



# Rapport d'activité 2021

« Il y a un temps pour tout,.. » Ecclésiaste



22, avenue Franklin Roosevelt  
75008 Paris - France  
Tél. : 33 (0)1 44 70 77 97  
[www.francehorlogerie.com](http://www.francehorlogerie.com)  
[www.lamontrefrancaise.com](http://www.lamontrefrancaise.com)  
[contact@cfhm.com](mailto:contact@cfhm.com)

siret : 784 358 673 00035  
code APE : 9411Z

# RAPPORT D'ACTIVITE 2021

## Année 2021- préparer l'avenir

### Conséquences du Covid :

Étude sur la réindustrialisation

Financement des entreprises: fonds sectorial HBJOAT et France Horlogerie/SDH

Retrouvez le fil des financements avec la plateforme Ariane

### Une nouvelle organisation :

Départ programmé du délégué général et arrivée de Jean-Pierre Bodet, nouveau président

Projet filière

### Fondation du Temps

## La reprise de l'événementiel

TimeWorld et assemblée générale de France Horlogerie

Salons suisses

Salons français

Participation aux réunions visio CPHE/EuroTempus/France Industrie/

France Industries creatives

Prospective : congrès chronométrie et journée marketing

## La transition écologique et l'innovation

Réunion d'information RSE

Lois AGEC et Climat

Club des compétences horlogères

## Dossiers

Crise Covid

Le temps synchronisé avec ALS 162

Les réseaux sociaux (bilan 2021) et le projet numérique (Chine/France)

EDI vers une mise en œuvre de la fiche produit en 2022

Impôts de production avec France Industrie

Normalisation

Taxes affectées

Convention collective de la métallurgie

Projet de concours des écoles d'horlogerie franco-japonais

## Rappel de quelques notions

Marquage cuir

Règles de marquage et d'origine : montres

Montres étanches et de plongée

## France Horlogerie et autres organisations

Ses partenaires et interlocuteurs

Ses missions

Son organisation

## Statistiques horlogères et adhérents

Production - Exportations et réexportations - Importations

Origine des produits horlogers mis à la consommation en France

Chiffre d'affaires hors taxes de 2019 à 2021 - Commerce extérieur français 2021

Adhérents

4

8

21

24

41

48

50

## CONSÉQUENCE DU COVID :

### Etude sur la réindustrialisation

Dans le cadre de France 2030 et de la stratégie portant sur la définition d'innovations de rupture pour l'industrie, le conseil d'administration a validé la proposition établie par le cabinet Square sur la **stratégie d'innovation responsable pour viser une réindustrialisation de l'horlogerie française**.

Il convient en effet de saisir l'opportunité du débat sur la relocalisation pour réfléchir aux évolutions possibles pour l'industrie française de la montre. Cette étude visera à :

- identifier les points de blocage à la relocalisation, non seulement au niveau du sourcing mais aussi à celui de la distribution. L'étude envisagera notamment l'examen d'un nouveau partage possible de la valeur ajoutée ainsi que l'adaptation de l'outil industriel aux séries courte et nouvelles contraintes RSE.

- déterminer les points différenciant de l'horlogerie française en matière d'innovation (matériaux, mouvement) y compris de rupture (nouvelles fonctionnalités et IoT).

Cette étude sera engagée par France Horlogerie, subventionnée par Francéclat, et se déroulera sur le premier semestre 2022. Parallèlement Francéclat va lancer une nouvelle étude sur les comportements et attentes des consommateurs après cette période de pandémie.

L'étude stratégique sur la filière devra être suivie d'un accompagnement pour la mise en œuvre des recommandations et leur appropriation par les entreprises.

### Financement des entreprises : fonds sectoriel HBJOAT et France Horlogerie/SDH

Un fonds sectoriel a été constitué par Francéclat avec Turenne Groupe qui répond à une demande formulée par France Horlogerie, notamment lors de la crise sanitaire pour renforcer les fonds propres de nos PME afin d'accompagner les entreprises réalisant un chiffre d'affaires de plus de 2 millions €. Francéclat a renforcé de 3 millions les fonds de la Société de Développement de l'horlogerie (SDH). Cette dernière a élargi son domaine d'intervention à la bijouterie et aux arts de la table. Mais si l'on veut consolider le retour au made in France, le conseil a constaté que cet outil ne couvrait pas les jeunes créateurs dans la mesure où la société qui demande un financement doit réaliser un chiffre d'affaires de 2 M€.

C'est pourquoi la Société de développement de l'horlogerie (SDH) conserve toute son importance et, fort de ses réserves financières de France Horlogerie, le conseil d'administration a décidé de prélever 200 000 € pour les affecter à un fonds dédié intégré à la SDH destiné aux jeunes créateurs d'entreprises. Il a été souligné qu'au-delà des fonds, un accompagnement et un suivi des jeunes créateurs devaient être prévus, notamment dans la compréhension des contraintes et cycles de fabrication.

Ce fonds sera bloqué pour une période initiale minimale de 3 ans. Il apportera son concours au financement de jeunes entreprises relevant de l'industrie horlogère, en phase de démarrage ou de reprise et exclusivement adhérentes de France Horlogerie.

Le montant des interventions sera compris entre 10 000 € et 40 000 € (apport en compte courant, participation au capital, émission d'obligations convertibles ou non).

Les décisions d'intervention seront prises par le directoire de la SDH après avis consultatif du bureau du conseil d'administration de France Horlogerie.

La composition du directoire de la SDH a fait l'objet d'un renouvellement suite à la fin de son mandat avec le départ de Mme Françoise Miserez, MM. Guy Bessodes et Pierre Burgun au 31 décembre. Les nouveaux membres horlogers sont : MM. Pierre Berthet et Marc Epstein.

Par ailleurs, il a été demandé à la SDH d'étudier la mise en œuvre d'une garantie-prêt sur l'achat de mouvements.

# ANNÉE 2021- PRÉPARER L'AVENIR

## Retrouvez le fil des financements avec la plateforme Ariane

En janvier 2021, dans le cadre de son appartenance à France Industries créatives, France Horlogerie a été contactée par CEFIN (Conseil Expertise Finance) pour présenter le service d'accompagnement au financement (Finsearch) qui a été initié au départ par le secteur de l'Ameublement puis élargi à la filière Cuir, avec le soutien des organisations professionnelles de ces secteurs.

Pour France Horlogerie cette plateforme digitale répondait au souci, dans le maquis des aides, en particulier avec le plan de relance, de faciliter la recherche de financements pour les adhérents.

**Cette plateforme présente en effet l'intérêt majeur d'avoir été entièrement pensée dans le but de démocratiser l'accès au financement des TPE et PME.**

Elle s'appuie sur un parcours client intégré permettant aux dirigeants et à leurs équipes de proposer les financements appropriés selon l'entreprise et son projet, de monter son dossier de crédit, et de se mettre en relation avec le ou les partenaires sélectionnés afin de transmettre et piloter sa demande de financement (y compris avec des formulaires pré-établis).

C'est pourquoi France Horlogerie a plaidé pour que cette plateforme soit intégrée dans le cadre des actions collectives de Francéclat.

Sous le nom d'Ariane, elle est disponible depuis le 1er trimestre 2022 au lien suivant : <https://franceclat.finsearch.fr/app/#/home>

Le moteur de recherche intègre l'ensemble des solutions de financement existantes quelle que soit la taille de l'entreprise, le secteur d'activité, son origine géographique et le type de projet. Il n'y a pas de biais prêteur car ces derniers sont évalués selon des critères parfaitement objectifs.

Plus de 2 500 solutions provenant de 500 prêteurs et autres financiers sont intégrés dans cette plateforme qui comprend également les dispositifs Relance, régionaux et nationaux et toutes les solutions de la BPI, sans oublier les outils de la profession : SDH avec la mise en place prochaine du fonds France Horlogerie pour les jeunes entreprises, fonds Turenne...

L'approche est avant tout ouverte et non intrusive. Il n'y a pas d'identification du demandeur avant d'accéder à la mise en relation.

*Pour la filière horlogère, cette plateforme s'opère en partenariat avec les organisations professionnelles représentatives de la distribution (Union de la Bijouterie Horlogerie), de l'artisanat et de la réparation (Fnamac) et bien évidemment de la fabrication avec France Horlogerie.*

3 modules sont à disposition des entreprises, les deux premiers étant financés intégralement par Francéclat :

- module **AUTONOMIE**

A partir de l'espace personnel qu'elle aura créé, l'entreprise constitue, dépose et suit en toute autonomie sa demande de financement auprès des établissements proposant les 3 offres les plus adaptées.

- module **ACCOMPAGNEMENT**

Comme pour la formule "Autonomie" l'entreprise a accès à son espace personnel pour gérer de manière autonome sa demande de financement. Grâce à l'offre accompagnement, elle a accès à l'ensemble des offres de financement adaptées à sa demande (au lieu des 3 meilleures offres).

L'entreprise bénéficie d'un diagnostic personnalisé sur la faisabilité de son projet, du conseil sur les meilleures solutions adaptées à sa situation et d'une assistance dans la constitution et finalisation de son dossier de financement.

- module **PREMIUM**

Les experts-conseil de CEFIN réalisent un diagnostic du projet de l'entreprise, sélectionnent avec elle les offres les plus pertinentes, l'assistent dans le montage du dossier, prennent directement contact avec les financeurs et actualisent le tableau de suivi de la demande de financement.

# ANNÉE 2021- PRÉPARER L'AVENIR

## UNE NOUVELLE ORGANISATION :

### Départ programmé du délégué général et arrivée de Jean-Pierre Bodet, nouveau président

Lors du conseil d'administration de France Horlogerie tenu le 7 octobre 2021, M. Guillaume Butty (collège Composants) a annoncé aux administrateurs qu'il ne souhaitait pas solliciter un nouveau mandat de président à l'occasion du renouvellement triennal du conseil d'administration mi-2022, d'autant que son mandat a été confronté à la crise sanitaire qui l'a fortement mobilisé. M. Butty a en effet succédé mi-2018 à M. Pascal Bole (collège montres).

Ce renouvellement coïncidant avec le départ en retraite de M. Patrice Besnard, délégué général, il a proposé au conseil d'élire un nouveau président afin d'assurer dans les meilleures conditions une transition avec ce départ pour organiser la succession.

Selon une rotation bien établie, il revenait au collègue Gros Volume d'assumer la présidence et c'est M. Jean-Pierre Bodet qui été désigné.

Le départ en retraite du délégué général a conduit à procéder au recrutement en mai 2022, Mme Marie-Caroline Chapalain, en qualité de secrétaire générale et dont le profil permettra de mettre l'accent sur la communication autour de l'horlogerie française.

### Projet filière

La crise sanitaire a mis en évidence la question de la filière et de sa représentativité, notamment dans le cadre des discussions avec les pouvoirs publics sur les soutiens à apporter lors de la fermeture des commerces qui ont impacté l'amont et l'aval.

Une proposition de statuts a été adressée aux administrateurs s'inspirant des expériences faites tant au sein de France Horlogerie que de France Industries créatives, tout en préservant l'indépendance et les spécificités de chacun.

De nombreux sujets sont en effet communs à toute la filière : taxe affectée et actions collectives, formations, normes environnementales (affichage, mise à disposition des pièces de rechange, réparabilité des produits), questions de distribution et de relocalisation.

Ce recrutement s'accompagnera de la mise en œuvre de synergies avec l'Union de la Bijouterie et de l'Horlogerie, notamment avec sa présidente-déléguée, Sandrine Marcot, et ses juristes.

- le conseil a validé le projet de convention entre l'Union de la Bijouterie et de l'Horlogerie de mise à disposition de moyens qui entrera en application le 1er juillet 2022. L'UBH mettra à disposition :

. sa présidente-déléguée qui, sous l'autorité du président de France Horlogerie, aura en charge de coordonner avec la secrétaire générale les missions générales et transversales au niveau de la filière horlogère : stratégie de la profession, représentation auprès des institutions ou des organisations professionnelles françaises, européennes et internationales, organisation ou participation à des événements liés à l'horlogerie, suivi de l'environnement sectoriel et des actions collectives menées notamment dans le cadre de Francéclat...

. ses moyens humains internes pour répondre aux demandes des adhérents en matière d'assistance réglementaire et juridique et de formation.

France Horlogerie mettra à disposition des adhérents de l'UBH ses divers éléments de communication (comme la circulaire hebdomadaire).

Ce projet a reçu un avis favorable de l'UBH (détaillants) et de la FNAMAC (distributeurs) dans le cadre d'une première étape pour la filière horlogerie qui regroupera l'amont et l'aval.

Le conseil d'administration a émis un préavis favorable sur la création de France Horlogerie Bijouterie - Filière.

Ce projet de confédération a été reporté afin d'organiser préalablement un état des lieux sur l'ensemble des forces et faiblesses des organisations professionnelles HBJO, d'envisager les synergies possibles et, surtout, de prendre en considération les attentes et les missions pour le syndicat professionnel du futur.

**L'étude sur les perspectives 2030 pour l'organisation de la filière HBJO**, notamment au niveau des services à apporter par les organisations professionnelles sera financée par Francéclat et les conclusions remises au plus tard mi-2022.

# ANNÉE 2021 - PRÉPARER L'AVENIR

## LA FONDATION DU TEMPS

Les travaux de réflexion se sont poursuivis en 2021.

Le comité de pilotage s'est réuni au mois de mai pour examiner le document de présentation des missions du projet de la Fondation du Temps qui a été présenté lors de l'assemblée générale de France Horlogerie du 2 juillet dans le cadre du congrès TimeWorld au Conservatoire national des arts et métiers.

La Fondation du Temps doit être la « maison commune » où laboratoires, entreprises, acteurs et utilisateurs du Temps pourraient se rencontrer régulièrement pour transposer le concept de temps dans les usages.

La nécessité de développer la communication sur les compétences françaises en matière de Temps Fréquence a été mise en évidence. Cette communication doit diffuser à l'ensemble des acteurs économiques la notion de temps légal synchronisé, traçable et certifié, notamment dans le cadre de la cybersécurité et l'IoT.

En outre, l'approche ne peut plus être réduite au niveau du temps légal français mais s'ouvrir à une perspective européenne et la Fondation doit pouvoir accompagner le développement de formations pour sensibiliser les utilisateurs du temps à son usage.

**La Fondation aura pour vocation de changer la notion d'impact du temps sur le monde par une meilleure synchronisation de l'humain et de la machine entre eux.**

Le public visé concernera l'ensemble des professionnels européens privés et publics pour qui le temps a une influence sur leur activité et les particuliers sensibilisés à leur synchronisation et à l'air du temps.

A cours de l'assemblée générale, les deux axes retenus pour la Fondation du Temps ont été présentés :

- 1er axe : le **temps synchronisé scientifique et technique** pour défendre la cause de la mesure et du contrôle du temps.

L'accent doit être mis sur la prise de conscience d'une nécessaire synchronisation des technologies en vue de bénéficier d'une heure fiable, certifiée (temps légal français), précise, traçable, identique et sécurisée. Cette synchronisation couvre de multiples acteurs (transport, énergie, banques, notaires...) qui n'ont pas toujours conscience des enjeux. Elle concerne les champs non seulement de l'horlogerie mais celui de l'ensemble de l'IoT.

Qui plus est, la Fondation visera à promouvoir le rôle joué par la France en matière de Temps Fréquence

- 2ème axe : le **temps synchronisé humain et sociétal** : la Fondation pourrait ainsi soutenir des travaux de chercheurs, penseurs, sociologues, anthropologues qui réfléchissent à la perception et la gestion du temps selon les individus (à titre d'exemple : le débat sur le changement d'heure aurait bien besoin d'une vision éclairée plus qu'émotionnelle ou celui sur les mobilités urbaines et le télétravail pour les villes).

Elle assurera la promotion des acteurs (produits, applications, savoir-faire, formations et écoles, restauration et valorisation du patrimoine, savoir-être). Elle encouragera les partenariats, accords stratégiques inter-entreprises sur des sujets transversaux (organisation des cycles et temps de production). Ces thématiques seront complétées par des conférences, des événements ou l'organisation de think-tanks sur des sujets ciblés.

Après la définition du périmètre d'actions présenté à l'Assemblée générale, le 2d semestre 2021 a été consacré à l'adaptation des éléments de langage aux cibles potentielles.

Outre la recherche d'ambassadeurs et de financeurs au cours de l'année 2022, l'objectif est de mettre sur les rails cette fondation d'utilité publique au plus tard fin 2022, après la validation du projet par le ministère de l'intérieur puis après avis du Conseil d'Etat, la création fera l'objet d'un décret pris par le Premier ministre.

# LA REPRISE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

## TIME WORLD ET ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE FRANCE HORLOGERIE

France Horlogerie a participé au congrès TimeWorld qui s'est déroulé du jeudi 1<sup>er</sup> juillet au samedi 3 juillet au Conservatoire national des Arts & Métiers à Paris.

Organisé par Innovaxiom, TimeWorld, est un congrès scientifique mondial qui, à partir de la trame du temps irriguant toutes les disciplines, expose la science sous toutes ses formes, théoriques, appliquées et prospectives.

Pour sa deuxième édition, après la Cité des Sciences et de l'Industrie à La Villette en 2019, à laquelle France Horlogerie avait déjà participé, ce sont 90 conférences, 6 tables rondes, 3 spectacles en soirée qui ont été organisés autour du thème « Le hasard ». Qu'il soit mesuré, vivant, dans l'art, perçu, ce thème a réuni des experts, scientifiques, industriels, universitaires d'horizons aussi divers que le spatial, l'astrophysique, la culture, l'art, la philosophie comme par exemple :

- Etienne Klein : *Qu'est-ce que le hasard ?*
- Georges Lewi : *Le hasard a-t-il sa place en marketing ?*
- Marc-Eric Bobillier-Chaumon : *Quel est le rôle du hasard dans la dispersion numérique du travail ?*
- Gérard Berry : *Le hasard et le temps font-ils bon ménage dans nos têtes ?*
- Hubert Reeves : *Quel est le rôle du hasard dans l'évolution du cosmos ?*

Dans un contexte sanitaire encore défavorable et avec une jauge limitée, ce congrès a accueilli 3 650 personnes sur 3 jours (entreprises, scientifiques, universitaires, étudiants et grand public). Cette manifestation a fait l'objet d'une cinquantaine de retombées médias de la chaîne TV (France 24), radio (RTS), quotidien (Le Monde) et web.

L'ensemble des conférences a été mis sur les réseaux sociaux entre juillet et août.

En l'absence d'événement professionnel depuis le démarrage de la crise sanitaire Covid 19 en mars 2020, la participation de France Horlogerie répondait aux objectifs suivants :

- contribuer à la notoriété de l'horlogerie française en s'insérant dans un événement français en lien avec le temps avec un public averti,
- réunir les adhérents de France Horlogerie en assemblée générale, cette dernière ayant dû être annulée en 2020,

- présenter les propositions du comité de pilotage sur le projet de Fondation du Temps afin de pouvoir engager la 2<sup>e</sup> étape en vue de sa constitution.

