

Chemin de l'étang 6
CH 1094 Paudex

Phone : +41 21 796 36 96

info@blancpain.com

www.blancpain.com

JB
1735
BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

HISTORY

Since 1735, Blancpain has been contributing to the development of mechanical watchmaking, while conserving the traditional skills of its founder. Blancpain: the early days At the beginning of the 18th century, Jehan-Jacques Blancpain perceived the potential in a completely new business activity: watchmaking. In 1735, he founded the Blancpain brand, setting up his first workshop on the upper floor of his house at Villeret, in the present-day Bernese Jura. By recording his name in the official property register of the municipality of Villeret, this pioneer had created an establishment which is now the world's oldest watchmaking brand. Blancpain watches enjoyed great success from the earliest years, and the heirs of Jehan-Jacques Blancpain perpetuated his expertise. In 1815, Frédéric-Louis Blancpain, the great-grandson of Jehan-Jacques, who was head of the family business at the time, modernised production methods and transformed the traditional craft workshop into an industrial undertaking capable of serial production. By replacing the crown-wheel mechanism with a cylinder escapement, Frédéric-Louis introduced a major innovation into the watchmaking world. With the resources of its expertise, by the middle of the 19th century the House of Blancpain had become the most substantial enterprise in Villeret. From craftsmanship to industry In the second half of the 19th century, as industrialisation took hold, the prices of watchmaking products were falling and many workshops were fated to close down. To face up to American competition, in 1865 Blancpain built a two-storey factory by the River Suze and made use of water power to supply the electricity needed for its production processes. By modernizing its methods and concentrating on top-of-range products, Blancpain become one of the few watchmaking firms to survive in Villeret. In 1926, the Manufacture entered into a partnership with John Harwood and started marketing the first automatic wristwatch. Four years later, Blancpain adapted the system to watches of small size, and launched the rectangular "Rolls", by Léon Hatot, which became the world's first ladies' automatic watch. The Villeret Manufacture becomes "Rayville" The year 1932 saw the end of the family's management of the firm, which had lasted for over two centuries. On the death of Frédéric-Emile Blancpain, his only daughter, Berthe-Nellie, did not wish to go into watchmaking. The following year, the two members of the staff who had been closest to Frédéric-Emile, Betty Fiechter and André Léal, bought the business. As there was no longer any member of the Blancpain family in control of the firm, the two associates were obliged by law as it stood at the time to change the company name. Henceforth, the firm would be called "Rayville S.A., succ. de Blancpain", "Rayville" being a phonetic anagram of Villeret. Despite this change of name, the identity of the Manufacture was perpetuated, and the characteristics of the brand were preserved. Betty Fiechter remained director of Blancpain until 1950, when her nephew, Jean-Jacques Fiechter, joined her. Together, they brought fresh impetus to the firm. Among the Manufacture's great successes is the Fifty Fathoms, launched in 1953 and produced at the request of the "Combat Swimmers" of the French navy, who needed a reliable watch for their underwater operations. Captain Robert "Bob" Maloubier and the Lieutenant Claude Riffaud, the co-founders of the unit, submitted the project to Jean-Jacques Fiechter, by then CEO of Blancpain, who accepted the challenge. Worn by Jacques-Yves Cousteau, among others, the Fifty Fathoms became the standard of reference among diving watches. Three years later, Rayville-Blancpain repeated this success with the Ladybird, a model equipped with the smallest round automatic movement of the time. Acquisition by the Société Suisse pour l'Industrie Horlogère At the end of the 1950s, Rayville-Blancpain was producing more than 100,000 watches per year. To make it possible to meet the continually growing demand, the firm became part of the SSIH (Swiss company for the watch industry), joining such brands as Omega, Tissot and Lemania. In 1971, production topped 220,000 watches. During the 1970s, the watchmaking industry came up against major problems: quartz watches were revolutionising the watchmaking sector. The fall of the dollar against the Swiss franc reduced transatlantic exports. The first oil crisis, in 1973, provoked a world-wide recession. The SSIH was forced to reduce its output by half and to sell off part of its assets. On 9 January 1983, it sold the Rayville-Blancpain name to Jacques Piguet, son of Frédéric Piguet and director of the company of that name, and Jean-Claude Biver, at that time employed by

