

## Horlogerie

## Depancel lance un chrono suisse sur pré-commande

**Lancée en 2018, la marque horlogère de Clément Meynier fait appel à l'avis de sa communauté pour concevoir tous ses modèles.**

Sylvie Guerreiro

Il en rêve toujours. L'automobile, c'est sa grande passion. Mais pas facile de créer sa marque au sortir des études. À défaut, Clément Meynier s'est lancé dans cette horlogerie qu'il côtoie depuis l'enfance. Le jeune homme est né dans le Jura français. Après une école d'ingénieur, il a suivi le cursus des Arts et Métiers, pour finalement décrocher un Master en physique. Ce qui lui a ouvert les portes du CERN à Genève.

Seulement voilà, les tâches qui lui incombaient manquaient cruellement de concret. Clément Meynier avait envie de créer quelque chose de ses mains. Le voici donc à la tête de sa propre marque horlogère, Depancel, basée à Chavanoz près d'Annecy. C'est un frontalier mais tel qu'on en croise moins, puisqu'il vit à Genève. Comme 50% de ses collaborateurs d'ailleurs. Ils sont neuf en tout. L'un d'eux, Olivier, les a rejoints il y a un an, en tant que responsable produits, après 20 ans passés chez TAG Heuer.

## Inspiration automobile

C'est grâce à la plateforme Kickstarter que cet entrepreneur a pu lancer sa première collection, en avril 2018. Et ce qui s'apparentait davantage à un hobby est vite devenu viable. 1000 pièces ont été vendues. Sa force? Des montres fortement marquées par sa passion de l'automobile. En particulier, vintage. «Au départ, je me suis inspiré de la fabuleuse Delage D8, avoue-t-il. C'est dans la Série R qu'elle est la plus présente. Le format rectangulaire du boîtier est dû à sa calandre.» Ailleurs, des guillochages inspirés des motifs du radiateur s'invitent sur les cadrans. Tandis que la couronne et les poussoirs prennent des allures de bouchon



Clément Meynier, fondateur de Depancel. Projet de son premier chronographe automatique. DR

de radiateur ou de boutons issus du cockpit. Sans compter le cuir des bracelets qui reprennent les motifs des sièges auto.

À l'heure actuelle, trois gammes en acier et garanties à vie coexistent. La Série R, donc, qui est «la plus engagée en termes de design». La Série A, une montre ronde et vintage pour gentleman driver. Et la Série P, au boîtier tonneau, pour les passionnés de courses automobiles et de performances techniques. Une partie est produite à Besançon, dans le Doubs. L'autre, au Locle. Avec des mouvements respectivement japonais ou suisses. Tous sont mécaniques et automatiques. Mais un chronographe suisse doté d'un calibre Valjoux s'apprête à sortir. Si toute la collection oscille en moyenne entre 1000 et 3000 euros, celui-ci voisinerait avec les 1500 euros.

Pour le mettre au point, Clément Meynier a fait appel à sa

communauté qui compte désormais 45 000 membres. «L'objectif de la marque était de proposer une alternative horlogère différente et de proposer à nos clients de participer activement à la conception de nos produits, précise-t-il. Nous leur avons donc demandé ce qui, pour eux, était un bon chronographe suisse. Ensuite, on choisit ensemble le mouvement, la taille, les spécificités techniques, puis les éléments de design comme la couleur ou les finitions. En tant que marque, cela nous permet de nous rassurer et de connaître les attentes des gens.»

## Démarche pédagogique

De leur côté, les clients potentiels en apprennent beaucoup sur le processus créatif d'une montre et ses différentes étapes. Car de la documentation relative aux éléments sur lesquels ils sont appelés à se prononcer leur est envoyée.

Après, tout se commande sur le site Internet, ce qui permet d'obtenir un rapport qualité prix très attractif. Des pop-up stores et des essais de showrooms sont à venir, mais ce n'est, pour l'instant, pas représentatif de la marque.

D'ailleurs, chez Depancel, tout marche à la pré-commande. De ce fait, pas de stock, pas de risque de trésorerie, pas de surproduction. Chaque pièce est fabriquée à la commande. De quoi s'octroyer aussi plus de liberté créative; si un modèle ne fonctionne pas, il est arrêté, voilà tout. Des périodes de ventes sont ouvertes et le client reçoit la montre quelques mois plus tard. Les 1000 pièces produites la première année donneront lieu au double l'année d'après. Un chiffre qui n'a cessé d'augmenter. En 2022, Clément Meynier compte en produire 7000. Et des facilités de paiement vont entrer en vigueur.

