



Changement de génération chez Richard Mille

PRIX SVC La marque franco-suisse s'est créée une place à part sur la scène horlogère. Les deux fondateurs de Richard Mille sont en train d'en transmettre les rênes à leurs enfants

ALINE BASSIN

[@BassinAline](#)

Chaque mardi, *Le Temps* vous fait découvrir l'une des six finalistes du Prix Swiss Venture Club qui sera remis le 4 novembre prochain. Décernée tous les deux ans, cette distinction récompense une PME romande pour sa vision, son action et sa gouvernance. Les entreprises qui ont séduit le jury – auquel participe *Le Temps* – sont: Boschung (VD), Emile Egger & Cie (NE), Infomaniak (GE), IMTF (FR), Richard Mille (JU) et Willemin-Macodel (JU).

«Je suis le représentant de la troisième génération de la famille Guenat. Celui, donc, qui était supposé liquider l'entreprise.» Vice-président de la marque Richard Mille, Dominique Guenat choisit l'humour pour évoquer le passage de témoin en cours dans son entreprise, finaliste du Prix Swiss Venture Club 2020. Une allusion à l'adage qui veut qu'après la création d'une société familiale la descendance directe fasse vivoter l'héritage avant que la troisième génération n'en devienne le fossoyeur.

Rien de cela chez Valgine, qui conçoit et fabrique la marque Richard Mille, la manufacture horlogère dont l'industriel a pris les commandes en 1986. Il succédait à sa maman et à ses oncles, ainsi qu'à son grand-père Ali Guenat. Fondateur de la dynastie, celui-ci avait racheté en 1900 un comptoir d'horlogerie des Franches-Montagnes, d'abord pour fabriquer de manière artisanale des montres gousset en argent ou en nickel.

Coup de pied dans la fourmière

Cent vingt ans plus tard, c'est une entreprise en pleine expansion, tout juste ralentie par la pandémie de covid, que Domi-

nique Guenat transmet à sa fille Cécile et son fils Maxime. Ce duo est complété à Paris par Alexandre et Amanda, deux des enfants de Richard Mille. En s'associant au Français à qui la marque doit son nom, l'entrepreneur jurassien a ouvert avec l'avènement du XXIe siècle un nouveau chapitre de l'histoire de son entreprise.

Les deux hommes se sont rencontrés à la fin des années 1980 et ont travaillé ensemble sur les montres du joaillier français Mauboussin. Ils s'appréciaient et, les années passant, ressentent une certaine frustration à la vue d'une horlogerie de luxe ronronnante.

«Notre concept était de créer des montres qui respecteraient tout ce qui faisait la valeur de la tradition horlogère, mais qui se devaient d'innover sur le plan technique et esthétique», résume Dominique Guenat, assis en face de Cécile dans les locaux du siège suisse de Richard Mille, aux Breuleux (JU).

Le mariage de l'habillement et du mouvement

A quelques mètres du père et de la fille s'exposent dans des vitrines un florilège de la créativité et de l'audace qui a jailli de ce partenariat; des modèles dans lesquels chaque pièce, chaque rouage joue sa partition pour créer une symphonie horlogère. «Dès le départ, observe le cofondateur de la marque, nous avons voulu que l'habillement et le mouvement soient solidaires, nous démarquer du mouvement rond qui équipe les boîtiers ronds.»

Cette volonté va pousser les deux créateurs à emprunter de nouvelles voies technologiques pour

assouvir leurs ambitions. Les deux trublions vont par exemple puiser leur inspiration dans le monde de la formule 1 ou de l'aéronautique, leur passion pour la mécanique ne se limitant pas à l'horlogerie.

Rapidement, ils explorent de nouveaux matériaux comme le titane, le carbone ou le graphène, grâce auxquels leurs garde-temps vont devenir des poids plume. En 2010, lorsque la marque officialise son partenariat avec Rafael Nadal, la RM 027 Tourbillon que le joueur de tennis arbore pendant ses échanges pèse moins de 20 grammes. La collaboration avec le tout récent vainqueur de Roland-Garros se poursuit: l'Espagnol portait dimanche sur le court central une montre estimée à 1 million de dollars.

