

Jean-Claude Biver, une personnalité du monde

par Roman Weissen

Jean-Claude Biver est l'une des personnalités les plus dynamiques de Suisse.

Prendre contact avec cet entrepreneur charismatique se fait sans chichis. Il nous donne rendez-vous un matin à 5 h 11. A la question du pourquoi une heure si matinale, il répond: «Lorsque j'ai beaucoup de travail, je me lève tôt. Si je n'ai rien à faire, je me lève seulement à cinq heures. Cinq heures, ce sont les vacances pour moi». Le pionnier de l'horlogerie passe également des vacances reposantes à Crans-Montana. «C'est l'une des plus belles destinations de Suisse. Crans-Montana a une offre variée, tant en hiver qu'en été, où les gens de tous les milieux culturels se sentent vraiment à l'aise. Un endroit pour les citoyens du monde.»

«Ce que nous fabriquons, ce sont des émotions»

Jean-Claude Biver est un patron fascinant qui a su mettre à profit ses chances dans différentes positions au sein de la branche horlogère. Avec son feu sacré, il a conduit les marques Omega, Blancpain et HUBLOT au succès. Durant la dernière décennie, en tant que CEO, cet entrepreneur visionnaire a fait des montres de luxe HUBLOT une marque mondiale. Il est président de l'entreprise depuis 2012. Une HUBLOT au poignet constitue un bijou, une montre qui fait la symbiose entre la fonction de donner l'heure et l'art. Biver le dit affectueusement: «Chez HUBLOT, nous ne fabriquons pas des montres, nous faisons de l'art. Nous essayons de maintenir vivante une tradition. Ce que nous fabriquons, ce sont des émotions. Il s'agit d'amour, d'âme, d'art et de culture. Ces éléments sont bien plus importants à porter au poignet que la seule indication de l'heure qu'il est.» Cette vision est une philosophie de vie à elle seule.



Jean-Claude Biver ist eine der dynamischsten Persönlichkeiten der Schweiz. Mit diesem charismatischen Unternehmer in persönlichen Kontakt zu treten, gelingt unbürokratisch. Morgens um 05.11 Uhr erhält man einen Termin. Angesprochen auf die Morgenstunde antwortet Biver «Habe ich viel Arbeit, wache ich früh auf. Habe ich nichts zu tun, wache ich erst um fünf Uhr auf. Fünf Uhr bedeutet für mich Ferien». Urlaub und erholsame Feri-

entage verbringt der Uhrenpionier auch im Weltkurort Crans-Montana. «Crans-Montana ist eine der schönsten Destinationen der Schweiz mit einem vielfältigen Angebot für Sommer- und Winterurlaub, in dem sich Menschen aus allen Kulturkreisen echt geborgen fühlen, ein Ort für Weltbürger.»

«Es sind Emotionen, die wir herstellen»

Jean-Claude Biver, ein faszinierender Patron, der Zeit und Chancen

Le défi de « la montre intelligente »

La passion de Jean-Claude Biver ne cesse jamais. Il donne une fois de plus des impulsions d'avenir au sein de TAG Heuer. Le projet « smartwatch » est encore jalousement couvé à l'abri des regards. Biver est pleinement convaincu que la « montre intelligente » représentera pour l'industrie horlogère de notre pays un défi encore plus grand que l'apparition de la montre quartz dans les années 1970. Quoi qu'il en soit, TAG Heuer est prêt à investir beaucoup d'argent et d'énergie dans le domaine de la montre connectée. L'infatigable visionnaire qu'est Jean-Claude Biver appartient toujours aux principaux acteurs de la branche horlogère suisse, comme la preuve en a été apportée une fois de plus à la fin juin 2016: la « Swiss Academy of Marketing Science » lui a accordé son prix d'honneur pour la troisième fois dans le cadre du Congrès suisse des marques. Il a été récompensé pour « ses qualités de visionnaire pour l'industrie horlogère suisse, pour son courage et pour son rôle en tant qu'inspiration pour les managers de demain ». A la question de sa stratégie et de la motivation qui le mène au succès dans ce qu'il fait, Biver répond: « Le dénominateur commun est l'amour et la passion. L'enthousiasme vis-à-vis des gens, des montres et des idées me permet de donner chaque jour le meilleur de moi-même. Et aimer, c'est partager. On partage ses succès, les erreurs, son savoir, ses expériences et ses visions. Comme les sportifs d'élite, nous devons aussi apprendre de nos défaites et faire d'une supposée faiblesse une force. Il s'agit de politique de gestion dont le chef le plus élevé doit donner l'exemple. S'il ne le fait pas, il n'est dans le meilleur des cas qu'un chef pour les moments où tout fonctionne. »

Trois questions à Jean-Claude Biver :

Quels sont les défis auxquels cette branche économique suisse qu'est l'industrie horlogère est confrontée?

Les conditions pour préserver et développer le succès de l'industrie horlogère suisse se définissent tout simplement par continuer à innover, s'adapter à la nouvelle clientèle et aux nouvelles technologies et offrir à ses clients qualité et service.

Jean-Claude Biver, 67 ans, est un entrepreneur et manager suisse d'origine luxembourgeoise. Il est président de la marque horlogère HUBLOT et directeur de la division horlogère du groupe français de biens de luxe LVMH, ce qui lui donne également la responsabilité des marques TAG Heuer et Zenith.

