernant l'ensemble de la profession, permettra de concrétiser l'utilisation de la fiche produit d'ici fin 2017.

Rappelons que la dématérialisation des factures va devenir une exigence légale quelle que soit la taille des entreprises (1^{er} janvier 2018 pour les ETI et 1^{er} janvier 2019 pour les PME).

2016 QUESTIONS DE TEMPS

MADE IN OR NOT MADE IN ?

La mondialisation et ses critiques a entraîné de nouvelles réflexions au niveau de l'approche consommateur et celle de l'origine et de la traçabilité des produits.



LE MARATHON SWISS MADE TROUVE SON ABOUTISSEMENT

En 2013, l'adoption de la loi sur les marques et indications de provenance (Swissness) par le parlement suisse a conduit à réviser l'ordonnance du 23/12/1971 réglant l'utilisation du nom

« Suisse » pour les montres. Cette loi a fixé le coût de revient suisse à 60% pour les produits industriels dont les montres.

Après une consultation des milieux concernés, le Conseil fédéral a approuvé le 17 juin 2016 la révision partielle de l'ordonnance et fixé la date de son entrée en vigueur au 1^{er} janvier 2017.

En ce qui concerne les ébauches de mouvements fabriqués dans l'Union européenne, la situation restera inchangée. C'est un travail qui a été menée par la CFHM durant plusieurs années pour conserver le statu quo et qui a ainsi été récompensé.

L'accord complémentaire dit « calibres équivalents », signé en 1972 entre la Suisse et l'Union européenne, continuera à s'appliquer pour les ébauches fabriquées dans les pays de l'Union européenne destinées à équiper des montres suisses. Cet accord permet d'intégrer le coût de l'assemblage en Suisse dans le calcul des 50 % de pièces constitutives suisses exigées dans l'ordonnance de 1971 pour un mouvement suisse. Malgré les nouvelles dispositions, cet accord restera réservé pour les ébauches communautaires avec la méthode de calcul de 1971.

Pour la montre, les exigences sont les suivantes :

- assemblage et contrôle final de la montre en Suisse,
- mouvement suisse,
- la construction technique et le prototypage doivent être effectués en Suisse (nouveau),
- les opérations de fabrication sur le sol suisse doivent représenter 60 % de la valeur ajoutée (nouveau). Les opérations de certification peuvent être intégrées dans ce calcul.

Pour le mouvement, le coût de la valeur suisse exigée pour les pièces constitutives est porté de 50 à 60 % et la pile est sortie du mode de calcul. Autre limitation : le coût de l'assemblage pris en considération ne peut dépasser la valeur totale des pièces constitutives étrangères incorporées dans le mouvement suisse concerné. En outre, comme pour la montre, l'exigence de prototypage en Suisse est requise. Comme indiqué plus haut, il est toujours possible d'appliquer la procédure dite des « calibres équivalents » pour les ébauches communautaires.

Les exemptions dans le calcul de la valeur ajoutée suisse (fixée à 60%) pour les matières premières ou procédés de fabrication non disponibles ou partiellement en Suisse (cas des verres saphir, cristaux, céramiques par exemple) sont arrêtées par la Fédération de l'industrie horlogère suisse, désignée par les pouvoirs publics suisses comme organisation représentative, qui fixe un règlement d'application.

Ces questions ont été abordées lors des différentes réunions du Comité permanent de l'horlogerie européenne (CPHE).

VERS UNE INDICATION GÉOGRAPHIQUE HORLOGERIE EN FRANCE

La création d'une indication géographique (IG) pour l'horlogerie a pour objectif de mieux protéger le made in France à l'étranger et défendre une image forte et reconnue de l'horlogerie française face :

- aux nouvelles règles du Swiss made qui ne constitue pas un label de qualité mais s'appuie sur un mécanisme complexe portant sur la réalisation d'opérations de fabrication en Suisse,

- à la montée en puissance de certaines initiatives sur le « *fabriqué en France* » et le « *made in Germany* »,
- à l'approche du marché chinois dont le consommateur peut être plus exigeant,
- au regain d'intérêt pour l'horlogerie avec à l'arrivée de jeunes marques et créateurs français.

VERS UNE INDICATION GÉOGRAPHIQUE HORLOGERIE EN FRANCE (SUITE)

Autorisée par la loi « Hamon » pour les produits industriels, le conseil d'administration de la CFHM a validé le principe d'organiser des travaux en faveur de la création d'une indication géographique qui débiteront en 2017.

Il convient préalablement de s'assurer :

- de l'accord des pouvoirs publics,
- d'examiner les projets en cours des autres secteurs.

