



Défis

N° 4 - DÉCEMBRE 2016

Notre grand dossier:

le Jura trop petit pour exister
seul économiquement ?

L'entreprise tavannoise Digger
fait sauter des mines antipersonnel

L'Américain Branch Worsham, mime
de son état, a posé ses valises à Porrentruy

Les frères Nicolas et Claude Mertenat
ont lancé, les montres Blancarré. Bilan



Le Genevois d'adoption Nicolas Mertenat (à droite) et son frère Claude, établi à Delémont, ont conçu un produit artisanal et s'engagent corps et âme pour le faire connaître à grande échelle.

«J'ai créé la montre que je voulais porter»

Les frères Nicolas et Claude Mertenat, designer horloger et comptable de leur état, ont lancé une collection de montres exclusives, Blancarré, au printemps dernier. Une aventure humaine passionnante et semée d'embûches pour les deux Jurassiens.
Rencontre.

Par Didier Walzer



L'impact a été fort au niveau régional, où Nicolas et Claude Mertenat ont présenté leur collection en avant-première, ressentant une forte adhésion de la population à cette montre de fabrication jurassienne à 85%. L'aspect résolument original de leur garde-temps et le goût du risque des deux frangins ont également séduit. «La presse nous a aussi largement soutenus», souligne le premier, au bénéfice d'une expérience de vingt ans dans l'horlogerie - il a notamment travaillé dix ans à Paris pour le compte de Dior

Horlogerie et fonctionné comme responsable du département design chez Omega, à Bière. «Cela contribue à la crédibilité de notre démarche», ajoute-t-il.

Outre notre coin de pays, divers événements de présentation ont été organisés à Genève et Lausanne.

Pour autant et en termes de ventes, les résultats étaient en-deçà des attentes du duo à la fin de l'été. «Il s'agit d'un produit haut de gamme, qui coûte entre 4600 et 5700 francs, donc pas facile à vendre, nuance Claude. Par conséquent, nous devons cibler une clientèle au pouvoir d'achat élevé.»

«Il s'agit d'une acquisition réfléchie, complète Nicolas. Par conséquent, il convient de travailler ce marché ciblé au potentiel avéré, d'aller chercher les clients, en somme.»

Précisons que les frères Mertenat travaillent en direct et ne disposent d'aucun réseau de vente, ce qui ne facilite évidemment pas la tâche.

Nicolas sait devoir payer de sa personne. «Notre force de vente, c'est moi. En même temps, c'était mon job, qui consistait, depuis des lustres, à sonder, sentir le marché..., analyse le designer horloger. Pour en revenir à notre montre, une fois que l'inten-

tion d'acheter est là chez le client, il ne revient plus en arrière.»

Il constate encore que les gens apprécient la personnalisation, une sorte de confidentialité même: ils ont besoin d'essayer l'objet en privé, de bénéficier de conseils en présence du designer horloger, car la montre Blancarré, c'est du sur-mesure ou presque.

La collection, dédiée aux messieurs de par sa forme carrée, séduit aussi les femmes! Une surprise pour Nicolas Mertenat. «Cela est sans doute dû à la taille, relativement modeste, de ce produit exclusif.»

La liberté Blancarré

La démarche Blancarré se veut intellectuelle, de valeur, une véritable rupture avec ce que Nicolas Mertenat a connu dans l'horlogerie. «Il s'agit d'un aboutissement personnel puisque j'ai créé la montre que je voulais porter.»

Celui qui se définit comme un designer réaliste et pragmatique revendique sa liberté artistique. «Ma grande chance, c'est que je peux me permettre de ne plus penser qu'à ça», relève le diplômé de la Haute École d'Art et de Design (HEAD), à Genève, où il enseigne à temps (très) partiel et habite.

« Nous sommes complémentaires dans le projet », indique Claude Mertenat, comptable de formation et auteur du business plan de Blancarré. Parvenus à la cinquantaine, nous ne voulions surtout pas regretter plus tard de ne pas nous être lancés, même si la période est plutôt troublée économiquement parlant. »

De nombreux spécialistes de l'industrie ont félicité les frangins pour leur initiative et le risque de miser sur la forme carrée, alors qu'elle n'existe

pas dans l'horlogerie, qui arrondit les angles.

D'autres, bien sûr, ont « peur » pour les Mertenat. « C'est clair que c'est une aventure, d'autant que vendre des montres est un nouveau métier pour tous les deux. Mais l'on n'a rien sans rien. Je dois devenir entrepreneur, être boosté chaque jour pour repartir au front. Un travail sur soi, une vie inédite hyper enrichissante doublée d'une formation continue. Si Blancarré devait se casser la figure, j'aurai créé des

contacts qui m'aideront à l'avenir », se rassure Nicolas.

La Suisse, puis... le monde !

Toutefois, avant d'en arriver à cette extrémité, d'autres canaux de vente sont envisagés, tels que les bijouteries, « même si c'est davantage incognito qu'un événement public », souligne Nicolas Mertenat.

La campagne de promotion dans toute la Suisse romande et jusqu'en Valais se poursuit pour le binôme. L'axe numéro 1 demeure les clients directs et, le deuxième, des manifestations et boutiques de mode dans des endroits hors du milieu horloger, les hôtels, etc. « Par l'intermédiaire des rencontres que je fais, mon objectif est, parallèlement, de développer mon réseau afin que Blancarré soit invitée à se dévoiler dans les cadres les plus divers. »

C'est ainsi que la Suisse alémanique et la France voisine vont progressivement être approchées. Beaucoup plus loin, il existe un grand potentiel en Asie du Sud-Est et au Japon, surtout. « On va s'adapter aux marchés intéressants », concluent d'une même voix les deux frères d'origine prévôtoise.

Mais la clientèle de base et de cœur reste dans le Jura.



Une montre carrée(!), un pari dans l'horlogerie.

Informations complémentaires sur la collection et les événements de présentation dans la région et ailleurs sur :

www.blancarre.com