La participation de France Horlogerie a bénéficié d'un cofinancement de Francéclat, de la collaboration de la ville de Morteau (Musée d'horlogerie), de la FNAMAC (artisans), de l'Union de la Bijouterie Horlogerie (détaillants), du Groupement des installateurs d'horlogerie d'édifices et d'équipements campanaires (Gihec), du Conservatoire européen des cloches et horloges (CECH) et, bien évidemment, des adhérents de France Horlogerie.

Celle-ci était organisée autour :

- de kakémonos informatifs sur les savoir-faire et l'histoire de l'horlogerie française,
- de 21 vitrines présentant les produits horlogers :
  - . montres : Berthet, Fob, Hegid, Judex, Lip, Marie&Louis, MatWatches, Michel Herbelin, Pierre Lanier, Phenomen, Reservoir, Routine, Semper & Adhuc, Sye, Yema
  - . composants : Cheval frères/groupe IMI, Fransen/groupe Timex, La Pratique, Sibra, Silmach, TBRP Group
  - . horloge de gare : Bodet
  - . pièces du musée d'horlogerie de Morteau
- des films présentant les entreprises, marques et artisans membres soit de France Horlogerie comme BH Technologies, Dimahor, de la Fnamac ou du Gihec, mais également sur la labellisation UNESCO et l'histoire de l'horlogerie française.



# LA REPRISE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

## Time World et Assemblée générale de France Horlogerie

3 postes d'animation : assemblage et contrôle, conservation, restauration et réparation, on ne saurait oublier que les produits horlogers doivent pouvoir traverser le temps. C'est à un public qualitatif que Grégory Mauguin, conservateur du musée d'horlogerie de Morteau, François Simon-Fustier, maître d'art horloger et son responsable d'atelier de l'horlogerie de la Croix-Rousse, Robin Putinier, Jacques Bianchi, maître-artisan horloger à Marseille, ont pu présenter les différentes facettes de leur métier.

Quel point commun entre un médecin-urgentiste et ancien secrétaire d'Etat à l'action humanitaire, des scientifiques du Cnrs, un professeur d'université de Montréal, un artiste, un pilote de voltige aérienne, un amateur de montres...? C'est tout simplement LE TEMPS !

France Horlogerie a réalisé un leaflet sur l'horlogerie française et ses acteurs qui a été remis à tous les congressistes en même temps que la brochure relative au programme de TimeWorld.

### 2 Jeux-Concours autour du Temps

La quinzaine précédant le démarrage du congrès, deux concours ont été organisés autour du Temps avec deux revues scientifiques Sciences et Vie et Pour la Science auxquels ont répondu un peu plus de 2 000 personnes.

Outre des entrées gratuites pour les 3 jours du congrès TimeWorld, 5 marques ont offert des montres aux lauréats : Judex, Lip, Marie & Louis, Pierre Lannier et Yema.

### Table ronde des horlogers

Ce congrès a aussi été l'occasion de consacrer l'une des 6 tables rondes à l'horlogerie avec une prise de parole de plusieurs acteurs représentatifs.

Le thème portait sur l'interrogation suivante : « *La mesure du temps supporte-t-elle le hasard ?* ». De la restauration d'horloges anciennes avec modélisation 3D pour retrouver la précision des pièces d'origine, au Temps légal français, la recherche de la précision du Temps a toujours été la préoccupation des horlogers et de ses utilisateurs. Si le temps est partout, d'où provient ce temps ?



Considéré comme produit non essentiel durant la crise sanitaire, le commerce spécialisé de la montre témoigne pourtant de l'attachement de l'homme au temps. De l'internet des objets à la smart city, le recours aux nouvelles technologies ne saurait se contenter d'un temps « hasardeux » qu'il s'agisse des transactions bancaires, de l'éclairage urbain ou de la régulation du trafic aérien ou ferroviaire. Temps légal, temps sécurisé et traçable.

# LA REPRISE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

## TIME WORLD ET ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE FRANCE HORLOGERIE

Cette table ronde a réuni vendredi 2 juillet :



- Sandrine Marcot : présidente déléguée de l'Union de la Bijouterie Horlogerie, organisation professionnelle qui regroupe les magasins spécialisés.

- Fabrice Pougez : fondateur de la marque de montres MATWATCHES qui a fait le buzz avec la montre Eggmaster.

- Joseph Roy : responsable des affaires techniques chez Bodet, entreprise créée en 1868 qui de l'horloge d'édifice aux serveurs diffuse le temps légal français sous toutes ses formes.

- Sébastien Teot : directeur de la start up SCPTIME qui œuvre dans le temps numérique.

- Philippe Badaroux : co-fondateur de BH Technologies spécialisé dans l'éclairage urbain et président du cluster Lumière.

- François Simon-Fustier : maître d'art horloger de la Croix Rousse contribuant à restaurer des horloges qui ont plusieurs siècles d'existence et propose un modèle de numérisation des horloges anciennes avec un projet « CHRONOSPEDIA » pour mise à disposition des principaux plans de mouvements d'horlogerie ancienne (par exemple mouvement de Paris).

Près de 80 personnes ont assisté à cette table ronde, relayée ensuite les réseaux sociaux au lien youtube suivant :

<https://www.youtube.com/watch?v=Au6QygCKKMs>

### Assemblée générale de France Horlogerie

Organisée vendredi 2 juillet 2021 dans la salle des conférences du musée des Arts et Métiers, cette assemblée a aussi réuni des représentants du ministère de la Culture, de la Ville de Paris, des écoles d'horlogerie, de l'Agence nationale des fréquences, du groupe TDF, des journalistes, des organisations de la filière...

Sont notamment intervenus :

- Mme Laurence Honnorat, fondatrice d'Innovaxiom, qui a présenté les objectifs du congrès Timeworld et de sa déclinaison annuelle, l'année 2021 étant consacrée au hasard, l'année 2022 connaîtra deux sessions, l'une sur l'intelligence artificielle à Montréal et l'autre sur la construction à Paris.

- Le professeur Marc Himbert, titulaire de la Chaire de Métrologie et président de l'Assemblée des Chaires du Conservatoire national des Arts et Métiers, a présenté les activités du Cnam. Un salarié sur dix en France bénéficie au cours de sa carrière d'une formation dispensée par le conservatoire qui « forme les talents depuis 1794 » !

- Le docteur Xavier Emmanuelli qui a témoigné de son expérience de médecin-urgentiste, du Samu social et de secrétaire d'Etat à l'urgence humanitaire... a constitué un temps fort de réflexion sur notre rapport au Temps. Il a notamment souligné que la conjonction de l'exclusion avec la perte de repère au temps.

En réponse à la question « Qu'est-ce que le Temps ? » deux courtes vidéos réalisées par TimeWorld ont été présentées avec les interventions de Sari Hijii (Montres Fob) et de François Simon-Fustier (maître d'art horloger).

Enfin le projet de Fondation du Temps a été présenté par le délégué général de France Horlogerie, avec la synthèse des missions envisagées par le comité de pilotage (voir article page 7).

La conclusion a été donnée à l'occasion de la conférence donnée en fin de congrès par Yann Le Cocq (Observatoire de Paris – LNE/Syrté) ou un membre du public a fait part de sa découverte avec intérêt de la tradition et du savoir-faire horloger de la France au travers de l'exposition présentée à TimeWorld, conjuguée à la découverte de l'Excellence française en matière du Temps Fréquence.

Ce sera l'un des objectifs de la Fondation du Temps de faire reconnaître et d'amplifier cette excellence.

# LA REPRISE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

## Salons suisses

### GENEVA WATCH DAYS

Ces journées se sont déroulées du 30 août au 3 septembre avec un espace de présentation des marques pour le public et de conférences.

Parmi ces conférences, M. Emeric Delalandre co-fondateur d'HEGID a fait part de son témoignage dans le cadre du débat sur la nouvelle génération dans l'industrie horlogère de luxe.

### SALON EPHJ

Reporté deux fois, Le salon EPHJ, réunissant toutes les compétences de la haute précision et de l'innovation en horlogerie-joaillerie, microtechnologies et technologies médicales, s'est déroulé du mardi 14 au vendredi 17 septembre 2021 à Palexpo, à Genève.

Plusieurs adhérents de France Horlogerie y ont exposé : Alliance, Groupe IMI (Cheval Frères, Hardex, Laser Cheval), Fleurus, FM Industries, Sibra et UNDF.



Même avec un nombre significatif d'exposants en moins (530 mais 102 nouveaux) et une fréquentation plutôt molle le 1er jour, il semblerait que le visitorat ait été plus qualitatif avec des intentions de développement de nouveaux projets.

L'orientation du climat des affaires a été jugée en conséquence de façon positive, d'autant que l'absence de certains exposants a permis à ceux qui étaient présents d'enregistrer de nouveaux contacts.

### Trophée du grand prix des innovations remarquables

Même si elle n'a pas remporté le trophée, saluons la performance de la start up française Vulkam qui a participé au club des compétences horlogères en janvier dernier, qui a fait partie des 5 entreprises nommées (voir page 23).

Basée à Grenoble, elle propose une chaîne industrielle innovante en 3 étapes adaptée à la production de micro-composants horlogers en Alliages métalliques amorphes : production de la matière première, préforme par thermomoulage et finition par découpage laser, électro-érosion ou décolletage.

Elle proposait durant l'EPHJ deux nouvelles familles d'alliages :

- la première composée d'alliages amorphes à base de zirconium et spécifiquement développée pour le domaine médical et plus particulièrement pour l'instrumentation,
- la seconde à base de nickel pour proposer des alliages à haute résistance et durabilité pour des micro-mécanismes, en particulier les composants horlogers.

<https://www.vulkam.com>

Des conférences ont été organisées durant le salon parmi lesquelles :

Alliance Mim – L'avantage des aciers sans nickel dans l'industrie horlogère

Jusqu'où ira la reconfiguration du marché horloger ?

Alliance Mim : Comment l'horlogerie peut-elle être le moteur d'une industrie future plus responsable ?

Traçabilité et durabilité : les nouvelles exigences de l'horlogerie sur les fournisseurs

# LA REPRISE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

## 24 HEURES DU TEMPS À BESANÇON

Cette édition s'est déroulée sur une seule journée samedi 19 juin.

Les animations ont cette fois-ci été proposées sur les deux sites suivants :

### Site ENSMM

Ce site a été dédié aux formations avec la présence des établissements comme le lycée horloger Edgar Faure de Morteau, le Greta du Haut-Doubs... Il était aussi possible de visiter le laboratoire Temps-Fréquence, le public a aussi pu participer à un jeu-concours autour du thème ENSMM et Temps.

Un cycle de conférences s'est également tenu avec :

- Nicolas Prêtre (horloger), Évolution de notre référentiel au temps – Cas concret de la tour de l'horloge d'Auxerre.
- Michel Bourreau (horloger mécanicien), Présentation du projet « l'Horloge qui penche »
- François Boinay (Office du Tourisme Pays Horloger, passionné d'histoire de l'horlogerie), Les Orlogeurs et la contrebande à la frontière franco-suisse.
- Jérôme Margueron (chercheur CNRS, Institut Lumière Matière de Lyon), Le temps et la mesure ultime du rayon des pulsars
- Guy Semon (ex-CEO de Tag Heuer), Nanotechnologies et horlogerie

### Site du Palais Granvelle – Musée du Temps

La cour du Palais Granvelle intégrait la Bourse horlogères avec une vingtaine de participants.

Plusieurs marques ont aussi participé afin d'échanger avec les visiteurs, soit dans des stands, des vitrines ou dans le cadre du magasin Utinam situé en face du Musée du Temps, parmi lesquelles les adhérents de France Horlogerie : Berthet, Dodane, Fob, Fugue, Hegid, Lip/SMB, MatWatches, Phenomen, Pequignet, Utinam.

A noter, aux côtés des musées d'horlogerie de Besançon et de Morteau, la présence pour la première fois des musées suisses de La Chaux-de-Fond et du Locle qui illustre la synergie créée par le label UNESCO sur le savoir-faire horloger de l'Arc jurassien.

Des visites guidées du Musée du Temps (sur réservation) ont été organisées autour :

- de l'exposition « *Transmission* » autour de la labellisation UNESCO du savoir-faire horloger de l'Arc jurassien franco-suisse.
- des complications horlogères des premiers mécanismes complexes aux grandes complications.
- des outillages horlogers au savoir-faire d'antan, une longue histoire de transmission.
- des grands horlogers à la quête de la précision de 1700 à 1900.
- du Solstice d'été – le jour le plus long.

L'Observatoire de Besançon, l'atelier Utinam et le musée Maty ont aussi ouvert leurs portes aux visiteurs.

# LA REPRISE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

## Salons français

### JOURNEES D'ACHAT

C'est devenu pour les détaillants français l'événement horloger incontournable sur Paris. Elles se sont déroulées du dimanche 5 au lundi 6 septembre avec une bonne fréquentation et le plaisir partagé de se retrouver en présentiel !

Plusieurs de nos adhérents étaient présents : SMB, ZRC qui présentait la marque Bouveret (bracelets cuir) reprise au début de cette année, MRC, Pierre Lannier, Michel Herbelin et sa société de distribution Wide (dont les montres Saint Honoré).



### GLOBAL INDUSTRIE

Il s'est déroulé à Lyon-Eurexpo du lundi 6 au jeudi 9 septembre.

Le pavillon de Bourgogne Franche-Comté regroupait une quarantaine d'entreprises parmi lesquelles l'un de nos adhérents, la société Fralsen (Timex Group) pour la fabrication de pièces microtechniques de précision.

La conférence nationale de l'Industrie a eulieu le 1er jour avec la participation de la ministre Agnès Pannier-Runacher, Alexandre Saubot, président de France Industrie et, en clôture, le Premier Ministre. Ce dernier a notamment annoncé une dotation complémentaire de 150 M€ pour le programme « Territoire d'industrie » dans le cadre de la relance et la relocalisation qui a pu bénéficier à certains membres de France Horlogerie.



Au cours d'un débat sur la relocalisation organisé dans le cadre du salon, plusieurs intervenants ont souligné la nécessité d'améliorer la compétitivité des entreprises, avec la nécessité de moins ponctionner le travail, en soulignant que ce point est d'autant plus aigu pour les zones proches de la Suisse.

# LA REPRISE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

## Salon Made in France

Du jeudi 11 au dimanche 14 novembre à Paris (Parc des expositions de la Porte de Versailles), cette 9<sup>e</sup> édition a réuni plus de 800 exposants et devient, après le salon de l'Agriculture, où les politiques doivent se montrer.

Ce salon est sectorisé soit en fonction des régions, soit en fonction de l'activité (mode, décoration, ameublement...).

2 exposants horlogers étaient présents dont notre adhérent Semper & Adhuc et la jeune marque Gustave qui, partie de la fabrication de nœuds papillon et de chaussettes, se positionne de plus en plus vers la montre qui est assemblée sur Besançon. Il est envisagé une participation de l'horlogerie française pour 2022.



## PARTICIPATION AUX RÉUNIONS VISIO CPHE/EUROTEMPUS/FRANCE INDUSTRIE/ FRANCE INDUSTRIES CRÉATIVES

### RÉUNIONS DE L'HORLOGERIE EUROPÉENNE EN ALLEMAGNE



Le Comité permanent de l'horlogerie européenne (CPHE) s'est réuni vendredi 15 octobre 2021 à Furtwangen sous la présidence de M. Jean-Daniel Pasche. La délégation française était composée de MM. Pierre Burgun et Patrice Besnard.

#### conjoncture horlogère

Du côté du consommateur, on assiste au développement de son intérêt pour le marché de seconde main tout comme des attentes sur la transparence en matière de chaîne d'approvisionnement, de durabilité des produits dans un contexte de préoccupation croissante envers le changement climatique.

#### réglementations environnementales : un sujet de préoccupation constant :

Les évolutions réglementaires ont en matière de normes environnementales fait l'objet d'un large échange avec :

- pour la **France**, l'impact à venir des lois AGEC et Climat qui portent sur l'indice de réparabilité des produits, la mise à disposition des pièces de rechange, l'affichage environnemental et l'empreinte carbone,

# LA REPRISE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

## RÉUNIONS DE L'HORLOGERIE EUROPÉENNE EN ALLEMAGNE

- pour l'Union européenne :

. la révision de la **directive européenne 2006/66/EC relatives aux piles et accumulateurs** ainsi qu'aux déchets de piles et d'accumulateurs. En concertation avec l'Association européenne des batteries portables (EPBA), le CPHE a pris position. Le rapport publié par l'Öko-Institut en début d'année inclut différentes options et suggère de ne pas retenir l'interdiction des piles primaires non rechargeables.

### RoHs et Reach

La profession est toujours en attente de la prolongation de l'exemption du plomb pour les composants horlogers.

Une **restriction concernant l'acide undécafluorohexanoïque (PFHxA)** est actuellement en cours d'évaluation dans le cadre de Reach. Ce projet vise à limiter la fabrication, l'utilisation ou la mise sur le marché de ces substances. Les épilames (solutions permettant aux lubrifiants d'éviter de se répandre) étant essentiels au fonctionnement des mouvements mécaniques et à quartz, une exemption horlogère est nécessaire.

**La question de la révision de Reach avec l'introduction de la notion « d'usage essentiel »** justifiant l'autorisation ou non des substances les plus dangereuses pour les produits destinés aux consommateurs et professionnels, constitue un sujet de préoccupation. La Commission UE souhaite en effet accélérer les procédures et raisonner par famille de produits.

Cette stratégie va conduire à un changement majeur d'approche des risques pour REACH avec :

- la priorisation des dangers par rapport à la maîtrise des risques, ce qui constitue une inflexion par rapport à l'approche initiale de REACH,

- la restriction en conséquence des usages si le produit ne présente pas un caractère « essentiel », définition à venir sur laquelle il va falloir être très attentif,

- raisonnement par famille de produits qui couvrent des secteurs et des usages différents, avec le risque de voir certains produits disparaître même si leur utilisation est indispensable quand bien même cela représenterait de très faibles quantités (borax par exemple).

France Horlogerie est aussi en contact sur ce sujet avec France Chimie et France Industrie.

En 2022 le CPHE a répondu à une consultation appelant l'attention que la mesure du temps constituait un usage essentiel. Les conclusions devraient être connues fin 2022/2023.

### Chine

Suite aux interventions du CPHE en fin d'année auprès de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), le projet de norme chinoise sur les substances dangereuses pour les montres a pu être renvoyé au comité de normalisation chinois, ce dernier ayant réajusté la norme en tenant compte des observations formulées.

A cette occasion, la pertinence d'un projet de norme internationale sur les questions de certification, de traçabilité et de tests a été soulignée pour aider les entreprises dans la constitution des dossiers et documents à fournir, à adapter toutefois en fonction des réglementations locales. Des travaux devraient être a priori lancés sur ce sujet dans le cadre du comité ISO TC 114 (normalisation horlogère).

