

Horlogerie

La société Revelation est fin prête pour Baselworld

Anouk Danthe et Olivier Leu vont présenter leur modèle haut de gamme à la grande foire horlogère

Katarzyna Gornik

Designers industriels, Anouk Danthe et son compagnon, Olivier Leu, sont fin prêts. Après avoir peaufiné le concept inédit de leur marque, baptisée Revelation, ainsi que la technique de leur montre haut de gamme, ils se rendront bientôt à Baselworld, la grand-messe de l'horlogerie internationale. Après un premier galop d'essai à Hongkong, puis – il y a quelques jours – à l'hôtel Four Seasons, en marge du Salon international de la haute horlogerie. En mars, les deux entrepreneurs vont aborder la phase de la commercialisation.

«Le mythe fondateur des marques horlogères, c'est d'arriver à Baselworld, avec le prototype de leur montre dans la poche pour pouvoir la sortir au bon moment. Heureusement, nous n'en sommes plus là», sourit Anouk Danthe. Revelation aura son propre stand, afin de présenter son tout dernier modèle.

Les fondateurs de la start-up racontent leur parcours, installés dans une belle salle de briefing de l'ancien collège de Lully, rénové par la commune. Depuis les débuts de la société, en 2009, les deux partenaires, dans la vie comme au bureau, ont fait un sacré bout de chemin. Tout en continuant à exercer une activité professionnelle en parallèle pour rendre cette aventure possible.

Une école de la patience

«Ce sera une année charnière pour nous», confie Anouk, qui s'épanouit pourtant dans le marketing viticole. De plus, souligne-t-elle, les univers des grands crus et des montres sont complémentaires. «Tous les collectionneurs avec lesquels j'ai discuté sont également passionnés de vins.»



Anouk Danthe et Olivier Leu présentent une des montres de leur marque. PATRICK MARTIN



Le chemin pour atteindre son but se ressemble dans les deux secteurs. «Développer un mouvement, c'est comme créer un vin. Le viticulteur doit choisir un parcelle, planter ses premières barbes, et attendre trois ans pour obtenir le premier vin. C'est une école de la patience.»

Pour créer leur marque, Anouk Danthe et Olivier Leu ont aussi dû apprendre à passer les étapes une à une. En

2005, ils élaborent le concept de Revelation. Ils décident que leur montre se distinguera par un jeu de cache-cache, permettant de révéler le mouvement en un simple geste.

«Personne n'avait pensé à ce type de système», se réjouissent Anouk Danthe et Olivier Leu. Encore fallait-il trouver une technique adéquate. C'est désormais chose faite, grâce à une collaboration avec le Centre suisse d'électronique et de microtechnique (CSEM).

Une double complication

Le centre trouve le petit miracle qui rend la Revelation bluffante: un système optique qui permet de doter la montre d'une double lunette. La plaque supérieure s'opacifie

une fois fermée, se «contentant» d'indiquer les heures.

Mais une fois la plaque relevée, la montre révèle les battements de son «cœur» et sa deuxième complication: un mouvement «tourbillon manège», entièrement créé à l'interne, en synergie entre les deux designers, un ingénieur et un horloger. Depuis le prototype de 2009, ce mouvement a été entièrement repensé et ce calibre va encore évoluer, précise Anouk Danthe.

La complexité du travail nécessaire à la création d'une pièce explique son prix, qui oscille entre 192 000 francs et 212 000 francs. Mais le nouveau modèle présenté à Bâle, un chronographe, sera disponible dès 12 900 francs.

L'effet magique des verres polarisants

● La montre Revelation se distingue des autres grâce à un ingénieux système optique, conçu par les ingénieurs du Centre suisse d'électronique et de microtechnique (CSEM) de Neuchâtel. Ce dispositif utilise la polarisation, une particularité physique de la lumière. Il est en effet possible de donner une orientation spécifique (une direction) aux rayons lumineux, en les faisant passer à travers un

filtre. En combinant deux filtres polarisants, on peut conditionner la direction de la lumière, et lui faire traverser ou non une surface transparente. L'astuce de Revelation est de monter deux disques l'un sur l'autre. L'un est statique, tandis que l'autre pivote lorsqu'on ouvre la lunette de la montre. Quand le disque mobile tourne, sa surface polarisée va s'aligner sur la surface statique, et permettre à la lumière de la

traverser, laissant apparaître le mouvement. Mais les disques superposés doivent pouvoir pivoter de 90 degrés pour assurer l'effet voulu. Les constructeurs de Revelation ont donc dû transformer le mouvement vertical d'ouverture en un mouvement rotatif. Grâce à une vis «sans fin» et un différentiel (un système mécanique utilisé aussi pour faire tourner les roues motrices des voitures.)

Le groupe DSR poursuit sa diversification

Spécialisé dans la restauration collective, le groupe basé à Rolle se lance dans l'informatique

Le groupe DSR, dont le siège est à Rolle, vient d'acquérir la totalité du capital-actions de la société française Ganica, active dans le développement et la commercialisation de solutions informatiques. La nouvelle société prendra désormais la raison sociale Datarest SA. Entretien avec le directeur de DSR, Andrew Gordon.

Quel est le but de cette opération?

Nous avons défini stratégiquement que le groupe DSR allait s'intéresser à développer des activités connexes à la restauration collective.



Andrew Gordon, directeur du groupe DSR. VANESSA CARDOSO

Or, Ganica a développé des logiciels spécifiques pour la restauration. Comme le groupe DSR compte 12 sociétés, nous avons d'énormes besoins informatiques. De plus, nous allons également développer la commercialisation de ces logiciels à l'externe.