Contrairement à un simple marquage d'origine qui n'est pas un label de qualité (en l'absence d'exigences sur ce point), l'IG Horlogerie comportera un certain nombre de critères qualitatifs en dehors du seul lieu de production.

Lors de sa réunion du 26 mai 2016, le collège « Composants » a estimé qu'il fallait s'intéresser à la traçabilité des produits en liaison avec les exigences requises dans le cadre des normes environnementales et des travaux effectués sur l'affichage environnemental.



UN NOUVEAU TEMPO POUR L'HORLOGERIE EUROPEENNE

La CFHM est membre de deux organisations horlogères européennes :

- instauré par l'accord horloger de libre échange UE/Suisse de 1967, le **Comité permanent de l'horlogerie européenne (CPHE)** a pour objet de régler les questions bilatérales entre les deux partenaires. Outre la question du Swiss made qui vient à son terme avec l'entrée en vigueur de la nouvelle ordonnance réglant l'utilisation du nom « Suisse » pour les montres, le comité est amené à examiner les questions relatives à la fluidité des échanges, aux réglementations environnementales applicables à l'horlogerie, à la question des contrefaçons.

Le Comité est présidé alternativement par la Suisse et un pays de l'Union européenne. Le 6 octobre 2016, M. Mario Peserico a été désigné à la présidence pour une période de 3 ans à compter du 1^{er} janvier 2017. Président de l'association italienne basée à Milan (Assorologi), M. Peserico a souhaité développer de nouvelles actions comme la formation et l'information du consommateur. Il sera assisté par M. Patrice Besnard, délégué général de notre Chambre et nommé secrétaire général pour la même période,

- créée au début de ce millénaire, la **Fédération de l'horlogerie de l'Union européenne EuroTempus** a pour président M. Pascal Bole, assisté de M. Patrice Besnard, délégué général.

Lors son assemblée générale vendredi 18 mars 2016 au salon Baselworld, EuroTempus a adopté la modification de ses statuts sur l'organisation de l'association et l'extension de son objet au secteur de la distribution.

EuroTempus devient la *Fédération de l'Horlogerie et des Activités connexes de l'Union européenne*

Son objet est de délibérer sur tous les problèmes d'intérêt général et communs à la filière de l'horlogerie et des activités connexes de l'Union européenne ainsi qu'aux applications liées à la mesure du temps. Elle intervient dans un contexte réglementaire où plus de 60 % du droit interne résulte des textes communautaires régissant les aides d'Etat, les régimes douaniers, les garanties, les substances chimiques... Elle peut favoriser l'émergence de projets de coopération industrielle, de recherche ou de coopération commerciale pour la promotion du savoir-faire.

Enfin, elle a pour objet d'assurer la défense et la représentation de l'intérêt général de la filière horlogère et des activités connexes de l'Union européenne auprès des organisations internationales, pouvoirs publics nationaux ou internationaux (UE). EuroTempus assure aussi le secrétariat de la délégation communautaire du Comité permanent de l'horlogerie européenne.

Deux premières actions devraient trouver leur concrétisation sur 2017 :

- la réalisation d'une plate-forme présentant l'offre de l'Union européenne en matière horlogère au niveau de la fabrication dans un premier temps (des composants/sous-traitance aux produits finis),
- l'organisation d'une rencontre avec des représentants du Parlement européen.

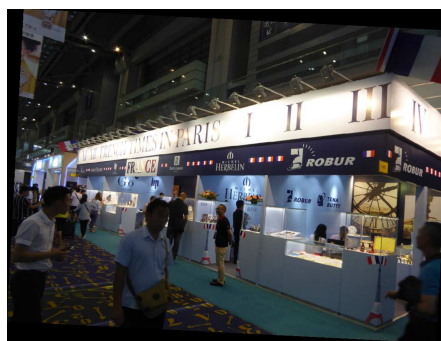
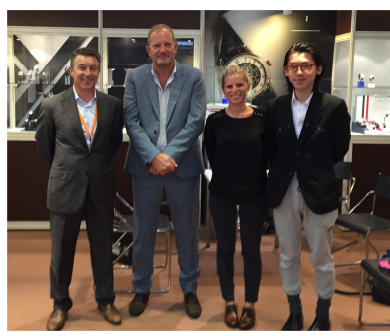
CHINE

Grand projet export initié par la CFHM, avec le soutien du comité Francéclat, l'implantation en Chine a connu de nouveaux développements en 2016.

La société chinoise, chargée de gérer le showroom Maison S (Shanghai) et détenue à 50% par la SAS French Times in Paris (Comité Francéclat et CFHM) et le secteur de la chaussure, a été immatriculée en juin 2016 dans la zone de libre-échange de Shanghai. C'est également un outil pour assister le développement des marques dans le futur et réaliser plus facilement depuis le territoire chinois des opérations de communication.