### Marquage et origine

A la demande des fabricants horlogers locaux la marque "**Made in Glashütte**" est protégée de manière exclusive pour les montres.

Un échange a eu lieu sur la notion d'**indication géographique (IG)** en France dont la loi dite « Hamon » du 17 mars 2014 a élargi le bénéfice des IG, jusque-là réservé aux produits agricoles, aux secteurs industriels et artisanaux.

En ce qui concerne la mise en œuvre de la réglementation sur le **Swiss made**, si la délégation suisse observe qu'elle n'a pas vraiment affecté le volume des échanges pour les composants importés vers la Suisse, il est certain que certaines marques ont renoncé à son utilisation, ce qui peut aussi expliquer pour partie la baisse en quantité des exportations suisses de montres.

### Accords de libre échange

Dans le contexte du post-Brexit, il a été procédé à un échange d'informations en ce qui concerne le fonctionnement des accords (marquage d'origine, conformité aux réglementations...)

# LA REPRISE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

## RÉUNIONS DE L'HORLOGERIE EUROPÉENNE EN ALLEMAGNE

### Identification des montres connectées dans les échanges

Où classer les montres connectées ? Les débats sur le classement des montres connectées ont eu lieu à l'Organisation mondiale des douanes (OMD) dans le cadre de la révision du Système harmonisé 2021. Ils n'ont pas abouti à une décision contraignante. Les administrations nationales ont donc le choix entre les chapitres 85 (produits électroniques) et 91 (horlogerie).

La question reste d'importance à un double niveau :

- d'une part, il est difficile d'appréhender les échanges réels dans la mesure où les montres dites connectées sont mélangées avec d'autres produits électroniques,

- d'autre part, le taux éventuel des droits de douane n'est pas le même selon la position retenue.

### Salons professionnels horlogers : quel avenir ?

Un débat a eu lieu sur la multiplication des salons horlogers en Suisse. Les représentants allemands et italiens ont indiqué qu'il n'y avait que peu d'espoir de voir revenir la bijouterie dans la mesure il existe des offres alternatives dans le monde avec des salons plus significatifs.

On constate aussi un début de césure entre l'offre montres mécaniques/haute horlogerie et le reste. Dans un certain sens, il est en train de se constituer autour de Genève une « Swiss Watch Week ».

Plusieurs acteurs horlogers s'intéressent davantage à l'organisation d'événements plus localisés et ciblés, d'où le désintérêt pour revenir à des grand-messes comme Baselworld, avec pour corollaire un réexamen des coûts.

Le modèle de salon post-Covid 19 reste manifestement encore à trouver.

### - Changement de présidence et secrétariat à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2022

Conformément à la rotation prévue par les statuts, l'organisation du CPHE sera la suivante à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2022 pour la période triennale 2022/2024 :

- Présidence : M. Mario Peserico (UE-Assorologi)

- Vice-présidence - Suisse : M. Jean-Daniel Pasche (Fédération de l'Industrie horlogère suisse)

- Secrétaire général : M. Patrice Besnard (UE-France Horlogerie)

- Secrétariat délégation suisse : M. Maurice Altermatt (Fédération de l'Industrie horlogère suisse)

# LA REPRISE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

## FRANCE INDUSTRIE

France Industrie tient à chaque début de mois une réunion des délégués généraux des organisations professionnelles dont M. Patrice Besnard, directeur délégué de France Industries créatives, avec des sujets d'intérêt pour l'horlogerie :

- l'élargissement du champ d'action des travaux de « **médiation filière** » pour les **relations clients/**

**fournisseurs** engagés par certains comités stratégiques, notamment pour le respect des délais de

paiement (désignation d'un médiateur de filière, élaboration de chartes d'engagements avec comité

de suivi, réalisation de sondages anonymes auprès des PME...);

- le **comportement des assureurs** au niveau des contrats/tarifations imposés, point sur lequel France Horlogerie à mener une enquête pour la relayer auprès de France Industrie.

- **la loi Climat** (voir page 22)

### - **Stratexio – accélérateur Export et Internationalisation des PME**

Stratexio s'adresse aux chefs d'entreprises dont le CA est compris entre 1 et 300 M€.

Le programme accompagne les entreprises dans leur développement international : structuration du service export, refonte de la stratégie d'internationalisation, élaboration d'une feuille de route export, mise en place et l'animation d'un réseau de distributeurs, l'ouverture de filiales commerciales, conclusion d'accords de distribution...

Elle permet au chef d'entreprise de participer à 5 journées club avec un expert de l'international, à des webinaires mensuels, à accéder à un réseau de 130 experts techniques et géographiques, à des partages d'expérience d'entreprises de secteurs différents...

Le coût de la formation est de 4 500 € ht qui peut être pris pour partie en charge dans le cadre de la formation (OPCO21) ou le chèque Export.

Il existe actuellement 18 clubs organisés autour de secteurs (ameublement, mode et luxe) de régions (un club est à créer en Bourgogne Franche-Comté), par pays cible (Afrique, Chine auquel participe déjà l'un de nos adhérents).

A noter que l'entreprise Pierre Lannier a participé au club consacré à la Chine.

### - **Activité industrielle**

Régulièrement le point a été a été fait sur l'activité manufacturière en France et en Europe, en particulier avec les tensions sur :

- les tensions sur la logistique et les matières premières dont l'acier, avec pour corollaire un renchérissement des coûts,

- la difficulté des recrutements : avec 70 000 emplois à pourvoir dans l'Industrie selon Pôle Emploi

- l'augmentation à venir des coûts de l'énergie.

### - **France 2030**

Le projet de loi de finances a inscrit une ligne de crédit budgétaire de 3,5 milliards € (investissements d'avenir) avec un lancement au 1<sup>er</sup> janvier 2022.

il est prévu que France 2030 puisse bénéficier à tout type de porteur de projet (startups, PMI/ETI pour au moins 50 %.

C'est dans ce cadre que s'inscrit l'étude conduite sur le 1<sup>er</sup> semestre 2022 sur la relocalisation.

- du lancement du logo « Fabriqué en France » avec plus de 1000 téléchargements du kit depuis le 11 novembre. Pour mémoire les entreprises dont les produits répondent aux critères peuvent télécharger celui-ci au lien suivant :

<https://www.franceindustrie.org/formulaire-kit-communication/>

# LA REPRISE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

## France Industries créatives

Animée par MM Pierre-François Le Louët, président, et Patrice Besnard, directeur délégué, France Industries créatives a organisé plusieurs visioconférences en 2021 autour de différentes thématiques :

### crise Covid-19 et l'appartenance à France Industrie.

Dans le contexte actuel, la baisse amorcée des impôts de production confirme l'intérêt d'être regroupé au sein de France Industrie afin de faire valoir l'intérêt de nos PME comme cela avait été le cas pour la justification des financements par taxe fiscale affectée des outils collectifs.

Par contre, le bilan reste largement mitigé sur les demandes sectorielles auprès du Gouvernement dans le cadre du plan de relance avec le souhait d'un plan spécifique sur les industries créatives. Il est en effet à noter que bon nombre d'entreprises impactées par la fermeture des commerces (cas des fabricants et grossistes en horlogerie-bijouterie) n'ont pas pu bénéficier des mesures de soutien complémentaires (liste S1 bis), il y a là certaines incohérences dans la définition du champ.

### métiers d'art

France Industries créatives va œuvrer **pour la reconnaissance du savoir-faire des PME** qui se situent entre les artisans et les grands groupes de luxe. Un certain nombre d'entre elles ne trouvent en effet pas leur compte dans les soutiens proposés par les pouvoirs publics.

Plusieurs contacts ont eu lieu avec le ministère de la Culture et l'Institut national des Métiers d'Art (INMA) afin de mieux intégrer les industries créatives dans leur périmètre de soutien et de réflexion pour le développement de l'excellence, comme c'est le cas à l'égard des industries culturelles. Cela suppose de s'accorder aussi sur les éléments différenciant des industries françaises concernées.

### Entreprise patrimoine vivant-EPV

Ce label est une marque de reconnaissance de l'Etat qui distingue les entreprises françaises aux savoir-faire artisanaux et industriels d'excellence. Il a pour objet d'apporter une médiatisation nationale voire internationale et de favoriser le développement de l'entreprise. Il s'accompagne d'un régime fiscal avantageux puisque le bénéfice du crédit d'impôt métiers d'art est porté de 10 à 15 % du montant des dépenses éligibles.

Ce label ne concerne pas que la gastronomie et les métiers liés à la culture ou à l'art. *Il vise aussi les métiers de l'industrie qui développent et utilisent des technologies de pointe, de la propriété intellectuelle à très haute valeur ajoutée et qui sauvegardent des fabrications traditionnelles.*

*Plusieurs entreprises horlogères sont labellisées EPV comme par exemple Berthet, Dimahor, Manufacture Vuillemin, Pequignet... D'autres peuvent parfaitement prétendre à ce label.*

### Formations

France Industries créatives a une vision commune sur :

. une **meilleure écoute et représentation de ses filières** dans le cadre du fonctionnement des commissions paritaires consultatives mises en place par l'**Education nationale** ;

. La réévaluation des heures consacrées à la pratique manuelle et à l'atelier car le **diplôme national des métiers d'art** a peu à peu évolué en ajoutant d'autres acquisitions de compétences (design par exemple) qui si elles peuvent trouver leur justification ont néanmoins pour conséquence de diminuer le quota des heures de pratique.

# LA REPRISE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

## France Industries créatives

### Crédit d'impôt métiers d'art (CIMA)

France Industries créatives doit aussi se préparer à défendre le renouvellement ce crédit d'impôt (qui inclut notamment le métier d'horloger) pour le projet de loi de finances 2023.

Au cours des différentes rencontres sur les métiers d'art, le président de France Horlogerie a insisté sur le fait que ceux-ci constituaient pour la France un vecteur d'excellence à promouvoir à l'exportation.

### Exportation

France Industries créatives a organisé plusieurs partages d'expérience autour de l'exportation dont la gestion fait actuellement l'objet de deux philosophies différentes selon les secteurs :

- . soit les fédérations en assurent directement la maîtrise avec un financement apporté par leur comité professionnel de développement économique : cas de l'ameublement et de l'habillement,
- . soit celle-ci est mise en œuvre par le comité professionnel de développement économique : cas de la céramique (arts de la table) et de l'horlogerie.

La question centrale a concerné l'accompagnement des entreprises avec la pandémie covid qui a provoqué l'interruption des salons et les présences/manifestations physiques à l'international. Comment se réinventer à l'export ?

Même si les avis restent partagés au regard de premières expériences de salons virtuels, la montée en puissance du numérique est cependant incontournable quand bien même nous assisterions à un retour d'événements physiques.

Les plateformes que mettent à disposition certains salons (par exemple celle du salon Maison & Objet <https://mom.maison-objet.com/fr> **présentent**) ont l'intérêt de présenter les marques et produits tout au long de l'année et il ne fait pas de doute qu'elles migreront vers du B to C.

Les échanges ont plus particulièrement porté sur les expériences en cours ou à venir sur l'organisation de pop up stores, d'événements phytiaux, la création ou la participation à des plateformes pour maintenir un contact régulier BtB au fil de l'année, l'utilisation de bases de données fiables au niveau des prospects et la présence sur certains pays cibles avec des prestataires spécialisés (Thaïlande, Vietnam...).

En ce qui concerne la mutualisation de moyens, si pour certains secteurs les acteurs de la distribution ne sont pas les mêmes comme pour l'ameublement (encore que l'horlogerie domestique est concernée par l'intérieur des maisons), une réflexion pourrait se poursuivre afin de toucher de façon plus unie les concepts stores et plateformes en jouant sur la carte du made in France.

Deux visioconférences ont également eu lieu avec Business France sur les mesures d'accompagnement pour relancer l'export (dont le dispositif chèque relance export qui a été prolongé sur 2022).

# LA REPRISE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

## Prospective : congrès chronométrie et journée marketing

La société suisse de chronométrie a tenu sa journée d'études mardi 28 septembre au Swisstech convention center à Lausanne.

Au-delà des conférences techniques sur la géométrie du tourbillon, les engrenages, les technologies de micro-fabrication et de l'aérospatiale au service de l'innovation horlogère, les défis de l'énergie dans les mouvements à quartz, relevons l'intervention de Thomas Baillod (Watch Trade Academy) sur le thème : « **Comment la vente d'une montre peut-elle changer la manière dont on la produit ?** » ;

Partant du constat que la Suisse est passée de 30 à moins de 15 millions de montres exportées en 20 ans alors que le chiffre d'affaires a été multiplié par 3 (voire 4 hors crise sanitaire), la question se pose sur quelle variable de profit ajuster.

Jusqu'à ces dernières années, c'est souvent vers le bas (les sous-traitants) que les marques se sont tournées pour compresser les marges, avec les délocalisations vers l'Asie. L'alternative a été de s'en sortir par le haut au point que les montres de plus de 3 000 CHF ont le plus fortement progressé mais c'est l'arbre (en terme de chiffre d'affaires) qui cache la forêt (en feu) avec la baisse des quantités notamment dans le milieu de gamme.

Dans le cadre de la Journée internationale du marketing qui s'est tenue le 4 novembre à La Chaux-de-Fonds une table ronde était animée par Valère Gogniat (journaliste du quotidien genevois Le Temps) autour du thème « Swiss made, quo vadis ? ».

Grégory Pons (Business Montres) a d'emblée dénoncé à la fois la complexité du Swiss made actuel et une certaine hypocrisie en s'appuyant notamment sur le fait qu'il subsistait un grand écart dans la comparaison entre les importations suisses de boîtes de montres et les exportations de montres terminées suisses.

Témoignant de l'expérience qu'il a eue avec sa marque, Alain Silberstein a relevé qu'il n'avait pas eu besoin de se positionner en Swiss made et que la problématique est davantage liée aux marques qui ne sont pas fortes. Il a aussi constaté qu'au départ le Swiss made s'est appuyé sur la qualité\* et l'innovation

Jérôme Biard (Rowenta-Henex) a précisé qu'il avait de nombreuses demandes de marques pour faire du Swiss made, ce dernier comme toute solution de compromis ne pouvant donner satisfaction à tous. Néanmoins le renforcement des critères a eu incontestablement un effet sur la baisse des quantités exportées de montres suisses et il s'est interrogé sur la possibilité d'un Swiss made avec plusieurs niveaux ou étoiles\*\*.

La nouvelle voie qui s'offre à l'horlogerie est de rechercher du côté de la distribution et de dépasser en conséquence la logique du prix sortie-usine, d'autant que le numérique et la relation directe avec le consommateur poussent en ce sens.

M. Baillod estime que deux-tiers du prix d'une montre vendue au détail financent la distribution.

La question est de savoir vers où affecter la marge récupérée. Pour les groupes financiers, ce serait l'augmentation des dividendes mais attention aux clients de moins en moins naïfs !

D'autres solutions existent : redonner aux clients ce gain de marge sous forme d'expérience client, de produit moins cher ou de renforcer l'offre en Swiss made.

La redistribution des marges passe donc par une autre manière de vendre la montre et le réinvestissement dans l'outil industriel suisse.

Avec la crise sanitaire, la question de la relocalisation par rapport aux approvisionnements en Chine reprend toute sa vigueur car au-delà du renchérissement des coûts et des questions de logistique :

- on assiste à une mutation vers des séries plus courtes -voire artisanales- qui imposent de faire évoluer l'outil industriel,

- la Suisse n'a pas forcément toutes les capacités industrielles, en particulier pour l'habillage, et la relation avec des fournisseurs européens pourrait être renforcée.

En conclusion, un Swiss made peut-il se fonder sur le seul élément différenciateur que constitue l'origine ? Il est incontestable que la montée en puissance de la RSE, de l'économie circulaire sont en train de changer la donne et constituent un axe de réflexion pour le faire évoluer.

---

\* l'ordonnance du 23 décembre 1971 sur l'utilisation du nom Suisse pour les montres exigeait le passage au contrôle technique, exigence qui a été supprimée dans les années 80.

\*\* Non lié à l'origine du produit, l'ex-Cetehor, centre technique de l'horlogerie, disposait d'une certification de qualité 2 et 3 étoiles qui a été abandonnée suite à la demande de la distribution spécialisée car essentiellement utilisé à la fin par la GMS.

# LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET L'INNOVATION

## RÉUNION D'INFORMATION RSE

France Horlogerie a organisé une visioconférence réunion autour de la RSE/Economie circulaire mercredi 10 février où ont été abordés les thèmes suivants :

### Simplifier l'expérience après-vente

La question des réparations constitue un sujet de fidélisation - mais aussi de litige - pour les clients HBJO.

La société Revers.io a présenté une plateforme pour la création et le suivi d'un dossier de service après-vente :

- pour le client, elle lui permet de faire une demande de SAV en toute autonomie et de suivre son traitement,
- pour la marque, elle offre un back office opérationnel permettant de piloter l'ensemble de la chaîne de traitement du SAV,
- pour le détaillant, elle offre un outil intuitif de prise en charge du client pour la création du dossier de SAV.

Les modes de prise en charge s'effectuent soit via l'espace client e-commerce, ses tickets de caisse, une référence produit...

70 % des dossiers sont assurés actuellement via smartphone. Il existe toute une panoplie de fonctionnalités (gestion des flux, relances fournisseurs, connexion transporteurs et étiquetage, pilotage des délais, gestion des devis...).

### Eco Tempo : recyclage des montres et bijoux

M. Jean-Luc Bernerd, bien connu de notre profession avec la société MGH, a présenté la démarche d'Eco Tempo. Initiée en 2010, cette démarche résultait du constat que les montres n'étaient pas recyclées.

La montre à quartz, la montre connectée ou encore les pendules et réveils nécessitent l'usage de piles ou d'éléments électroniques et relèvent en conséquence de la réglementation sur les déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE). Ces produits horlogers sont donc soumis à une obligation de marquage (poubelle barrée sur la notice d'utilisation ou l'emballage) et le consommateur final paie une éco-taxe pour le traitement des montres en tant que déchets.

La démarche Eco Tempo vise à intégrer la récupération des montres usagées (et bijoux) auprès des marques, distributeurs, réparateurs et particuliers pour assurer le tri et le démantèlement par des personnes en insertion sociale. Près de 80 % des composants d'une montre peuvent en effet être recyclés.

France Horlogerie soutient cette démarche depuis sa création : <https://ecotempo.net/>

## LOIS AGECE ET CLIMAT

### Loi économie circulaire – indice de réparabilité des produits

La loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire comprend 130 articles dont un certain nombre impactent les produits horlogers, notamment les produits à quartz.

Cette loi complète ou instaure des dispositions relevant principalement du code de la consommation :

- cycle de vie et affichage environnemental,
- emballages,
- réparabilité des produits,
- garantie des produits,
- informations sur les perturbateurs endocriniens, substances chimiques...
- délivrance des tickets de caisse papier avec dématérialisation à la clé...

