

Fallet, Estelle: *Tissot: 150 ans d'histoire (1853-2003)*. Chézart-Saint-Martin: Editions de la Chatiere 2003. ISBN: 2-940333-08-4; 350 S.

Rezensiert von: Hélène Pasquier

En 2003, l'entreprise horlogère Tissot célébrait ses 150 ans d'activité. Pour marquer l' v enement, ses dirigeants décidèrent de valoriser l'héritage historique de la marque par une imposante publication. Ils en confièrent la préparation et la rédaction à l'historienne Estelle Fallet. Avec ce livre, ils souhaitaient partager avec les clients et les amis de la maison locloise «une histoire d'hommes et une histoire de challenges industriels», comme le souligne le président du comité de direction, François Thiébaud, dans sa préface.

L'ouvrage retrace ainsi les 150 ans d'activité de l'entreprise Tissot selon un découpage thématique, subdivis e en cinq chapitres. Après un premier chapitre consacr e au développement industriel et démographique de la ville du Locle au cours du XIX e siècle, le deuxième chapitre aborde les 150 ans de l'entreprise Tissot sous l'angle de la fabrication. Estelle Fallet s'intéresse aux nombreux modèles qui ont fait la réputation de la marque. Parmi eux, elle s'attache plus spécialement à la montre amagnétique (1930), à la montre étanche (1938), à la montre en matière synthétique (1964-1971), plus récemment aux montres en granit ou à double affichage (1980), enfin à la montre tactile (2000). L'auteure suit le développement de ces produits, de leur mise à l'étude jusqu'à leur commercialisation. La démarche d'Estelle Fallet ne se limite pas à une approche technique de la montre. Bien au contraire, elle privilégie une démarche socio-économique de l'objet. Ainsi, elle démontre que pour élaborer une montre, il faut une émulsion d'idées, de savoir-faire horlogers entrem el es de savoirs techniques et théoriques ainsi qu'un outil de production spécifique. Les choix techniques sont également d etermin es par la politique générale de l'entreprise, élaborée par ses dirigeants. La maison Tissot est à ce niveau-là intéressante. Au début des années 1930, la direction édicte un «plan Tissot». Au niveau de la production, cette stratégie a pour effet de réduire le nombre de calibres en fabrication, afin d'augmenter les quantités et d'en baisser

les coûts de revient. Cette volonté de rationalisation trouve son apogée en 1959, lorsque l'ingénieur Edouard-Louis Tissot instaure le système du «calibre unique».

Le troisième chapitre retrace l'histoire de l'entreprise au travers de ses dirigeants et de ses différentes entités sociales. Petit comptoir d'horlogerie en 1853, fabrique d'horlogerie en 1907, puis manufacture de 1916 à 1976, l'entreprise intègre en 1980 la Soci ete suisse de microtechnique (SMH). En 1998, elle fait désormais partie de l'entité sociale Swatch Group. En filigrane, Estelle Fallet décrit l'histoire du secteur horloger suisse dans son ensemble, avec ses phases d'euphorie et ses périodes de basse conjoncture. Et c'est bien une périodes de récession qui rapproche les entreprises Omega et Tissot dans le courant des années 1920. Les deux maisons constituent en 1924 une communauté d'intérets techniques et commerciaux. En 1930, les deux entreprises se structurent dans le holding «Soci ete suisse pour l'industrie horlogère» (ou SSIH). Cette dernière est le résultat d'une «mise sur pied d'un trust vertical entre deux marques». Omega travaille dans le domaine de la montre de précision et de haute qualité, tandis que Tissot occupe le secteur de la montre civile de bonne qualité à prix moyen. Jusqu'à présent, seul l'ouvrage Omega Saga, de Marco Richon (1988) abordait l'histoire de la SSIH. L'angle d'approche, par la nature même des sources, restait biennois. Désormais, ce livre anniversaire offre un contrepoint intéressant. Il met surtout en lumière le constant souci de la maison Tissot à exister par rapport à la grande entreprise Omega. Plus d'une fois, cette dernière voulut transformer la manufacture neuchâteloise en une unité de production pour ses propres besoins alors exponentiels.