Néanmoins les choses bougent vite en Chine et il sera nécessaire de revoir le concept de show room sur 2017 d'autant que la Fédération française de la Chaussure a souhaité reprofiler son implantation.

L'année 2016 a été pour certaines marques de montres la concrétisation des efforts engagés au départ collectivement. Au niveau des professionnels chinois, l'action visant à développer la notoriété de l'horlogerie française depuis 2012 commence à porter ses fruits.



Le bilan a été positif pour la deuxième participation française sur un pavillon collectif sous la bannière de la marque **French Times in Paris**, au salon horloger de Shen-

zhen (China Watch & Clock Fair - 23/26 juin). Ce stand s'inscrit dans le programme d'actions collectives menées par le Comité Francéclat.

Le délégué général de la CFHM était invité à présenter l'horlogerie française au Forum horloger de Shenzhen qui a réuni 200 participants des milieux professionnels chinois. Ce forum était principalement consacré aux objets connectés. Il est également intervenu dans le cadre d'une conférence lors d'un salon sur le luxe à Macao consacré à la création et au design horlogers français.

Le salon **Hong Kong Watch & Clock Fair** (6/10 septembre) a accueilli plus de 20 000 visiteurs avec plus de 800 exposants de 27 pays et régions parmi lesquels plusieurs adhérents de la CFHM. Un forum international se réunit le jour de l'ouverture avec la participation des représentants des principaux pays producteurs dont la France.

SUISSE



Comme chaque année, la CFHM et plusieurs de ses adhérents (fabricants de montres et composants) ont participé au salon mondial de l'horlo-

gerie et de la bijouterie, **Baselworld**, qui s'est déroulé du 17 au 24 mars 2016.

La CFHM a programmé en liaison avec une agence de communication de Shanghai, des rendez-vous entre journalistes chinois et entreprises horlogères françaises.

Des élus et personnalités de Franche-Comté ainsi que l'ambassadeur de France à Berne et des représentants du ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique accompagnés des responsables des

organisations professionnelles ont rendu visite aux exposants français

La CFHM participe également à la conférence des industries horlogères mondiales organisée lors du salon Baselworld qui a réuni les représentants de l'Allemagne, de la Chine, de Hong Kong, de l'Inde, du Japon, de la Russie et de la Suisse.

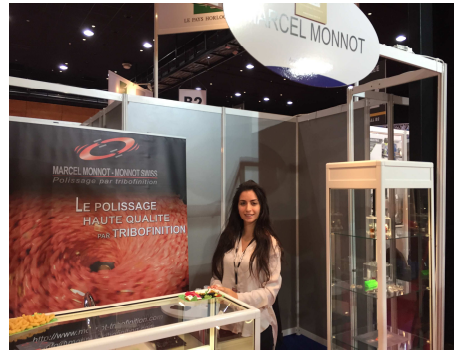
La CFHM est aussi membre du comité mondial des exposants et d'un comité plus restreint – le comité consultatif – qui apporte aux organisateurs un avis sur les projets du salon. Le délégué général de la CFHM est enfin le référent horloger français en cas de litige sur la propriété intellectuelle (dessins et modèles) et le marquage d'origine pour le panel.

Plusieurs fabricants de composants ont participé au salon **EPHJ** à Genève (14/17 juin) qui est monté en puissance avec la désaffectation du secteur au salon Baselworld, même s'il reste très orienté vers les donneurs d'ordres suisses.

L'HORLOGERIE FRANCAISE S'EXPOSE EN FRANCE

MICRONORA (27/30 SEPTEMBRE)

Plusieurs de nos adhérents fabricants de composants ont participé au salon biennal des nanotechnologies et des microtechniques Micronora à Besançon.



SALONS PROFESSIONNELS PARISIENS

Des adhérents de la CFHM ont participé au salon Bijorhca (2/5 septembre), au salon du vêtement et

accessoires Who's next & Première Classe ainsi qu'aux journées d'achat (4 et 5 septembre) organisées sur des péniches.

AUTHEN'TIC TAC : EXPOSITION AU MUSÉE DE LA CONTREFAÇON



La CFHM a participé à l'exposition sur l'horlogerie Authen'Tic Tac organisée à partir de septembre 2016 jusqu'en juillet 2017 au Musée de la contrefaçon à Paris. Cette exposition dont

la CFHM est partenaire et à laquelle participent des adhérents a pour objectif de mettre en avant l'évolution de la maîtrise du temps mais aussi la créativité, le savoir-faire, les innovations permanentes de l'horlogerie ainsi que la lutte anti-contrefaçon menée en la matière.