the SSIH. The company set up production at Le Brassus, in the Joux Valley, and from then on traded under the name of Blancpain SA. The regeneration of Blancpain It was the start of a new chapter for Blancpain. Until then, many of the movements made by the Manufacture had been concealed in watches of other brands, relegating the name of Blancpain to a secondary role. The company decided to retain exclusive possession of its expertise. While some specialists were predicting the end of traditional watches with the advent of the quartz movement, Blancpain committed itself to the production of "grande complication" wristwatches. From then on, the Blancpain Manufacture would produce watches in the purest traditional style, in the same spirit as those that Jehan-Jacques Blancpain and his successors had made more than two centuries earlier, a hundred kilometres away. In parallel, Blancpain devoted every effort to the revival of mechanical watchmaking, rehabilitating traditional complications and publicising the story of the watchmaking guilds and the central role played by the masterpieces that embodied the highest achievements of the watchmaker's craft. By turning to the past to bring back to life the beginnings of watchmaking as it had been practised in the remote farms of the Jura, Blancpain enabled both the culture and the art of traditional watchmaking to survive and make progress. The finest example of this expertise respecting tradition is undoubtedly symbolised by the 1735. This timepiece, the most complicated in the world when it was first presented, brings together the greatest watchmaking complications: minute repetition, tourbillon, perpetual date, moon phase calendar and flyback chronograph. It takes a master-watchmaker an entire year to assemble this calibre. The present management of Blancpain In 2002, Marc A. Hayek became Chairman and CEO of Blancpain and gave a new stimulus to the Manufacture, which set out on a quest for excellence, without ever departing from its precious inheritance. Considerable investments were allocated and the Research and Development department was strengthened and encouraged to move forward off the beaten track. The number of world premieres and patents grew with an impressive display of new movements. Among others, in 2008 Blancpain revived the Karrusel, a complication forgotten for over a century, and incorporated it into a wristwatch for the first time. This creation embodies the spirit of the values of our firm: bringing out the best in watchmaking tradition through innovation. Drawing on the rich history of Blancpain, the new management is readjusting the focus of its collections to express the values the make up the brand's DNA. The Fifty Fathoms has been revived and the Villeret collection subtly reinterpreted, while the new, avant-garde L-evolution collection has been launched. The brand's image is gaining in clarity and consistency. Distribution has been completely overhauled, and many Blancpain boutiques are opening in the most prestigious neighbourhoods of the great cosmopolitan capital cities. Blancpain's constant innovations in the sector of top-of-range watchmaking have brought vigorous expansion in their train. In 2010, the Manufacture of Le Brassus verticalised production with the acquisition of the Frédéric Piguet company, which was already producing movements and components for Blancpain, thus gaining access to a new production site in the Joux Valley.

THE TRADITION OF INNOVATION

Blancpain has been making mechanical watches that set standards of excellence since 1735. A custodian of watchmaking tradition, Blancpain nevertheless seeks to surprise with its spirit of innovation and taste for the provocative. At Blancpain, respect for our own watchmaking tradition is not felt as a barrier to innovation. On the contrary, the past history of the Manufacture of Le Brassus is an inexhaustible source of ideas. Taking it as inspiration for pushing back frontiers is an ongoing challenge in our company. Boldness and provocation Armed with its mastery of the basic stages of watch production, Blancpain is free to follow byways, which it does with enthusiasm. This taste for boldness and provocation finds expression in the latest creations of the brand. Elegance and beauty The creation of original products goes hand in hand with the quest for perfection of line. A Blancpain watch is more than the fruit of technical achievement. It is conceived from the start as an object of grace; a moment of pure emotion. Top-of-range quality The Blancpain Manufacture pursues a

rigorous quality policy designed to produce the best possible watches, designed and assembled entirely in Switzerland. This continual aspiration towards top-quality work and service is embodied in every man and woman in the company, in the workshops of the Joux Valley, just as in Blancpain's boutiques around the world.

