

# LA FILIÈRE VALAISANNE

UNE JEUNE SOCIÉTÉ PROPOSE DES MONTRES SUR MESURE VIA LE NET ET UN SYSTÈME ORIGINAL DE PRODUCTION.

**JEAN-PHILIPPE ARM**

La société s'appelle Factory 121 qu'il suffit de prononcer à la manière anglo-saxonne pour en comprendre la vocation: one to one. C'est la formule revisitée «directement du producteur au consommateur» avec une participation active du client final avant même que la montre ne soit assemblée.

Vendre des montres sur le net, c'est dans l'air du temps, mais pas très original. Donner à l'acheteur le choix du modèle, de la couleur du cadran et de la nature du bracelet est devenu classique. Ajouter toute une série de critères et offrir au client un rôle modeste mais attrayant de créateur, avec les outils informatiques adéquats, puis passer à la réalisation du produit, c'est autre chose.

Et l'on ne parle pas de pièce unique au sommet de la pyramide, où ce genre de fantaisie existe quand le prix astronomique est secondaire pour l'acheteur. Non, on est là dans le segment moyen, entre 200 et 500 francs (ex-factory ou prix usiné), ce fameux milieu de gamme, ventre mou, maudit et menacé de l'horlogerie suisse où il y aurait tout à perdre et peu à gagner... Dans ce marché très concurrentiel, les coûts du Swiss made constituent un réel handicap. Il n'empêche que le levier du volume potentiel titille régulièrement des entrepreneurs optimistes.

Des Valaisans rompus au marketing, Frederic Polli et Daniel Morf, des anciens de BAT (British American Tobacco), as-

sociés à Jean-Loup Ribordy, l'indispensable juriste de service, ont planché sur un concept novateur associant la «customisation» (le sur mesure), l'assemblage en flux tendu et l'internet. Ils ont choisi de le concrétiser avec un produit horloger, choix plus rationnel que dicté par un goût personnel.

## Précis, organisé, méticuleux

Pierre angulaire de toute l'opération, le premier partenaire, également actionnaire, est l'entreprise horlogère et familiale Rhodanus, dans le Haut-Valais. Dans ses ateliers de Naters qui occupent une soixantaine de personnes, dont six horlogers, elle offre la qualité, la capacité et la souplesse de production requises. On y est en terrain connu, celui de cette industrie horlogère de base: travail bien organisé, précis, méticuleux. Les quelques pièces de la nouvelle marque s'y trouvent en bonne compagnie: chaque jour, selon la complexité des modèles, quelque 2500 à 3000 montres y sont assemblées pour un éventail de marques suisses parmi les plus



Etape décisive à Naters, le réglage effectué par un horloger, Helmut Keller.



connues, dont on repère aisément les logos et les modèles sur les établis.

La partie réservée à Factory 121? Rangés dans des cartons, mouvements, boîtiers, bracelets, verres, aiguilles occupent peu de place sur les rayons. Les

stocks de fournitures qui vont composer le menu individualisé ne pèsent pas sur le financement. Plusieurs fournisseurs sont d'ailleurs directement intéressés dans la société. L'habillage vient d'Asie, les mouvements sont suisses, comme l'assemblage, condition sine qua non du vrai Swiss made. Les Valaisans qui jouent à fond cette carte-là et de manière très explicite sur leur site, alors qu'il suffirait pour le marché américain que le mouvement soit d'origine suisse... «*Le Swiss made nous protège*», souligne Frederic Polli.

Deuxième pilier, le partenaire britannique, également actionnaire, qui a développé l'architecture du site avec la technologie la plus pointue. L'ensemble du processus est intégré, de la commande à la facturation, en passant par la réalisation du produit. Entre la commande d'un objet unique sur le net et sa sortie d'usine, le délai est de dix jours. L'emballage original et les frais d'envois ont été étudiés avec La Poste: le tube, format canette de bière, passe comme une grande lettre à la boîte.

A partir de là, «la question n'est plus de savoir si l'on peut vendre des montres sur le net, mais combien d'unités il faut en vendre pour que l'entreprise soit rentable», dit encore Frederic Polli. La jeune société table, pour s'en sortir, sur un volume de vente de 15 000 pièces jusqu'en avril 2004. ●