

LE MEILLEUR DES MONTRES / HIVER 2019

l'express XII

HORS-SÉRIE



Harcourt
PARIS

ÉQUILIBRE MAÎTRISÉ

FASCINATION POUR LE CHRONOGRAPHE
L'ART DE COLLECTIONNER

Hors-série n° 23 - novembre - décembre 2018 - 6,90 €

M 03439 - 23H - F. 6,90 € - RD



Passions croisées

TEXTE : CARINE LÆILLET

Si les marques horlogères sont devenues les grandes partenaires de l'équitation, c'est d'abord pour mesurer le temps lors des épreuves équestres et hippiques. Mais les galaxies montres et cheval partagent aussi depuis toujours les mêmes valeurs d'excellence.



Saut Hermès au Grand Palais 2018
Prix de la Ville de Paris. Ici, Romain Duguet et Sherazade.



En concours complet, la manufacture Rolex est associée à la cavalière britannique Zara Tindall. Ici, au Kentucky Three-Day Event 2017.

Partout dans le monde, le cheval véhicule une image noble, déclare Philippe Rozier, champion olympique par équipe de saut d'obstacles. Il rapproche les milieux sociaux. Aucun autre sport ne permet de discuter en toute décontraction avec Bill Gates ou Bruce Springsteen entre deux épreuves", ajoute le cavalier français, interrogé en Belgique lors d'une masterclass dans les écuries d'Ecaussinnes. Le propriétaire des lieux, Christophe Ameeuw, président de EEM (European Equestrian Masters), explique comment il a eu l'idée de

fonder les Longines Masters, compétition de jumping à Paris, Hong Kong et New York : "Malgré un capital de sympathie, l'équitation reste moins populaire que le football ou le tennis. J'ai voulu transformer ce sport d'une façon professionnelle de manière à le médiatiser et à créer un rendez-vous régulier avec le public."

Si trois disciplines équestres sont aujourd'hui représentées aux Jeux olympiques – dressage, concours complet et saut d'obstacles – et si le nombre de compétitions internationales ne cesse de progresser, c'est à mettre au crédit de tous ceux qui soutiennent ces



Longines, The Longines Equestrian Collection
Une montre inspirée d'un étrier et habillée d'un bracelet en cuir surpiqué.

“
Les multiples innovations du secteur horloger ont donné du crédit aux compétitions.
”



SHUTTERSTOCK/ANDREW HARRIS

sports. Que ces fidèles partenaires soient généralement issus du secteur des montres n'est pas le fait du hasard.

Précision et rigueur partagées

"L'horlogerie fait partie intégrante de l'histoire et du développement des disciplines sportives chronométrées, explique Jean-Philippe Danglade, directeur du département marketing de la Kedge Business School, école française de commerce et management. A partir du moment où il a fallu mesurer précisément des performances, départager des compétiteurs et entériner des

records, les multiples innovations du secteur horloger ont donné du crédit aux compétitions."

D'où l'engagement pris très tôt par certaines maisons, à l'image de Longines, de Rolex ou encore d'Hermès, grands noms associés au monde du cheval qui se livrent bataille sur le terrain de la notoriété dans les épreuves hippiques et équestres.

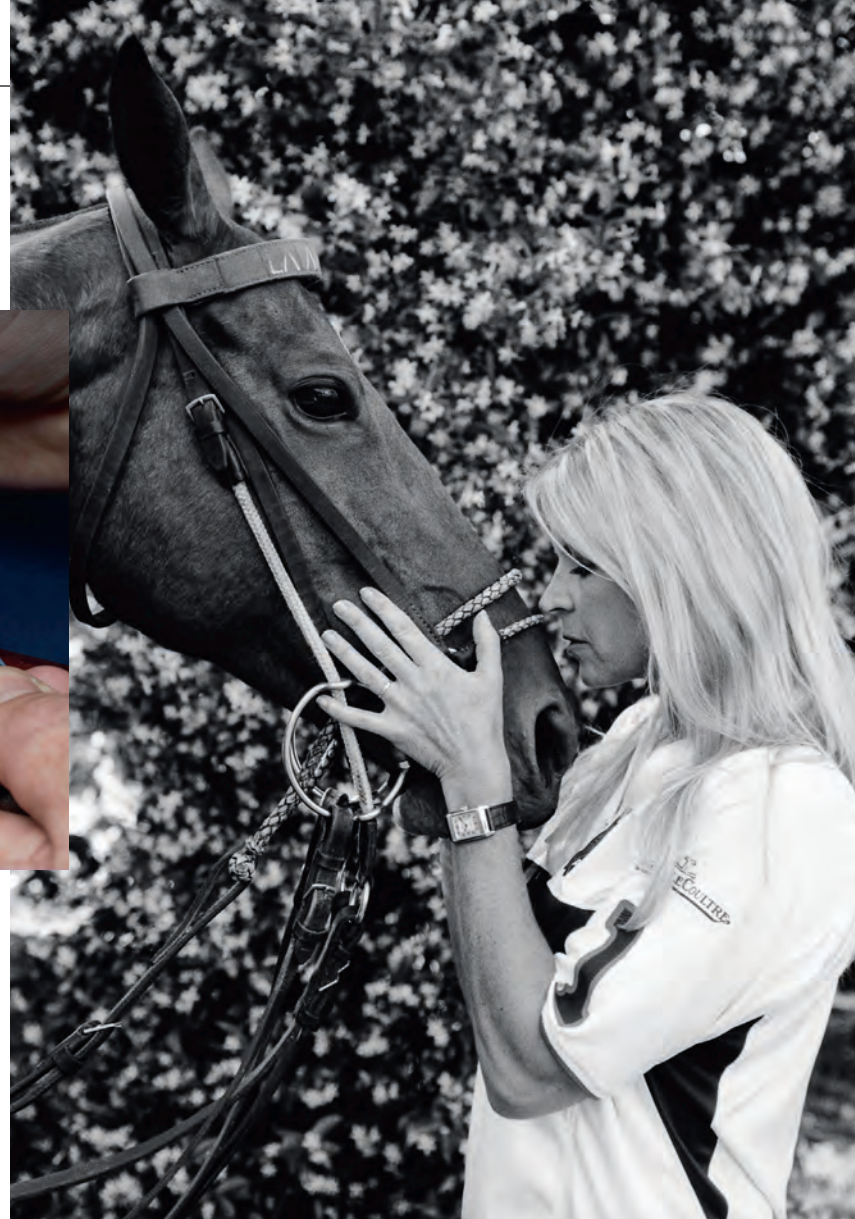
Pour Gary Tribou, professeur de marketing du sport à l'université de Strasbourg, auteur de *Sponsoring sportif* (éd. Economica), "l'équitation sort grande