HISTOIRE

Depuis 1735, Blancpain contribue à l'évolution de l'horlogerie mécanique tout en perpétuant le savoir-faire traditionnel de son fondateur. Les débuts de Blancpain Au début du 18ème siècle, Jehan-Jacques Blancpain perçoit le potentiel d'un tout nouveau secteur d'activité: l'horlogerie. En 1735, il fonde la marque Blancpain et c'est à l'étage de sa maison à Villeret, dans l'actuel Jura bernois, qu'il installe son premier atelier. En s'inscrivant dans le registre officiel de propriété de la commune de Villeret, ce pionnier venait de créer un établissement qui est désormais la plus ancienne marque horlogère au monde. Dès les premières années, les montres Blancpain rencontrent un grand succès et les héritiers de Jehan-Jacques Blancpain perpétuent son savoir-faire. En 1815, Frédéric-Louis Blancpain, l'arrière-petit-fils de Jehan-Jacques, alors à la tête de l'entreprise familiale, modernise les méthodes de production et transforme l'atelier d'artisanat traditionnel en une industrie capable de produire en série. En remplaçant le dispositif à roue de rencontre par un échappement à cylindre, Frédéric-Louis introduit une innovation majeure dans le monde de l'horlogerie. Forte de son savoir-faire, la maison Blancpain devient, au milieu du 19ème siècle, l'entreprise la plus importante de Villeret. De l'artisanat à l'industrie Dans la deuxième moitié du 19ème siècle, avec les débuts de l'industrialisation, les prix des produits horlogers sont en baisse et de nombreuses manufactures sont condamnées à fermer. Pour faire face à la concurrence américaine, Blancpain érige en 1865 une usine de 2 étages sur le bord de la rivière Suze et profite de l'énergie hydraulique fournissant l'électricité nécessaire à ses activités de production. En modernisant ses méthodes et en misant sur les produits haut-de-gamme, Blancpain est l'une des rares entreprises horlogères à survivre à Villeret. En 1926, la manufacture s'associe à l'horloger John Harwood et commercialise la première montre-bracelet automatique. Quatre ans plus tard, Blancpain adapte ce système aux montres de petite taille et lance la «Rolls» rectangulaire de Léon Hatot qui devient la première montre dame automatique au monde. Quand la manufacture de Villeret devient «Rayville» L'année 1932 marque la fin d'une gestion familiale de l'entreprise de plus de 2 siècles. Lorsque Frédéric-Emile Blancpain décède, sa fille unique, Berthe-Nellie, ne souhaite pas se lancer dans l'horlogerie. L'année suivante, les deux collaborateurs les plus proches de Frédéric-Emile, Betty Fiechter et André Léal, rachètent la manufacture. Comme aucun membre de la famille Blancpain ne reste aux commandes de l'entreprise, les deux associés sont contraints par la loi alors en vigueur de changer de raison sociale. L'entreprise s'appellera désormais «Rayville S.A., succ. de Blancpain», «Rayville» étant l'anagramme phonétique de Villeret. Malgré ce changement de nom, l'identité de la manufacture est perpétuée et les caractéristiques de la marque sont préservées. Betty Fiechter reste directrice de Blancpain jusqu'en 1950, quand son neveu, Jean-Jacques Fiechter, la rejoint. Ensemble, ils donnent un nouvel élan à l'entreprise. Parmi les grandes réussites de la manufacture figure la Fifty Fathoms, lancée en 1953 et produite à la demande des Nageurs de Combat de l'armée française qui ont besoin d'une montre fiable pour leurs expéditions sous-marines. Le capitaine Robert « Bob » Maloubier et l'enseigne de vaisseau Claude Riffaud, cofondateurs de l'unité, soumettent le projet à Jean-Jacques Fiechter, devenu PDG de Blancpain, qui accepte le défi. Portée entre autres par Jacques-Yves Cousteau, la Fifty Fathoms devient la référence en matière de montres de plongée. Trois ans plus tard, Rayville-Blancpain renouvelle ce succès grâce à la Ladybird, modèle équipé du plus petit mouvement automatique rond de l'époque. Le rachat par la Société suisse pour l'industrie horlogère A la fin des années 1950, Rayville-Blancpain produit plus de 100'000 montres par an. Pour permettre de satisfaire une demande toujours croissante, l'entreprise intègre la Société suisse pour l'industrie horlogère (SSIH), aux côtés de marques comme Omega, Tissot et Lemania. En 1971, la production franchit le cap des 220'000 pièces. Au cours des années 1970, l'industrie horlogère est confrontée à des problèmes majeurs : Les montres à quartz révolutionnent l'industrie horlogère. Le dollar chute face au franc suisse et fait baisser les exportations outre-Atlantique. Le premier choc pétrolier, en 1973, provoque une récession mondiale. La SSIH est contrainte de réduire sa production de moitié et de céder une partie de son patrimoine. Le 9 janvier 1983, elle vend le nom Rayville-Blancpain à Jacques Piguet, fils de Frédéric Piguet et