L'échange a porté plus particulièrement sur l'obligation de créer un indice de réparabilité des montres et horloges à quartz ainsi que les dispositions relatives à la disponibilité des pièces de rechange.

Il conviendra de procéder à deux inventaires :

- les points critiques liés aux réparations constatées : mouvement, étanchéité et plongée, habillage, pile...
- les critères à envisager pour le calcul de l'indice de réparabilité : documentation technique, démontabilité (accès, outils, fixation), disponibilité des pièces de rechange (durée et délais de livraison), prix des pièces détachées par rapport à la valeur du produit...

# LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET L'INNOVATION

## LOI CLIMAT

La loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets a été publiée au Journal officiel de la République française du 24 août.

Cette loi découle de certaines des 146 propositions de la convention citoyenne sur le climat et comporte 305 articles.

Ce sont près d'une centaine de décrets qui doivent accompagner cette loi et il est encore délicat de cerner complètement la mise en œuvre de certaines dispositions qui portent sur :

### **les modes de consommation et d'alimentation :**

**L'affichage environnemental prévu à l'article 2** doit apporter au consommateur une information relative aux impacts environnementaux et au respect de critères sociaux d'un bien ou d'un service. Cet impact devra être considéré sur l'ensemble du cycle de vie.

Les biens et services pour lesquels cet affichage sera rendu obligatoire (après une période d'expérimentation n'excédant pas 5 ans) seront précisés par décret qui définira également la méthodologie d'évaluation des critères et les modalités d'affichage.

Précisons que la loi prévoit d'ores et déjà une expérimentation dans les secteurs du textile d'habillement et des produits électroniques (ce qui inclut a priori les montres à quartz et les montres connectées).

A noter (article 12) qu'il est interdit d'affirmer dans une publicité qu'un produit est neutre en carbone sans rendre aisément disponible les informations correspondantes.

Par ailleurs des interdictions de publicités à domicile non adressées pourront localement être prises par les collectivités territoriales (article 21).

L'article 257 prescrit aux restaurants d'entreprises une information des usagers sur la part des produits issus de projets alimentaires territoriaux...

### **Produire et travailler :**

L'article 35 introduit dans le code de la commande publique, la nécessité pour celle-ci de « participer à l'atteinte des objectifs de développement durable dans leurs dimensions économique, sociale et environnementale ».

C'est sans doute l'occasion de faire valoir les productions locales par rapport à d'autres produits venus de lointaines contrées...

### **Adapter l'emploi à la transition écologique :**

Le mot « environnemental » fait aussi son entrée dans le code du travail avec non seulement l'information du comité d'entreprise sur les conséquences environnementales de l'activité de l'entreprise (article 40) mais également dans la mission de l'expert-comptable (article 41).

L'article 67 impose des prescriptions de panneaux solaires et de toitures végétalisées pour toute extension de bâtiments à usage, commercial, industriel ou artisanal d'entrepôt au-delà de 500 m<sup>2</sup> d'emprise au sol.

### **Se déplacer :**

Sujet à prendre en considération pour les coûts de logistique, l'article 37 autorise le gouvernement, dans un délai de deux ans à compter de la promulgation de la loi, à prendre par voie d'ordonnance, des mesures permettant aux régions volontaires d'introduire une éco-taxe routière à compter du 1er janvier 2024.

Ces mesures pourront aussi prévoir que les départements auront la faculté d'étendre cette contribution spécifique aux véhicules de transport routier de marchandises empruntant les voies de leur domaine public routier susceptibles de subir un report significatif de trafic du fait des contributions régionales.

### **Renforcer la protection judiciaire de l'environnement :**

Le fait d'avoir exposé l'environnement à un risque de dégradation durable de la faune, de la flore ou de l'eau en violant une obligation de sécurité ou de prudence pourra être sanctionné de 3 ans de prison et 250 000 euros d'amende (article 279). Contrairement au délit général de pollution, les sanctions pourront s'appliquer si le comportement est dangereux et que la pollution n'a pas eu lieu. Par durable, la loi entend une atteinte à l'environnement susceptible de durer au moins 7ans.

Mais l'article 280 sanctionne les atteintes les plus graves commises intentionnellement à l'environnement (délict d'écocide) qui seront passibles d'une peine maximale de 10 ans de prison et 4,5 millions d'euros d'amende (22,5 millions d'euros pour les personnes morales), voire une amende allant jusqu'à dix fois le bénéfice obtenu par l'auteur du dommage commis à l'environnement.

# LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET L'INNOVATION

## CLUB DES COMPÉTENCES HORLOGÈRES

Avec la gestion du quotidien de la crise Covid-19, on l'avait un peu oublié, mais le futur existe bien pour l'horlogerie, y compris dans le secteur de la montre grâce à l'innovation de nos fabricants de composants et à la créativité de nos marques.

Le club des compétences horlogères qui s'est réuni en visioconférence jeudi 4 février avait pour objectif de sortir du prisme réducteur du loupe à l'œil pour s'ouvrir à des évolutions technologiques et techniques prometteuses :

- spécialiste de l'informatique à l'Université de Grenoble, M. Didier Donsez a présenté la 3e révolution de l'Internet en cours avec la montée en puissance des objets connectés (IoT) et des possibilités offertes dans des domaines aussi divers que la santé, la pollution, les chaînes de production et de logistique, la sécurité...

En 2015, sur 13,9 milliards d'instruments connectés, les objets comptaient pour 3,8 milliards de pièces alors que les estimations portent sur 2025 à 21,5 milliards pour un total de 34,2 milliards. C'est donc la croissance exponentielle des objets connectés personnels qui va amplifier la progression du chiffre d'affaires du monde connecté passant de 151 milliards en 2018 à 1 567 milliards en 2025 ! Cela couvre non seulement les montres mais aussi les bagues, bracelets d'activité jusqu'aux bouchons de bouteille...

M. Donsez a présenté les différents aspects concernant les technologies de communication, la géolocalisation, les batteries et leur autonomie, la maîtrise du temps sécurisé, la durée de vie...

Les questions ont notamment porté sur la réalité augmentée et les évolutions futures dans ce domaine, les montres hybrides, les sources d'énergie...

- créateur de la start up Vulkam à Grenoble, M. Sébastien Gravier a présenté le procédé développé pour les alliages en matériaux amorphes Vulkalloy®.

La matière première est transformée par un procédé breveté de thermomoulage pour réaliser des pièces finalisées ou des préformes. Une étape additionnelle de finition par usinage ou découpe est possible.

Ces alliages sont 3 fois plus résistants que le titane, 2 fois plus élastiques que les aciers à ressort, 2 fois mieux isolants que les métaux de référence (316 L). Ils sont amagnétiques et sans matières allergisantes (pas de nickel par exemple).

Pour l'horlogerie, la capacité de mise en forme de ces alliages ouvre la porte à de nouvelles géométries (réalisation de lunettes pour boîtes de montres par exemple) et à la réalisation de formes extrêmement miniaturisées pour les pièces de mouvement.

- enfin M. Pierre-François Louvigné a présenté la start up Silmach à Besançon dont le développement s'est axé sur la compétence en silicium. Elle dispose désormais à Témis d'un atelier de production pour la réalisation de microcapteurs et micro-moteurs.

M. Louvigné a présenté au club le premier moteur MEMS hybride au monde. Il s'agit d'un moteur électrostatique en silicium : l'actionneur (au centre) active un rotor (roue micro-dentée) en silicium également, en direct drive.

Ce principe de base permet de proposer une nouvelle génération de moteurs innovants, particulièrement adaptés pour l'horlogerie grâce à un gain de compacité et à des fonctionnalités supplémentaires : assemblage simple et automatisé, aiguilles pouvant fonctionner de manière indépendante et réversible, moteur amagnétique...

Ce moteur vise à remplacer le moteur Lavet des montres à quartz et connectées.

A cet effet Silmach s'est associée avec le groupe Timex qui dispose de l'usine Fralsen à Besançon.

Ce moteur offre ainsi aux marques la possibilité de proposer des montres avec un mouvement made in France et ouvertes à d'autres fonctionnalités.

En conclusion, le président de France Horlogerie, Guillaume Butty, s'est réjoui de cette réunion du club qui a mis en évidence la nécessité d'encourager la R&D et la fabrication horlogère en France.

## Crise Covid

Les différentes fermetures administratives sur 2020 qui se sont poursuivies en 2021 ont impacté les magasins physiques de notre secteur.

France Horlogerie a organisé des visioconférences avec les adhérents afin de faire le point sur l'impact de ces fermetures et les a informés sur les différentes mesures gouvernementales (fiscalité, chômage partiel, PGE, télétravail, protocole national sanitaire,...) par mail et la circulaire hebdomadaire.

France Industries créatives et France Horlogerie, en concertation pour cette dernière avec l'UBH ont engagé des actions auprès du Gouvernement. Outre l'incertitude sur la réouverture de nos commerces, la question portait sur l'intégration de l'amont de la distribution spécialisée dont la fermeture a pesé sur le niveau d'activité. C'est ainsi que le secteur de la réparation horlogère a subi un net repli dès la mise en œuvre du couvre-feu.

Contrairement à l'amont des filières tourisme, hôtellerie-restauration et activités culturelles, les fabricants d'horlogerie (code APE 2652Z) et le commerce de gros (4846Z) ne sont pas éligibles au fonds de solidarité qui permet de bénéficier de mesures de soutien renforcées (par exemple taux de 100 % de prise en charge pour l'activité partielle).

France Industrie a également été sollicitée pour appuyer notre action et Mme Annie Genevard, Vice-présidente de l'Assemblée Nationale et députée de Morteau, a écrit dans ce sens au Premier Ministre en pointant du doigt la distorsion qui existe avec certaines entreprises étrangères importatrices qui ont des magasins et sont de ce fait classées sous la nomenclature d'activité "commerce de détail en horlogerie bijouterie" (code n°4777Z).

### Fonds de solidarité et liste S1bis : fin de non recevoir du Gouvernement pour l'amont de la filière horlogère

Par lettre du 2 décembre 2020, le président de France Horlogerie avait appelé l'attention du Gouvernement pour la mise en liste S1bis de l'amont de la filière horlogerie (fabricants et grossistes), ce qui permettait de bénéficier de mesures de soutien renforcées. L'accent avait été mis sur le fait que la fermeture des commerces avait un impact sur l'ensemble de la filière même si le Premier Ministre avait déclaré à l'époque du 2d confinement que les entreprises pourraient continuer à produire...

Par lettre du 6 avril 2021, la ministre déléguée chargée de l'Industrie répond en ces termes : « *Les récents ajustements des mesures de soutien renforcées du fonds de solidarité prenant en compte la situation particulière de certaines professions les plus durement impactées par la crise ne permettent pas d'intégrer les secteurs d'activité dépendants de la filière horlogerie-bijouterie* ».

Elle indique un peu plus loin : « *Les autres entreprises restées ouvertes relevant de cette filière ou des secteurs qui en dépendent, qui ont subi plus de 50 % de pertes de chiffre d'affaires, ont bénéficié d'une aide couvrant leur perte de chiffre d'affaires dans la limite de 1 500 euros.* »

#### - Tribune pour la réouverture des commerces

Face à la position du Gouvernement qui ne veut pas faire bénéficier l'amont de la filière de soutiens renforcés, la réouverture des commerces est la seule voie. Une tribune communiquée a été communiquée à la presse par les fédérations regroupant les enseignes, dont l'Union de la Bijouterie Horlogerie : « *Plaidoyer pour une réouverture impérative de tous les commerces au plus tard le 10 mai* ».

## Le temps synchronisé avec ALS

L'article 1<sup>er</sup> du décret du 6 mars 2017 fixe le temps légal (ou heure légale) par référence au temps universel coordonné (UTC) établi par le Bureau international des poids et mesures (BIPM) situé à Sèvres près de Paris.

Ce décret désigne l'Observatoire de Paris pour établir la valeur locale de l'UTC, dénommée « temps légal de base », et de la fournir aux utilisateurs.

Sur le territoire métropolitain, le temps légal est obtenu en ajoutant une heure au temps légal de base. Toutefois, pendant la période d'heure d'été qui commence à 1 heure du matin, temps légal de base, le dernier dimanche de mars, et qui se termine à 1 heure du matin, temps légal de base, le dernier dimanche d'octobre, le temps légal est obtenu en ajoutant deux heures au temps légal de base.

*La synchronisation horaire permet, à partir de sources extérieures (par exemple horloges au césium), de synchroniser la base de temps à quartz non seulement pour les horloges, centrales horaires ou serveurs de temps mais aussi tous objets connectés disposant d'une base ou d'un moyen de lecture du temps.*

*Cette synchronisation peut s'effectuer soit par voie hertzienne (émetteur d'Allouis 162 kHz en France), satellitaire (GPS américain ou Galileo européen) ou via Internet. Elle est notamment utile lors des deux changements d'heure annuels.*

*La précision diffusée peut aller jusqu'à la nanoseconde (un milliardième de seconde).*

France Horlogerie compte plusieurs acteurs liés aux équipements de réception du signal horaire.

### **Allouis (signal horaire ALS 162 kHz)**

Nom de la commune du département du Cher (près de la ville de Bourges) sur laquelle est située l'antenne appartenant au groupe TDF.

C'est depuis cette antenne qu'est diffusé, sur la fréquence grandes ondes de 162 kHz, le signal de synchronisation horaire ALS 162.

Jusqu'au 31 décembre 2016, ce signal était émis en même temps que la radio France Inter. Ce signal présente l'avantage de pouvoir être reçu dans des enceintes confinées et couvre actuellement un spectre allant des Canaries jusqu'à la Finlande.

La pérennisation de ce signal horaire a été actée en 2016 par les pouvoirs publics en raison de l'importance que ce signal présente pour les opérateurs publics ou privés (transports aériens et ferroviaires, éclairage urbain, distribution d'électricité ou d'eau, horloges d'édifices ou d'hôpitaux...).

Il concerne des applications aussi bien stratégiques que sécuritaires.

L'article 65 de la loi sur l'Evolution du Logement, de l'Aménagement et du Numérique (dite Loi ELAN) a modifié le code des postes et des communications électronique, pour confirmer l'ANFR à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2019 dans la gestion de la diffusion par voie hertzienne terrestre des données horaires du temps légal français.

L'ANFR a reconduit la mission de service public effectué depuis 2004 par France Horlogerie pour la maintenance des équipements horaires basés à Allouis pour la production du signal horaire. L'année 2019 a vu l'achèvement de la dernière phase de remplacement des équipements installés depuis 1984.

Ce financement a été assuré par la perception d'un droit d'utilisation perçu sur l'installation des antennes réceptrices du signal horaire. France Horlogerie a ainsi assuré cette modernisation des équipements sans contribution de l'Etat.

### **Le signal horaire, à quoi ça sert ?**

Utilisé par de nombreux professionnels, ce signal est inaudible mais, lorsqu'il est capté par un appareil approprié, **il fournit l'heure légale française.**

Certaines grandes entreprises assurant une mission de service public mais aussi des collectivités locales ont recours à ce signal pour synchroniser des horloges de lieux publics, des panneaux d'information, des systèmes de commandes de l'éclairage public ou encore la synchronisation des horodateurs.

Ce signal permet également de faire fonctionner des secteurs exigeant une fiabilité de synchronisation : contrôle du trafic aérien et routier, transport ferroviaire, centrales nucléaires...

Ce service de radio-synchronisation sur la fréquence 162 kHz fournit une référence de temps d'une précision très élevée et d'une grande fiabilité. Il a l'avantage de pouvoir être mieux reçu dans des espaces intérieurs confinés (y compris les tunnels routiers) que d'autres bases de temps, comme celles du GPS ou des réseaux de téléphonie mobile.

Réseaux sociaux (bilan 2021)



**BILAN  
COMMUNICATION  
DIGITALE**

LA MONTRE FRANÇAISE

**2021**



**25 973** SESSIONS  
**+114%**

86 895 SESSIONS DEPUIS LA CRÉATION

**21 366** VISITEURS  
UNIQUES  
**+99%**

**6M 4S** **+22%**

DURÉE MOYENNE DE SESSIONS

**13** ARTICLES  
PAR MOIS

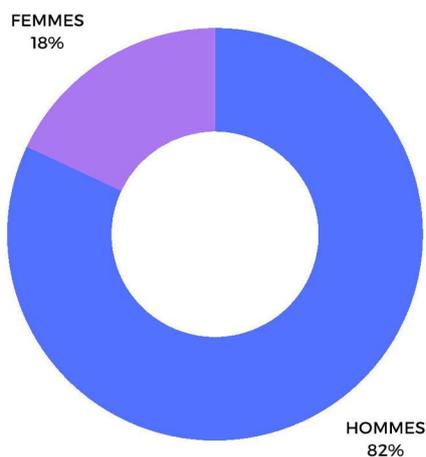
+ 4 BRÈVES

## SITE LA MONTRE FRANÇAISE

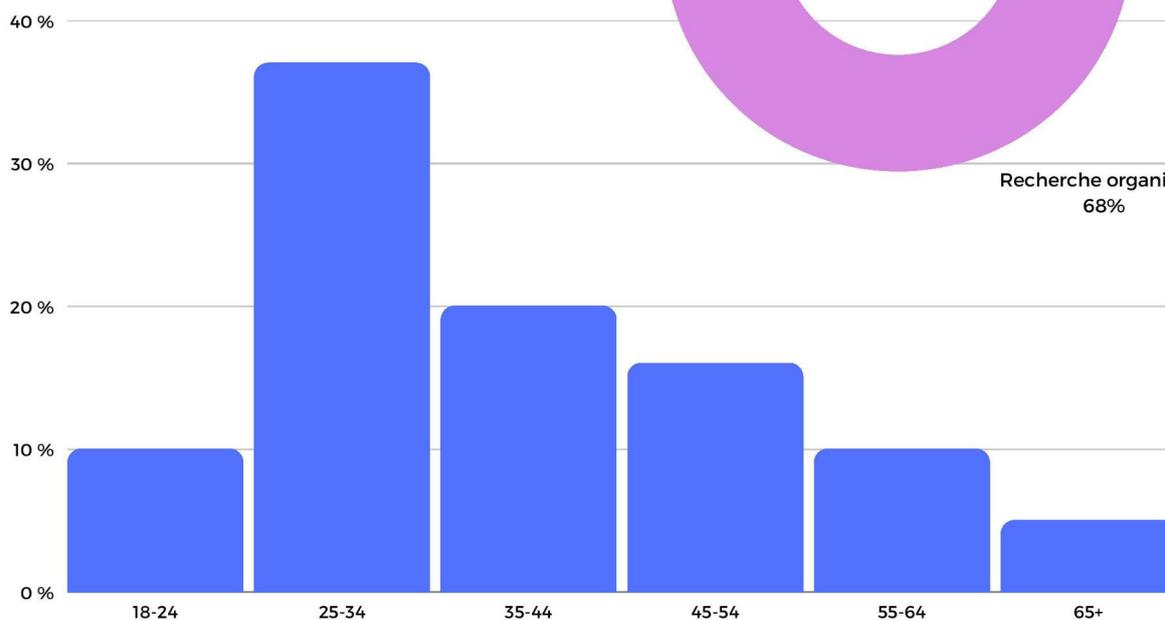
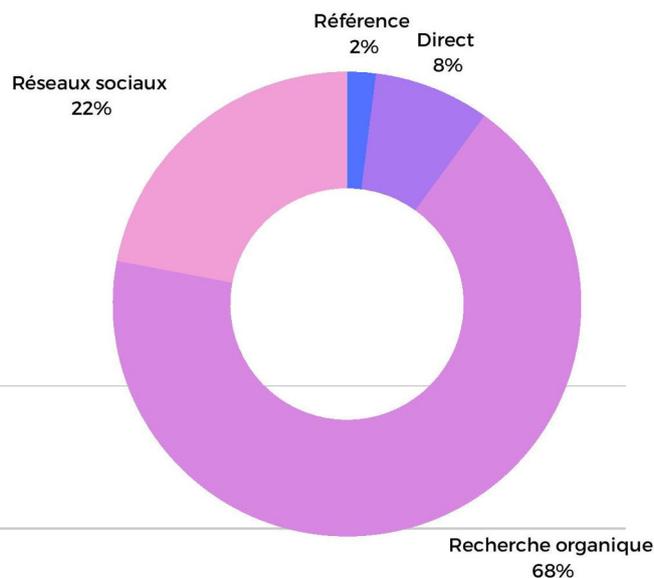
L'année 2021 été une année intéressante pour le site La Montre Française +114 % de sessions et + 99 % de visiteurs uniques, la durée moyenne des visites enregistre aussi une légère hausse de +22 % avec des sessions de 6 min04s, cette performance est en partie le fruit d'une fréquence de publications de 13 articles et 4 brèves par mois ainsi que de l'amélioration constante du référencement du site La Montre Française.

