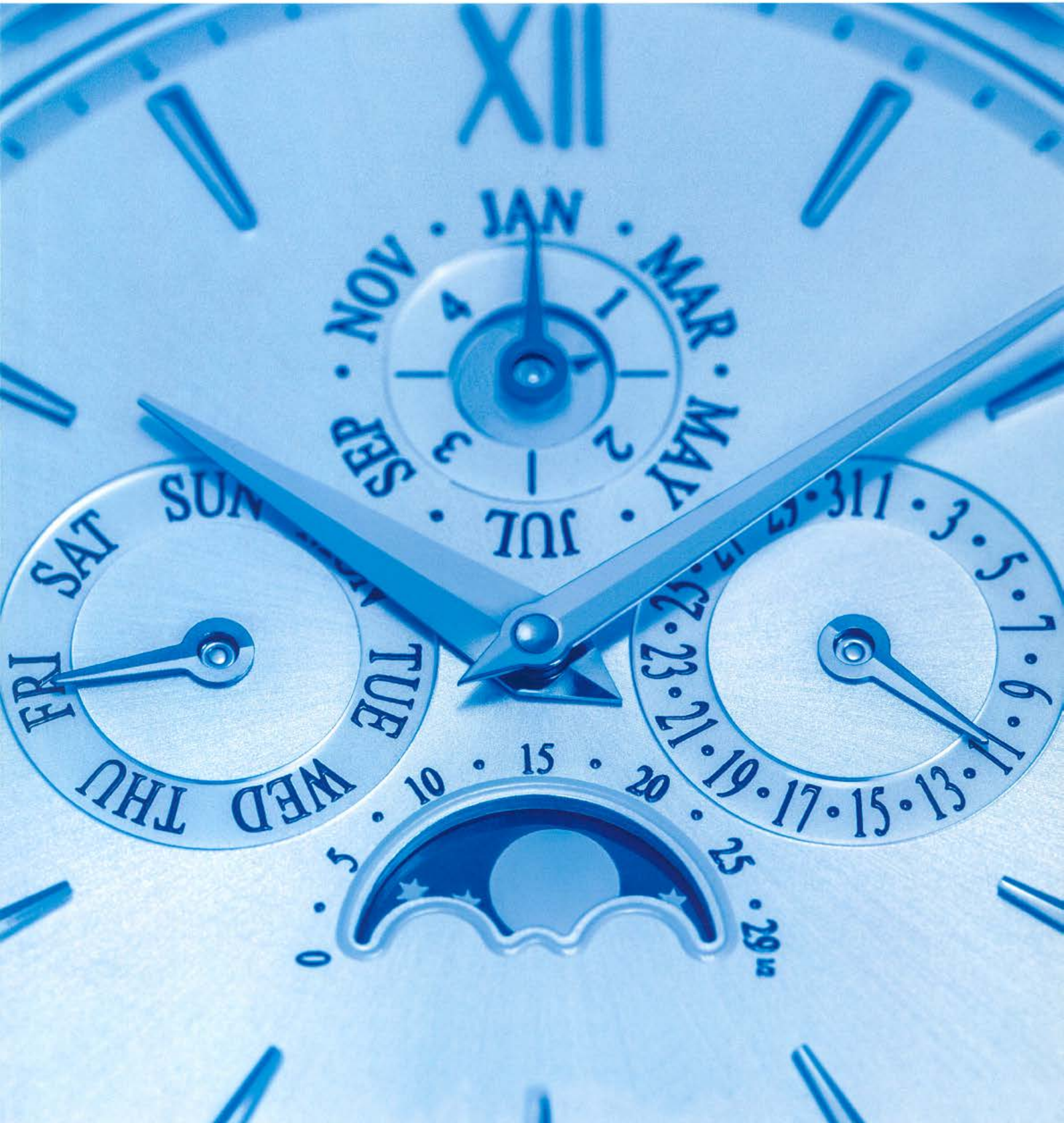


revue **fh**

21 mai 2015 | No 8



Fédération de l'industrie horlogère suisse FH
Verband der Schweizerischen Uhrenindustrie FH
Federation of the Swiss Watch Industry FH

www.fhs.ch

Packaging & Design SA: l'art de mettre en valeur les produits horlogers

Fabriquer la plus belle montre du monde, c'est une chose. Encore faut-il la vendre. Et pour la vendre, il faut la mettre en valeur le mieux possible, dans un environnement adapté et cohérent. Telle est la mission de Packaging & Design, entreprise familiale qui regroupe quatre sociétés distinctes.

