



Si Rado devait un jour s'allier avec une autre marque du Swatch Group, laquelle serait la plus opportune?

Roland Streule: Je ne pense pas que Rado va un jour s'allier à une autre marque. Rado est une marque très forte, unique et qui possède une grande notoriété!

Comment procédez-vous pour savoir quel modèle sera demandé par le marché de l'an prochain? Comment faites-vous pour choisir les montres de demain telles que la Carpe Diem, la V10 K et ... l'inrayable, incassable, inclassable d'après demain?

Roland Streule: Premièrement, nous avons un département de *product management* très compétent. A l'intérieur de ce département, nos collaborateurs maîtrisent parfaitement les différents matériaux et technologies que nous utilisons et développent celles que nous aimerions utiliser dans le futur.

Afin d'augmenter notre potentiel créatif, nous travaillons aussi avec deux unités internes du groupe Swatch: ASULAB, le centre de recherche et développement du groupe et le CDNP de Granges qui est notre cellule technique de développement de nouveaux produits. Nous collaborons également sporadiquement avec des fournisseurs et des créateurs externes et indépendants.

Quant au choix des produits mis sur le marché, il se fait dans un groupe restreint de personnes internes à l'entreprise. Ce groupe comprend le management de l'entreprise, des *product managers*, des personnes de la communication ainsi que des responsables de nos marchés principaux.

Quelles sont les relations que vous entretenez avec Comadur, le spécialiste des matériaux durs au sein du Swatch Group?

Roland Streule: Comadur est notre principal fournisseur pour les verres saphirs inrayables, mais aussi pour les éléments d'habillage en céramique high-tech. Nous entretenons des relations privilégiées avec ce fournisseur. Il ne s'agit pas seulement d'une simple relation fournisseur-acheteur où nous commandons les composants dont nous avons besoin, mais bien d'une réelle collaboration où les projets de développement de nouvelles technologies, de nouveaux matériaux et de nouveaux produits se font en commun. C'est ainsi beaucoup plus qu'une relation commerciale!

Quelles sont vos recettes pour produire des montres très résistantes à des coûts qui restent malgré tout abordables?

Roland Streule: C'est toujours un challenge, car l'emploi de matériaux high-tech – qui sont intrinsèquement beaucoup plus cher que l'acier utilisé par la plupart de nos concurrents – nécessitent aussi des méthodes de mise en forme sophistiquées et impose des techniques de construction complexes. Cela nous force à développer de nouvelles technologies. Nous avons, par exemple, mis au point la fabrication de métal dur et de céramique par injection qui permet à notre fournisseur de fabriquer à moindre coût. L'investissement de base pour l'outillage est beaucoup plus élevé, les coûts par pièce, par contre, sont plus bas.

En outre, nous menons en permanence des projets de *value engineering* afin de réduire les coûts sans pour autant faire de compromis sur la qualité. Par ailleurs, nos acheteurs sont très performants: ils connaissent bien les différents produits ainsi que les conditions du mar-

ché actuel. L'ensemble de ces facteurs nous permet de limiter les coûts de production et de fabriquer les pièces en Suisse.

Pensez-vous que la place industrielle suisse soit encore le bon endroit au monde pour fabriquer des montres de haute qualité?

Roland Streule: Oui absolument, c'est le seul endroit pour fabriquer des montres de haute qualité.

Estimez-vous que le label «swiss made» est suffisamment crédible?

Roland Streule: Oui, il est crédible, mais il faut davantage renforcer notre position en particulier vis-à-vis des fabricants d'Extrême Orient.

Que pensez-vous du label «Qualité Fleurier»?

Roland Streule: Cela peut-être intéressant pour un petit groupe de connaisseurs ou pour des collectionneurs! Par contre, je ne pense pas que cela soit pertinent pour l'ensemble de nos clients.

Quels enseignements tirez-vous de l'importance actuelle du marché de la contre-façon?

Roland Streule: A mon avis, il y en a plusieurs: En premier lieu, il nous faut davantage de soutien de la part des autorités et des gouvernements pour lutter contre ce fléau.

C'est particulièrement vrai pour la Chine, véritable centre névralgique de la contrefaçon. Aussi longtemps que le gouvernement chinois n'entreprend peu, et ne prend pas des mesures, il est presque impossible de lutter contre la contre-façon. Il en est de même pour la propriété intellectuelle (marques, brevets, protection des modèles) qui n'est pas assez respectée à ce jour.

Il faut également s'assurer du support du réseau de distribution qui ne devrait pas participer à des ventes illégales. Il m'est arrivé de voir des montres authentiques côtoyant des imitations dans un même magasin!

Coordonnées

Rado Montres SA
Bielstrasse 45, 2543 Lengnau
Tél. 032 655 6121, fax 032 655 6122
marche.suisse@rado.com
www.rado.com

JEAN-RENÉ GONTHIER
Rédacteur MSM

Une montre RADO s'est vue décerner le iF Design «Award.CHINA 2005»

Le modèle V10K de l'horloger Rado – la première montre en diamant high-tech et la plus dure au monde – s'est vu récompensé par le iF Design Award. CHINA 2005, attribué par un jury de spécialistes. Ont été déterminants pour ce succès à la fois son design moderne et limpide ainsi que le recours à des technologies de pointe offrant des matériaux innovants. Le secret de cette innovation est le revêtement en diamants high-tech à la surface de la montre. Parmi les quelques 200 produits en compétition, la V10K de Rado est la seule montre à avoir obtenu un de ces prix si convoités. www.v10k.com - www.ifdesign.de - www.rado.com