Jean-Claude Biver, 67, ist ein Schweizer Unternehmer und Manager luxemburgischer Herkunft. Er ist Präsident der Uhrenmarke HUBLOT sowie Leiter des Uhrengeschäfts von LVMH, einem französischen Luxusgüterkonzern; das heisst, er ist zudem verantwortlich für die Marken TAG Heuer sowie Zenith.

in verschiedensten führenden Positionen der Uhrenbranche ziel führend nutzte. Mit « feu sacré » führte er die Marken Omega, Blancpain und HUBLOT zum Erfolg. Der Unternehmerpionier hat im vergangenen Jahrzehnt die Luxusuhrenmarke HUBLOT als CEO zur Weltmarke umgebaut und führt diese Unternehmen seit 2012 als Präsident. HUBLOT an der Hand ist ein Schmuckstück, eine Uhr als Symbiose zwischen Zeitangabe und Kunst. Biver erklärt es liebevoll wie folgt: « Wir bauen bei HUBLOT eigentlich keine Uhren. Was wir machen, ist Kunst. Ein Versuch, die Tradition lebendig zu behalten. Es sind Emotionen, die wir herstellen. Das ist Liebe, Seele, Kunst, Kultur. Es ist viel wichtiger, diese Elemente aufs Handgelenk zu bringen, als die dumme Zeitangabe. » Schon allein diese Feststellung ist eine Lebensphilosophie.

Der Herausforderung der « intelligente Uhr »

Jean-Claude Biver's Leidenschaft kennt nach wie vor keinen Ruhezustand. Bei TAG Heuer setzt Uhrenpionier nochmals neue wegweisende Akzente. In der einstweilen noch verborgenen Schatztruhe liegt das Projekt Smartwatch. Biver ist voller Überzeugung, dass « die intelligente Uhr » für die Uhrenin-

dustrie unseres Landes eine noch größere Herausforderung sein dürfte als das Aufkommen der Quarzuhr in den 1970er Jahren. TAG Heuer ist jedenfalls bereit, viel Geld und Energie in den Bereich Smartwatch zu investieren. Dass der nimmermüde Visionär Jean-Claude Biver nach wie vor zu den wichtigsten Playern in der Schweizer Uhrenbranche gehört, fand Ende Juni 2016 einmal mehr seine Bestätigung: Im Rahmen des Schweizer Markenkongress hat die « Swiss Academy of Marketing Science » zum dritten Mal ihren Ehrenpreis verliehen. Biver wurde aufgrund seines « Visionärums für die Schweizer Uhrenindustrie sowie seiner Courage und Inspiration als Persönlichkeit für die Manager von morgen ausgezeichnet. » Angesprochen auf die Strategie und Motivation seines erfolgreichen Tuns und Handelns antwortet Biver: « Auf einen Nenner gebracht sind es Liebe und Leidenschaft; ja die Begeisterung für Menschen, Uhren und Ideen animiert mich jeden Tag zu Höchstleistungen. Und Liebe ist teilen. Man teilt seine Erfolge, seine Fehler, sein Wissen, seine Erfahrungen und seine Visionen. Und wie Spitzensportler müssen wir aus Niederlagen lernen und aus einer vermeintlichen Schwäche eine Stärke machen. Das ist Führungspolitik, das muss



Comment le tourisme de notre pays pourra-t-il défendre ses chances à l'avenir? En suivant l'exemple de Crans-Montana, station cosmopolite qui reflète la société de demain?

Le tourisme en Suisse est placé face aux mêmes conditions que notre horlogerie. Nous devons nous montrer capables de nous adapter aux nouvelles demandes de la clientèle, professionnaliser notre tourisme, notre accueil et nos infrastructures. Car aujourd'hui plus que jamais, nous avons affaire à une concurrence mondiale et ne bénéficions plus de cette rente qui nous a permis de développer notre industrie touristique ces 100 dernières années.

Quelles vont être les conséquences du Brexit pour la Suisse, ou comment notre pays doit-il réagir?

Je ne saurais répondre à cette question car je crois que personne ne connaît encore les conséquences du Brexit ni pour le Royaume-Uni, ni pour l'Union européenne, ni pour la Suisse. La conclusion que je tire de ce référendum est le fait que l'Europe doit peut-être s'adapter ou se réinventer afin d'éviter que d'autres pays ne votent leur sortie comme l'ont fait les Britanniques. •

der oberste Chef vorzeigen. Falls nicht, ist er bestenfalls ein Schönwetterchef.»

Drei Fragen an Jean-Claude Biver:

Vor welchen Herausforderungen steht die Uhrenbranche als Wirtschaftszweig der Schweiz?

Die Bedingungen, um den Erfolg der Schweizer Uhrenindustrie zu gewährleisten und weiterzuentwickeln, heissen einfach weiterhin auf Innovationen zu setzen, sich an eine neue Kundschaft und an neue Technologien anzupassen und den Kunden Qualität und Service anzubieten.

Wie kann sich das Tourismusland auch in Zukunft behaupten? Am Beispiel von Crans-Montana, der kosmopolitischen Station als Spiegelbilder der Gesellschaft von Morgen?

Für den Schweizer Tourismus geht es ähnlich, wie für unsere Uhrenindustrie. Wir müssen fähig sein, uns an neue Anforderungen der Kundschaft anzupassen, dies

durch die Professionalisierung von Tourismus, Gastfreundschaft und Infrastruktur. Wir müssen mehr als je mit einer weltweiten Konkurrenz rechnen und profitieren nicht mehr von der einmaligen Voraussetzungen, die uns in den letzten 100 Jahren erlaubt haben, unsere Tourismusindustrie erfolgreich zu entwickeln.

Welche Folgen hat der Brexit für die Schweiz oder wie muss unser Land reagieren?

Ich kann diese Frage nicht beantworten, weil ich glaube, dass noch niemand die Folgen des Brexit kennt, weder für Grossbritannien, noch für die EU oder die Schweiz. Nach dem Referendum komme ich zum Schluss, dass Europa sich vielleicht anpassen oder neu gestalten muss, um zu verhindern, dass sich andere Länder für einen Austritt aussprechen, wie es die Briten gemacht haben. •