Mais, la vie d'une entreprise ne se limite pas à ses cadres dirigeants. Dans la seconde partie de ce chapitre, Estelle Fallet nous fait revivre à grand trait la vie quotidienne des ateliers. Elle nous fait passer d'un temps jadis, où les pauses casse-croûte n'étaient pas calibrées en temps horaire, à des temps plus récents, où chaque geste est d ecompos e et compt e par les pique-minutes. Nous retrouvons ici la progressive rationalisation qui marque l'entier du XX e siècle. Si nous sentons l'apport d'une mémoire orale, nous n'arrivons cependant pas à

dénombrer avec exactitude le personnel ouvrier de la maison Tissot durant ces 150 ans. A de petits encarts éparpillés sur l'ensemble du texte, nous aurions préféré une liste sérielle et unique. Il faut reconnaître la difficulté d'un tel exercice, notamment en raison des multiples sources. Une présentation moins dispersée nous aurait cependant permis, d'une part d'avoir une meilleure vision sur l'évolution générale de l'entreprise en terme d'emploi; d'autre part de justifier ou d'éviter les quelques dissonances qui se sont laissées imprimées d'un tableau à l'autre.

Les deux derniers chapitres sont consacrés aux politiques commerciales et publicitaires de l'entreprise. Estelle Fallet démontre avec précision que l'évolution des marchés dépend non seulement des données géopolitiques, des lois protectionnistes et des entraves douanières des pays importateurs, mais également des stratégies mises en place par la maison tant au niveau des ventes que de la communication. En 1930, le «plan Tissot» définit les moyens à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs de l'entreprise. Au niveau commercial, la rationalisation se trouve à nouveau au centre des préoccupations. Les dirigeants de la maison décident de lutter contre la mévente des produits, contre le sur-stockage ainsi que les faux frais. Mais les difficultés sont doubles. L'entreprise doit non seulement lutter contre ses concurrents, mais également se distinguer de sa consœur Omega. Deux stratégies sont privilégiées. Tout d'abord, ses dirigeants cherchent constamment à proposer des prix de vente sensiblement plus bas que ceux de l'entité biennoise. Ensuite, elle s'applique à innover et à développer des produits dans des secteurs horlogers, où la marque Omega n'est guère installée. Au niveau publicitaire, le «plan Tissot» préconise de ne plus s'appuyer uniquement sur le contact direct établi par le voyageur avec sa clientèle. Dès lors, les affiches deviennent un important support de communication. Parallèlement, Tissot appuie son discours sur les lettres de ses clients. Ces derniers racontent dans leurs missives leurs exploits sportifs ou leurs mésaventures. Ils n'omettent surtout pas de décrire le rôle salvateur de leur garde-temps dans leurs péripiéties. La manufacture Tissot utilise ces correspondances pour démontrer la qualité et la

précision de ses produits.

Pour François Thiébaud, ce livre anniversaire permet de montrer que les événements et les innovations du présent se nourrissent des faits passés. Cet ouvrage nous offre surtout une première synthèse générale sur l'entreprise locloise. Mais, nous retiendrons principalement le fait qu'il ouvre une brèche dans le discours calfeutré des entreprises horlogères suisses. Cet opus identifie systématiquement ses sources. Il ose avancer des chiffres, citer des procès-verbaux de réunion, mentionner des rapports et des études. Il a entrepris le pari d'un rapprochement entre des méthodes historiques rigoureuses et des concepts promotionnels plus élogieux. Bref, nous espérons qu'il a entrouvert une voie, par laquelle d'autres entreprises horlogères se glisseront lorsqu'elles reliront et publieront leur propre histoire.

Zitierweise :

Hélène Pasquier : Compte rendu de : Estelle Fallet, *Tissot : 150 ans d'histoire (1853-2003)*, Chézart-Saint-Martin, Editions de la Chatière, 2003, 350 p. Première publication dans : *Revue historique neuchâteloise*, année 141-(1-2), 2004, p. 126-129.

Hélène Pasquier über Fallet, Estelle : *Tissot : 150 ans d'histoire (1853-2003)*. Chézart-Saint-Martin 2003, in: H-Soz-Kult .