L'inventivité du Jurassien et du Français va rapidement payer. Il leur faut trois ans pour développer la RM001, qui sort en 2001 et rencontre rapidement le succès. Plus de 120 modèles vont suivre au fil des ans, propulsant Richard Mille dans la cour des grands. Publié par Bucherer, le top 50 des marques horlogères suisses place la société en neuvième position, avec un chiffre d'affaires estimé à 900 millions de francs.

Sans donner de chiffre plus précis, Dominique Guenat confirme que la société aurait pu franchir le milliard cette année. Mais le retard de production dû à la crise sanitaire a retardé cette échéance: alors que 5200 pièces auraient dû trouver preneurs en 2020, 4300 montres seront finalement produites en raison de la fermeture de l'usine pendant près de deux mois. «Depuis le lancement de la marque, souligne le maître des lieux, nous n'avons jamais pu satisfaire la demande.»

LE TEMPS

Le Temps
1002 Lausanne
058 269 29 00
<https://www.letemps.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 33'508
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Seite: 15
Fläche: 81'308 mm²

Auftrag: 1073424
Themen-Nr.: 260.012

Referenz: 78594132
Ausschnitt Seite: 2/3

Consolider l'édifice

A l'heure de la transmission, le père et la fille s'accordent à voir dans la consolidation de Richard Mille le principal défi à relever: «Jusqu'à aujourd'hui, précise Cécile Guenat, qui a rejoint la société il y a cinq ans, nous avons eu un fonctionnement de PME. Il s'agit maintenant de structurer l'entreprise.»

La croissance des ventes est en effet inévitablement allée de pair avec une augmentation des effectifs. L'entreprise est devenue un petit groupe qui emploie aujourd'hui 195 personnes en Suisse et une trentaine à Paris. Il y a vingt ans, le site jurassien employait 25 personnes, tandis que quatre autres œuvraient dans la capitale française.

A la tête de la création et du développement, deux activités qui travaillent de concert, Cécile Guenat voit cette structure géographique comme très positive, tout en sou-

lignant que la communication entre les deux sites est capitale.

«Depuis le lancement de Richard Mille, nous n'avons jamais pu satisfaire la demande»

DOMINIQUE GUENAT,
COFONDATEUR DE RICHARD MILLE

Pour optimiser cette nouvelle gouvernance, les rôles ont été clairement répartis: son frère Maxime s'occupera de la direction opérationnelle, Alexandre Mille des activités commerciales, sa sœur Amanda sera, elle, chargée des relations publiques et du marketing. A l'heure actuelle, quatre autres personnes, dont les deux fondateurs, font partie du directoire qui est consulté pour toute

décision importante et qui a la chance, observe Cécile Guenat, «de respecter une parfaite parité hommes-femmes».

Cécile à qui il appartiendra, aux côtés de son équipe, de maintenir l'esprit Richard Mille. Dotée d'un CFC en bijouterie et d'un bachelor de la Haute Ecole d'arts et de design de Genève, la jeune femme a déjà fait ses preuves, en développant la collection femmes de la marque horlogère. Celle-ci génère aujourd'hui 35% des recettes.

Comme le relève Dominique Guenat, la rançon du succès de Richard Mille est d'être beaucoup copié, ce qui impose d'avoir toujours une «longueur d'avance». Sa fille est prête à se plier à cette exigence: «Ce n'est pas compliqué d'être différent, glisse-t-elle. C'est beaucoup plus intéressant.» ■

La semaine prochaine: Boschung, à Payerne (VD), fabricant de nettoyeuses de surfaces et de chasse-neige

LE TEMPS



Le Temps
1002 Lausanne
058 269 29 00
<https://www.letemps.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 33'508
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Seite: 15
Fläche: 81'308 mm²

Auftrag: 1073424
Themen-Nr.: 260.012

Referenz: 78594132
Ausschnitt Seite: 3/3



Dominique Guenat (au centre), sa fille Cécile et son fils Maxime. Le cofondateur est en passe de transmettre les rênes de l'entreprise horlogère à ses deux enfants. Ce nouveau duo est complété à Paris par Alexandre et Amanda, deux des enfants de Richard Mille, l'autre cofondateur de la marque. (MATTHIEU SPOHN POUR LE TEMPS)