Direction Hublot

Jean-Claude Biver

PRéSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE HUBLOT

Jean-Claude Biver est l'un des rares à avoir réellement laissé son empreinte sur l'horlogerie suisse. Né au Luxembourg le 20 septembre 1949, il déménage en Suisse avec sa famille à l'âge de dix ans. Inscrit au Collège de Morges, il obtient sa « maturité » à l'Ecole de Commerce de Lausanne et poursuit ses études à l'université de Lausanne. Son diplôme HEC en poche, il s'installe au Brassus. Ses années dans la Vallée de Joux, le berceau de la haute horlogerie, auront un impact décisif sur sa vie. Il choisit son domicile à côté d'une ferme qui deviendra quelques années plus tard le siège de Blancpain. Il saisit l'opportunité unique que lui offre Audemars Piguet d'effectuer en 1975 un stage complet d'un an, puis se concentre sur la vente et le marketing. Cette année-là lui permet de se familiariser avec les différentes facettes du métier et d'acquérir un savoir approfondi sur l'art horloger. C'est ainsi que se développe sa passion pour l'horlogerie et les horlogers. En 1980, il quitte Audemars Piguet et intègre Omega en tant que responsable des produits or. À ce poste, il apprend les règles et les contraintes que tout travail pour une grande marque internationale implique. En 1982, nostalgique de la culture horlogère de la Vallée de Joux, il rachète avec son ami Jacques Piguet la marque Blancpain, une belle endormie depuis 1961.

Sous le slogan « Depuis 1735, il n'y a jamais eu de Blancpain à quartz, et il n'y en aura jamais », il fait renaître la société et grimper son chiffre d'affaires à 50 millions de francs suisses. En quelques années, la marque rivalise avec les plus grands noms de l'horlogerie. Pourtant, il décide en 1992 de vendre Blancpain au groupe SMH (qui deviendra par la suite le Swatch Group) et rejoint l'équipe de direction de Nicolas G. Hayek. Membre du comité de direction du Swatch Group, il se voit confier la mission de développer le marketing et le produit de la marque Omega, une société qu'il avait quittée dix ans auparavant. Le renouveau d'Omega est impressionnant, et s'appuie notamment sur le développement de nouveaux produits et le recrutement de personnalités éminentes telles que Cindy Crawford, Michael Schumacher, James Bond alias 007 et

Pierce Brosnan.

Fin 2003, il décide de prendre une année sabbatique avant de changer rapidement d'avis en homme d'action qu'il a toujours été, et de reprendre les rênes d'une petite entreprise fondée en 1980: Hublot Genève. En tant que CEO, en 2004, il décide de mettre l'accent sur le produit original de Hublot et développe un nouveau concept pour la marque : « L'Art de la Fusion ». En effet en 1980, Hublot avait déjà été le premier horloger à réaliser une sorte de fusion des matériaux dans une montre, en combinant l'or et le caoutchouc. Mettant tout son savoir-faire et son talent en marketing au service de la marque, en l'espace d'une seule année, soit en avril 2005, il réussit le tour de force de lancer un chronographe révolutionnaire : la Big Bang. Dévoilée au salon BaselWorld 2005, elle rencontre un succès immédiat. Les récompenses s'enchaînent. Hublot en tire un dynamisme extraordinaire et une croissance exceptionnelle. Jean-Claude Biver fut véritablement à l'origine de la renaissance de cette marque, voire même de sa naissance, si l'on considère aujourd'hui, en 2012, le chemin parcouru en sept ans d'activité seulement. La société doit sa croissance impressionnante à son énergie débordante de patron hors-pair: la croissance économique de l'entreprise pour commencer, puisque en quatre ans le chiffre d'affaires est passé de 25 millions à plus de 200 millions de francs suisses en 2008, année où la marque est vendue à LVMH.

La croissance a également été physique, avec l'inauguration, en novembre 2009, en présence de Bernard Arnault d'une nouvelle manufacture high-tech à Nyon sur les bords du lac de Genève. Sous l'impulsion de Jean-Claude Biver, 6000 m2 sont dédiés à l'art horloger, au développement, à la création et à la production de mouvements tels que l'UNICO, un chronographe à roue à colonnes et de grandes complications horlogères tels que tourbillons, répétition minutes, le mouvement Anticythère, le mouvement Key of Time etc.

Jean-Claude Biver, toujours soucieux de faire de Hublot une entreprise à l'avant-garde dans la recherche des

derniers matériaux high-tech et de sauvegarder les savoir-faire de pointe, a doté l'entreprise d'une véritable fonderie qui produit le Magic Gold, un or 18K inrayable présenté avec l'EPFL fin 2011. La même année, il a racheté l'entreprise suisse Profusion spécialisée dans la fabrication de composants en fibre de carbone. De plus, un département galvanoplastie en interne lui aussi, ne cesse de tester de nouveaux traitements des métaux.