JOURNÉE DU CLOCHER (16 MAI)

La 2^{ème} Journée du Clocher, organisée le 16 mai par le Conservatoire européen des cloches et des horloges (CECH) avec le soutien de la CFHM a permis une nouvelle fois aux communes qui le souhaitent de faire visiter leur clocher et horloges et a rencontré un beau succès auprès du public : plus de 5000 personnes (+142% par rapport à 2015) se sont rendues sur les 58 sites ouverts (+137%) cette année.

Cette manifestation a généré de nombreuses retombées dans la presse régionale (presse écrite, web, radio et TV). La CFHM a notamment collaboré à la publication d'un communiqué adressé à la

presse nationale et régionale. Et le site internet du CECH a été consulté près de 6 000 fois entre les 9 et 16 mai.

Avec l'ouverture des horloges d'édifices des bâtiments publics et des églises aux visiteurs, le CECH souhaite faire porter un nouveau regard sur le patrimoine campanaire français mais aussi sensibiliser les collectivités territoriales à sa conservation et sa restauration et valoriser leurs investissements réalisés pour son entretien.

24 HEURES DU TEMPS (18/19 JUIN)

Pour cette édition qui se tient depuis 3 ans au palais Granvelle de Besançon (Musée du Temps), la CFHM a partagé un stand avec le département technique du Comité Francéclat, et présenté la filière horlogère avec un focus sur la synchronisation horaire.



DES ORGANISATIONS AU SERVICE DE LA PROFESSION

COMITÉ FRANCÉCLAT

Au travers de ses différentes actions collectives le comité, au sein duquel siègent au conseil d'administration 4 représentants de la CFHM, apporte un soutien à nos entreprises :



- études de styles, cahiers de tendance pour la création,
- études statistiques et économiques dont le panel 5 sur le marché français de la montre et du bijou,
- étude sur la caractérisation des états de surface et suivi de Reach et RoHS (matériaux et substances chimiques) pour son département technique,

- soutien à l'export déjà mentionné,
- bureau de normalisation horlogère : présidée par le délégué général de la CFHM, la commission de normalisation, qui est composé de représentants des entreprises, intervient sur les normes horlogères françaises, européennes et internationales. Cette commission se réunit généralement deux à trois fois par an.

COMITÉ DE LIAISON DES INDUSTRIES DE MAIN-D'ŒUVRE (CLIMO)

La CFHM fait partie des premiers membres fondateurs du Climo qui constitue un organe de lobbying auprès des pouvoirs publics français. Outre notre secteur, il regroupe les industries de l'ameublement, de la céramique, de la chaussure, de l'habillement, du jouet, de la tannerie-mégisserie et du textile.

Le Climo a réalisé en 2016 une étude proposant plusieurs scénarios possibles en faveur d'une évolution des dispositifs de l'allègement des charges sociales qui tiennent compte notamment des salaires intermédiaires.



Pour le marché français, le passage à l'heure d'été et à l'heure d'hiver 2016 a donné lieu à une toute nouvelle campagne radio en faveur de la montre « **Ça change de changer de montre. Profitez-en... quand l'heure change, changez de montre** ». Créée et réalisée depuis 2007 par le Comité Francéclat pour inciter les auditeurs à changer de montre, la campagne publicitaire entend désormais mettre également en avant ce que la montre exprime pour celles et ceux qui la portent : l'affirmation d'un style, d'une apparence, de leur personnalité.

Sur le plan de l'organisation du comité, l'année 2016 a connu le départ en retraite d'un grand ami de l'horlogerie M. Guy Bessodes. M. Hervé Buffet lui a succédé à compter du 1^{er} octobre au poste de délégué général.

Ces scénarios ont été présentés aux députés du Groupe d'étude Textile et Industries de main-d'œuvre réunis à l'Assemblée nationale, le 3 mai 2016. L'étude a mis en évidence la nécessité pour certains secteurs comme l'horlogerie de ne pas se limiter aux bas salaires mais de couvrir un spectre plus large.

Le Climo organise chaque année un déplacement en province pour rencontrer les autorités locales ainsi qu'une réunion avec les assureurs crédit.

DES ORGANISATIONS AU SERVICE DE LA PROFESSION (suite)

Eco TEMPO



La CFHM est membre d'Eco Tempo qui propose un concept novateur de recyclage de montres et de bijoux usagés.

Eco Tempo a été créé en mai 2010 par la société JLB Brand.

Un concept écoresponsable

ECO TEMPO

UN GAIN DE TEMPS POUR L'ENVIRONNEMENT

Un partenariat avec la plateforme « Agir Durable » (d'AG2I et de R2D2) a été élaboré rapidement après son lancement. Eco Tempo s'inscrit ainsi dans un processus d'économie sociale et solidaire.

