LOUIS ERARD
SWISS MECHANICAL WATCHES

Communiqué de presse
- POUR DIFFUSION IMMÉDIATE -

LE RÉSISTANT DU NOIRMONT EST DE RETOUR

Le Noirmont, septembre 2019
Les temps changent, Louis Erard résiste. La marque née en 1929 revient, fidèle à elle-même et à l'horlogerie de belle facture qu'elle a toujours défendue. Plus focalisée sur ses valeurs et plus centrée que jamais sur les spécialités et la création contemporaine. Nouvelles créations, nouveau logo, nouveau positionnement.

Louis Erard entame une nouvelle phase de son histoire sur une base solide, en concentrant ses efforts là où la marque a toujours été forte : la complication mécanique accessible, la création et la distribution traditionnelle. Avec un positionnement plus ciblé, des produits plus spécialisés et une nouvelle identité visuelle, un logo en forme de bouclier, insigne du retour en ordre de bataille après un silence passager.

Il ne s'agit pas d'une reprogrammation complète, mais d'un recentrage au cœur duquel se trouve le régulateur, montre emblème de la maison, déjà au centre de la grande relance de 2003. Le régulateur sera plus identitaire encore à l'avenir en devenant un véritable territoire d'expression ouvert, dans la collection courante, dans des séries limitées et des capsules réalisées en collaboration avec des créateurs ou des personnalités marquantes.

Le designer Eric Giroud a signé la création inaugurale, avec trois variantes du régulateur dévoilées ce printemps à Bâle. Cet automne, Louis Erard présentera la première capsule de son histoire, une série limitée signée Alain Silberstein. Le créateur phare des années 1990 revient ainsi en joyeux revanchard après avoir été sorti de scène par les aléas de la conjoncture au milieu des années 2000. Tout un symbole pour la marque Louis Erard et son âme de résistant, qui lui a permis de traverser toutes les difficultés que l'industrie a connues au cours des 15 dernières années.

La ligne sportive fait aussi partie du recentrage. Le chronographe classique a déjà été revisité et continuera de l'être, par petites touches, comme l'introduction du bronze et du titane dans la collection et d'autres nouveautés à venir. La ligne servira également de plateforme pour des collaborations ciblées, avec des partenaires à la pointe de leur domaine, outsiders ou challengers. Sur des séries signatures, comme celles réalisées avec le fabricant britannique de supercars Ultima, ou des séries limitées, comme le chronographe du centenaire du club de football Leeds United, dont Louis Erard est partenaire depuis trois ans.

Alain Spinedi, à la barre depuis 2003, souligne : « Nous avons toujours eu l'esprit sportif, résilient comme un boxeur. Nous étions en position de défense, poussés dans les cordes par les changements structurels du marché. Mais nous revenons maintenant. Nous contre-attaquons. » Et cette contre-attaque se construit main dans la main avec la distribution. Avec l'objectif de soutenir les partenaires commerciaux en se focalisant là encore sur la vraie force de la marque : sa capacité à faire entrer la clientèle dans le monde de la belle horlogerie, de la montre mécanique Swiss Made et des complications accessibles.

Louis Erard ne se réinvente pas. Louis Erard s'appuie sur son identité et sur sa notoriété pour confirmer sa place dans le paysage horloger suisse de tradition. Ce n'est pas une rupture, l'évolution reste subtile, mais les changements seront bien visibles.

LOUIS ERARD, HISTOIRE D'UNE MARQUE D'INITIÉS

Logé dans les montagnes du Jura, berceau de l'horlogerie, Louis Erard incarne les valeurs d'une mécanique suisse qui tient ses promesses. Alliant luxe, intemporalité et élégance, la Maison indépendante est reconnue pour ses montres mécaniques et notamment ses emblématiques régulateurs. Une collection qui fait la renommée de la marque, fondée en 1929 par Monsieur Louis Erard.

S'inscrivant dans la continuité de l'œuvre de son fondateur et honorant la tradition horlogère, la Maison en réinterprète les codes dans une vision contemporaine. Aujourd'hui, Louis Erard écrit un nouveau chapitre de son histoire. S'inspirant de la haute horlogerie, la marque renforce sa collection de garde-temps mécaniques à complications.

CONTACTS :

Alain Spinedi, directeur
+41 32 957 65 34, Alain.Spinedi@louiserard.ch

Manuel Emch
Manuel.Emch@gmail.com

Mélanie Kilcher-Berberat, responsable marketing
+41 32 957 66 45, Melanie.Berberat@louiserard.ch