Côté marketing, la constance et la cohérence de Jean-Claude Biver sont tout aussi remarquables que son goût pour bousculer les idées reçues comme l'illustre aussi sa stratégie: « Aller là où le client potentiel se trouve ». Ainsi il a été le premier à amener une marque de luxe dans le football. En 2008, Hublot devient Official Timekeeper de Manchester United et Official Timekeeper de l'Euro. En 2010, la maison devient le premier historique Official Watch et Official Timekeeper de la FIFA et des deux prochaines Coupes du Monde de football, juste après avoir été choisie comme Official Watch de la Formule 1. Deux coups de maître qui offrent à Hublot une visibilité mondiale exceptionnelle. La marque soutient aussi le Musée Océanographique de Monaco et le Yacht Club de Monaco présidés par S.A.S. le Prince Albert II de Monaco, le Real Club Nautico de Palma avec une présence lors des régates de la Copa del Rey en Espagne ou encore le polo, le basket américain, le golf au travers de compétitions majeures.

Jean-Claude Biver avec Hublot a d'ailleurs créé un club fermé d'ambassadeurs qui va au-delà du sport, tous de véritables légendes vivantes dans leur domaine, avec lesquelles la marque travaille main dans la main dans de nombreuses opérations menées en faveur d'organisations caritatives : Jet Li dans les arts martiaux et le cinéma, Diego Maradona et Manchester United dans le football, la famille Senna dans la Formule 1, Dwyane Wade et le Miami Heat dans le basket américain, Maria Riesch et Dario Cologna dans le ski, etc…. car « le lien, c'est le partage. Si vous ne partagez pas, vous vous appauvrissez. Hublot a la chance et doit pouvoir redonner une part de son succès».

Toujours sous l'impulsion de Jean-Claude Biver, Hublot est aussi la première marque de luxe à avoir lancé une télévision sur internet (Hublot TV) et à explorer sans

cesse de nouvelles vitrines interactives révolutionnaires. Commercialement, le réseau des boutiques exclusives et des revendeurs agréés explose à partir de 2007-2008 pour atteindre à ce jour 550 points de vente et près de 40 boutiques exclusives aux adresses les plus prestigieuses du monde entier (Genève, Paris Place Vendôme, New York Madison Avenue, Miami, Beverly Hills, Las Vegas, Cannes, Saint Tropez, Berlin, Moscou, Varsovie, Prague, Singapour, Shanghai, Pékin, Hong Kong, Dubai, Abu Dhabi, Kuala Lumpur …) dont le concept d'aménagement a été récemment repensé avec le célèbre architecte star new-yorkais Peter Marino.

 Enfin, Jean-Claude Biver a souhaité que Hublot devienne membre de la Fondation de la Haute Horlogerie. Ancré dans son temps et évoluant toujours à la pointe des nouveaux défis technologiques et de la recherche fondamentale pour les nouveaux matériaux, Hublot reste attaché au savoir-faire traditionnel avec des garde-temps portant l'empreinte des maîtres horlogers les plus talentueux. La marque exprime là encore l'Art de la Fusion entre culture horlogère et développements techniques avant-gardistes, entre passé et futur … car « nous ne cassons pas le passé, au contraire nous lui rendons hommage en le connectant au futur » pourrait conclure Jean-Claude Biver, CEO de Hublot.

Au volet des distinctions, Jean-Claude Biver reçoit en 2005 pour le nouveau chronographe Big Bang le prix du meilleur design au Grand Prix d'Horlogerie de Genève. Début 2007, Jean-Claude Biver est désigné « Meilleur manager horloger » et « Meilleur communicateur horloger » dans un sondage réalisé auprès de journalistes par le magazine Business Montres, et est invité au Sommet du luxe de FT à Las Vegas. Fin 2007, il arrive 5ème au classement du prix « Entrepreneur de l'année » organisé par le Handelszeitung, un hebdomadaire économique suisse – le classement établi par 100 journalistes économiques le place ainsi parmi les dix premiers entrepreneurs suisses. En novembre 2008, il est élu « CEO de l'année » aux Premier watches, jewellery and pens awards à Bahrain. En 2008, le mensuel suisse PME Magazine le couronne « Leader de l'année ». 2009 se poursuit sous les mêmes auspices pour Jean-Claude Biver qui est élu « Homme de l'année » par le magazine italien Orologi da Polso, les magazines français Revue des montres & Business Montres et le magazine suisse

GMT. Cette même année, il participe à plusieurs conférences internationales telles que le Forum économique mondial à Milan (s'exprimant juste après le Président Clinton), le Forum économique Nikkei IMD à Tokyo, et les conférences HSM à Madrid et Lisbonne. En 2010, il est nominé aux Swiss Awards et est récompensé à Londres pour son travail au sein de Hublot par les prestigieux Walpole Awards for Excellence. Il a également le privilège d'assister à la conférence HSM en Égypte, et reçoit le prix Gaïa 2010 dans la catégorie Esprit d'entreprise (décerné à feu M. Hayek en 2008) en Suisse ainsi que le Prix Spécial du Jury aux Talents du luxe et de la création à Paris. En 2011, il reçoit un Caesar Award à Bucarest pour « l'ensemble de sa carrière et ses talents d'homme d'affaires visionnaire et de génie du marketing ».