Un concept simple

Les montres et bijoux usagés sont collectés, démantelés, triés puis recyclés. Plus de 80 % du poids d'une montre peut être recyclé.

Un concept avantageux pour tous

Particuliers comme professionnels ne disposent pas toujours d'un circuit simple et clair pour recycler leurs montres et bijoux usagés. Eco Tempo solutionne les procédés des « 1 pour 0 » et des « 1 pour 1 » à la fois obligatoires et indispensables pour les consommateurs. (Art. R543 180 II du Code de l'Environnement).

Pour plus d'information sur la procédure de recyclage des montres et bijoux usagés :

www.ecotempo.net

LA FONDATION DU TEMPS OU LE TEMPS D'UN NOUVEAU PROJET AMBITIEUX

La CFHM assure depuis 2004 une mission de service public en finançant l'émission et la maintenance du signal de synchronisation horaire diffusé sur Grandes Ondes depuis l'émetteur de Télédiffusion de France (TDF) situé à Allouis (Cher). Ce signal permet de diffuser une heure synchronisée vers plus de 300 000 bases temps utilisées dans des secteurs aussi stratégiques que l'énergie, les transports, le contrôle aérien ou encore la distribution électrique.

Ce signal est diffusé sur la même fréquence (162 kHz) que la radio France Inter. L'annonce de l'arrêt programmé par le groupe Radio France de l'émission France Inter sur cette fréquence au 31 décembre 2016, ne signifiait pas pour autant l'arrêt de l'émetteur d'Allouis sur lequel est diffusé le signal de synchronisation horaire. Néanmoins, Radio France fournissant l'essentiel du budget pour le fonctionnement de l'antenne, il restait à régler la question du financement.

Depuis 2015, la CFHM est intervenue à plusieurs reprises auprès de différents ministères pour les alerter sur l'importance stratégique et sécuritaire du maintien du signal de synchronisation horaire.

Une mission diligentée par le ministre de l'Economie et de l'Industrie a conclu au printemps 2016 sur la nécessité de maintenir ce signal, tout en invitant à réfléchir sur les évolutions possibles. Suite à un arbitrage interministériel, le Gouvernement a chargé l'Agence nationale des fréquences (ANFR) d'assurer la continuité de la diffusion du signal horaire qui a été mandatée pour signer une convention avec la CFHM afin d'assurer la poursuite de cette émission.

Cette solution doit permettre à l'ensemble des parties prenantes de disposer du délai nécessaire de la mise en place d'une solution à plus long terme pour cette émission.

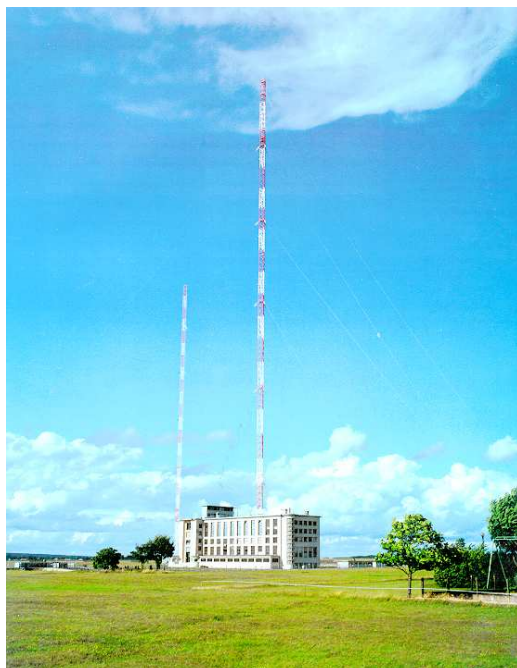
LA FONDATION DU TEMPS OU LE TEMPS D'UN NOUVEAU PROJET AMBITIEUX (suite)

C'est dans cette optique que le conseil d'administration de la CFHM a décidé d'engager en 2017 les travaux en vue de la création d'une fondation reconnue d'utilité publique la « **Fondation du Temps** ». Ce projet qui a suscité l'intérêt de la mission ministérielle était dans les cartons depuis 2008.

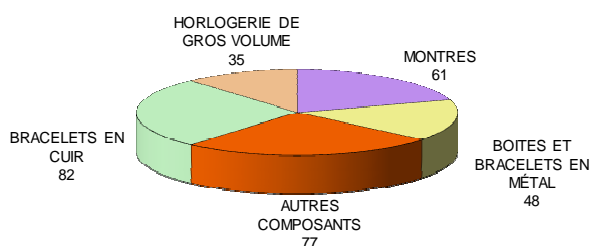
Au-delà de la poursuite de la gestion de ce signal, la Fondation pourrait favoriser le développement et la promotion de la synchronisation ou traçabilité horaire par quel que moyen que ce soit (hertzien, satellite, filaire) et les applications futures. Un volet serait consacré à la R&D pour les produits horlogers, les formations, le patrimoine horloger et la communication grand public autour des métiers et savoir-faire français.