Thierry Brandt

Si vous vous intéressez aux montres, si vous en avez achetée une ces dernières années, il y a de fortes chances que celle-ci ait d'abord été mise en valeur en vitrine sur un présentoir conçu par Packaging & Design, puis présentée par l'horloger sur un plateau fabriqué par le même groupe, et enfin vendue dans un écrin dessiné au sein de la maison. L'entreprise n'est évidemment pas la seule à régner sur le marché en question, mais elle en est un des leaders.

Quatre entités distinctes

Packaging & Design est composée de quatre entités qui, dans leur domaine, sont toutes dédiées à la mise en valeur des produits de luxe, dans l'horlogerie avant tout, mais également dans la joaillerie-bijouterie, le champagne et les spiritueux,

les instruments d'écriture et les briquets, la téléphonie mobile, la parfumerie et les instruments de précision. Le groupe emploie au total quelque 200 collaborateurs, répartis dans les cantons de Fribourg, Vaud et Neuchâtel.

Dans le détail, Packaging & Design, qui réalise un chiffre d'affaires global de quelque 100 millions de francs par année, se décompose comme suit. Commençons par Gainerie Moderne, société fondée en 1960 et située à Givisiez (FR), qui est à l'origine du groupe. Elle abrite le siège principal de la holding et se charge du développement, de la mise au point et du prototypage de l'ensemble des produits: écrins, coffrets, matériel de vitrine et de merchandising. Elle s'occupe également d'une partie de la production des produits cités (10%). Quant à l'autre partie, majoritaire (90%), elle est fabriquée en Thaïlande par Cosmo Group, son partenaire quasi exclusif depuis 1967.

Partenaire qui, soit dit en passant, est régulièrement et volontairement audité par des sociétés de surveillance agréées. Il agit par conséquent dans le respect des principes légaux, sociaux et environnementaux en vigueur dans le pays.

La plus ancienne des sociétés du groupe, c'est Huguenin-Sandoz. Cette dernière existe en effet depuis 1923. Installée à Colombier (NE), elle est spécialisée dans le découpage, la galvanoplastie, le polissage, la sérigraphie et la peinture. Elle est réputée pour son savoir-faire en matière de fabrication de pièces métalliques, en particulier les plaquettes gravées, les lettres et les logos découpés.

Quant à RS Agencement Steiner, localisée à Bussigny (VD), elle emploie essentiellement des ébénistes, des menuisiers, des dessinateurs, des planificateurs et des poseurs dévolus à la conception et l'installation d'agencements intérieurs. Que cela soit pour les particuliers, les collectivités publiques ou les entreprises.

Enfin, Pozzo di Borgo Styling (ou P-0220 Styling), entreprise intégrée en 2000, est l'agence de création, de graphisme et de design du groupe. Elle est installée à Territet (VD). Comme son activité le laisse penser, elle se charge de proposer aux clients diverses alternatives de design pour les emballages, le matériel de vitrine et de merchandising, sans oublier l'aménagement de boutiques et de stands. C'est également dans ses locaux que l'on peut admirer une bonne partie des objets réalisés ces quinze dernières années pour les clients horlogers. Impressionnant et instructif: plus d'une décennie de coffrets, d'écrins et de présentoirs témoignent de l'évolution des goûts et des tendances dans la branche.



A ce propos justement, on peut constater que l'époque actuelle est plutôt au design classique et sobre, pour ne pas dire un peu plan-plan... «C'est vrai, explique Pascal Pozzo di Borgo, le patron des lieux. On a connu des périodes où la fantaisie était plus marquée. Aujourd'hui, les marques se cantonnent à des objets plutôt conventionnels. Quand nous organisons des réunions pour dévoiler nos projets devant les clients, nous nous efforçons toujours de proposer plusieurs variantes, dont certaines sortant de l'ordinaire. Mais c'est systématiquement les plus classiques qui sont adoptées. C'est comme ça! D'autre part, les horlogers ont tendance à se copier les uns et les autres. C'est pour cette raison que tous les écrins et les vitrines ont tendance à se ressembler. Il y a une vingtaine d'années, toutes les marques de luxe voulaient du cuir. Maintenant, elles ne jurent que par le bois», conclut le designer, qui plaide pour un regain d'audace dans le domaine.