\*PERIODE DE COMPARAISON 7 SEP 2019 - 31 DEC 2020

# AUDIENCE DU SITE WEB LA MONTRE FRANÇAISE

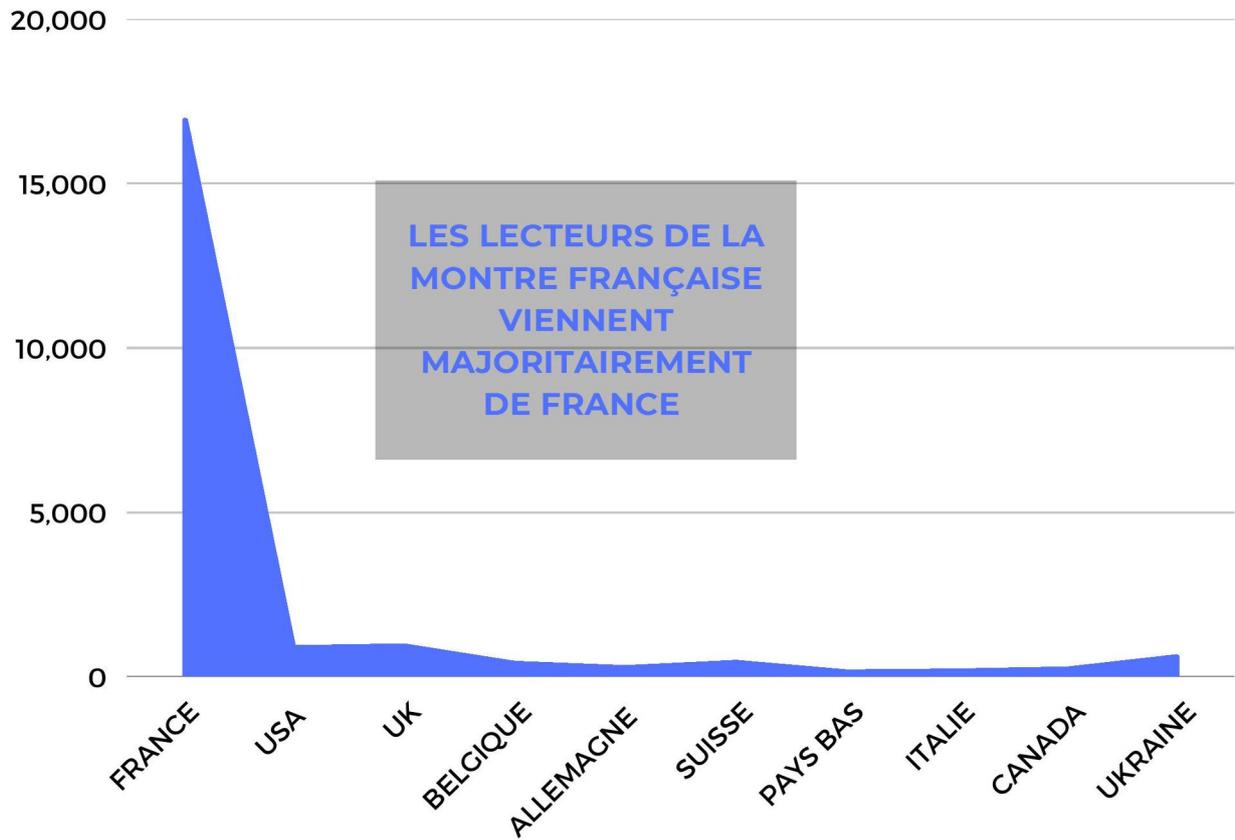


- **82 %** de nos lecteurs sont des hommes,
- **37,2 %** de nos lecteurs ont entre 25 et 34 ans
- **68 %** de nos lecteurs viennent via les moteurs de recherches grâce à l'optimisation de notre positionnement.





# AUDIENCE DU SITE WEB LA MONTRE FRANÇAISE





**13 122**

ABONNÉ(E)S

**+9%**

**6,4%**

TAUX  
D'ENGAGEMENT

**-20%**

**1,36 M**

PORTÉE TOTALE

**+31%**

**74 418**

INTERACTIONS AU TOTAL

**-14%**

\*PERIODE DE COMPARAISON 7 SEP 2019 - 31 DEC 2020

Taux d'engagement : nombre de fois où les personnes interagissent avec les contenus par rapport au nombre total de personnes touchées.  
Interactions : nombre de j'aime, commentaires et partages (story, publication, profil)

## INSTAGRAM LA MONTRE FRANÇAISE

La communauté Instagram de La Montre Française a connu un renouvellement ainsi qu'une légère progression cette année, pour atteindre **13122** abonné(e)s,

Avec un taux d'engagement plutôt satisfaisant de **6,4%** et une large portée de **1,36 Million**

Le constat reste toujours le même que l'année précédente concernant les messages de demandes d'informations sur les marques qui est en augmentation continue.

# INSTAGRAM

## LA MONTRE FRANÇAISE

**206** PUBLICATIONS

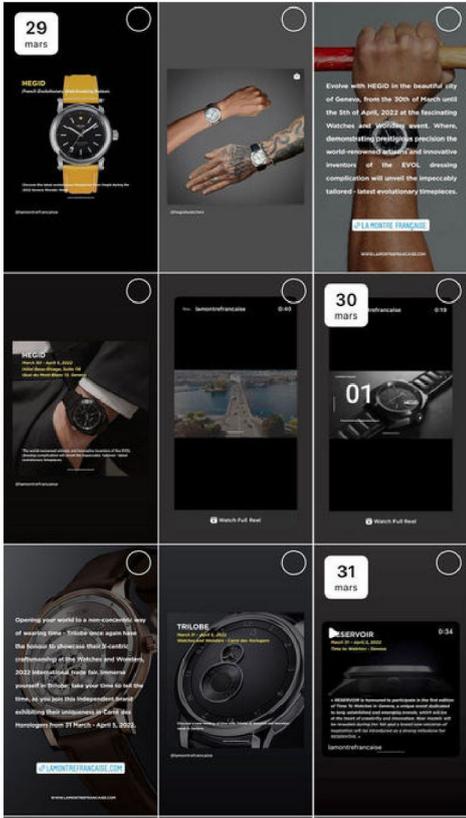
1 257 PUBLICATIONS AU TOTAL

**1 249** STORIES

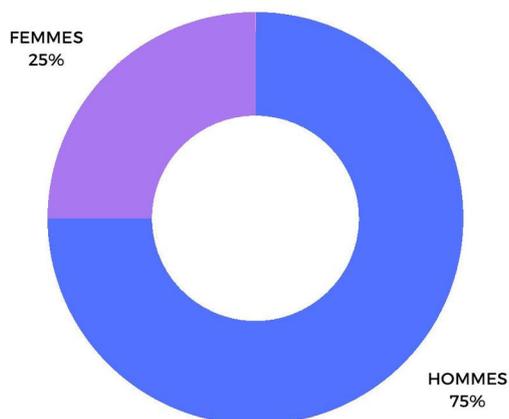
**4 827**

PARTAGES DE STORIES

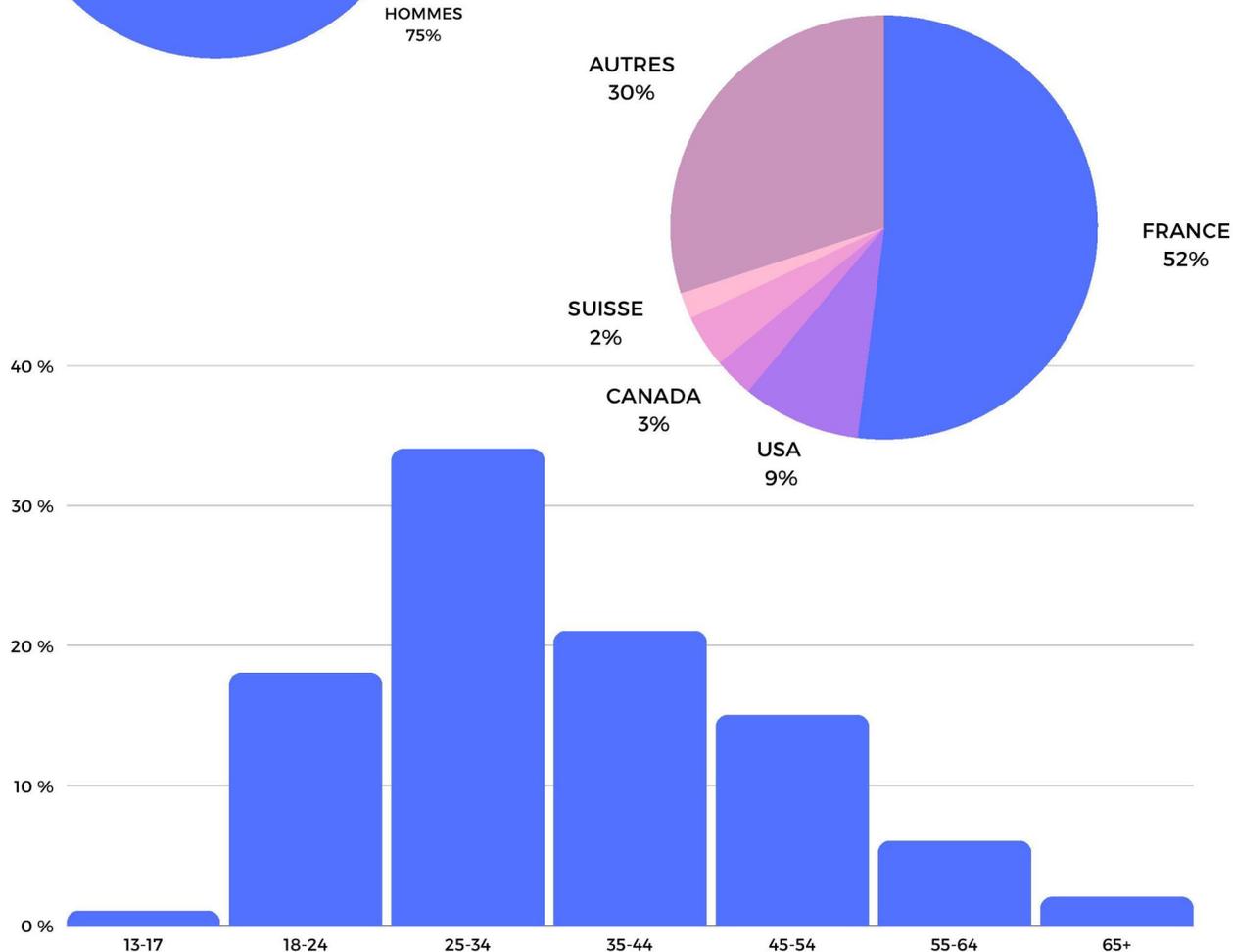
La majorité des articles du site LMF sont publiés en storie sur Instagram avec des liens de lecture.



# AUDIENCE INSTAGRAM LA MONTRE FRANÇAISE



- **75 %** de nos abonnés sont des hommes,
- **34,4 %** de nos followers ont entre 25 et 34 ans.
- **14%** de nos abonnés sont d'Ile de France dont **80 %** de parisiens,





**3 034** SESSIONS  
- 38%

**2 255** VISITEURS  
UNIQUES  
-31%

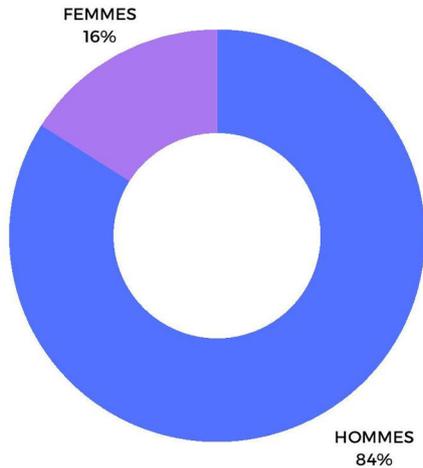
**3M 35S** -7%  
DURÉE MOYENNE DE SESSIONS

## SITE FRANCE HORLOGERIE

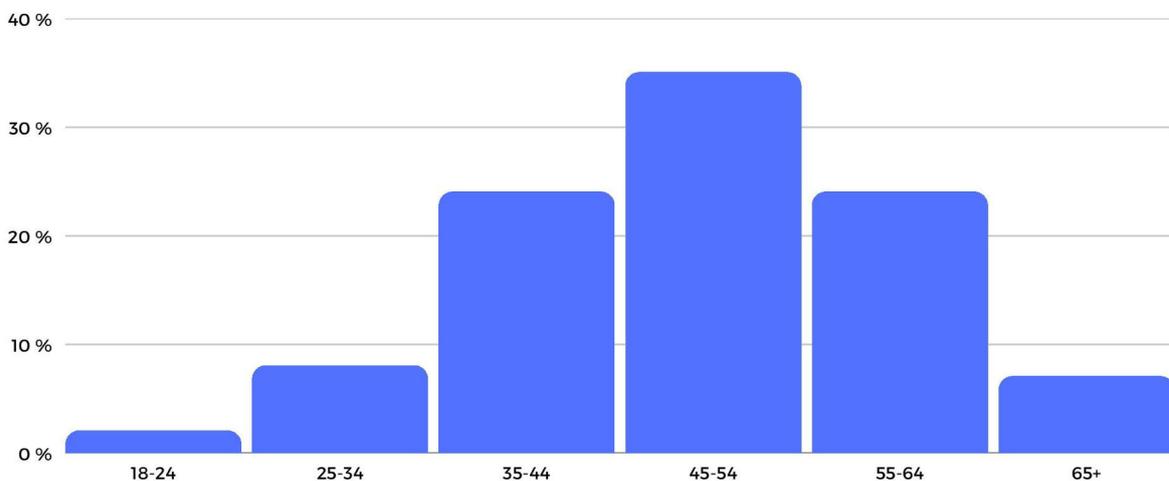
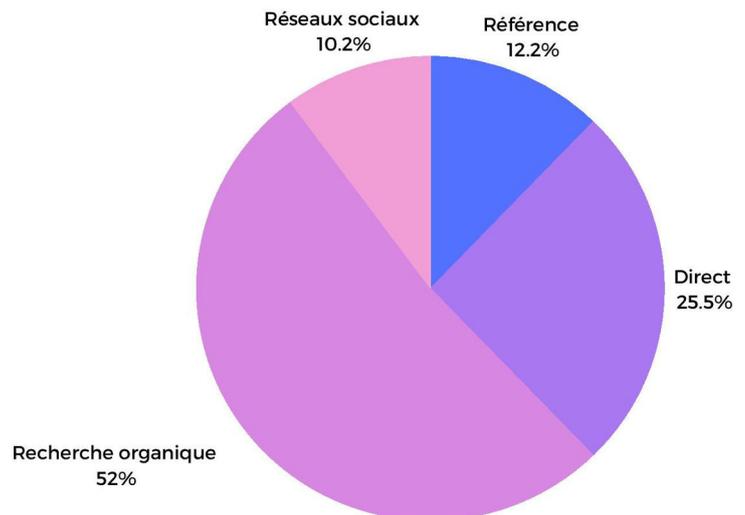
Le site institutionnel de France Horlogerie garde une fréquentation non négligeable mais perd un pourcentage significatif de trafic.

