



# Le temps des clubs

NÉS AUTOUR D'ASSOCIATIONS DE PASSIONNÉS, PUIS DE MARQUES OU DE MAGAZINES, ET RÉCEMMENT DE SITES INTERNET, LES CLUBS HORLOGERS SONT À LA MODE.

**E**n effet, il faut attendre 1991 pour découvrir l'un des premiers modèles du genre: Swatch The Club. La montre éponyme est alors au fait de sa gloire et l'idée de rassembler les aficionados autour d'un club, en leur faisant bénéficier d'une poignée de privilèges, fait aussitôt recette. Cependant, pour que les clubs horlogers voient vraiment le jour, il faut attendre l'avènement d'Internet en ce début de XXI<sup>e</sup> siècle. Tandis que nombres d'internautes conversent sur le sujet dans les forums, celui de *Montres Magazine* par exemple... d'autres souhaitent toucher du doigt l'objet de leur convoitise. Ainsi sont nés les clubs horlogers, avec leur droit d'entrée (occasionnel), leur cotisation annuelle (à partir de 25 €), leur carte de membre, leurs réunions mensuelles... Les sites horlogers ont été les premiers à se lancer. Parmi eux, le Club de *La Cote des Montres*.

## Une soirée entre passionnés

Créé fin 2006, ce club propose à ses membres « d'aller encore plus loin dans leur passion ». Comment ? À travers des invitations aux salons, cocktails, et autres visites de manufactures. Dans le même esprit, le *Club Chronos* a vu le jour en septembre dernier, « pour que des passionnés de montres de haute horlogerie puissent se retrouver entre eux et rencontrer les marques qui les font rêver ». À l'origine de cette initiative, Jérôme Lindström et Lionel Tuchband, deux collectionneurs qui, ne trouvant pas de club répondant à leurs attentes, ont décidé de le créer. Outre les privilèges de base, ils réalisent également des partenariats avec des marques telles que Bell&Ross avec laquelle ils ont réuni, en décembre dernier, une centaine d'adhérents pour leur faire découvrir

un éventail de séries limitées. Il faut dire que, petit à petit, le phénomène a gagné les marques. La raison en est simple : « *La démocratisation du luxe a créé une perte de repères, explique Stéphane Truchi, Directeur Général d'Ipsos France. Les marques ont eu besoin de retrouver un code relationnel plus fort avec le consommateur. La problématique du club, par son traitement d'égal à égal et son discours d'initiation, est devenue adaptée à cette recherche de complicité.* »

## Traitement de faveur

Ainsi, Pierre Bernheim, petit-fils de Raymond Weil, gère le RW Club, dont la raison d'être est d'offrir un service unique et privilégié à ses clients, mais aussi à tous les amateurs d'horlogerie et de culture. Ses quelques 2 000 adhérents apprécient, entre autres, son Time Lounge, une plateforme servant à lancer de nouvelles créations, ou encore le VIP Lounge qui propose des offres et services exclusifs aux propriétaires d'une montre Raymond Weil. Autre maison horlogère à avoir sauté le pas, Piaget. Son Club Black Tie créé à l'intention de ses meilleurs clients et prospects, propose, à l'occasion de dîners à thèmes autour du vin, du cigare... de leur faire découvrir ses nouveautés en avant-première. Enfin, le Club Big Bang Hublot sera lancé en juin 2007. « *C'est un club pour les "hublotistes", déclare Jean-Claude Biver, qui leur permettra surtout d'avoir une proximité plus étroite avec la marque, à travers des infos en primeur, des produits dédiés. Ils pourront aussi participer à des événements et des présentations de collection en avant-première...* ». IRÈNE AMIOT

À voir : [www.swatch.com/club](http://www.swatch.com/club) - [www.lacotedesmontres.com](http://www.lacotedesmontres.com)  
[www.club-chronos.com](http://www.club-chronos.com) - [www.raymond-weil.com/cl](http://www.raymond-weil.com/cl)  
[www.monsieur.fr](http://www.monsieur.fr) (rubrique Montres).



## UNE SOIRÉE AVEC CHRONOS

Comme chaque 4<sup>e</sup> jeudi du mois, les membres du Club Chronos se réunissent autour de leur passion commune : la haute horlogerie. Cette fois-ci, c'est Christophe Golay qui se prête au jeu. Ce spécialiste des montres sur-mesure a fondé avec son associé la marque Golay Spierer qui réalise chaque année une trentaine de pièces uniques. Le mois prochain, c'est Blancpain qui accueillera ces messieurs... À mesure que Christophe Golay fait défiler son film présentant sa jeune marque, les membres ponctuent la conférence de « Ah » et de « Oh » d'admiration. Nous sommes entre amateurs... Mais le plus surprenant reste à venir. Si tous les membres viennent apprendre, ils viennent aussi partager leurs expériences... C'est le moment du témoignage : chaque mois un membre sélectionne la montre qu'il choisirait s'il devait se retrouver seul sur une île déserte et explique pourquoi. C'est l'occasion d'envoies lyriques qui démontrent bien la folie douce qui anime chacun des adhérents. La soirée se termine par un dîner convivial où tout le monde discute avec tout le monde, d'horlogerie bien sûr, mais aussi de voitures, de chaussures... Nous sommes entre hommes ! C'est le moment d'allumer un cigare, de savourer cet instant, paradoxalement hors du temps. C.-A.D.