La société Tyleos a été mandatée au dernier trimestre 2016 par la CFHM pour réaliser une étude préalable permettant de cibler les différents acteurs. Un comité de pilotage a été constitué pour proposer un cadre. Outre des représentants de la profession, il comporte des représentants de l'Observatoire de Besançon, de la région Bourgogne Franche Comté et du ministère chargé de l'Industrie.

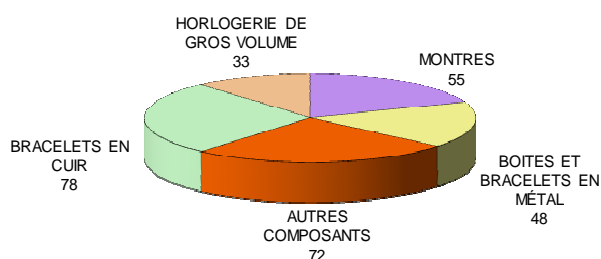
Ce projet ambitieux pourrait permettre d'élargir le périmètre de la CFHM du strict secteur horloger en diffusant largement la question du temps non seulement vers des activités connexes (luxe, microtechniques..) mais toucher de grands opérateurs dans les transports, le sécu-ritaire, les services.



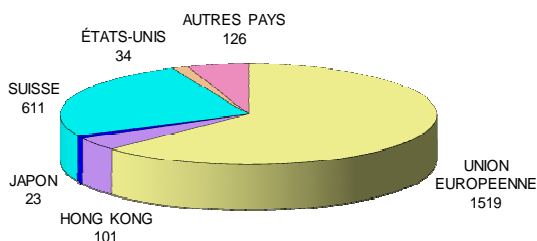
C.A. 2015 DES FABRICANTS (304 MILLIONS D'€ H.T.)



C.A. 2016 DES FABRICANTS (285 MILLIONS D'€ H.T.)



EXPORTATIONS (2.414 MILLIONS D'€ H.T.)



La production horlogère française non délocalisée est en retrait. Les exportations marquent le pas en raison de la baisse du haut de gamme. Diminution des importations due à la baisse de la fréquentation des touristes.

Production

La production horlogère française non délocalisée est en retrait de 6% avec un chiffre d'affaires total de 285 millions € HT.

Ce repli a touché les trois secteurs de l'horlogerie : **les fabricants de montres** ont enregistré la plus forte baisse (-11% et 55 millions HT) qui a surtout touché le haut de gamme. Après une année 2015 stable, **le secteur des composants et bracelets de montres** a subi un recul de 5% (197 millions € HT) malgré une belle résistance des bracelets en métal. **Le secteur de l'horlogerie de gros volume** a réalisé un chiffre d'affaires de 33 millions € HT (-7%). Ces chiffres rendent compte à la fois de la contraction du marché de la montre dans l'hexagone et du reflux des clients suisses pour les fabricants de composants.

Exportations et réexportations

Après sept années de croissance, **les ventes horlogères françaises** ont marqué le pas en 2016 sur les marchés étrangers en affichant également un fléchissement de 6% pour un chiffre d'affaires de 2,4 milliards € HT qui est néanmoins supérieur au niveau atteint en 2014.

Les exportations et réexportations de montres ont atteint 1,9 milliard € avec pour principaux marchés : la Suisse (329 millions € HT, +27%), transit compris, et l'Union européenne : Royaume-Uni (303 millions €, +8%), Italie (271 millions €, -22%), Allemagne (236 millions €, -19%) et Espagne (227 millions €, -12%).

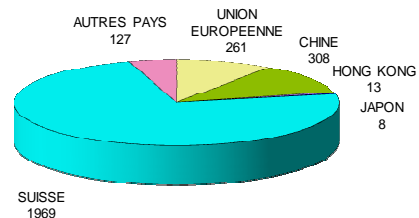
Exportations et réexportations (suite)

Il convient de noter qu'en 2015, selon les chiffres d'International Handling Services (IHS) compilés par le Comité Francéclat et couvrant les résultats de 84 pays, la France s'est positionnée comme le **4^{ème} pays exportateur de montres** derrière la Suisse, Hong Kong et la Chine. Elle a occupé la **5^{ème} place au titre de pays exportateur de composants et de bracelets de montres** derrière Hong Kong, la Chine, la Suisse et le Japon. On peut constater que la France a accusé, en 2016, une baisse modérée de ses chiffres d'affaires par rapport à certains de ses concurrents.