\*PERIODE DE COMPARAISON 7 SEP 2019 - 31 DEC 2020

# AUDIENCE DU SITE WEB FRANCE HORLOGERIE

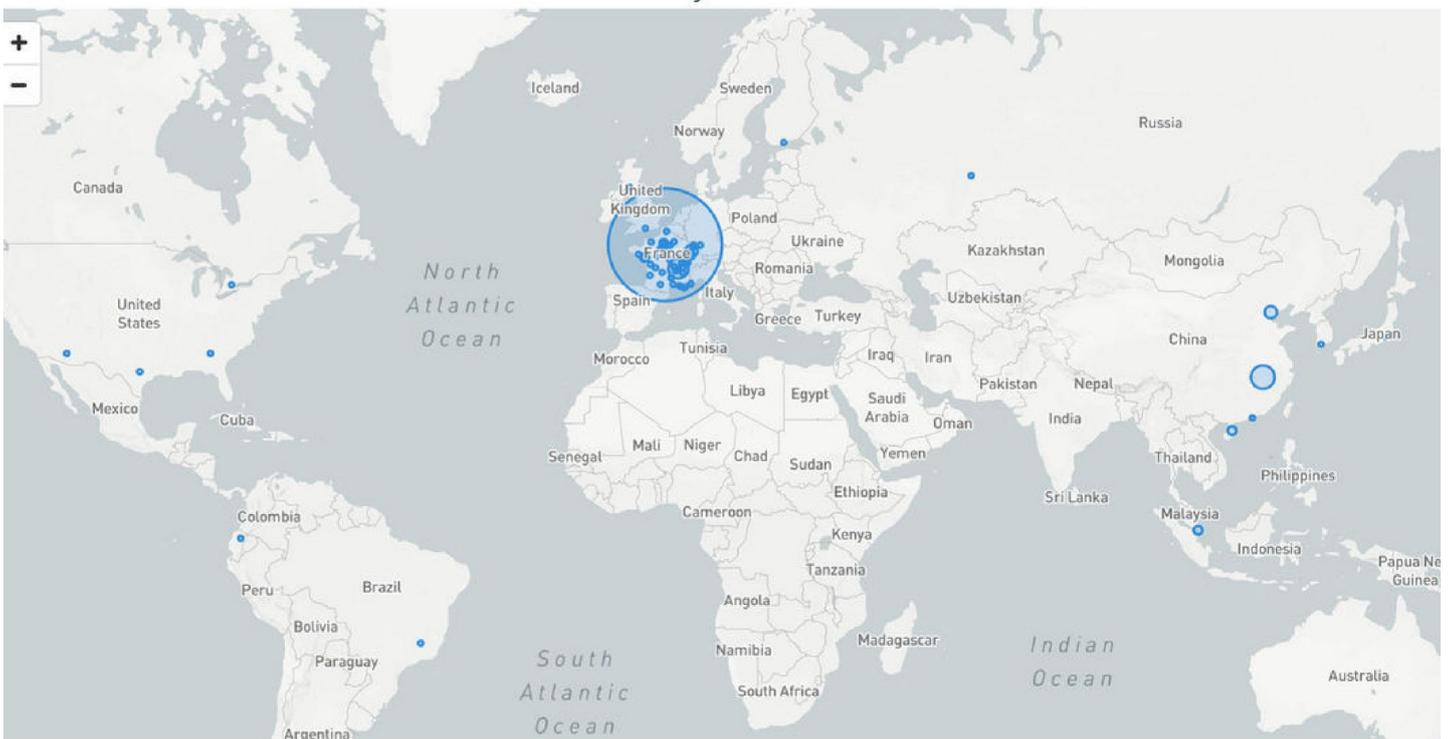
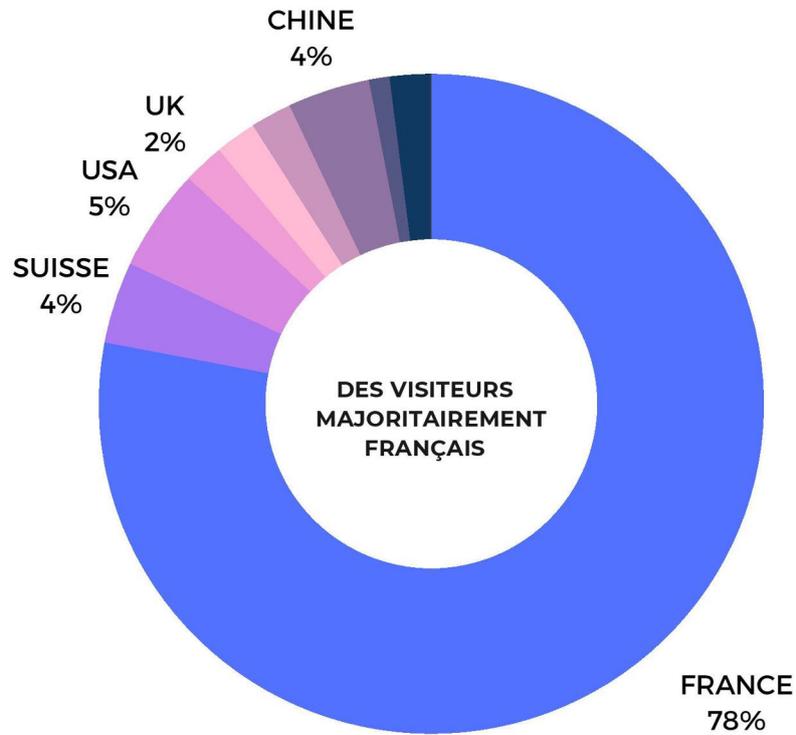


- **84 %** de nos visiteurs sont des hommes,
- **35 %** de nos visiteurs ont entre 45 et 54 ans
- **53 %** de nos visiteurs viennent via les moteurs de recherches grâce à notre référencement.





# AUDIENCE DU SITE WEB FRANCE HORLOGERIE



## Projet numérique (Chine/France)

Initiée par France Horlogerie au début des années 2010, l'action collective sur la Chine devrait pouvoir connaître une nouvelle impulsion en 2022 avec une communication renforcée autour des montres françaises.

Cette relance fait suite aux travaux engagés dans le cadre d'un groupe de travail pour définir une identité de marque collective autour de l'horlogerie française en Chine dans le cadre du développement international par Francéclat.

Une visioconférence a été organisée jeudi 9 décembre pour présenter l'agence retenue dans le cadre d'un appel d'offres lancé cet été, avec la participation d'une vingtaine de marques.

Créée en 2016 et basée à Paris avec une antenne en Chine, EuroPass est la plus importante agence française 100 % dédiée à la clientèle et au marché chinois. Son offre porte à la fois sur la communication digitale et le marketing, les solutions numériques, le paiement mobile et le support à la distribution.

Après avoir présenté les besoins exprimés par les marques françaises (cible visée, storytelling et vecteurs de communication) et rappelé le socle commun des 3 piliers de l'horlogerie française (savoir-faire vivant, créativité française et diversités des marques), l'agence a présenté le nom chinois et le logo de la marque collective.

Elle a ensuite présenté le plan de communication sur deux ans ciblé autour de 3 plateformes chinoises, de la production de vidéos et des key opinion leaders, avec en phase finale un projet d'exposition en Chine dont les modalités seront arrêtées en fonction des évolutions.

La deuxième partie de cette visio était consacrée aux formalités de dépôt en Chine, préalable à toute communication et prospection sur ce marché très spécifique qui n'en constitue pas moins désormais l'un des tous premiers marchés de référence.

## Plateforme filière Horlogerie

A la demande initiale de France Horlogerie, l'année 2022 verra ainsi la mise en œuvre de la **plateforme filière Horlogerie** par Francéclat, au lieu et place de la montre française. La relance de l'export après deux ans de crise sanitaire et les évolutions en matière de salons, nécessite en effet de renforcer significativement les outils collectifs en faveur de l'horlogerie française.

Francéclat propose de s'appuyer **sur la nouvelle plateforme stratégique de communication collective** et sur **une dimension filière impliquant fabricants et détaillants**.

## **EDI VERS UNE MISE EN ŒUVRE DE LA FICHE PRODUIT EN 2022**

Le groupe de travail animé par GS1 a tenu plusieurs visioconférences pour terminer la nomenclature relative aux fiches produits de l'horlogerie et de la bijouterie.

Le démarrage de la phase pilote avec un panel d'entreprises a été engagé cet été pour un ajustement.

La fiche produit (horlogerie et bijouterie) devrait pouvoir être opérationnelle en 2022.

## **Impôts de production avec France Industrie**

Saluons le premier succès de la demande formulée par France Industrie et France Industries créatives, la première étape de la baisse des impôts se traduit par 4 mesures en 2021 :

. Réduction de moitié de la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE) est réduite de moitié pour toutes les entreprises redevables de cet impôt,

. Réévaluation de la méthode comptable d'évaluation servant au calcul des impôts fonciers (cotisation foncière des entreprises - CFE et taxe foncière sur les propriétés bâties (TFPB)).

. Abaissement du taux de plafonnement de la contribution économique territoriale (CET) de 3 % à 2 %, pour garantir que toutes les entreprises, y compris celles qui sont éligibles à ce dispositif de plafonnement, bénéficient de la baisse de la CVAE et de la CFE,

. Mise en place d'une mesure permettant de prolonger de 3 ans l'exonération de CFE en cas de création ou d'extension d'établissements, sur délibération des collectivités locales.

*A noter que dans sa décision du 11 décembre 2020, SA GKN Driveline, le Conseil d'État, revenant sur sa position antérieure, retient que sont exonérés de taxe foncière les outillages, autres installations et moyens matériels d'exploitation d'un établissement industriel, qui sont spécifiquement adaptés aux activités susceptibles d'être exercées dans un établissement industriel, et qui ne sont pas au nombre des éléments mentionnés aux 1° et 2° de l'article 1381. Cela peut à titre d'exemple concerner les cuves des baignoires de traitement de surface, des équipements de levage...*

*Le Conseil d'État précise également que ces biens exonérés de taxe foncière sur les propriétés bâties en vertu du 11° de l'article 1382 du CGI sont exclus des bases de la cotisation foncière des entreprises (CFE).*

## NORMALISATION

Présidée par le délégué général de France Horlogerie, la commission de normalisation horlogère s'est réunie le 5 mai en visioconférence afin de préparer les différents sujets traités dans le cadre du congrès de normalisation horlogère internationale du comité ISO/TC 114 qui a eu lieu également en visioconférence du 17 au 21 mai avec les représentants des pays suivants : Allemagne, Chine et Hong Kong, France, Japon, Royaume-Uni, Russie, Suisse.

Conduite par M. Patrice Besnard, la délégation française était composée de Mme Edwige Soton (Francéclat), mm; Florent Giraud (Afnor), Jacques Bianchi (Fnamac), Gilles Buliard (La Pratique) et Jean-Marc Feu-vrier (Francéclat).

Les travaux ont porté sur :

- **luminescence** : la commission s'est penchée sur le document en cours de consultation sur les dépôts photo-luminescents. Il concerne notamment la décharge à différentes températures d'un échantillon pour vérifier l'influence de la température sur sa durée de décharge. Cette dernière est fortement réduite lorsque celle-ci s'effectue à une température élevée (50°C).

- **montres étanches (ISO 2281)** : pour mémoire cette norme prescrit plusieurs essais d'étanchéité :

- . surpression d'air (préliminaire et optionnel),
- . à faible profondeur dans 10 cm d'eau durant 1 heure minimum,
- . lorsque les éléments de commande sont sollicités,
- . chocs thermiques,

La question qui a été soulevée porte sur l'essai de condensation avant et après l'immersion de la montre. Il a été décidé de travailler sur l'amélioration du test. La Suisse, la Chine et la France ont procédé à plusieurs essais qui feront l'objet d'échanges futurs.

- **verres de montres minéraux et saphir (ISO 14368)** : les sujets ont porté sur la résistance à l'usure au niveau des traitements anti-reflets

- **piles et accumulateurs** : il n'y aura pas de norme spécifique sur les accumulateurs

En ce qui concerne les nouveaux sujets, il va y avoir de la matière sur :

- la **révision de la norme sur les définitions technico-commerciales** ; avec l'introduction des montres connectées, des notions de manufacture et d'assemblage.

- la **création d'une norme afin de définir les pratiques harmonisées pour la conformité aux réglementations environnementales (RoHS, Reach...)**. Ce point est d'une importance capitale devant les exigences des autorités des administrations locales (Douanes et surveillance du marché intérieur). La question de l'évaluation des produits et de leur traçabilité constituent un enjeu majeur.

## TAXES AFFECTÉES

L'initiateur de la taxe parafiscale horlogère, Michel Dalin, aimait à rappeler que lorsque celle-ci fut créée en 1963, un haut-fonctionnaire du ministère des Finances lui aurait dit : « Votre taxe ne tiendra pas un an ! »

Non sans quelques vicissitudes par une remise en cause cyclique, le financement de nos actions collectives perdure depuis près de 60 ans. La proximité initiale voulue par Michel Dalin avec les entreprises, leur fédération professionnelle et l'organisme chargé de mettre en œuvre les actions collectives a constitué le ciment fédérateur bien identifié à la filière horlogère.

De la taxe parafiscale récupérable en cascade comme la TVA (donc indolore) puis aux stades de la fabrication/importation - qui s'est accompagné de l'extension à la bijouterie - puis transformée en taxe fiscale affectée au début de ce millénaire, ce financement des actions collectives n'a jamais été totalement accepté par le Budget. Bien que disposant d'un droit de regard de l'Etat (commissaire du Gouvernement et contrôleur d'Etat), les organismes financés par le biais de ces taxes sont souvent regardés d'un mauvais œil par certains héritiers du Colbertisme car leur politique se définit au niveau des professions ayant consenti à leur création et non directement par l'Etat. Eternel débat entre Girondins et Jacobins que l'on retrouve au niveau des collectivités territoriales.

Il y a 3 ans le rapport Cattelot avait enterré la proposition de cotisation volontaire obligatoire que Bercy voulait proposer tout comme contrecarré le fait que ces taxes relevaient des prélèvements obligatoires et donc, bien qu'affectées, revenir au-delà d'un certain montant au budget général de l'Etat. Ce qui a mis un terme au plafonnement des recettes de Francéclat.

La multiplication des taxes sectorielles tout comme les taxes imprudemment appelées à faible rendement dans une vision macroéconomique ont eu tendance à se développer : mais n'est-ce pas le signe qu'un fléchage est de nature à mieux conforter le consentement à l'impôt ?

Ce d'autant que la taxe affectée HBJOAT ne saurait perdurer sans l'accord des organisations professionnelles représentatives.

Une lettre commune des différents secteurs concernés (réunissant une trentaine d'organisations professionnelles dont France Horlogerie, France Industries créatives et France Industrie) a été adressée le 4 juin 2021 à la ministre déléguée à l'Industrie pour dénoncer ce projet de taxe unique et demander un moratoire afin de mesurer l'impact de cette codification.

Depuis des réunions ont été organisées avec les différents secteurs attachés à un centre technique industriel ou un comité professionnel de développement économique. Celle pour Francéclat a eu lieu mercredi 23 juin.

Au-delà des questions techniques et du caractère abscond du texte pour le commun des mortels, le débat a porté sur la question fondamentale du lien avec les professions.

Au-delà des assurances données par l'administration sur une recodification à « périmètre constant », il reste que le regroupement des différentes taxes destinées à soutenir le développement des filières qui le souhaitent sous une seule taxe est l'amorce :

- d'un retour à une perception par la direction générale des finances publiques,
- d'une uniformisation des taux et périmètres de perception,
- d'un regroupement de certains centres techniques ou comités professionnels (question déjà évoquée au début de ce millénaire avec la réforme de la loi organique sur les lois de finances),
- d'un fléchage des fonds vers les comités stratégiques de filières dont certains recourent imparfaitement les professions concernées.

La question est de savoir si nous y gagnerions en efficacité et proximité ? Au siècle dernier, certaines organisations professionnelles dûment habilitées - dont la Chambre française de l'horlogerie - géraient les statistiques de production. Celles-ci ont petit à petit été reprises par l'Etat avec une perte de la connaissance fine de nos productions.

D'une recodification technique, la question sous-tend un choix éminemment politique : quels leviers privilégier pour soutenir nos entreprises ?

## **Convention collective de la métallurgie**

Dans le cadre de la refonte de la convention collective de la métallurgie dont l'entrée en vigueur est programmée au 1<sup>er</sup> janvier 2024, France Horlogerie a organisé avec le concours de l'UIMM Franche-Comté une visioconférence avec les entreprises pour caler la classification des fonctions dans le cadre des métiers horlogers de fabrication.

Lundi 7 février 2022, l'UIMM et 3 organisations syndicales (CFDT, CFE-CGC et FO) ont signé après 5 ans de négociation l'accord sur la nouvelle convention collective.

Elle repose sur un socle commun de règles et de principes applicables sur l'ensemble du territoire, sous la forme unique d'une convention, s'appliquant à toutes les entreprises et les salariés de la métallurgie.

Le système conventionnel de la métallurgie s'articule ainsi autour d'une nouvelle convention collective nationale complétée d'accords autonomes nationaux portant sur l'emploi et la formation, la santé et la qualité de vie au travail, sur la gouvernance du nouveau régime de protection sociale complémentaire de la branche, ainsi que des accords autonomes territoriaux portant sur certaines spécificités.

Le cadre fixé dans les années 70 n'était en effet plus adapté à l'évolution de l'industrie.

L'UIMM montre ainsi la voie de la « simplification » dont la thématique ressurgit dans le cadre des élections présidentielles. De 78 conventions collectives pour les industries métallurgiques et minières (dont 76 territoriales), il n'y aura plus qu'une seule convention nationale dont la mise en œuvre prendra plein effet à compter du 1er janvier 2024.

Les dispositions relatives à la protection sociale complémentaire entreront en vigueur par anticipation au 1er janvier 2023.

La convention collective de la métallurgie est la seule à couvrir le champ des fabricants français d'horlogerie (hors bracelets cuir) tout comme celle des réparateurs dont la réparation est leur activité principale.

L'UIMM met à disposition une boîte à outils pour accompagner les entreprises sur 2022 et 2023.

Par ailleurs, France Horlogerie est signataire au côté de l'UIMM d'une convention avec la région Bourgogne Franche-Comté sur les métiers micro-techniques.

## **Projet de concours des écoles d'horlogerie franco-japonais**

France Horlogerie entretient des liens réguliers avec les organisations professionnelles des principaux pays producteurs.

La Japan Clock & Watch Association a proposé de relancer l'idée d'un concours international des écoles d'horlogerie. De son côté elle organise chaque année (début septembre) un concours d'une journée avec les 3 écoles d'horlogerie japonaises (Tokyo et Kyoto), concours auquel ont assisté les représentants de la Fnamac et de France Horlogerie en 2019.

La crise sanitaire a quelque peu bouleversé le calendrier mais d'un commun accord le concours sera organisé au Japon fin juillet 2023.

# RAPPEL DE QUELQUES NOTIONS

## Marquage Cuir

### UTILISATION ABUSIVE DU TERME « CUIR »

C'est un sujet récurrent et France Horlogerie a eu l'occasion d'appeler dans le passé l'attention des pouvoirs publics sur certaines appellations de nature trompeuse quant à l'utilisation du mot « cuir » sur les bracelets.

Avec l'arrivée d'un nombre croissant de produits fabriqués à partir de fibres végétales qui ressemblent au cuir mais affichent des mentions comme « cuir synthétique », « cuir vegan » (!) ou encore « cuir végétal », il y a là matière à concurrence déloyale qui préoccupe l'ensemble des acteurs de la filière Cuir. Ce phénomène est aussi accentué par le développement des sites de vente sur internet où l'emploi exact des désignations n'est pas toujours maîtrisé, que cela concerne le cuir ou d'autres caractéristiques des montres comme l'étanchéité des montres par exemple.

C'est tout le sens de la question posée en août dernier par le député du Doubs Frédéric Barbier à la ministre déléguée chargée de l'Industrie et qui pose la problématique d'une harmonisation européenne.