Hermès, Arceau Cavales
Dessinés par Henri d'Origny, ces nouveaux modèles Arceau reprennent le motif Cavales sur le cadran en marqueterie de nacre.



Jaeger-LeCoultre, Reverso Classic Duetto Medium
Collaboration exclusive avec le bottier argentin Casa Fagliano pour la réalisation de bracelets en cuir Cordovan.



Amie de la manufacture Jaeger-LeCoultre,
la joueuse de polo Clare Milford Haven a choisi un bracelet Casa Fagliano sur sa Reverso Classic Duetto Medium.



Hublot, Classic Fusion Chronograph Chukker
Depuis dix ans, Hublot est partenaire et chronométrateur officiel de la Polo Gold Cup Gstaad.

gagnante de cette compétition entre les marques. Le consommateur vit sur un mode affectif et il ne comprendrait pas que les maisons horlogères se désintéressent d'une discipline qui le passionne. Cela signifierait qu'elles ne tiennent pas leurs engagements. Le piège est total."

Aux yeux des amateurs comme des professionnels, garde-temps et équitation partagent des valeurs d'exigence – rigueur, expérience et performance – mais aussi, esthétiques – élégance et noblesse, beauté et panache. Rien de surprenant donc au fait que des maisons horlogères associent bien volontiers leur

nom au monde du cheval, toutes disciplines confondues.

Si les courses hippiques sont principalement soutenues par Longines ou Rolex, le polo attire aussi bien Hublot, partenaire de la Gold Cup de Gstaad ; Charriol, qui défend le polo féminin ; ou Richard Mille, qui dédie son nouveau modèle RM 53-01, doté d'un calibre tourbillon suspendu, au joueur de polo argentin Pablo Mac Donough. Sans oublier Piaget, qui dès 1979 a baptisé l'une de ses lignes emblématiques du nom de ce sport collectif. Comme l'a fait

The Longines Handicap Stakes,
épreuve du King George Day 2018 à
l'hippodrome d'Ascot, en Angleterre,
remporté par Gina Andrews et Cliffs of Capri.



Longines, Conquest Jumping
Un chronographe dédié au saut
d'obstacles, qui allie chronométrage
et gestion des pénalités.

Blancarré, Cadre Noir Saumur
Série limitée avec lunette en
céramique noire, mouvement mécanique
à remontage automatique.



aussi Ralph Lauren dans le domaine vestimentaire : et lorsqu'il se lance ensuite dans l'horlogerie, cet amateur de chevaux leur rend hommage dans sa ligne féminine Stirrup (étrier). Bien entendu, la montre Reverso de Jaeger-LeCoultre est aussi indissociable du polo qui lui a permis de voir le jour en 1931, à la demande de joueurs en quête d'un modèle capable de supporter les chocs violents des maillets ou des balles de bois.

Sponsoring de tradition et de cœur

Côté dressage, la jeune marque suisse Blancarré est partenaire du Cadre Noir de Saumur, pour lequel elle a développé une montre, au même titre que pour le Jumping International de Verbier, qu'elle soutient depuis 2017. *“Les organisateurs de ces deux événements ont saisi l'opportunité de contourner les marques habituellement présentes dans ce milieu”,* explique Nicolas Martenat, fondateur et designer de Blancarré. Quant à la manufacture jurassienne Pequignet, fondée par un amoureux des chevaux, elle revient aux sources avec la série limitée Jappeloup, hommage à la légende du saut d'obstacles.

Dans la catégorie des sports équestres, trois marques restent sur le podium. La maison Hermès, qui se concentre depuis 2010 sur le Saut Hermès au Grand Palais, est sans doute la plus légitime dans le monde du cheval, son premier métier. Rolex soutient pour sa part depuis soixante ans le saut d'obstacles, le concours complet et le dressage au travers de multiples compétitions internationales. Quant à Longines, l'horloger est devenu le principal partenaire et chronométreur officiel de la FEI (la Fédération équestre internationale) et prend aussi part à 36 événements de courses hippiques dans le monde. Longines a même doté sa nouvelle montre Conquest Jumping, réalisée en collaboration avec la FEI, d'une fonction de gestion des pénalités de temps lors des épreuves équestres.

Les liens entre les fabricants de montres et le monde du cheval ne sont pas près de se distendre, ils auraient même tendance à se renforcer à mesure que les compétitions gagnent en popularité auprès du public. Comme le souligne Jean-Philippe Danglade, du département marketing de la Kedge Business School : *“L'horlogerie est parfaitement légitime sur ce terrain et peut être considérée comme un acteur du jeu.”* ■