

site the firm carries out all operations relating to exterior watch parts, as well as the casing up of movements. Piaget also has a large luxury jewellery workshop. More than 40 professions are practised within the firm, which is one of the rare companies to combine watchmaking and jewellery skills.



In parallel with the expansion of its manufactory, Piaget is converting its retail outlet on the rue du Rhône. From next spring it will house a showroom on the second floor where thematic exhibitions will be staged, devoted in particular to the firm's rich heritage. The company in fact owns an important collection of historic pieces, watches and jewels, attesting to its unique position in the history of watchmaking and jewellery. Its bold designs and expertise will thus be showcased on a floor space of nearly 180 m² which will also include a VIP lounge and an area dedicated to after-sales service, in addition to the store's existing premises.

Fondation de la haute horlogerie Corum, new partner

"To create long-term value": in those words Antonio Calce, the Corum Chief Executive, summarizes the reasons for which the brand signed a partnership agreement with the Fondation de la haute horlogerie (FHH) in Geneva. The objectives of the FHH and the standards it epitomizes are in perfect harmony with the new strategy established by Corum's current President, Michael Wunderman, and CEO, Antonio Calce; their aspiration is to reposition the brand in the luxury segment and restore its his-

Parallèlement au chantier d'extension de sa manufacture, Piaget entreprend une transformation de sa boutique de la rue du Rhône qui se dotera, dès le printemps, d'un show-room au deuxième étage destiné à accueillir des expositions thématiques, en particulier sur le riche patrimoine de la marque. La maison possède en effet une importante collection de pièces historiques, montres et bijoux, qui attestent de sa position unique dans l'histoire de l'horlogerie et de la joaillerie. Son audace et son savoir-faire pourront ainsi être mis en valeur sur une surface de près de 180 m² qui comprendra aussi un salon VIP et un espace dédié au service après-vente qui viendra s'ajouter à l'espace actuel de la boutique.

Reuge Politique salariale originale

En guise de cadeau de fin d'année à ses employés, dont le nombre a progressé de 20% en 2007 suite à l'afflux des commandes du monde entier pour les boîtes à musique fabriquées à Sainte-Croix, Kurt Kupper, CEO de la manufacture Reuge, a annoncé une augmentation de la masse salariale de 2,4% pour 2008 avec un système de répartition original: les salaires les plus bas ont été augmenté de 4% ou plus, alors que les salaires des cadres moyens et supérieurs n'ont progressé que de 2%.

Fondation de la haute horlogerie Corum, nouveau partenaire

«Créer de la valeur sur le long terme», c'est en ces quelques mots que le directeur général de Corum, Antonio Calce, résume les raisons qui ont conduit la marque chaux-de-fonnière à signer un accord de partenariat avec la Fondation de la haute horlogerie (FHH), à Genève. Les objectifs de la FHH et les valeurs qu'elle prône sont en parfaite harmonie avec la nouvelle stratégie mise en place par les dirigeants actuels de Corum, Michael Wunderman, président, en tête. Cette stratégie vise à un repositionnement de la marque vers le haut en la replaçant dans sa légitimité historique. Ce repositionnement se traduit par un

recentrage des collections sur les quatre piliers représentés par les collections Admiral's Cup, Romulus, Golden Bridge et les pièces d'exception. L'objectif est d'obtenir une cohérence globale du produit avec l'image de la marque, en maintenant une parfaite adéquation entre créativité et qualité.

Ce renouveau passe aussi par une nouvelle stratégie au niveau des mouvements. «Nous voulons proposer des développements mouvements particuliers pour chacun des quatre piliers qui composent désormais notre offre. A chaque pilier, un fournisseur dont le profil correspond à l'esprit de la collection», explique Antonio Calce. En parallèle à cette stratégie produit, Corum reconstruit son réseau de distribution en réduisant ses points de vente dans le monde, en nommant des responsables de zone et en établissant des relations plus durables avec ses distributeurs.

Vulcain Partenariat avec Mellie Francon

La manufacture locloise Vulcain a choisi de jouer la carte de la jeunesse en s'associant à la Chaux-de-fonnière Mellie Francon (25 ans), membre de l'équipe suisse de snowboard et photographe de l'équipe d'exploration «ExplorAction» qui réalise des documentaires et reportages à travers le monde.

«A la veille de célébrer notre 150^{ème} anniversaire, cette personnalité rayonnante nous plait beaucoup» souligne Bernard Fleury, CEO de Vulcain, qui se félicite également de jouer la carte de la proximité, à l'image de ce que la société met en pratique dans la production de ses montres-réveils manufacturées en Suisse: «Dans l'horlogerie comme dans le sport ou l'exploration, il est important de soutenir les jeunes talents, d'autant plus lorsqu'ils vivent ou travaillent près de chez nous». Pour Vulcain, qui a été le partenaire dans les années 50 de nombreuses expéditions sportives sur tous les continents, en montagne ou sous les mers, ce partenariat est également appréhendé comme un retour aux racines sportives de la marque.