La réponse du ministre délégué chargé des PME publiée au Journal officiel de la République française du 7 septembre va dans le bon sens :

*« Au plan national, la commercialisation des produits en cuir ou de certains produits similaires au cuir est encadrée par le décret n° 2010-29 du 8 janvier 2010 qui interdit l'utilisation du mot « cuir » pour désigner toute autre matière que celle obtenue de la peau animale au moyen d'un tannage ou d'une imprégnation conservant la forme naturelle des fibres de la peau. Ainsi, l'utilisation de dénominations telles que « cuir synthétique », « cuir vegan » ou « cuir végétal » n'est pas recevable et contrevient à ce décret.*

*Ce texte a toutefois une portée uniquement nationale ; il ne s'applique pas aux produits légalement fabriqués dans un autre État de l'Union européenne ou importés via un de ces États, conformément aux principes de libre circulation des marchandises et de reconnaissance mutuelle.*

*Les autorités françaises sont pleinement conscientes des difficultés rencontrées par la filière du cuir résultant de l'absence d'une définition harmonisée de la dénomination « cuir » au sein de l'Union européenne et de l'attente légitime des consommateurs en matière de transparence des dénominations.*

*C'est pourquoi les autorités françaises plaident, chaque fois qu'elles en ont l'occasion, pour une telle harmonisation européenne en la matière. En ce qui concerne les dénominations susceptibles de tromper les consommateurs – au cas d'espèce, pour désigner des produits ressemblant à des produits en cuir sans en avoir les qualités – une nuance doit toutefois être apportée entre, d'une part, le respect formel du décret national susmentionné et, d'autre part, le respect de l'exigence de portée plus générale de ne pas induire le consommateur en erreur sur la nature ou les qualités substantielles de toute marchandise.*

*Ces dernières pratiques, relevant de la pratique commerciale trompeuse, au sens du code de la consommation, constituent un délit pouvant être recherché et constaté par les agents de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, quel que soit le lieu de fabrication ou d'importation des articles en cause (délit pouvant être sanctionné par une amende de 300 000 euros et/ou une peine d'emprisonnement de deux ans).*

*À cet égard, les services de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes mènent régulièrement des actions de contrôle et des enquêtes dans le secteur des articles manufacturés en « cuir » ou présentés comme tels – dans le domaine de la maroquinerie, des articles chaussants et de l'ameublement, notamment – afin de faire respecter la réglementation spécifique, ou le cas échéant générale, relative à l'information due au consommateur et concourant ainsi à la loyauté des pratiques commerciales.*

*Dans ce contexte, l'absence même d'une réglementation européenne harmonisée sur le « cuir » ne prive pas les enquêteurs de toute possibilité d'action s'ils constatent l'usage de présentations commerciales manifestement trompeuses. »*

# RAPPEL DE QUELQUES NOTIONS

## RÈGLES DE MARQUAGE ET D'ORIGINE : MONTRES

La question relative aux règles de marquage de l'origine sur les montres, en particulier pour l'assemblage, revient régulièrement y compris sur les réseaux sociaux.

Cela nous donne l'occasion de refaire le point car la situation est en effet devenue complexe puisque la mondialisation s'est accompagnée depuis les années 70 de la délocalisation de la fabrication des éléments composant la montre (habillage, mouvement...). Toutefois lorsque l'on regarde l'histoire horlogère, il y existait déjà aux 17<sup>e</sup> et 18<sup>e</sup> une certaine division internationale du travail entre les pays horlogers européens.

Si l'on veut être « puriste », le 100 % « made in » est difficile à atteindre, à commencer par le fait qu'un certain nombre de matières premières (métaux précieux ou métaux rares par exemple) sont extraits hors du pays de fabrication de la montre.

Il convient de distinguer le marquage d'origine qui est facultatif et laissé à l'appréciation du fabricant du certificat d'origine. Ce dernier est délivré par les chambres de commerce et il constitue en quelque sorte, le « passeport » de la montre pour pouvoir circuler à l'importation ou à l'exportation car, contrairement à l'homme, une marchandise ne saurait avoir le statut « d'apatride ».

### Marquage d'origine

Le marquage « made in France » ou « fabriqué en France » peut figurer sur une montre si l'assemblage de la montre induisant un changement de position tarifaire, confère l'origine française. Cette opération constitue une ouvraison substantielle qui donne naissance à un produit nouveau.

Ce marquage n'est pas obligatoire au sein de l'Union européenne, contrairement à certains pays. Il vise à informer le consommateur sur l'origine du pays dans lequel le produit est fabriqué.

Il convient de distinguer le pays d'origine du pays de provenance, ce dernier étant simplement une étape dans la circulation de la marchandise (transit).

En ce qui concerne la montre, le marquage d'origine figure généralement sur le cadran ou le fond extérieur de la boîte.

Par assemblage de la montre, il faut entendre emboîtement du mouvement, pose joints, cadran, aiguilles, couronne et poussoirs, verre, bracelet puis lanternage/contrôle final de la montre terminée. La seule pose du bracelet ne confère pas le changement de position tarifaire.

Les montres sont référencées dans le chapitre 91 du système harmonisé (SH) sous les positions 91.01 (métaux précieux) et 91.02 (autres matières).

En conséquence, l'assemblage des composants d'habillage de la montre comme la boîte référencée sous la position 91.11 avec l'incorporation du mouvement (91.08) confère le changement de position tarifaire pour donner naissance à un produit nouveau : la montre terminée.

C'est cette même règle qui est appliquée par l'ensemble des pays de l'Union européenne comme l'Allemagne, également pays producteur d'horlogerie, pour les montres « made in Germany ». Cette règle de changement de position tarifaire est défendue par l'UE dans le cadre des travaux d'harmonisation des règles au sein de l'Organisation mondiale des Douanes.

Le marquage d'origine sur le produit peut être aussi associé au droit des marques et de propriété intellectuelle, avec une exigence plus forte que le simple assemblage de la montre.

C'est notamment le cas du "Swiss made" qui outre l'assemblage, exige des critères liés à la valeur ajoutée du mouvement et de la montre réalisés en Suisse. Cette démarche s'accompagne du dépôt de la marque par la Fédération de l'industrie horlogère suisse aux Etats-Unis, à Hong Kong notamment, dans la mesure où, dans ces deux pays, c'est l'origine du mouvement qui a été retenue initialement pour être le point de départ dans la détermination de l'origine de la montre.

# RAPPEL DE QUELQUES NOTIONS

## RÈGLES DE MARQUAGE ET D'ORIGINE : MONTRES

Toutefois, à l'image du made in Germany ou France, le Swiss made n'est pas un marquage de qualité car il ne s'attache qu'à évaluer la valeur ajoutée réalisée en Suisse contrairement au poinçon de Genève qui définit en outre des exigences comme celle de satisfaire aux tests de chronométrie du COSC ou relatives à la bienfacture.

Il est de même pour le label « Origine France Garantie » qui exige que le produit fabriqué doit respecter les deux critères suivants : le lieu où le produit prend ses caractéristiques essentielles est situé en France. 50% au moins du prix de revient unitaire est acquis en France.

Sur le plan réglementaire, le marquage d'origine s'appuie à la fois sur :

- l'article 39 du code français des douanes complété par la circulaire du 13 mai 2016 de la direction générale des Douanes relative au marquage de l'origine et à la protection de l'origine française,
- le code des douanes communautaires relatif aux règles non préférentielles de l'UE se rapportant au chapitre 91 « Horlogerie ».

Le salon du made in France (voir salons horlogers) a aussi été l'occasion jeudi 11 novembre du lancement par France Industrie de l'identifiant « Fabrication française » en présence de la ministre chargée de l'Industrie.

S'appuyant sur l'intérêt grandissant des consommateurs pour les produits « fabriqués en France », leur envie de mieux pouvoir les identifier, un groupe de travail d'industriels, sous l'égide de France Industrie, s'est attelé à la création d'un logo tricolore, indicatif du « fabriqué en France ».

Lancé avant la période des achats de fin d'année, ce logo a vocation à rassembler, dans la durée, un maximum de produits français autour de cette identité visuelle, facilement reconnaissable et identifiable par les consommateurs. Il peut être apposé en magasin, sur le produit ou son emballage, ou déployé sur les réseaux sociaux.

Les entreprises peuvent télécharger ce logo sur le site de France Industrie :

<https://www.franceindustrie.org/formulaire-kit-communication/>

**Attention ! Le produit doit répondre aux critères de la réglementation douanière européenne et française. Un tel marquage doit se fonder sur les règles d'origine non préférentielles.**

Ainsi, pour la montre, c'est l'assemblage en France qui permettra d'utiliser ce logo (photo à ajouter).

Cet initiative vient en complément d'autres actions et n'interdit pas le recours à d'autres critères (notamment qualitatifs ou liés au savoir-faire) comme une Indication d'origine.

La volonté d'associer les magasins dans cette démarche illustre le fait que la relocalisation doit non seulement porter sur la recherche pour les marques de fournisseurs français, si le critère prix l'autorise, mais aussi sur le rôle des distributeurs de notre pays afin de pouvoir prescrire des produits français.

# RAPPEL DE QUELQUES NOTIONS

## RÈGLES DE MARQUAGE ET D'ORIGINE : MONTRES

### Certificat d'origine

Le certificat d'origine est un document normalisé qui, pour satisfaire aux exigences douanières et/ou commerciales communautaires ou étrangères, permet d'identifier les marchandises, et dans lequel l'autorité ou l'organisme habilité à le délivrer certifie expressément que les marchandises auxquelles le certificat se rapporte sont originaires d'un pays ou d'un groupe de pays donné.

Le certificat d'origine est une preuve documentaire de l'origine : il atteste que les marchandises sont originaires de la Communauté européenne, ou, sur justificatif, de pays tiers. La notion d'origine est la clé de voûte de la réglementation douanière. Elle exprime, en principe, le lieu de la dernière transformation substantielle de la marchandise. Sa définition juridique est précise. Certaines confusions doivent être écartées, comme celle qui consiste trop fréquemment à associer origine et provenance. La notion de provenance est une notion géographique qui ne fait qu'exprimer, par définition, le pays à partir duquel les marchandises ont été expédiées avant leur introduction sur un territoire douanier.

Le certificat d'origine (pour un produit de l'Union européenne, généralement le certificat EUR 1) s'appuie selon le cas sur le régime général des règles non préférentielles ou des règles préférentielles. Ces dernières concernent les échanges avec les pays avec lesquelles l'Union européenne a conclu des accords commerciaux.

Tous les produits disposent d'une règle d'origine non préférentielle pour déterminer les règles de marquage (Changement de position tarifaire pour les montres comme indiqué en page 3) et le cas échéant des droits de douane, des droits anti-dumping ou un contingentement dans le cadre de mesures de politique commerciale décidées par l'Union européenne.

# RAPPEL DE QUELQUES NOTIONS

## Montres étanches et de plongée

Les amateurs de cinéma ont tous en tête la fameuse réplique d'Arletty à Louis Jouvet dans « Hôtel du Nord » de Marcel Carné. Certes nous ne voyons pas Arletty plonger dans le canal Saint Martin pour tester sa résistance à la pression colérique, d'autant plus qu'elle ne portait pas de montre dans cette scène mémorable !

Mais cette réplique doit encore raisonner dans la tête de certains puisque, malgré la mise en place de nouvelles normes au début des années 90, des marques continuent d'utiliser l'indication XXX ATM (atmosphères) sur le cadran et dans la notice de présentation ou de garantie afin de préciser les performances d'étanchéité à l'eau de la montre. Il est vrai qu'il a fallu attendre le passage à l'euro pour ne plus entendre parler de conversion en anciens francs, malgré le changement de parité de notre monnaie pourtant intervenu 40 ans plus tôt !

A vrai dire, la question de l'étanchéité à l'eau des montres est un véritable serpent de mer qui revient régulièrement à la surface des discussions au niveau de l'élaboration des normes internationales. Elle fait l'objet de deux normes internationales : ISO 22810 pour les montres étanches, ISO 6425 pour les montres de plongée.

La 1ère difficulté relève sans doute de l'exception culturelle française car elle porte sur le terme « étanche ». Ce terme générique recouvre en effet plusieurs situations (étanche à l'eau, à la poussière, à l'air...) comparé à celui utilisé, par exemple, en anglais « water-resistant » qui introduit clairement la notion combinée de résistance à l'eau.

La 2e difficulté concerne les conditions d'utilisation : lavage de mains, douche, natation, saut d'un plongeur, plongée sous-marine... La situation était encore plus complexe au niveau de la normalisation puisque, jusque dans les années 1980 et outre la spécificité des montres de plongée, il existait deux catégories de montres étanches, l'une pour une utilisation courante,

l'autre pour les sports aquatiques, avec une frontière plus au moins floue. De nombreux pictogrammes ont fleuri pour qualifier les utilisations possibles. De l'homme grenouille au pommeau de douche jusqu'au marquage d'un ou deux poissons, l'imagination était au pouvoir - et l'est encore - pour noyer le consommateur dans l'incompréhension...

Le comité horloger TC 114 de l'ISO a tranché en faveur d'une simplification avec une seule norme pour les montres étanches, quelle que soit l'utilisation hormis pour la pratique de la plongée sous-marine.

La 3e difficulté vient de la compréhension du marquage sur le cadran qui découle du test de surpression réalisé par le fabricant. Dans les années 50, c'était le marquage de la pression atmosphérique exprimé en ATM qui primait. Cette unité de mesure de la pression atmosphérique normale était alors utilisée en météorologie, au même titre que le millimètre de mercure (mmHg ou Torr), le millibar (mbar)... Puis ont fleuri d'autres indications exprimées en ATU (de l'allemand Atmosphäre Überdruck), bar (pression des fluides), mètres (pression d'immersion)...

Pour compliquer le tout, au même titre que la seconde pour l'unité de mesure du temps, l'unité de pression du système international (S.I.) qui a été retenue lors de la conférence générale des poids et mesures (1971) et devrait logiquement être utilisée est le pascal (Pa). Celui-ci correspond à une force d'1 newton exercée sur une surface d'1 mètre carré (1 Pa = 1 N/m<sup>2</sup>).

# RAPPEL DE QUELQUES NOTIONS

## Montres étanches et de plongée (suite)

Mais dans une industrie à complications, il aurait été trop simple de se rallier au pascal dont le commun des mortels non scientifique ignore souvent l'existence, si ce n'est par de lointaines études littéraires...

La norme ISO 22810 a en effet retenu que le marquage « étanche » pouvait être complété de l'indication de surpression –au choix du fabricant- exprimée soit :

- en bar, au-delà d'une pression à 2 bar qui est le critère minimal requis. Si le pêcheur marseillais saura bien dissocier le bar du loup contrairement au marin breton, tous deux seront d'accord pour estimer - même s'ils sont privés momentanément de discussion au zinc de leur bar habituel - que cette unité de mesure n'est pas toujours très compréhensible pour apprécier l'étanchéité à l'eau de leur montre, encore que leur canot de survie indique peut être la pression maximale en bar à ne pas dépasser en cas de gonflage !

- en mètres, au delà d'une pression de 20 mètres. Mais, à partir de 100 mètres, on risque de se retrouver en collision sous-marine avec la montre de plongée (marquage par palier de 100 mètres, à partir de 100 mètres)... Et, notamment en Allemagne, certains estiment qu'un tel marquage entretient un risque de confusion car la conception des montres de plongée requiert des fonctions spécifiques : temps de plongée et calcul des paliers, luminosité renforcée.

En tout état de cause, la norme ISO définit pour les montres étanches plusieurs essais : condensation et surpression d'eau, immersion dans l'eau à faible profondeur, sollicitation des éléments de commandes, chocs thermiques et un essai préliminaire en surpression d'air (2 bar puis 0,5 bar) pour détecter un défaut d'étanchéité sans que l'intégrité de la montre ne soit affectée.

A défaut de caractère réglementaire contraignant, les normes servent de référence en cas de litige. Dans son texte introductif « Elle précise quels seront les essais appliqués en cas de litige et laisse au fabricant la responsabilité de définir les essais (appartenant à son savoir-faire) qu'il applique en production à ses produits s'il veut pouvoir garantir que ceux-ci satisfont aux exigences de la présente Norme internationale. »

Force est de constater que les prescriptions de l'ISO ne sont pas forcément reprises, notamment sur certains blogs et sites marchands. France Horlogerie va donc engager à nouveau une action de sensibilisation d'autant que la norme ISO propose une annexe informative sur les précautions à prendre par le consommateur pour l'utilisation de sa montre étanche.

# RAPPEL DE QUELQUES NOTIONS

## Montres étanches et de plongée (suite)

### Prescriptions de marquage ISO

- **montre étanche** ISO 22810 – 2010 – reprise en norme française (NF) juin 2012

« **étanche** » ou « **water-resistant** » suivi le cas échéant de l'indication de surpression (au-delà de 2 bar) exprimée en bar ou mètres.

Le fait de marquer « étanche » sans indication de pression se réfère à 2 bar.

En cas de surpression, France Horlogerie recommande de privilégier le marquage en bar « water-resistant 5 bar » plutôt qu'en mètres, notamment au-delà de 100 mètres « water-resistant 10 bar ».

En aucun cas il ne faut se limiter à la seule indication de surpression « 100 m » sans le terme étanche ou water-resistant. Ce marquage constitue un risque de confusion avec la montre de plongée.

- **montre de plongée** ISO 6425-2018 – reprise en norme française (NF) octobre 2018

« **montre de plongée 100 m** » ou « **diver's watch 100 m** ». L'indication 100 m étant un minimum.

# FRANCE HORLOGERIE ET AUTRES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES

## SES PARTENAIRES ET INTERLOCUTEURS

- les services de la Commission européenne à Bruxelles et à Berne
- les élus du département du Doubs de la région Bourgogne-Franche-Comté en raison de la forte présence de l'industrie horlogère dans cette région, ainsi que les maires des communes horlogères dont Besançon et Morteau
- 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
- les associations représentatives de l'Industrie : France industries créatives pour les métiers de création (ex Comité de liaison des industries de main-d'œuvre - CLIMO) et France Industrie pour le niveau national de l'Industrie
- la Société de développement de l'horlogerie (SDH)
- l'Union de la bijouterie et de l'horlogerie (UBH - détaillant)
- 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)
- l'Association française des amateurs d'horlogerie ancienne (AFAHA)

# FRANCE HORLOGERIE ET AUTRES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES

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

France Horlogerie 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, France Horlogerie diffuse sa lettre d'information professionnelle à ses adhérents et ses partenaires qui est aussi consultable sur le site [www.francehorlogerie.com](http://www.francehorlogerie.com) (rubrique Publications).

## SON ORGANISATION

Le conseil d'administration de France Horlogerie représente l'ensemble de ses membres selon leurs métiers répartis en trois collèges (montres, composants, gros volume). Sa composition a été renouvelée pour la période triennale mi-2019/mi-2022. Le conseil sortant a tenu à introduire de nouvelles marques/ créateurs issus des collèges « montres » et « gros volume ». De la même manière, les sociétés étant représentées au conseil pourront désigner un administrateur suppléant en cas d'empêchement du titulaire du poste. M. Guillaume Butty ne souhaitant pas solliciter un nouveau mandat de président, le conseil d'administration réuni le 7 octobre nomme pour la durée du mandat restant à courir M. Jean-Pierre Bodet.

