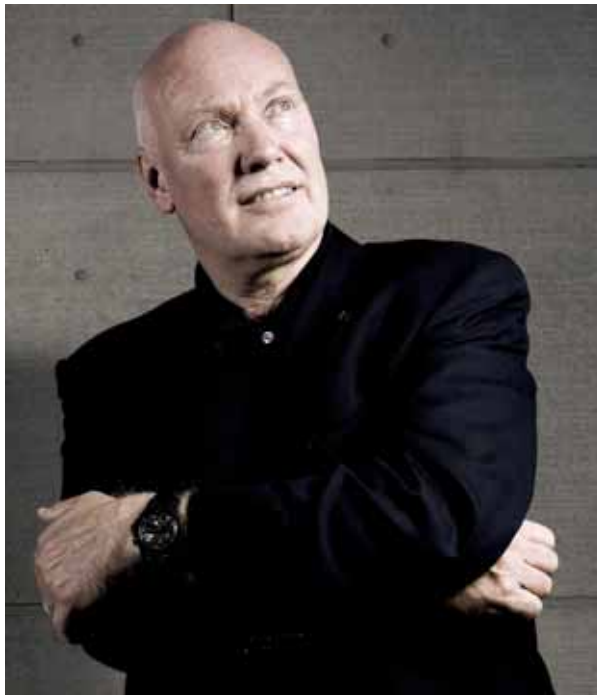


# «Je ne peux vendre que ce que j'aime»

par Véronique Ribordy

Rencontre nyonnaise avec Jean-Claude Biver, le bouillant patron de Hublot, un amoureux du Haut-Plateau.

Le patron de Hublot était en réunion. En l'attendant dans la pièce tapissée de posters géants de la collection 2007 – des montres rondes, noires, aux profils nets, au bracelet en caoutchouc – je calcule que Jean-Claude Biver est debout depuis plus de 12 heures. Jean-Claude Biver se lève tous les matins à 3 h 30. Un détail qui fait partie de



la légende de ce gourou du marketing horloger, connu pour avoir ressuscité Blancpain ou dynamisé Omega avec Nicolas Hayek, avant de s'être lancé à corps perdu dans la marque Hublot en 2004. A Nyon, l'immeuble Hublot, une banale tour des années 70, ne dit pas grand-chose de l'esprit innovateur et du luxe de cette marque horlogère qui a quadruplé son chiffre d'affaires en trois ans.

Biver, le voilà justement. Un grand type carré, un concentré d'énergie, polo noir, pantalons noirs et cette fameuse montre au poignet, chiffres noirs sur cadran noir, la Big Bang Tantalum Mat 2007 qui fait suite à la Big Bang All Black sortie en 2006. Biver relève avec plaisir le paradoxe d'une montre dont la lecture devient une «*abstraction*». Mais reprenons depuis le début.

Le patron s'assied et tripote son téléphone mobile tout en écoutant la première question. «*Je peux faire deux choses à la fois*», lance Biver d'un ton sans réplique. Grâce à ce don d'ubiquité et à la conversation téléphonique qui suit, j'apprends qu'il part ce soir même en vacances, à Crans-Montana. Il a découvert le golf du Haut-Plateau

At Hublot the boss is in a meeting. While I wait for him in a room covered in giant sized posters of the 2007 collection – the latest round, black watches with well defined profiles and rubber straps – I work it out that Jean-Claude Biver has been up for more than 12 hours. Jean-Claude Biver gets up at 3.30 a.m. every morning. Just

one of the details that makes up the legend of this watch marketing guru, who is well-known for having brought Blancpain back to life or revitalized Omega with Nicolas Hayek, before putting all his strength into Hublot in 2004. In Nyon, the Hublot building is quite an ordinary construction dating from the 70s, giving no inkling of the innovative and luxurious spirit of this make of watch, which has quadrupled its turnover in three years.

And here is Bever. A tall, broad man, concentrated energy, black polo shirt, black trousers and that famous watch on his wrist, black numbers on a black dial, the 2007 Big Bang Tantalum Mat, which followed on from the Big Bang All Black, produced in 2006. Bever happily points out how paradoxical it is to have a watch whose deciphering has become an «*abstraction*». But let's get back to the beginning.

The boss sits down and fiddles with his mobile phone while listening to the first question. «*I can do two things at once*» Biver says, in an irrefutable tone. Thanks to his ability to be in two places at once and the telephone conversation that follows, I learn that he is going on holiday in Crans-Montana

«Le beau n'est pas forcément lié au prix.»

Pendant l'entretien, il va la regarder en moyenne douze fois par minute. Quand je lui en ferai la remarque, j'aurai droit à un «*Ah vous avez remarqué? Je l'adore, c'est complètement moi, cette montre*».