## Patrimoine Plan d'urgence pour l'Ukraine

La Fondation Prince Claus a activé son Programme d'intervention d'urgence culturelle (CER) pour la sauvegarde du patrimoine culturel ukrainien. Une action soutenue par la Fondation européenne des beaux-arts (TEFAF) et qui vise les musées, les sites, les espaces et les collections. Elle est menée en étroite collaboration avec l'UNESCO, l'ICOM, l'OCOMOS, la Smithsonian Institution et Blue Shield International, et met à disposition des fonds d'urgence. Des demandes d'assistance peuvent d'ailleurs être envoyées à cer@princeclausfund.nl. Sans compter que le Fonds de restauration du musée TEFAF (TMRF) peut également être activé pour soutenir la restauration d'œuvres importantes endommagées suite à la guerre. Enfin, une partie du produit des ventes de la TEFAF New York et de la TEFAF Maastricht sera reversée au CER. **SY.G.**

## Beurret &amp; Bailly, vacation d'art suisse

**La vente de printemps de la maison Beurret & Bailly aura lieu le 23 mars à Bâle et met à l'honneur les grands maîtres suisses.**

Pas moins de 305 lots répartis en deux catalogues seront mis à l'encan le 23 mars prochain dans les locaux de Beurret & Bailly Auktionen/Galerie Widmer à Bâle. L'art international fait l'objet d'un premier catalogue alors que l'art suisse occupe le deuxième. Celui-ci est ici censé. Une fois n'est pas coutume, Ferdinand Hodler et son magnifique paysage du *Piz Corvatsch* en Engadine peint au crépuscule de l'été 1907, est le lot phare de la vente. Pièce rare, cette huile sur toile est estimée entre 1 et 1,5 million de francs.

Quatre tableaux de Félix Vallotton figurent aussi parmi les top lots de la vacation printanière.



Félix Vallotton, Femmes portant des corbeilles à Marseille, huile sur carton, 1901.

BEURRET & BAILLY WIDMER AUKTIONEN

Ses Femmes portant des corbeilles à Marseille, réalisé lors d'une escale dans la ville portuaire en 1901, est estimé entre 350 000 et 500 000 francs. L'huile sur toile est d'un réalisme absolu. L'odeur, les bruits et l'agitation

de la ville sont palpables jusque dans les moindres détails. *Environ de Dinan, effet de brume*, évoque une ambiance poétique plus que des détails exacts. *Le Jura et le Léman* dépeint quant à elle une des uniques vues du lac Léman mise à l'encan ces trente dernières années. *Anémones et Tanagra* est une très belle nature morte qui représente des anémones dans un vase vert avec une figurine grecque en terre cuite, appelée Tanagra, une orange, une écharpe et un parapluie. Une intéressante série de gravures sur bois sera aussi en vente. Giovanni Giacometti fait également partie des lots phares avec deux huiles sur toile et deux aquarelles sur papier dont le sujet est là aussi centré sur les fascinants paysages des Grisons, du lac de Sils à Majola. **C.K.**

**Vente Beurret & Bailly** le 23 mars à 11h à Bâle. [www.bbaw-auktionen.com](http://www.bbaw-auktionen.com)



Wild Bride et son sublime péridot taille Asscher. GEMMYO

## Pauline Laigneau, ouvre Gemmyo à Genève

**La jolie marque joaillière française Gemmyo inaugure sa première boutique en Suisse, à Genève.**

Gemmyo, la maison de joaillerie fondée par Pauline Laigneau et son mari il y a tout juste 10 ans, prend ses quartiers en plein cœur de la vieille ville à Genève. La jeune femme touche-à-tout a aussi lancé un podcast à succès sur sa vie d'entrepreneuse. Il compte plus de 450 000 auditeurs mensuels. Et la jeune femme crée également Demian, un programme de formation pour ceux qui souhaitent se lancer dans l'entrepreneuriat. Pauline Laigneau raconte sa marque, ses projets et ses envies, et pourquoi elle a choisi de quitter Paris pour s'installer à côté de Lucerne. Confidences.