Le bureau du conseil d'administration est désormais composé comme suit :

Président : M. Jean-Pierre Bodet  
(collège gros volume)

Vice-présidents : M. Pierre Burgun  
(collège montres)

M. Guillaume Butty  
(collège composants)

Trésorier : M. Gérard Simon  
(collège composants)

Délégué général : M. Patrice Besnard

### COLLÈGE MONTRES

M. Laurent Aziz (FOB Paris)

M. Philippe Bérard (SMB)

M. Pierre Burgun (Pierre Lannier)

M. Henrick Gauché (Hegid)

M. Cédric Gomez-Montiel (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. Philippe Lebru (Utinam)

# STATISTIQUES HORLOGÈRES ET ADHÉRENTS

Malgré les perturbations générées par la pandémie et les dernières fermetures administratives des magasins physiques sur 2021 qui ont affecté les entreprises, le secteur de l'horlogerie a su rebondir. Les comparaisons de 2021 par rapport à 2020 n'ayant peu de sens, les variations sont donc ici calculées par rapport à 2019 (sauf mention).

## Production horlogère stabilisée

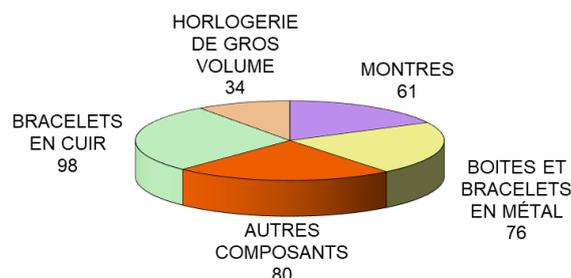
La production horlogère française, production délocalisée non comprise, s'est pratiquement stabilisée avec un chiffre d'affaires de 341 millions € HT, +26% par rapport à 2020, mais en léger retrait - 2% par rapport au pic atteint en 2019 qui était sa meilleure année depuis 2005, avec 87 entreprises pour un effectif de 2 843 personnes.

Les fabricants de montres assemblant en France poursuivent leur progression (70 millions €, +16% en valeur par rapport à 2019), notamment mécaniques (+50%), secteur toujours boosté par l'arrivée de nouvelles marques sur le marché.

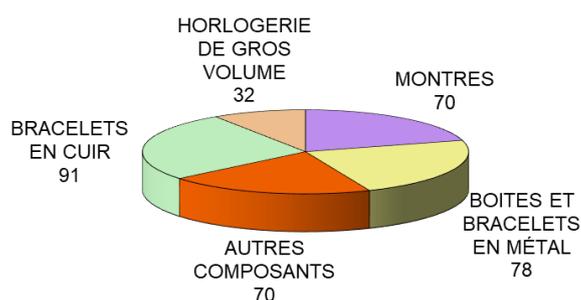
Même s'ils sont affectés par leur principal débouché helvétique, les composants de montres représentent 70% du potentiel industriel français en légère baisse (239 millions, -6%). Les bracelets de montres en métal tirent leur épingle du jeu (+5%) tandis que les bracelets en cuir connaissent une baisse de 7 % ainsi que les fabricants de pièces de mouvement (-16%) et de boîtes et parties (-14%).

Le secteur du gros volume a marqué également le pas (32 millions €, -8%), tant pour l'horlogerie domestique que technique.

## C.A. 2019 DES FABRICANTS (349 MILLIONS D'€ H.T.)



## C.A. 2021 DES FABRICANTS (341 MILLIONS D'€ H.T.)



## Exportations et réexportations

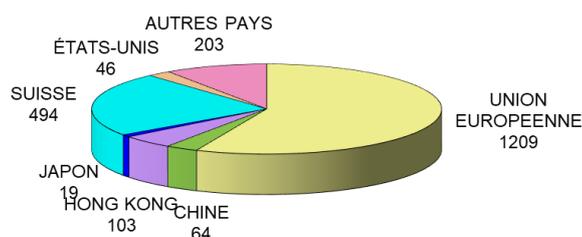
Les exportations et réexportations horlogères ont chuté de 23% par rapport à 2019, passant de 2 688 milliards € en 2019 à 2 138 milliards € en 2021 dont 1 521 milliards € pour les montres, soit -29%.

Les principaux pays destinataires des exportations horlogères françaises étaient la Suisse, transit compris (pour 23% d'entre elles en 2021), l'Italie (13%), l'Allemagne (11%) et l'Espagne (10%).

Conséquence du Brexit, le Royaume-Uni qui occupait le 2<sup>ème</sup> rang depuis 2016 (avec 20% de nos exportations en 2019), a reculé à la 11<sup>ème</sup> place en 2021 (avec 2% seulement).

Il convient de noter que ces chiffres n'incluent pas les montres connectées qui sont « diluées » avec d'autres produits électroniques et ne relèvent pas du chapitre 91 « Horlogerie » de la nomenclature douanière.

## EXPORTATIONS 2021 (2.138 MILLIONS D'€ H.T.)



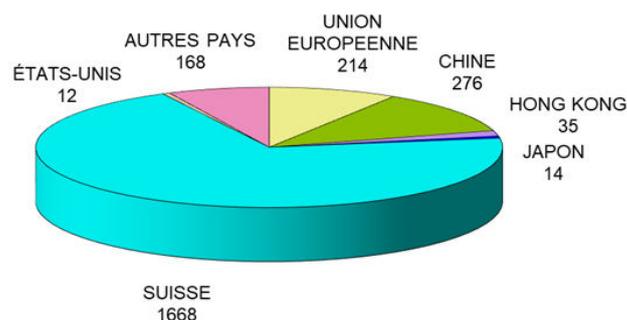
# STATISTIQUES HORLOGÈRES ET ADHÉRENTS

## Importations

Les importations ont diminué de 15% par rapport à 2019 passant de 2,807 milliards € en 2019 à 2,387 milliards € en 2021 (+20% sur 2020) et dont 1 999 milliard € pour les montres (-16% sur 2019).

Le taux de couverture de nos importations par nos exportations se maintient à 90%.

## IMPORTATIONS 2021 (2.387 MILLIONS D'€ H.T.)



## Origine des produits mis à la consommation en France

Les données de Francéclat permettent également de distinguer l'origine des montres et articles de l'horlogerie domestique mis à la consommation en France en 2021.

En valeur, 74% de ces pièces provenaient de Suisse, 10% de Chine et 9% de l'Union européenne.

Par contre, en volume, la Chine reste toujours en tête (70%), l'Union européenne et la Suisse ne représentant respectivement que 16% et 6%.

Concernant les pendules et réveils, en valeur, 56 % de ces pièces sont issus de Chine, 18% de l'Union européenne (hors France) et 12% de Suisse et en volume, 86% de Chine et 11 % de l'Union Européenne .

# STATISTIQUES HORLOGÈRES ET ADHÉRENTS

## Industrie horlogère française

Chiffre d'affaires hors taxes : années 2019, 2020 et 2021

	Année 2019	Année 2020	Année 2021	Variation 2021 par rapport	
	Valeur en K€	Valeur en K€	Valeur en K€	à 2020	à 2019
<u>Chiffre d'affaires des fabricants de montres</u> (H.T.)	61 129	53 641	70 450	31,34%	15,25%
Métropole	33 953	31 406	42 736	36,08%	25,87%
Export	27 176	22 235	27 714	24,64%	1,98%
<u>Chiffre d'affaires des fabricants de composants</u> (H.T.)	155 862	117 226	148 004	26,26%	-5,04%
Métropole	8 519	6 787	7 054	3,93%	-17,20%
Export	147 343	110 439	140 950	27,63%	-4,34%
<i>dont Fabricants de boîtes de montres et de bracelets de montres en métal</i>	75 994	56 209	78 374	39,43%	3,13%
<i>Métropole</i>	3 481	3 098	2 854	-7,88%	-18,01%
<i>Export</i>	72 513	53 111	75 520	42,19%	4,15%
<u>Chiffre d'affaires des fabricants d'horlogerie de petit volume</u> (total H.T.)	216 991	170 867	218 454	27,85%	0,67%
<u>Chiffre d'affaires des fabricants de bracelets de montres en cuir</u> (H.T.)	97 691	74 080	91 115	23,00%	-6,73%
Métropole	7 871	6 743	8 295	23,02%	5,39%
Export	89 820	67 337	82 820	22,99%	-7,79%
<u>Chiffre d'affaires des fabricants d'horlogerie de gros volume</u> (H.T.)	34 460	25 928	31 750	22,45%	-7,86%
Métropole	10 430	8 366	10 742	28,40%	2,99%
Export	24 030	17 562	21 008	19,62%	-12,58%
<u>Chiffre d'affaires des fabricants d'horlogerie</u> (total H.T.)	349 142	270 875	341 319	26,01%	-2,24%

Source : Observatoire Francéclat / I.N.S.E.E.

# STATISTIQUES HORLOGÈRES ET ADHÉRENTS

## Commerce extérieur français

Année 2021

	Quantités	Valeur en K€	PUM en €
<u>Importations</u>			
Montres	15 994 155	1 999 323	125,00
<i>dont Quartz analogiques*</i>	9 847 913	593 862	60,30
Composants		169 164	
<i>dont Mouvements de montres terminés</i>	1 222 117	33 498	27,41
<i>dont Boîtes de montres</i>	821 280	8 328	10,14
Bracelets de montres		122 774	
Total Industrie de la montre		2 291 261	
Horlogerie domestique	8 207 330	53 872	6,56
Horlogerie technique		41 441	
Mouvements d'horlogerie terminés		525	
Pièces détachées		318	
Total Horlogerie de gros volume		96 156	
Total Horlogerie		2 387 417	
<u>Exportations (Producteurs et non producteurs)</u>			
Montres	4 800 742	1 520 419	316,71
<i>dont Quartz analogiques*</i>	2 932 363	458 068	156,21
Composants		201 982	
<i>dont Mouvements de montres terminés</i>	134 730	15 617	115,91
<i>dont Boîtes de montres</i>	63 111	1 536	24,35
Bracelets de montres		313 225	
Total Industrie de la montre		2 035 626	
Horlogerie domestique	2 536 943	26 503	10,45
Horlogerie technique		74 988	
Mouvements d'horlogerie terminés		500	
Pièces détachées		67	
Total Horlogerie de gros volume		102 058	
Total Horlogerie		2 137 684	

\* Montres-bracelets seulement

Source : Observatoire Francéclat - TDM / Douanes Françaises

# STATISTIQUES HORLOGÈRES ET ADHÉRENTS

## CHRONOSPEDIA : UNE BELLE INITIATIVE POUR LE PATRIMOINE HORLOGER

Saluons l'initiative de l'un de nos adhérents l'Horloger de la Croix Rousse qui a pris la mesure des enjeux de la conservation et de la restauration du patrimoine horloger français et européen.

Participant au salon du Patrimoine qui s'est déroulé au Carrousel du Louvre du 28 au 31 octobre, il a présenté la réalisation en 3D de mouvements horlogers anciens dans l'optique de mettre à disposition une banque de données en vue de leur restauration : mouvements de cartel, mouvement de Paris...

Pour son dirigeant, M. François Simon-Fustier, Chronospédia, encyclopédie numérique du savoir horloger, a pour but de rassembler : une bibliothèque de modélisation 3D de mécanismes, des animations de médiation technico-culturelle, un archivage des ouvrages et publications, une centralisation d'informations réparties actuellement dans les musées et associations horlogères...

Enfin des collaborations avec d'autres pays européens pour compléter la base de données avec leur propre fabrication nationale spécifique ( Allemagne : coucou de la Forêt noire, Belgique : mouvement de Liège, Suisse : mouvement de Neuchâteloise).

<https://horlogerie-ancienne.fr/chronospedia>

## BRAVO À PEQUIGNET EN MARCHÉ POUR ... L'ÉLYSÉE ET L'EXPOSITION « FABRIQUÉ EN FRANCE » !



Photo : Aymeric Vernhol accueillant MM. Jacques Bianchi (Fnamac) et Eric Cheminade (UBH)

Vendredi 2 et samedi 3 juillet, l'exposition du "Fabriqué en France" a mis à l'honneur les entreprises engagées dans la fabrication française, de l'artisanat à l'industrie, au Palais de l'Élysée, avec 126 produits issus de tous les départements et territoires de métropole et d'Outre-mer.

Après les montres Michel Herbelin pour la 1<sup>ère</sup> édition en 2019, c'est au tour de la marque Pequignet, pour le Doubs, de présenter la montre en édition limitée « Attitude Or », dotée du nouveau mouvement baptisé « Initial ».

Toutes nos félicitations à l'équipe Pequignet qui consacre les efforts engagés depuis 2017 pour redéployer la marque.

# STATISTIQUES HORLOGÈRES ET ADHÉRENTS

## SCPTIME ® À L'HEURE ANGLAISE

Au-delà de la recherche de la précision, c'est désormais l'obtention d'un temps sécurisé et légal qui devient l'enjeu majeur, point sur lequel œuvrera la Fondation du Temps.

Après avoir été sélectionné par la Communauté Européenne dans le cadre de son appel d'offre visant à identifier les technologies alternatives et/ou complémentaires à Galileo, c'est à présent dans le cadre d'un appel à projet Innovate UK que SCPTIME et sa technologie innovante brevetée ont été retenus.

Dans la droite ligne des Etats-Unis et de l'Union européenne, soucieux des effets potentiellement catastrophiques de la dépendance aux systèmes GNSS (GPS, Galileo, Beidou, Glonass), le parlement britannique a octroyé début 2020 un budget de 36 millions de livres sterling au Laboratoire national de physique (NPL) de Londres, afin de développer le projet NTC (National Timing Center).

La vocation de ce projet n'est ni plus ni moins de diffuser un Temps de référence (l'UTC produit par le NPL), de façon sécurisée et traçable à l'ensemble des habitants du Royaume-Uni, soit un « SCPTIME » version anglaise...

Innovate UK a donc lancé en avril 2021 un appel à projet pour les premières études de faisabilité, auquel SCPTIME a répondu en collaboration avec l'entreprise TELEDYNE, basée en Angleterre.

Cette collaboration est riche d'une expertise industrielle dans le domaine Temps/fréquence avec notamment :

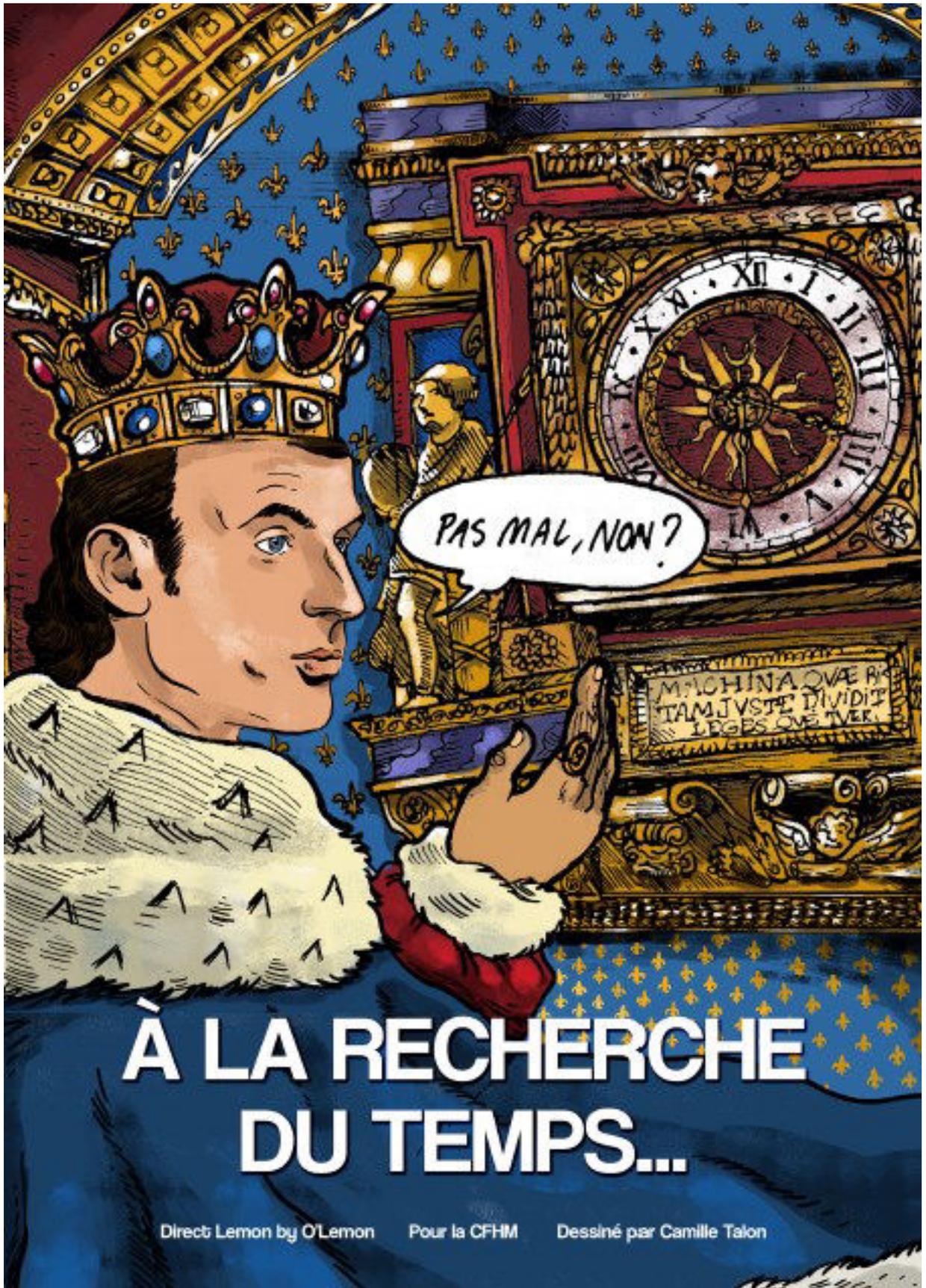
- les brevets SCPTIME,
- la conception/fabrication de serveurs de Temps de GORGY TIMING,
- la conception de micro-horloges atomiques pour Teledyne.

Le projet innovant porté par les deux partenaires a su convaincre les officiels et scientifiques du Temps/Fréquence d'outre-manche face à des concurrents allemands, anglais, espagnols, états-uniens et suisses.

Ce succès récompense le savoir-faire collaboratif français mené par SCPTIME avec le LNE/SYRTE (Laboratoire national de métrologie et d'essais – Système de Référence Temps-Espace), FemtoST, le CEA et Minalogic (pôle de compétitivité du numérique en région Auvergne Rhône Alpes).

Les perspectives industrielles à moyen terme devraient contribuer à l'accélération de la prise de conscience en France de l'importance d'un Temps légal sécurisé, certifié et traçable pour de multiples opérateurs de l'IoT à l'énergie, aux transports, aux banques, à l'industrie...

<https://www.scptime.com/fr/>



# À LA RECHERCHE DU TEMPS...

Direct: Lemon by O'Lemon

Pour la CFHM

Dessiné par Camille Talon