

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 52 (1972)
Heft: 2: Les ports industriels

Artikel: La recherche prospective dans l'industrie horlogère suisse
Autor: Bauer, Gérard
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-886726>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 19.02.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

LA RECHERCHE PROSPECTIVE DANS L'INDUSTRIE HORLOGÈRE

Gérard BAUER

SUISSE

Toute étude prospective vaut essentiellement par sa méthodologie : empruntant alternativement à deux grandes sources de pensée, l'imagination et la rigueur, elle les utilise cumulativement. Deuxièmement, l'étude prospective est l'un des moyens les meilleurs de sensibiliser les esprits, pour les préparer à un avenir non seulement probable, mais de le rendre souhaitable.

L'industrie horlogère suisse sait ce qu'elle doit à sa longue histoire. Quasi contemporaine de l'immense mouvement scientifique qui a soulevé le monde vers la Renaissance, elle sait ce qu'elle doit à la longue lignée des industriels et des commerçants qui, au cours de ces derniers siècles, ont hissé cette industrie sur les sommets auxquels on n'osait même pas songer, du progrès technologique et de l'expansion mondiale.

Mais elle sait aussi que rien n'est jamais gagné, que tout est à reconquérir quotidiennement. Elle a procédé, il y a quelques années, à une étude prospective dont la synthèse a été publiée dans une brochure intitulée « L'horlogerie demain ».

En effet la cinétique de la réflexion, de l'imagination et de la rigueur de l'esprit de recherche a continué à constamment imaginer ce monde de demain, dans lequel l'industrie horlogère est bien décidée à entrer en toute lucidité et en toute connaissance.

Cela vaut pour la conception du produit qui emprunte de plus en plus à l'électronique miniaturisée et au « solid state », un instrument horloger qui continuera à donner l'heure, mais dans des formes très différentes de celles auxquelles on a été accoutumé. L'affichage digital n'est qu'un des éléments nouveaux de cette conception du produit qui se projette en avant.

Les méthodes de fabrication seront elles aussi de plus en plus sophistiquées. La cybernétique remplacera l'automatisation, qui a déjà remplacé la mécanisation.

Le produit ainsi conçu et fabriqué selon les critères révolutionnaires nouveaux, sera également distribué progressivement selon des méthodes qui seront souvent étrangères à la tradition et à l'histoire. Le self-service largement connu des ménagères pour les biens d'alimentation pourra s'appliquer à la vente de produits horlogers. Il viendra compléter la vente traditionnelle du détaillant spécialisé, ou celle du grand magasin, ou la vente à distance par catalogue.

* * *

Les grandes batailles de la politique commerciale étatique destinée à assurer l'accès suffisant au marché chan-

gent déjà aujourd'hui de nature. La bataille pour les droits de douane aussi raisonnables que possible n'est plus le point capital dans le débat entre nations industrielles. Le Kennedy Round sera probablement la dernière des grandes négociations commerciales du type classique. Elle est la dernière page d'un livre volumineux qui a été parcouru pendant tout le temps de l'expansion de l'ère industrielle.

Dans la nouvelle phase industrielle où nous entrons à grands pas, les obstacles non-tarifaires seront l'objet d'une attention plus grande encore de la part des partenaires aux négociations internationales, comme aussi seront investiguées d'une manière plus intensive les questions des investissements réciproques. Dans ce double contexte, l'industrie horlogère a un rôle particulièrement important à jouer. Elle est en effet freinée dans sa distribution homogène aux consommateurs par une série de dispositions purement administratives, qui sont sans profit pour l'acheteur final du produit, et expriment avec plus ou moins d'adresse des intentions protectionnistes. Quant aux investissements réciproques, les Ministères des finances de plusieurs États développent année après année des trésors d'imagination pour tantôt les canaliser, tantôt les freiner.

* * *

Toujours dans le domaine de la prospective horlogère, les questions du service après-vente prendront une importance de plus en plus grande. L'industrie horlogère sera en effet amenée toujours davantage, non pas à simplement vendre un produit, mais à fournir un service, celui de la donnée de l'heure exacte, et durablement exacte. Dans cette perspective, elle a entrepris, la première dans son domaine, une étude systématique du comportement précis du produit dans les conditions d'utilisation (en quelque sorte la durée de vie). Cette étude permettra de tirer des conclusions d'une part sur la conception de la montre et d'autre part sur des méthodes d'essai pour déterminer au préalable le comportement d'un produit donné. C'est peut-être dans ce domaine de la fiabilité, de l'environnement quotidien de la montre et de son service, que se dégageront les solutions les plus audacieuses au cours de ces prochaines années.

Cela va dans le sens de l'histoire et de son développement le plus récent : sans tourner le dos à l'expansion économique qui reste un des grands moteurs du monde contemporain économique et social, la consécration des besoins raisonnés et par voie de conséquence sélectionnés du consommateur va être le deuxième grand pôle autour duquel va s'organiser la vie de demain.