directeur de l'entreprise éponyme, et Jean-Claude Biver, alors employé de la SSIH. La société installe la production au Brassus, dans la Vallée de Joux, et s'appelle désormais Blancpain SA. Le renouveau de Blancpain Un nouveau chapitre s'ouvre pour Blancpain. Jusque-là, de nombreux mouvements de la Manufacture se dissimulaient dans des montres d'autres marques, reléguant le nom Blancpain à un second plan. L'entreprise décide de garder l'exclusivité de son savoir-faire. Alors que certains spécialistes prévoient la fin des montres traditionnelles avec l'avènement du quartz, Blancpain mise sur la fabrication de grandes complications horlogères en montre-bracelet. La manufacture Blancpain allait donc fabriquer dès lors des montres dans le plus pur style traditionnel, analogues par leur esprit à celles que Jehan-Jacques Blancpain et ses héritiers avaient réalisées plus de deux siècles auparavant, à une centaine de kilomètres de distance. Parallèlement, Blancpain contribue de toutes ses forces au renouveau de l'horlogerie mécanique en réhabilitant les complications traditionnelles et en faisant connaître l'histoire du compagnonnage et le rôle central des pièces-maitresses qui incarnent le plus haut degré d'achèvement de l'horlogerie. En se tournant vers le passé pour faire revivre les débuts de l'horlogerie telle qu'elle s'exerçait dans les fermes isolées du Jura, Blancpain a permis à la culture ainsi qu'à l'art de l'horlogerie traditionnelle de survivre et de progresser. Le plus bel exemple de ce savoir-faire dans le respect de la tradition est sans doute symbolisé par la 1735. Ce garde-temps, le plus compliqué du monde au moment de sa présentation, regroupe les plus grandes complications horlogères: répétition minutes, tourbillon, quantième perpétuel, phases de lune et chronographe à rattrapante. Un maître-horloger a besoin d'une année pour assembler ce calibre. L'actuelle direction de Blancpain En 2002, Marc A. Hayek devient le président et CEO de Blancpain et donne un nouvel élan à la Manufacture qui se lance, sans jamais s'éloigner de son héritage précieux, dans une quête de l'excellence. D'importants investissements sont consentis et le département Recherche et Développement est renforcé et encouragé à avancer hors des sentiers battus. Le nombre de premières mondiales et de brevets se multiplie avec une impressionnante parade de nouveaux mouvements. Entre autres, en 2008, Blancpain réhabilite le Carrousel, une complication oubliée depuis plus d'un siècle et l'intègre, pour la première fois au monde, dans une montre-bracelet. Cette création s'inscrit dans l'esprit des valeurs de notre maison: la valorisation de la tradition horlogère à travers l'innovation. Puisant dans la riche histoire de Blancpain, la nouvelle direction recentre les collections pour exprimer les valeurs constitutives de l'ADN de la marque. La Fifty Fathoms est réhabilitée et la collection Villeret subtilement réinterprétée, tandis que la collection avant-gardiste L-evolution voit le jour. L'image de la marque se clarifie pour gagner en cohérence. La distribution est entièrement revue et de nombreuses boutiques Blancpain prennent place dans les quartiers les plus prestigieux des grandes capitales cosmopolites. Grâce à ses innovations constantes dans le domaine de l'horlogerie haut-de-gamme, Blancpain connaît une forte expansion. En 2010, la Manufacture du Brassus verticalise sa production avec l'intégration de la société Frédéric Piguet, qui produisait déjà des mouvements et des composants pour Blancpain, et dispose alors d'un nouveau site de production dans la Vallée de Joux.

PHILOSOPHIE

La tradition de l'innovation Blancpain crée depuis 1735 des montres mécaniques de référence. Garante de la tradition horlogère, Blancpain cherche pourtant à surprendre par son esprit d'innovation et son goût de la provocation. Chez Blancpain, le respect de sa propre tradition horlogère n'est pas vécu comme un frein à l'innovation. Au contraire, le passé de la Manufacture du Brassus est une source intarissable d'idées. S'en inspirer pour en repousser les limites représente un défi permanent au sein de la société. Audace et provocation Grâce à la maîtrise des principales étapes de fabrication d'une montre, Blancpain a la liberté de prendre des chemins de traverse et ne s'en prive pas. Ce goût de l'audace et de la provocation s'exprime dans les dernières créations de la marque. Élégance et beauté La création de produits originaux s'accompagne de la recherche de la ligne parfaite. La montre Blancpain n'est pas uniquement le fruit de prouesses techniques. Elle est

pensée dès le début comme un objet de grâce, un pur moment d'émotion. Qualité haut-de-gamme La Manufacture Blancpain se fixe une politique « Qualité » contraignante afin de proposer la meilleure montre possible, entièrement conçue et assemblée en Suisse. Cette recherche permanente d'un travail et d'un service de qualité imprègne l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs de l'entreprise, dans les ateliers de la Vallée de Joux comme dans les Boutiques Blancpain aux quatre coins du monde.