## Que signifie Gemmyo?

Gemmyo vient de la contraction du mot gemme et de *io*, moi en italien. Je crois que le nom que nous avons inventé est révélateur de sa raison d'être. Mon mari et moi avons décidé de créer notre propre marque au moment où il m'a demandé en mariage. Nous nous sommes rendus compte qu'aucune maison joaillière ne répondait vraiment à nos besoins; à savoir une pièce personnalisée si possible avec des pierres de couleur.

## Le monde de la joaillerie est très compétitif. Qu'est-ce qui vous différencie aujourd'hui?

Nous sommes, à ma connaissance, la seule marque de joaillerie qui propose de personnaliser ses pièces. Je parle d'une demi-mesure pour toutes nos collections. Nous offrons un choix de quinze pierres et six métaux différents. Tous nos ateliers sont en France et nous permettent de livrer la pièce en trois à quatre semaines. En réalité, c'est tout le processus d'achat qui est personnalisé. Le client est pris en charge et reçoit un courriel qui détaille chaque étape de fabrication. Il fait partie intégrante du processus.

## Quelle est la pièce la plus emblématique de Gemmyo?

Je pense que c'est la collection Ever Bloom, qui connaît le plus de succès chez nous. Nous nous adressons à une clientèle relativement jeune, je dirais entre 25 et 45 ans, qui se retrouve parfaitement dans le motif de la fleur. Un bijou délicat et robuste à la fois qu'on peut porter tous les jours.

## Il y a deux ans, vous quittez Paris pour vous installer dans le canton de Lucerne. Racontez-nous.

J'ai eu le coup de foudre absolu pour cette région. Mon mari et moi visitons une amie à Zürich et elle nous a emmené à Lucerne. Et là, le temps s'est suspendu. Je me suis dit que je voulais vivre ici. Cela n'a pas été facile, notamment en raison du Covid mais j'adore ma vie au vert, la nature, la gentillesse des personnes qui nous entourent.

## Vous ouvrez votre première boutique en Suisse, à Genève à la fin du mois. Pourquoi ce choix?

Honnêtement Genève a toujours



Pauline Laigneau, cofondatrice de Gemmyo. LINE BRUSEGAN

été un rêve, une sorte de Graal à atteindre. Genève bénéficie d'une vraie notoriété joaillière, la concurrence est forte et s'installer ici nous fait passer dans la cour des grands.

## Parlez-nous de la nouvelle boutique. Quelle expérience client souhaitez-vous proposer?

Nous aimons toujours nous installer dans un quartier charmant qui parle aux locaux et non aux touristes. La place du Bourg-de-Four est idéale. Ici, les clients doivent se sentir chez eux. Nous allons proposer des ateliers de gemmologie sous forme de *tea time* et beaucoup d'autres choses.

## Vous êtes aussi une podcasteuse à succès. Comment cette envie s'est-elle concrétisée?

J'ai commencé il y a exactement quatre ans. Je voulais avant tout me nourrir de personnes extérieures, faire des rencontres en dehors de Gemmyo. Je me suis vraiment prise au jeu et je crois que le timing était très bon car nous sommes leader dans la catégorie business francophone.

## «Devenez la meilleure version de vous-même», c'est le nom de votre rendez-vous hebdomadaire. Pourquoi?

Je pense être une personne qui est sans cesse dans l'action et je crois aussi que l'on grandit avec les autres. Dans la meilleure version de moi-même, j'invite des personnalités à partager leur expériences, leur parcours, leurs déconvenues. Je pose des questions sur le business et livre des conseils. J'ai eu la chance d'interviewer des personnalités suisses comme Bertrand Piccard, par exemple.

## Vous avez lancé Demian, une plateforme de formation. En quoi consiste-t-elle?

Depuis le lancement du podcast, je n'ai eu de cesse de recevoir des demandes. Lorsque l'on est entrepreneur, on ne sait pas à qui s'adresser. Avec Demian, je propose des formations digitales hyper-pragmatiques, telle que: comment construire sa plateforme de marque. Je donne des conseils pratiques et attend des résultats. Je trouve cela très grisant d'accompagner les gens. **Carole Kittner**

**Gemmyo** 27, Place du Bourg-de-Four à Genève. Dès le 31 mars. [www.gemmyo.com](http://www.gemmyo.com)