Importations

Les chiffres 2016 enregistrent une chute de 12% ce qui porte les importations à 2,7 milliards € HT dont 2,3 milliards € pour **les montres**. Les attentats terroristes affectant la fréquentation - la France restant le premier pays d'accueil - et les difficultés enregistrées par le luxe ont pesé sur ces chiffres.

IMPORTATIONS
(2.686 MILLIONS D'€ H.T.)



Origine des montres mises à la consommation en France

Les données du Comité Francéclat permettent également de distinguer l'origine des montres mises à la consommation en France en 2016. En valeur, 77% de ces pièces provenaient de Suisse (contre 80% en 2015), 10% de Chine comme de l'Union européenne. Par contre, en quantité, la Chine arrive en tête (77%), les montres issues de l'Union européenne et de Suisse ne représentant respectivement que 11% et 6%. En ce qui concerne **les réveils et pendules**, en valeur, la Chine demeure à la première place (44%) suivie de la Suisse (31%) ou encore de la France (6%).

Industrie horlogère française : chiffre d'affaires hors taxes 2015 et 2016

	Année 2015	Année 2016	Variation 2016 par rapport à 2015
	Valeur en €	Valeur en €	
<u>Chiffre d'affaires des fabricants de montres</u> (H.T.)	61 384 000	54 721 000	-10,85%
Métropole	32 163 000	32 605 000	1,37%
Export	29 221 000	22 116 000	-24,31%
<u>Chiffre d'affaires des fabricants de composants</u> (H.T.)	125 396 000	120 032 000	-4,28%
Métropole	6 199 000	6 033 000	-2,68%
Export	119 197 000	113 999 000	-4,36%
<i>dont Fabricants de boîtes de montres et de bracelets de montres en métal</i>	<i>47 927 000</i>	<i>48 327 000</i>	<i>0,83%</i>
Métropole	<i>2 368 000</i>	<i>2 232 000</i>	<i>-5,74%</i>
Export	<i>45 559 000</i>	<i>46 095 000</i>	<i>1,18%</i>
<u>Chiffre d'affaires des fabricants d'horlogerie de petit volume</u> (total H.T.)	186 780 000	174 753 000	-6,44%
<u>Chiffre d'affaires des fabricants de bracelets de montres en cuir</u> (H.T.)	82 273 000	77 534 000	-5,76%
Métropole	5 695 000	5 927 000	4,07%
Export	76 578 000	71 607 000	-6,49%
<u>Chiffre d'affaires des fabricants d'horlogerie de gros volume</u> (H.T.)	35 157 000	32 849 000	-6,56%
Métropole	10 223 000	9 944 000	-2,73%
Export	24 934 000	22 905 000	-8,14%
<u>Chiffre d'affaires des fabricants d'horlogerie</u> (total H.T.)	304 210 000	285 136 000	-6,27%

Commerce extérieur français 2016

	Quantités	Valeur en €	PUM en €
<u>Importations</u>			
Montres	25 959 823	2 343 604 000	90,28
<i>dont Quartz analogiques*</i>	18 196 462	764 217 000	42,00
Composants		142 479 000	
<i>dont Mouvements de montres terminés</i>	1 154 773	29 436 000	25,49
<i>dont Boîtes de montres</i>	998 528	11 830 000	11,85
Bracelets de montres		94 067 000	
Total Industrie de la montre		2 580 150 000	
Horlogerie domestique	9 333 418	67 488 000	7,23
Horlogerie technique		37 306 000	
Mouvements d'horlogerie terminés		762 000	
Pièces détachées		519 000	
Total Horlogerie de gros volume		106 075 000	
Total Horlogerie		2 686 225 000	
<u>Exportations (Producteurs et non producteurs)</u>			
Montres	7 068 598	1 903 176 000	269,24
<i>dont Quartz analogiques*</i>	4 680 695	690 515 000	147,52
Composants		191 294 000	
<i>dont Mouvements de montres terminés</i>	175 556	38 449 000	219,01
<i>dont Boîtes de montres</i>	169 413	3 040 000	17,94
Bracelets de montres		201 178 000	
Total Industrie de la montre		2 295 648 000	
Horlogerie domestique	1 032 340	33 760 000	32,70
Horlogerie technique		82 897 000	
Mouvements d'horlogerie terminés		1 400 000	
Pièces détachées		154 000	
Total Horlogerie de gros volume		118 211 000	
Total Horlogerie		2 413 859 000	

* Montres-bracelets seulement

La **filière horlogère française** comprend trois secteurs d'activité :

- les **composants de montres** et la sous-traitance pour le luxe ou le travail de précision (boîtes, aiguilles, mouvements et pièces constitutives, bracelets ...)
- les **marques de montres** (du design à l'assemblage réalisé en propre ou en sous-traitance, diffusion de licences)
- l'**horlogerie de gros volume** (distribution et synchronisation de l'heure, horlogerie industrielle).