GESCHICHTE

Seit 1735 trägt Blancpain zur Weiterentwicklung der mechanischen Uhrmacherei bei und pflegt dabei das traditionelle Savoir-faire seines Gründers. Die Anfänge von Blancpain Zu Beginn des 18. Jahrhunderts erkennt, Jehan-Jacques Blancpain das Potential eines völlig neuen Wirtschaftszweiges: der Uhrmacherei. 1735 gründet er die Marke Blancpain und richtet in seinem Haus in Villeret im Berner Jura seine erste Werkstatt ein. Mit der Eintragung ins offizielle Markenregister der Gemeinde Villeret schafft der Pionier ein Unternehmen, das später als älteste Uhrenmarke der Weltbekannt sein sollte. Schon in den ersten Jahren haben die Uhren von Blancpain großen Erfolg und die Erben von Jehan-Jacques Blancpain hegen dessen Savoir-faire. 1815 ist es Frédéric-Louis Blancpain, der Urenkel von Jehan-Jacques an der Spitze des Familienunternehmens, der die Produktionsmethoden modernisiert und die auf traditionelles Kunsthandwerk ausgerichtete Werkstatt in einen Industriebetrieb mit Serienfertigung weiterentwickelt. Indem Frédéric-Louis die Steigeradvorrichtung durch eine Zylinderhemmung ersetzt, führt er in der Welt der Uhrmachereieine wichtige Neuerung ein. Mit seinem bemerkenswerten Savoir-faire wird Blancpain Mitte des 19. Jahrhunderts zum bedeutendsten Unternehmen in Villeret. Vom Handwerk zur Industrie Zu Beginn der Industrialisierung, in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts sinken die Preise der Uhrmacherei-Produkte und zahlreiche Manufakturen sehen sich gezwungen zu schließen. 1865 errichtet Blancpain am Ufer des Flusses Suze eine zweistöckige Fabrik, um der amerikanischen Konkurrenz die Stirn zu bieten und profitiert von der Wasserkraft, die die für die Produktion nötige Elektrizität liefert. Dank der Modernisierung und dem Fokus auf hochwertige Produkte, gelingt es Blancpain als einem der wenigen Uhrenunternehmen in Villeret die Krise zu überdauern. 1926 schließt sich die Manufaktur mit dem Uhrmacher John Harwood zusammen und bringt die erste Automatik-Armbanduhr auf den Markt. Vier Jahre später übernimmt Blancpain dieses System für Kleinuhren und bringt die rechteckige „Rolls“ von Léon Hatot heraus, die weltweit erste Automatikuhr für Damen. Die Manufaktur aus Villeret wird zu „Rayville“ Das Jahr 1932 markiert das Ende der seit mehr als zwei Jahrhunderten währenden Familienführung des Unternehmens. Als Frédéric-Emile Blancpain stirbt, entscheidet seine einzige Tochter, Berthe-Nellie, sich nicht der Uhrmacherei zu widmen. Im folgenden Jahr, kaufen die beiden engsten Mitarbeiter von Frédéric-Emile, Betty Fiechter und André Léal, die Manufaktur. Da nun kein Familienmitglied mehr der Geschäftsführung angehört, müssen die beiden Teilhaber gemäß eines damals gültigen Gesetzes die Firmenbezeichnung ändern. Von nun an trägt das Unternehmen den Namen «Rayville S.A., succ. de Blancpain», wobei «Rayville» ein Anagramm von Villeret darstellt. Dieser Namensänderung zum Trotz werden die Identität der Manufaktur und die typischen Merkmale der Marke gewahrt. Betty Fiechter bleibt bis 1950 Geschäftsführerin von Blancpain, als ihr Neffe, Jean-Jacques Fiechter, zu ihr stößt. Gemeinsam verleihen sie dem Unternehmen neuen Elan. Zu den großen Erfolgen der Manufaktur zählt die Fifty Fathoms, die 1953 auf den Markt gebracht wurde und eine Auftragsarbeit für die Kampfschwimmer der französischen Armee war, welche für ihre Unterwasser-Expeditionen eine zuverlässige Uhr benötigen. Hauptmann Robert „Bob“ Maloubier und Leutnant Claude Riffaud, beide Mitbegründer der Einheit, übertragen das Projekt dem zum Geschäftsführer aufgestiegenen Jean-Jacques Fiechter, der die Herausforderung annimmt. Später ist es unter anderem Jacques-Yves Cousteau, der die Fifty Fathoms trägt, die sich im Bereich der Tauchuhren als wegweisend erweisen sollte. Drei Jahre später kann Rayville-Blancpain diesen Erfolg dank der Ladybird wiederholen - einem Modell, das mit dem zur damaligen Zeit kleinsten runden Automatikuhrwerk ausgestattet ist. Verkauf durch die Société Suisse pour l'Industrie Horlogère Ende der 1950er Jahre stellt Rayville-Blancpain mehr als 100 000 Uhren pro Jahr her. Um der steigenden Nachfrage weiterhin gerecht werden zu können, tritt das Unternehmen der Société Suisse pour l'Industrie Horlogère (SSIH) bei, der bereits die Marken Omega, Tissot oder Lemania angehören. 1971 erreicht die Produktion eine Stückzahl von 220 000. Im Laufe der 1970er Jahre steht die Uhrenindustrie vor großen Problemen: Die Quarz-Uhren revolutionieren die Uhrenindustrie Der Dollar fällt gegenüber dem Schweizer Franken, was zu einer Reduzierung der Ausfuhr nach