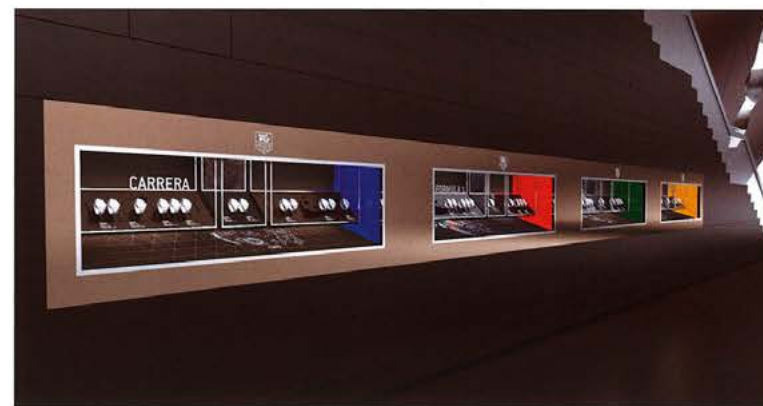
«Si je vous dit cela, ce n'est pas pour me plaindre, poursuit Pascal Pozzo di Borgo. Après tout, le client est roi. C'est simplement pour leur rappeler que nous sommes capables, nous les créatifs, de proposer beaucoup d'autres choses. Je constate par exemple que, dans le domaine du champagne et des spiritueux, on s'autorise des choses plus décalées, plus farfelues même. Il est vrai que, dans ce segment,

la présentation et le packaging comptent beaucoup plus dans l'acte d'achat que dans l'horlogerie.»

Il y a donc du travail à faire pour le groupe Packaging & Design qui, à l'avenir, entend poursuivre la diversification de ses activités. Aux yeux de ses principaux responsables, dont Jacques Renevey, président du conseil

d'administration, il y a encore des nouveaux marchés à conquérir: «Dans les années 1960, quand mon père a décidé de développer son entreprise, c'était précisément pour accompagner les demandes de ses clients. A l'époque, certains horlogers commençaient seulement à personnaliser leurs écrins. C'est dire l'évolution que nous avons connue! Prenez le secteur des spiritueux: ils ne sont venus aux beaux écrins que récemment. Même tendance du côté des parfumeurs et de certains fabricants de téléphones mobiles, qui cherchent aujourd'hui à développer des contenants originaux pour des séries spéciales», explique-t-il.

Propos auxquels font écho ceux de Pascal Pozzo di Borgo: «Je vois également une tendance nouvelle dans la conception des coffrets et des écrins. Désormais, on imagine pour ces objets une deuxième vie. Une fois arrivés chez le client final, ils sont détournés de leur utilisation initiale. Ils deviennent des éléments de décoration à part entière. Enfin, j'estime que le temps est venu de mener une réflexion globale sur l'aménagement des vitrines, qui sont presque toutes les mêmes dans le monde entier. Là, nous avons de quoi mettre notre créativité à l'épreuve», conclut-il. ◻



Packaging & Design SA: the art of showing watchmaking products in their best light

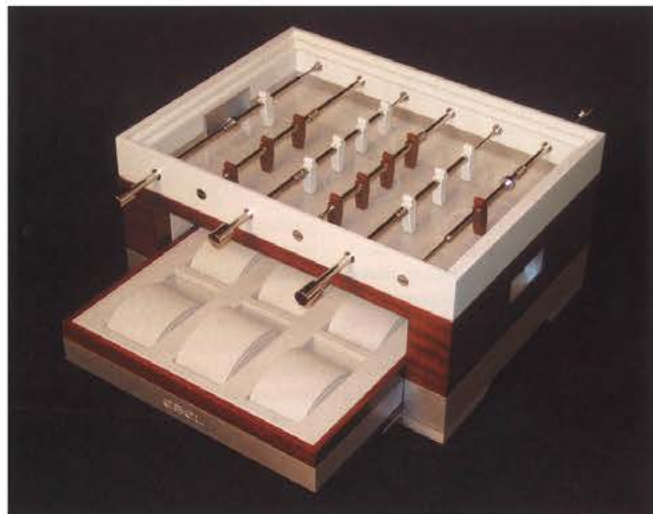
It's one thing to manufacture the world's most beautiful watch. But then you have to sell it. And to sell it, it must be showcased to optimal effect in an appropriate and coherent environment. That is the mission of Packaging & Design, a family business comprising four distinct companies.

Thierry Brandt

If you are interested in watches and you've bought one in recent years, there's every chance that it first caught your eye in a shop window, on a display stand developed by Packaging & Design. Afterwards it may well have been shown to you by the shop assistant on a tray produced by the same group, and lastly sold in a presentation case designed in-house. The firm is by no means the only one operating on this particular market, however it is one of the leading players.

Four distinct entities

Packaging & Design comprises four entities which, in their areas of activity, are all dedicated to showcasing luxury products, primarily for the watch industry but also in the fields of jewellery, champagne and spirits, writing instruments, cigarette lighters, mobile phones, perfumes and precision instru-



ments. The group employs in total around 200 staff, based in the cantons of Fribourg, Vaud and Neuchâtel.