A quoi servent ces logiciels?

Ils permettent aux restaurateurs de

veiller à l'état des stocks, de passer des commandes à leurs fournisseurs, ou de connaître leur état financier quotidien, hebdomadaire, ou mensuel.

Quel marché visez-vous avec ces logiciels?

La restauration est une profession à risque. Nous proposerons un outil d'anticipation pour de très petites structures, des restaurateurs indépendants, qui disposeront d'un outil avec un très faible investissement.

Vous visez un chiffre d'affaires de 270 millions de francs pour 2011. Où en êtes-vous?

Nous devrions atteindre 290 millions, avec une croissance de 10% de notre activité. Nous avons eu

une très bonne année 2011. Notamment grâce à la signature de contrats de restauration collective avec deux des plus grandes banques suisses. Il faut rappeler aussi que nous avons ouvert 21 nouveaux restaurants au cours de cette année, sans aucune fermeture de contrat. L'opération de la Gymnastrada de Lausanne de cet été - dont nous avons été le restaurateur exclusif - a fortement contribué à la croissance de notre chiffre d'affaires, et a été bénéfique pour notre image.

Vous souhaitez vous étendre à l'étranger, également.

Nous avons effectivement un projet en France, dans la région Rhône-Alpes. Cela n'a pas abouti. Nos partenaires souhaitaient que le groupe DSR reste minoritaire, ce que nous ne voulions pas. **K.G.**

Perspectives sur les marchés

Elise Guélat Rion *



On croque la pomme!

Parmi les multiples résultats de sociétés dévoilés ces dernières semaines, difficile de manquer

les chiffres tonitruants d'Apple. La marque à la pomme a une fois encore dépassé toutes les attentes, faisant preuve d'une croissance impressionnante. Soutenues par les achats de fin d'année, les ventes d'iPhone ont plus que doublé durant le quatrième trimestre pour atteindre 72,3 millions d'unités en 2011. Sur la même période, les ventes d'iPad ne sont pas en reste, avec une augmentation de 39%. Le succès de la firme se manifeste également par l'accumulation d'une véritable montagne de cash (97,6 milliards de dollars). Apple devrait investir ces liquidités dans de nouveaux projets (plusieurs analystes s'attendent au lancement d'une TV fonctionnant sur le système d'exploitation d'Apple), mais aussi commencer à les redistribuer aux actionnaires par le biais d'un dividende ou d'un rachat d'actions. Le versement d'un dividende attirerait un nouveau type d'investisseurs et favoriserait encore le titre. Poids lourd du secteur technologique américain, Apple n'est toutefois pas la seule à avoir

publié de bons chiffres. L'activité toujours soutenue dans le domaine des serveurs (*cloud computing*) et la croissance de la demande de PC dans les pays émergents ont aussi profité aux sociétés telles que IBM et Intel.

Plus proche de nous, Logitech a dévoilé des résultats inférieurs aux attentes et a abaissé ses prévisions pour 2012. Le spécialiste des périphériques a souffert de sa forte exposition aux marchés développés qui, à l'inverse des pays émergents, ont connu un ralentissement de

«Le succès d'Apple se manifeste également par l'accumulation d'une véritable montagne de cash»

la demande de PC. L'accroissement de sa présence en Asie et le renouvellement de sa gamme de produits sont désormais des éléments-clés, dans un domaine très concurrentiel qui connaît l'essor des tablettes ainsi que l'attachement à la marque.

* Analyste financière, BCV.

Le chiffre de la semaine

Un prix pour Alain Jenny, pionnier des cleantechs

71

L'âge d'Alain Jenny, pionnier romand des cleantechs, honoré pour son parcours par le Prix suisse de l'environnement. Alain Jenny se caractérise par une persévérance certaine. Actif dans les énergies renouvelables depuis les années 1970, cet ingénieur en physique de l'EPFL a consacré sa vie à développer de nouvelles technologies afin de concilier objectifs économiques et respect de l'environnement. Il est le fondateur du groupe Granit, qui

chapeaute plusieurs filiales spécialisées dans le développement de produits écologiques. Alain Jenny est également à l'origine du symposium Sustainable Environmental Solutions for Emerging Countries (SESEC). Cette manifestation est une plate-forme d'échange entre les divers acteurs du développement durable, destinée à faciliter les réalisations concrètes. A 71 ans, l'infatigable ingénieur a aussi annoncé sa volonté de créer une nouvelle société, Solar Swiss Power, afin de commercialiser des cellules solaires translucides, créées par le professeur Graetzel à l'EPFL. **K.G.**

Marketing La Vaudoise poursuit sa mue

La Vaudoise Assurances a amorcé une vaste campagne de communication, destinée à conforter sa position en Suisse romande et à augmenter sa notoriété en Suisse alémanique. Avec, entre autres actions, une page Facebook. **K.G.**

Communication Nouvelle agence à Lausanne

Yjoo, agence de communication zurichoise, ouvre un bureau romand à Lausanne, sous la direction de Daniel Herrera. Celui-ci a exercé chez Nestlé Suisse, Romande Energie et Kudelski Groupe. **K.G.**

Séminaire Pour en finir avec la corruption

L'Association romande des intermédiaires financiers organise un séminaire sur la lutte contre la corruption et la fraude, mercredi 22 février à Lausanne. Inscriptions au 022 310 07 35 ou sur info@arif.ch **K.G.**

Séminaire Comment assurer sa PME

Quelle est l'utilité de programmes d'assurances pour des PME? La société CHUBB, spécialiste du domaine, présente ses offres à la Chambre vaudoise du commerce et de l'industrie, mercredi 1er février. 021 613 35 35. **K.G.**