Übersee führt. Die erste Ölkrise 1973 löst eine weltweite Rezession aus. Die SSIH sieht sich gezwungen, ihre Produktion um die Hälfte zu kürzen und einen Teil ihres Besitzes abzustoßen. Am 9. Januar 1983 verkauft sie den Namen Rayville-Blancpain an Jacques Piguet, den Sohn von Frédéric Piguet und Direktor des gleichnamigen Unternehmens sowie an Jean-Claude Biver, einem damaligen Mitarbeiter der SSIH. Die Gesellschaft verlegt ihre Produktion nach Le Brassus ins Vallée du Joux und heißt fortan Blancpain SA. Das Wiedererstarken von Blancpain Für Blancpain beginnt ein neues Kapitel. Versteckten sich die zahlreichen Uhrwerke der Manufaktur bisher in den Uhren anderer Marken und drängen so den Namen Blancpain in den Hintergrund, beschließt das Unternehmen sein Savoir-faire von nun an ausschließlich sich selbst vorzubehalten. Während einige Experten den traditionellen Uhren mit Einführung der Quarz-Uhren ihr Ende prophezeien, setzt Blancpain auf die Herstellung großer Uhrenkomplika­tionen für die Armbanduhr. Die Manufaktur Blancpain sollte von nun an also Uhren voll und ganz im traditionellen Stil fertigen, die in ihrem Geist denjenigen entsprechen, die Jehan-Jacques Blancpain und seine Erben mehr als 200 Jahre zuvor in rund 100 Kilometern Entfernung hergestellt hatten. Gleichzeitig trägt Blancpain mit voller Kraft zum Wiedererstarken der mechanischen Uhrmacherei bei, indem es eine Renaissance der traditionellen Komplika­tionen bewirkt, die Geschichte der Gesellenbruderschaft bekannt macht und die wichtige Rolle der Hauptbestandteile, die den höchsten Grad an uhrmacherischer Fertigkeit verkörpern, betont. Mit dieser Zuwendung zur Vergangenheit, um die Anfänge der Uhrmacherei in den entlegenen Bauernhöfen des Jura wieder aufleben zu lassen, schaffte Blancpain die Grundlage dafür, dass diese Kultur und Kunst der traditionellen Uhrmacherei fortbestehen und sich weiterentwickeln konnten. Das schönste Beispiel dieses traditions­gemäßen Savoir-faire stellt zweifellos die 1735 dar. Diese Uhr, die zum Zeitpunkt ihrer Vorstellung die komplizierteste der Welt war, vereint die größten Uhrenkomplika­tionen: Minutenrepetition, Tourbillon, ewiger Kalender, Mondphasen und Chronograph mit Schlep­pzeiger. Ein Uhrmachermeister benötigt ein ganzes Jahr, um dieses Kaliber zusammenzusetzen. Die aktuelle Geschäftsführung von Blancpain 2002 wird Marc A. Hayek Präsident und CEO von Blancpain und verleiht der Manufaktur neuen Elan, die, ohne ihr wertvolles Erbe aus den Augen zu verlieren, neue Exzellenz anstrebt. Bedeutende Investitionen werden gewährt und die Abteilung Forschung und Entwicklung erhält Unterstützung, um einen neuen Weg zu beschreiten. Die Zahl der Weltpremier­en und Patente wird mit einer beeindruckenden Parade neuer Uhrwerke vervielfacht. So wartet Blancpain 2008 etwa mit dem Karussell auf, einer seit mehr als einem Jahrhundert in Vergessenheit geratenen Komplika­tion, und integriert sie zum ersten Mal in der Geschichte in einer Armbanduhr. Diese Kreation ist Ausdruck der Werte unseres Hauses: die Wertschätzung uhrmacherischer Tradition durch Innovation. Aus der abwechslungsreichen Geschichte Blancpains schöpfend, stellt die Geschäftsleitung die Kollektionen neu auf, um die wesentlichen Werte und die Identität der Marke hervorzuheben. Die Fifty Fathoms wird wieder aufgenommen und die Kollektion Villeret neu interpretiert, während die avantgardistische Kollektion L-evolution entsteht. Das Bild der Marke wird klarer definiert, um an Kohärenz zu gewinnen. Der komplette Vertrieb wird überprüft und in den wichtigsten Metropolen werden zahlreiche Blancpain-Geschäfte in den besten Stadtteilen eröffnet. Dank dieser konstanten Innovationen im Bereich der Luxus-Uhrmacherei erfährt Blancpain ein starkes Wachstum. 2010 vertikalisiert die Manufaktur aus Le Brassus ihre Produktion durch die Integrierung der Gesellschaft Frédéric Piguet, die bereits Uhrwerke und Komponenten für Blancpain produziert, und verfügt nun über eine neue Produktionsanlage im Vallée du Joux.

PHILOSOPHIE

Durch Innovation geprägte Tradition Seit 1735 steht der Name Blancpain für die Kreation prestigeträchtiger mechanischer Uhren. Als Garant traditioneller Uhrmacherkunst strebt Blancpain gleichzeitig danach, durch Pioniergeist und Sinn für Provokation zu überraschen. Bei Blancpain stellt die Einhaltung der eigenen Traditionen der Uhrmacherkunst keinesfalls ein Hindernis für die Innovation dar. Ganz im Gegenteil: Die Geschichte der Manufaktur in Le Brassus ist eine