Mellie Francon représentera la société

site the firm carries out all operations relating to exterior watch parts, as well as the casing up of movements. Piaget also has a large luxury jewellery workshop. More than 40 professions are practised within the firm, which is one of the rare companies to combine watchmaking and jewellery skills.



In parallel with the expansion of its manufactory, Piaget is converting its retail outlet on the rue du Rhône. From next spring it will house a showroom on the second floor where thematic exhibitions will be staged, devoted in particular to the firm's rich heritage. The company in fact owns an important collection of historic pieces, watches and jewels, attesting to its unique position in the history of watchmaking and jewellery. Its bold designs and expertise will thus be showcased on a floor space of nearly 180 m² which will also include a VIP lounge and an area dedicated to after-sales service, in addition to the store's existing premises.

Fondation de la haute horlogerie Corum, new partner

"To create long-term value": in those words Antonio Calce, the Corum Chief Executive, summarizes the reasons for which the brand signed a partnership agreement with the Fondation de la haute horlogerie (FHH) in Geneva. The objectives of the FHH and the standards it epitomizes are in perfect harmony with the new strategy established by Corum's current President, Michael Wunderman, and CEO, Antonio Calce; their aspiration is to reposition the brand in the luxury segment and restore its his-

Parallèlement au chantier d'extension de sa manufacture, Piaget entreprend une transformation de sa boutique de la rue du Rhône qui se dotera, dès le printemps, d'un show-room au deuxième étage destiné à accueillir des expositions thématiques, en particulier sur le riche patrimoine de la marque. La maison possède en effet une importante collection de pièces historiques, montres et bijoux, qui attestent de sa position unique dans l'histoire de l'horlogerie et de la joaillerie. Son audace et son savoir-faire pourront ainsi être mis en valeur sur une surface de près de 180 m² qui comprendra aussi un salon VIP et un espace dédié au service après-vente qui viendra s'ajouter à l'espace actuel de la boutique.

Reuge Politique salariale originale

En guise de cadeau de fin d'année à ses employés, dont le nombre a progressé de 20% en 2007 suite à l'afflux des commandes du monde entier pour les boîtes à musique fabriquées à Sainte-Croix, Kurt Kupper, CEO de la manufacture Reuge, a annoncé une augmentation de la masse salariale de 2,4% pour 2008 avec un système de répartition original: les salaires les plus bas ont été augmenté de 4% ou plus, alors que les salaires des cadres moyens et supérieurs n'ont progressé que de 2%.

Fondation de la haute horlogerie Corum, nouveau partenaire

«Créer de la valeur sur le long terme», c'est en ces quelques mots que le directeur général de Corum, Antonio Calce, résume les raisons qui ont conduit la marque chaux-de-fonnière à signer un accord de partenariat avec la Fondation de la haute horlogerie (FHH), à Genève. Les objectifs de la FHH et les valeurs qu'elle prône sont en parfaite harmonie avec la nouvelle stratégie mise en place par les dirigeants actuels de Corum, Michael Wunderman, président, en tête. Cette stratégie vise à un repositionnement de la marque vers le haut en la remplaçant dans sa légitimité historique. Ce repositionnement se traduit par un

recentrage des collections sur les quatre piliers représentés par les collections Admiral's Cup, Romulus, Golden Bridge et les pièces d'exception. L'objectif est d'obtenir une cohérence globale du produit avec l'image de la marque, en maintenant une parfaite adéquation entre créativité et qualité.

Ce renouveau passe aussi par une nouvelle stratégie au niveau des mouvements. «Nous voulons proposer des développements mouvements particuliers pour chacun des quatre piliers qui composent désormais notre offre. A chaque pilier, un fournisseur dont le profil correspond à l'esprit de la collection», explique Antonio Calce. En parallèle à cette stratégie produit, Corum reconstruit son réseau de distribution en réduisant ses points de vente dans le monde, en nommant des responsables de zone et en établissant des relations plus durables avec ses distributeurs.

Vulcain Partenariat avec Mellie Francon

La manufacture locloise Vulcain a choisi de jouer la carte de la jeunesse en s'associant à la Chaux-de-fonnière Mellie Francon (25 ans), membre de l'équipe suisse de snowboard et photographe de l'équipe d'exploration «ExplorAction» qui réalise des documentaires et reportages à travers le monde.

«A la veille de célébrer notre 150^{ème} anniversaire, cette personnalité rayonnante nous plaît beaucoup» souligne Bernard Fleury, CEO de Vulcain, qui se félicite également de jouer la carte de la proximité, à l'image de ce que la société met en pratique dans la production de ses montres-réveils manufacturées en Suisse: «Dans l'horlogerie comme dans le sport ou l'exploration, il est important de soutenir les jeunes talents, d'autant plus lorsqu'ils vivent ou travaillent près de chez nous». Pour Vulcain, qui a été le partenaire dans les années 50 de nombreuses expéditions sportives sur tous les continents, en montagne ou sous les mers, ce partenariat est également appréhendé comme un retour aux racines sportives de la marque.