SES MISSIONS

La CFHM assure la représentation et la valorisation de la filière en développant ou en apportant son soutien à des projets collectifs (projets R&D, antenne à Shanghai, organisation de rencontres B to B et d'expositions grand public). Depuis 1947, date de sa création, elle met son expertise au service de ses entreprises à travers le suivi administratif, législatif, réglementaire, juridique, technique, économique et financier de la filière. En matière de propriété industrielle, elle propose à ses adhérents une aide pour le dépôt de marques, de dessins, de modèles, la recherche d'antériorité et en cas de litige. Chaque semaine, la CFHM diffuse sa lettre d'information professionnelle à ses adhérents et ses partenaires.

Avec un pays comme la Chine qui représente un réel potentiel de développement pour les marques horlogères françaises, la CFHM a ouvert une antenne à Shanghai avec le soutien du Comité Francéclat, en partenariat avec la Fédération française de la Chaussure. Cette antenne a pour mission d'opérer une veille du marché chinois de l'horlogerie, de développer les relations avec les médias et les organisations professionnelles chinoises et d'apporter son concours pour assister les adhérents de la CFHM dans leurs relations avec les distributeurs chinois.

SON ORGANISATION

Le conseil d'administration de la CFHM représente l'ensemble de ses membres selon leurs métiers répartis en trois collèges (montres, composants, gros volume) dont la composition a été renouvelée le 7 juillet 2016 pour la période triennale 2016/2019 (voir ci-dessous). Le bureau est composé comme suit :

Président : M. Pascal Bole
Vice-présidents : MM. Jean-Pierre Bodet
Gérard Simon
Trésorier : M. Guillaume Butty

M. Butty succède à M. Paul Champagne qui a pris sa retraite.

M. Patrice Besnard est le délégué général.

COLLÈGE MONTRES

M. Philippe Bérard (SMB)
M. Jean-Luc Bernerd (MGH Lip)
M. Pascal Bole (Montres Ambre)
M. Pierre Burgun (Pierre Lannier)
M. Thierry Frésard (Saint Honoré)
M. Pierre-Michel Herbelin (Michel Herbelin)

COLLÈGE COMPOSANTS

M. Pierre Berthet (Berthet Horlogerie)
M. Gilles Buliard (La Pratique)
M. Guillaume Butty (Tena Butty & Robur)
M. Antoine Gérard (IMI)
Mme Françoise Miserez (FM Industries)
M. Gérard Simon (Sibra)
M. Sylvain Tatu (Fralsen)

COLLÈGE GROS VOLUME

M. Jean-Pierre Bodet (Bodet)
M. Michel Caron (Dimahor)
M. Nicolas Gorgy (Gorgy Timing)

PARTENAIRES ET INTERLOCUTEURS

- les services de la Commission européenne à Bruxelles et à Berne
- les élus du Doubs et de Franche-Comté en raison de la forte présence de l'industrie horlogère dans cette région
- les administrations centrales telles que la Direction générale des Entreprises (DGE)
- la Fédération de l'horlogerie et des activités connexes de l'Union européenne EuroTempus
- le Comité professionnel de développement économique (CPDE) Francéclat
- le Comité permanent de l'Horlogerie européenne (CPHE)
- la commission de normalisation horlogère Afnor, le Comité européen de normalisation (CEN) et le comité international ISO/TC 114
- le Comité de liaison des industries de main-d'œuvre (CLIMO)
- le Conseil Interprofessionnel de la bijouterie et de l'horlogerie (CIBH)
- la Société de développement de l'horlogerie (SDH)
- l'Union de la bijouterie et de l'horlogerie (UBH - détaillants)
- La Fédération nationale artisanale des métiers et de création du bijou, de l'horlogerie et des activités connexes (Fnamac)
- le Groupement des installateurs d'horlogerie d'édifices et d'équipements campanaires (GIHEC)
- le Conservatoire européen des cloches et horloges (CECH)
- l'Association française des amateurs d'horlogerie ancienne (AFAHA)

HORLOGERIE FRANÇAISE

— *le temps au quotidien*

TEXTES
Marie-Pia Coustans
& Daniel Galazzo

Glénat



 French times in Paris

 French Times In Paris

 @french_times_in_paris

www.cfhm.com