unerschöpfbare Ideenquelle. Die Inspiration aus dieser Quelle und die Erweiterung der Grenzen sind für das Unternehmen eine allgegenwärtige Herausforderung. Kühnheit und Provokation Die Beherrschung der wichtigsten Phasen der Fertigung von Uhren bietet Blancpain die Freiheit, gewagte Wege einzuschlagen, von denen sich die Manufaktur nicht abbringen lässt. Dieser Sinn für Kühnheit und Provokation kommt in den letzten Kreationen der Marke zum Ausdruck. Eleganz und Schönheit Die Kreation origineller Produkte geht einher mit dem Streben nach der perfekten Linie. Ein Zeitmesser der Marke Blancpain ist nicht nur das Ergebnis technischer Glanzleistungen. Von Anfang wird er als Objekt voller Anmut, als Moment purer Emotion betrachtet. Qualität der Spitzenklasse Die Manufaktur Blancpain hat eine äußerst anspruchsvolle Qualitätspolitik eingerichtet, nach der erstklassige Zeitmesser entstehen, die von A bis Z in der Schweiz konzipiert und gefertigt werden. Dieses ständige Streben nach höchster Qualität prägt die Gesamtheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens in den Ateliers der Vallée de Joux sowie in den Boutiquen Blancpain auf der ganzen Welt.

HISTORIA

Desde 1735 Blancpain participa en la evolución de la relojería mecánica sin dejar de perpetuar el tradicional saber hacer de su fundador. Los inicios de Blancpain A principios del siglo XVIII, Jehan-Jacques Blancpain se dio cuenta del gran potencial que ofrecía un sector totalmente novedoso como era la relojería. En 1735, fundó la marca Blancpain e instaló su primer taller en su casa de Villeret, en el Jura bernés. Al inscribirse en el registro oficial de la propiedad del municipio de Villeret, este pionero sentó las bases de lo que se convertiría en la marca de relojes más antigua del mundo. Desde los primeros años, los relojes Blancpain gozaron de gran éxito y los herederos de Jehan-Jacques Blancpain supieron perpetuar sus conocimientos y su experiencia. En 1815, Frédéric-Louis Blancpain, el bisnieto de Jehan-Jacques, que en esa época dirigía la empresa familiar, modernizó los métodos de producción y transformó el taller artesanal tradicional en una fábrica de producción en serie. Frédéric-Louis introdujo una innovación sin precedentes en el mundo de la relojería al substituir el dispositivo de rueda de encuentro por uno con escape de cilindro. Gracias a su oficio, Blancpain se convirtió, a mediados del siglo XIX, en la empresa más importante de Villeret.

Del artesano al industrial En la segunda mitad del siglo XIX, con los inicios de la industrialización, los precios de los productos relojeros bajaron y muchas manufacturas tuvieron que cerrar. Para hacer frente a la competencia americana, Blancpain construyó en 1865 una fábrica de dos plantas en la ribera del río Suze para aprovechar la energía hidráulica y conseguir la electricidad necesaria para sus actividades productivas. Gracias a la modernización de sus métodos y a la apuesta que hizo por los productos de alta gama, Blancpain fue una de las escasas empresas relojeras de Villeret que consiguiera sobrevivir. En 1926, la manufactura se asoció con el relojero John Harwood y comercializó el primer reloj de pulsera automático. Al cabo de cuatro años, Blancpain adaptó este sistema a los relojes pequeños y lanzó el "Rolls" rectangular de Léon Hatot que se convirtió en el primer reloj de mujer automático del mundo. La manufactura Villeret se convierte en "Rayville" El año 1932 marcó el fin de una gestión familiar de la empresa de más de 2 siglos. Al fallecer Frédéric-Emile Blancpain, su única hija -Berthe-Nellie- no quiso dedicarse al mundo de la relojería. Al año siguiente, los dos colaboradores más cercanos de Frédéric-Emile, Betty Fiechter y André Léal, adquirieron la empresa. Como ya no había ningún miembro de la familia Blancpain en la dirección, los dos socios se vieron obligados por las leyes de la época a cambiar la razón social. A partir de entonces, la empresa pasó a llamarse "Rayville S.A., succ. de Blancpain", siendo el vocablo "Rayville" el anagrama fonético de Villeret. A pesar de este cambio de nombre, la identidad de la manufactura se perpetuó y las características de la marca se conservaron. Betty Fiechter siguió siendo la directora de Blancpain hasta 1950, año en que su sobrino, Jean-Jacques Fiechter, se unió a la empresa y juntos le dieron un nuevo impulso. Entre los grandes éxitos de la empresa figura el Fifty Fathoms, lanzado en 1953 y que se fabricaba a la medida de los submarinistas del ejército francés, ya que necesitaban un reloj fiable para sus expediciones submarinas. El capitán Robert "Bob" Maloubier y el alférez Claude Riffaud, cofundadores de la unidad, presentaron el proyecto a Jean-Jacques Fiechter, entonces consejero delegado de Blancpain, quien aceptó el reto. El Fifty Fathoms, también utilizado por Jacques-Yves Cousteau, se convirtió en el reloj de referencia de los submarinistas. Tres años después, Rayville-Blancpain renovó este éxito gracias al Ladybird, un modelo equipado con el movimiento automático redondo más pequeño de la época. Compra por parte de Société suisse pour l'industrie horlogère A finales de los años 1950, Rayville-Blancpain producía más de 100.000 relojes al año. Para poder satisfacer una demanda creciente, la empresa se integró en Société suisse pour l'industrie horlogère (SSIH), al lado de marcas como Omega, Tissot y Lemania. En 1971, la producción superó las 220.000 unidades. Durante los años 1970, la industria relojera se enfrentó a una serie de problemas, debido a la revolución que significó la introducción de los relojes de cuarzo en el sector. El dólar cayó frente al franco suizo e hizo bajar las exportaciones de ultramar. La primera crisis del petróleo, en 1973, provocó una recesión mundial. SSIH se vio obligada a reducir su producción a la mitad y a ceder una parte de su patrimonio. El 9 de enero de 1983, vendió el nombre Rayville-Blancpain a Jacques Piguet, hijo de Frédéric Piguet y director de la

