



«Avant de vendre des pièces, il s'agit de transmettre une idéologie»

TEXTE THOMAS PFEFFERLÉ

Directeur de l'entreprise AJJS Production – lauréate du Grand Prix des Exposants l'an dernier au Salon EPHJ – Anthony Saunier analyse l'évolution du secteur horloger. Interview.

En considérant les importantes évolutions technologiques qui caractérisent actuellement l'industrie de haute précision, on peut avoir l'impression que l'artisanat ne fait plus partie du secteur horloger. Quel regard portez-vous sur cet éloignement entre les techniques industrielles et artisanales?

Je pense que l'on peut distinguer deux clans dans la production horlogère. L'artisanat reste intéressant pour le très haut de gamme. Mais pour des raisons économiques évidentes, la grande majorité des acteurs de l'horlogerie élabore des solutions techniques industrielles dans le but de rendre ses produits exclusifs et compétitifs. L'idée consiste toujours à proposer des montres uniques en pouvant se passer du travail fait main, dont le coût s'avère évidemment très élevé. Aujourd'hui, lancer un nouveau produit sur le marché implique en revanche un énorme travail en amont, avant de pouvoir industrialiser sa fabrication. On consacre donc un temps considérable aux premières étapes telles que l'élaboration du de-

sign ou encore le travail de la texture avant de se lancer dans la production.

Face à la sophistication des processus de fabrication, on perçoit une certaine crainte quant à la disparition de certains savoir-faire et métiers. Quelle est votre vision sur cet aspect?

Plutôt que de disparition de certains emplois, je vois surtout la création de nouveaux métiers. Au sein de notre entreprise par exemple, l'innovation engendre de nouveaux postes de travail et de nouvelles techniques à maîtriser. Nos collaborateurs sont notamment devenus familiers avec des processus de fabrication nouveaux comme la gravure 3D au laser ou encore l'impression 3D de très fines surfaces.

Lors du dernier Salon EPHJ vous aviez remporté le Grand Prix des Exposants avec votre technologie du Modularium. Expliquez-nous en quoi consiste cette innovation et comment s'est-elle répercutée sur votre activité?

Le Modularium est un système qui permet à nos clients de dessiner et choisir leurs propres complications horlogères avant de nous en confier la production. Ce n'est donc pas un nouveau produit mais une nouvelle manière d'industrialiser des composants. Cela permet d'offrir une grande liberté aux clients en matière de design et d'innovation tout en leur permettant de bénéficier

d'une production externalisée et économique. Pour notre entreprise, cette technologie a permis d'asseoir notre réputation en termes d'innovation et de gagner en visibilité. Outre la vente de pièces, le Modularium nous permet de transmettre notre idéologie à notre clientèle. Un aspect essentiel aujourd'hui dans le secteur horloger.

Quelles sont vos ambitions pour le Salon EPHJ de cette année et quelle innovation allez-vous dévoiler au grand public?

En tant que lauréats de la dernière édition, nous sommes évidemment attendus au tournant. Et nous voulons évidemment remporter à nouveau le Grand Prix. Cette année, nous présentons notre système de projection structurale. Une technologie qui permet entre autre de texturer au laser de fines couches de peintures déposées sur des pièces.

En quoi des événements tels que le Salon EPHJ contribuent-ils à doper l'innovation?

Il y a de nombreuses raisons, notamment économiques, qui poussent une entreprise à innover. Les rendez-vous comme le Salon EPHJ permettent de fixer une date. Ce qui nous oblige à concrétiser et canaliser les nombreuses idées qui émergent lorsqu'il s'agit d'innover. Dans ce sens, c'est un moteur de l'innovation et une opportunité de la montrer.

Plutôt que de disparition de certains emplois, je vois surtout la création de nouveaux métiers.