«Faire  
des montres,  
c'est une émotion  
avant d'être  
une technologie.»

en 1986 et depuis  
lors, lui, le  
Luxembourgeois  
installé dans le  
canton de Vaud,  
est fidèle à la  
lumière, aux  
paysages et aux  
odeurs de ce coin  
du Valais. Il y  
passe jusqu'à 60  
jours par année.  
À ne rien faire.  
Sauf peut-être  
«des balades, du  
golf, du vélo,  
skier, nager».  
Une conception  
du rien qui laisse  
songeur. «C'est  
mon grand  
problème».  
Jean-Claude Biver  
dit de lui qu'il  
est émotif,  
instinctif et  
passionné.  
Passionné par

métier, quand il s'agit de l'horlogerie. Sa passion  
découlerait de la fascination née à observer un  
jouet à vapeur reçu alors qu'il était enfant.  
Maintenant qu'il est grand, faire des montres c'est  
«une émotion, avant d'être une technologie».  
Dans les années 80, il a traduit dans une montre  
les aspirations de sa génération. Des valeurs de  
tradition, d'authenticité, du «fait main», en plein  
boom des montres à quartz. C'était pour  
Blancpain et Biver avait cartonné. Le discours a  
à peine changé pour Hublot. Modernité  
technologique et tradition horlogère, «fusion» dit  
le patron qui semble avoir un bon nez en  
matière de tendances et de mode. Qu'on lui  
parle de but dans la vie ou à la tête de son  
entreprise, Biver utilise volontiers le vocabulaire  
néo-bobo. Pour expliquer son goût de  
l'excellence, il cite le proverbe tibétain appris du  
guide Erhard Lorétan: «Lorsque tu es arrivé au  
sommet, continue de grimper». Pour parler du  
meilleur conseil qu'il ait jamais reçu, il se réfère  
au bouddhisme et parle amour, respect et  
partage. On lui parle argent, il répond éthique.  
Luxe, il rétorque culture. «Le beau n'est pas  
forcément lié au prix», argumente-t-il. Il le  
prouve aussitôt en citant la montre qui lui est la  
plus chère au monde, une Jaeger-LeCoultre de  
1948 qui lui vient de son père. Lui se voit  
aujourd'hui comme un «missionnaire de l'art».  
L'art de faire des montres hors du commun, de  
faire de montres «objets d'art»: «L'art, je le  
provoque, je le développe, j'en fais la promotion,  
je le vends. Je ne peux vendre que ce que j'aime.  
Mes convictions, mes idées, mes passions».



Hublot et Espace Chronométrie ont installé l'hiver dernier  
un sapin de Noël au centre de Crans...

that very  
evening. He  
discovered the  
golf course in  
Crans-Montana  
in 1986 and  
since then, this  
man from  
Luxembourg,  
who has settled  
in the canton of  
Vaud, has  
remained faithful  
to the luminosity,  
landscapes and  
perfumes of this  
corner of Valais.  
He spends up to  
60 days a year  
there. Just doing  
nothing. Except  
perhaps "going  
for walks, playing  
golf, cycling,  
swimming".  
A conception  
of doing nothing  
which leaves

one somewhat pensive. "It's my big problem".  
Jean-Claude Biver describes himself as being  
emotional, instinctive and enthusiastic.  
Enthusiastic about his profession, as far as watch  
making is concerned. His enthusiasm began when,  
as a child, he was fascinated as he watched a toy  
steam-train that had been given to him. Now that  
he's an adult, making watches is "an emotion  
rather than a technology". In the 80s, he  
transferred all the aspirations of his generation into  
a watch. Traditional values, authenticity, "hand  
made", at a time when quartz watches were in full  
swing. This was for Blancpain and Biver was  
extremely successful. Things have hardly changed  
at Hublot. Technological modernity and watch  
making tradition, "fusion" says the boss, who  
seems to be a shrewd judge of fashion trends.  
Biver is fond of using the New Age vernacular.  
To explain his taste for excellence, he quotes a  
Tibetan proverb gleaned from the guide Erhard  
Lorétan: "When you get to the summit, keep  
climbing". When mentioning the best advice he  
ever received, he refers to Buddhism and speaks of  
love, respect and sharing. When spoken to about  
money, he replies with ethics. For luxury, the retort  
is culture. "Beauty is not necessarily linked to the  
price", he argues. He immediately proves it by  
mentioning the watch that is most precious to him,  
a 1948 Jaeger-LeCoultre which was his father's.  
Today he sees himself as an "art missionary". The  
art of making watches that are out of the ordinary,  
making "works of art" watches: "I provoke art,  
develop it, promote it, sell it. I can only sell what  
I like. My convictions, my ideas, my passions".

During the interview, he glances  
at it on an average at least 12  
times a minute. When I mention  
this to him, I'm rewarded with:  
"Oh, you've noticed? I adore it.  
It's just so me, this watch".