Mellie Francon représentera la société

torical legitimacy. With that aim in mind, the collections are being refocused on the four pillars represented by the Admiral's Cup, Romulus, Golden Bridge models and the exceptional pieces. The intention is to achieve global coherence of the product with the brand image by maintaining a perfect balance between creativity and quality.

This revitalization consequently also involves a new strategy for the movements. «We intend to propose movements specially developed for each of the four pillars on which our product offering is now based. Each pillar will have a supplier whose profile corresponds to the exact spirit of the particular collection», Antonio Calce explains. In parallel with this product strategy, Corum is rebuilding its distribution network by reducing the number of points of sale across the world, appointing regional managers and establishing more sustainable relations with its distributors.

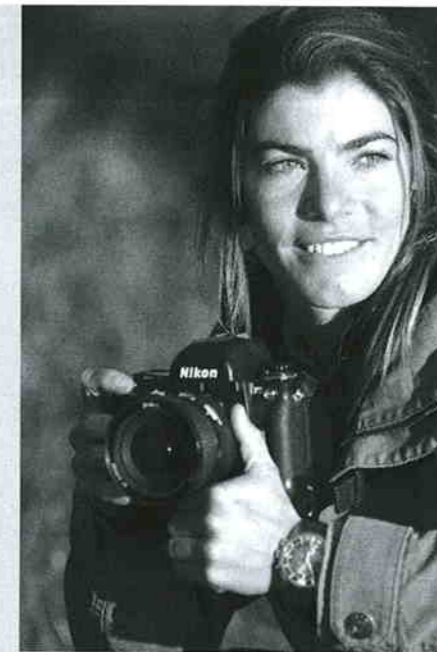
Reuge Original wage policy

By way of an end of year present to its employees, whose numbers increased by 20% in 2007 due to an influx of orders from around the world for the musical boxes manufactured in Sainte-Croix, Kurt Kupper, CEO of the Reuge manufactory, announced an increase in the wage bill of 2.4% for 2008 along with an original system of distribution: the lowest wages were increased by 4% or more, while the salaries of middle managers and executives rose by only 2%.

Vulcain Partnership with Mellie Francon

The Locle based manufacturer Vulcain has gone for a youthful image in the form of Mellie Francon (aged 25) from la Chaux-de-Fonds, a member of the Swiss snowboard team and photographer for the «ExplorAction» exploration team which produces documentaries and reports all over the world.

«On the eve of our 150th anniversary celebrations, we find this radiant personality absolutely enchanting,» remarked



Vulcain's CEO Bernard Fleury, who is also delighted with the geographical proximity of the firm's new emissary, a strategy practised by the company in the production of its Swiss made alarm watches: «In watchmaking as in sport or exploration, it is important to support young and talented people, particularly when they live or work near you». For Vulcain, which in the 1950s sponsored many sporting expeditions around the world ranging from high-altitude adventures to underwater exploration, this partnership is also seen as a return to the firm's sporting roots. Mellie Francon will represent the watch company on her sports tours and explorations on all five continents. In addition to the visibility that the young champion, photographer and explorer will give to the firm, the partnership agreement will also see her playing a role in the development of new watchmaking products.

Harry Winston A Manufacture in Plan-les-Ouates

At the end of 2007, Harry Winston took possession of its new watchmaking manufactory in Plan-les-Ouates, which employs around a hundred people. The industrial wing of the Timepiece Manufacture houses all production processes (excluding the dials that continue to be made at Les Cadraniers): the manufacture of cases, timepiece assembly, gem setting and quality control. The commercial wing of the facility is home to design, international sales, marketing and

horlogère lors de ses périples sportifs et de ses explorations sur les cinq continents. Outre la visibilité que la jeune championne, photographe et exploratrice offrira à la marque, l'accord de partenariat prévoit également que celle-ci participera au développement de nouveaux produits horlogers.

Harry Winston Une manufacture à Plan-les-Ouates

A fin 2007, Harry Winston a pris possession de sa nouvelle manufacture horlogère de Plan-les-Ouates, où une centaine de personnes travaillent.

L'aile industrielle du bâtiment abrite l'ensemble des processus de production (à l'exception de la fabrication des cadrans qui reste du ressort de la société Les Cadraniers): la fabrication des boîtiers, l'assemblage des montres, le sertissage et le contrôle de qualité. L'aile administrative accueille quant à elle les services conception, ventes internationales, marketing et communication, sécurité, informatique, finance, audit interne et ressources humaines.

«Cette manufacture va nous permettre d'accroître nos capacités de production, afin de faire face à l'augmentation de la demande mondiale de nos produits. De plus, nous pouvons ainsi regrouper sous un même toit l'ensemble de nos activités et mettre en œuvre une approche rationalisée essentielle à la préservation d'un modèle d'affaires efficace et rentable», a déclaré Thomas O'Neill, CEO de Harry Winston.

Implantée au cœur même de la zone des horlogers de la commune de Plan-les-Ouates, la manufacture Harry Winston a été conçue par Patrick Reynaud

