



Une «pointure» du marketing lance une marque de niche fondée sur une base horlogère novatrice et un concept qui tient la route.

## Nouvelle marque Le temps du voyage

JEAN-PHILIPPE ARM

Elle vient de naître et son nom de baptême, Vogard, résume ses intentions et ses ambitions. «Vo» comme voyage et «gard» pour avant-garde. On pourrait aussi imaginer la trace initiale de son géniteur avec un «Vo» comme «Vogt». Ce nom ne vous dit rien? Mike Vogt est un marketeur de haut vol qu'on peut associer à des campagnes publicitaires décoiffantes, de TAG Heuer en particulier, avant qu'il ne soit pris en sandwich chez Ebel, entre Pierre-Alain Blum et Sandro Arabian, happé par Gucci, puis embaumé dans l'internet, avant de disparaître dans le triangle des Bermudes. Il était aux abonnés absents, le voici à nouveau en ligne, présentant sa petite dernière, sa propre marque, expression d'un concept nickel. Le voici surtout montres en main, car il ne se présentera pas à Bâle avec des esquisses et de belles idées, mais avec un produit immédiatement disponible et déclinable. Il lui a consacré toute son énergie, ces deux dernières années, investi toutes ses économies et, ça saute aux yeux, tout son cœur. Il avait beaucoup voyagé dans le monde horloger et dans le monde tout court pour constater qu'il manquait, dans les collections, celle dont il rêvait, la montre

GMT, ou à double fuseaux, mécanique, utile et pratique. Il suffisait de la réaliser et de la lancer sur le marché...

Pour mener à bien son projet ambitieux, dont il savait les écueils innombrables, il a planché longuement sur un concept inoxydable et réuni les compétences décisives, celles des designers biennois Scarinzi (la Classic Wave) et du créateur allemand indépendant installé à Douanne, Thomas Prescher (tourbillon à deux axes l'an dernier, un troisième axe annoncé cette année). Pour la partie promotionnelle, il devait mener l'affaire lui-même.

### Brevet à la clé

Le résultat est épatant. Mike Vogt, qui a pensé à tout et plus encore, a répondu à toutes les questions qu'on ne lui posera jamais, mais le produit parle de lui-même. Une première horlogère à la clé: l'interaction de la lunette et du mouvement. Un brevet a été déposé pour ce système d'engrenage original. Techniquement, ce module s'appuie sur deux types de mouvements automatiques, un ETA 2892 pour les modèles en acier ou un mouvement STT pour les pièces en or. STT? Pour ceux qui auraient raté un

épisode, c'est le dernier avatar de Progress Watch.

Exercice pratique maintenant. En actionnant un levier vissé sur la carrure, on libère la lunette bidirectionnelle qui est couplée avec le réglage de l'heure. Vous sélectionnez le fuseau de votre choix sur la lunette gravée, et le tour est joué: l'aiguille des heures suit le mouvement et indiquera l'heure de destination. Une deuxième aiguille plus courte parcourt simultanément un cadran 24 heures, distinguant utilement 10 heures de 22 heures. Autre indication appréciable, inédite: l'heure d'été pour les pays qui ont des heures saisonnières.

Parmi ses publics cibles, Vogard a pensé aux pilotes avec un modèle où les villes du monde cèdent la place sur la lunette aux codes des aéroports, tandis que les golfeurs internationaux retrouvent les sites de leurs parcours fétiches. Des éditions personnalisées sont déjà prévues avec les points de chute préférés des globe-trotters. Le nombre de variantes en combinaison avec 24 fuseaux est astronomique... Mike Vogt, qui a le sens de l'anticipation, a déjà 12 000 références géographiques documentées dans sa base de données!