In detail, Packaging & Design, which has a global annual turnover of around 100 million francs, is the sum of the following parts. First of all Gainerie Moderne, a company founded in 1960 and located in Givisiez (FR), from where the group originated. It is the main headquarters of the holding company and is responsible for the development, fine-tuning and prototyping of all products: presentation cases, gift boxes, display and merchandising materials. It also manufactures some of the aforementioned products (10%). However the great majority of the latter (90%) are produced in Thailand by Cosmo Group, its quasi-exclusive partner since 1967. A partner which, in passing, is regularly audited at its own behest by

approved supervisory bodies. It therefore carries out its activities in accordance with legal, social and environmental principles in force in the country.

The oldest company in the group is Huguenin-Sandoz, which has been in existence since 1923. Based in Colombier (NE), it specialises in cutting-out, electroplating, polishing, silk-screen printing and painting. It is renowned for its expertise in the manufacture of metallic parts, particularly engraved plates, lettering and blanked logos.

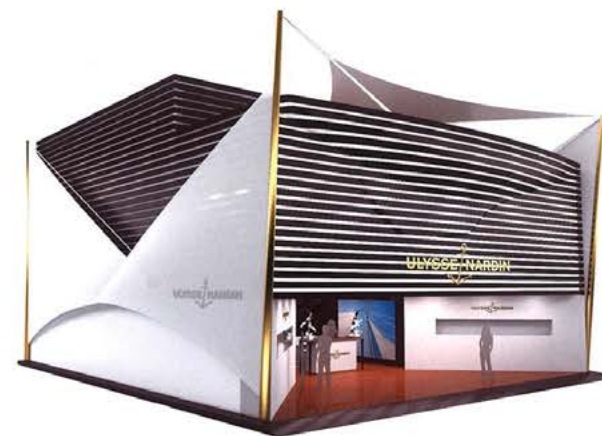
For its part, RS Agencement Steiner, located in Bussigny (VD), employs mainly cabinet-makers, carpenters, draughtsmen, planners and fitters, who focus on the design and installation of interior layouts for private individuals, public authorities and businesses.

Lastly, Pozzo di Borgo Styling (or P-0220 Styling), which joined the group in 2000, is the group's creative powerhouse where the work of design and graphic art takes centre stage. It is based in Territet (VD). As its activity implies, it is responsible for meeting clients and proposing various design alternatives for packaging, display and merchandising materials, as well as fitting out boutiques and stands. It is also on these premises that one can admire a great many of the products created over the past fifteen years for watch industry clients. Impressive and instructive: more than a decade of gift boxes, presentation cases and display stands are a testimony to changing tastes and fashions in the sector.

On this point, it seems clear that the present-day trend is for designs of a classic and sober, if not rather humdrum appearance... «That's true,» explains the company's boss Pascal Pozzo di Borgo. «We've had periods when decorative style was more to the fore. Today, brands tend to confine themselves to more conventional objects. When we organise meetings to present our plans to clients, we always try to propose several variants, some of which are less ordinary. But more often than not they opt for the more classic approach. That's how it is! Also, watchmakers do tend to copy one another. That's why presentation cases and display stands tend to look the same. Twenty or so years ago, all the luxury brands wanted leather. Now, it has to be wood,» concludes the designer, who would like to see a touch more boldness on the part of manufacturers.

«I say that, but of course I'm not complaining,» continues Pascal Pozzo di Borgo. «After all, the customer is king. It's just to remind them that we creative types are capable of offering much more besides. I've noted for example that in the realm of champagne and spirits, a more offbeat or whimsical approach gets the green light. It's true that presentation and packaging are much more important in triggering a purchase in this segment than in the watch industry.»

There is work to be done therefore for the Packaging & Design group, which plans in the future to continue diversifying its activities. In the opinion of its top managers, including chairman of the board of directors Jacques



Renevey, there are still new markets to be conquered: «In the 1960s, when my father decided to grow his business, it was mainly to keep pace with the demands of his clients. Back then, some watchmakers were only beginning to personalise their presentation cases. That shows you how far we've come! Take the spirits sector: they've only recently come round to the idea of attractive presentation cases. The same goes for perfumers and some makers of mobile phones, who today are interested in developing original containers for special editions,» he explains.

These words are echoed by Pascal Pozzo di Borgo: «I can also see a new trend in the design of gift boxes and presentation cases. For items like this, you can now envisage a second life. Once the customer has them at home, they are put to different uses. They become decorative objects in their own right. When all is said and done, I feel the time has come to think long and hard about the design of display cabinets, which are virtually the same all over the world. It's an area where we can put our creativity to the test,» he concludes. ◻