empresa epónima, y Jean-Claude Biver, que entonces trabajaba en SSIH. La empresa se instaló en Brassus, en el valle del Joux, y pasó a llamarse Blancpain SA. La renovación de Blancpain se abrió así un nuevo capítulo para Blancpain. Hasta el momento, muchos movimientos de la Manufactura se escondían en relojes de otras marcas, relegando el nombre de Blancpain a un segundo plano. A partir de su instalación en Brassus, la empresa decidió conservar la exclusividad de su saber hacer. Mientras algunos especialistas auguraban el final de los relojes tradicionales con la llegada del cuarzo, Blancpain centró sus esfuerzos en fabricar grandes complicaciones en relojes de pulsera. La manufactura Blancpain empezó a fabricar relojes con el más puro estilo tradicional, análogos por su espíritu a los que Jehan-Jacques Blancpain y sus herederos habían realizado más de dos siglos atrás, a sólo un centenar de kilómetros de distancia. Paralelamente, Blancpain contribuyó con todas sus fuerzas a la renovación de la relojería mecánica recuperando las complicaciones tradicionales y dando a conocer la historia del gremio relojero y las obras maestras que encarnan el culmen de la relojería. Mirando al pasado para revivir los comienzos del arte relojero tal como se realizaba en las remotas granjas del Jura, Blancpain ha dado a la cultura y al arte de la relojería tradicional la oportunidad de sobrevivir y progresar. El mejor ejemplo de este conocimiento basado en el respeto de la tradición se encuentra representado sin duda por el reloj 1735. Esta creación, en su momento la más complicada del mundo, reúne las mayores complicaciones relojeras: repetición de los minutos, tourbillon, calendario perpetuo, fases lunares y cronógrafo con dispositivo ratrapante. Un maestro relojero necesita un año entero para montar este calibre. Dirección actual de Blancpain En 2002, Marc A. Hayek pasa a ser presidente y consejero delegado de Blancpain, y consigo trae un aire nuevo a la Manufactura, que se embarca en una cruzada por la excelencia sin perder jamás de vista su valioso legado. Se autorizan fuertes inversiones, se refuerza el departamento de I+D y se le anima a adentrarse en territorios inexplorados. La cantidad de primicias mundiales y de patentes se multiplica con un impresionante desfile de movimientos nuevos. Entre otras complicaciones, Blancpain recupera en 2008 el Carrusel, una complicación olvidada durante más de un siglo, y lo integra por primera vez en la historia en un reloj de pulsera. Esta creación se enmarca en los valores de nuestra casa: dar valor a la tradición relojera a través de la innovación. Inspirándose en la rica historia de Blancpain, la nueva dirección reorienta las colecciones para expresar los valores que conforman el ADN de la marca. Se recupera la colección Fifty Fathoms y se crea una sutil reinterpretación de la Villeret, a la vez que se presenta la vanguardista colección L-evolution. La imagen de la marca se hace más clara y gana en coherencia. Se revisa por completo la distribución y aparecen numerosas tiendas Blancpain en las calles más prestigiosas de las grandes capitales del mundo. Gracias a sus constantes innovaciones en el ámbito de la relojería de gama alta, Blancpain experimenta una gran expansión. En 2010, la Manufactura de Brassus verticaliza su producción con la integración de la sociedad Frédéric Piguet (que en los últimos años ya elaboraba movimientos y componentes para Blancpain), gracias a lo cual disponemos de una nueva planta de producción en el valle del Joux.

FILOSOFÍA

La tradición de la innovación Desde 1735 Blancpain crea relojes mecánicos de referencia. Al mismo tiempo que actúa como adalid de la tradición relojera, Blancpain busca sorprender a través del espíritu innovador y el gusto por la provocación. Para Blancpain, el respeto de la propia tradición relojera no supone un freno a la hora de innovar, sino al contrario: el pasado de la Manufactura de Le Brassus es una fuente inagotable de ideas. Para la Casa, inspirarse en su pasado para ir más allá de los límites existentes representa un desafío permanente. Audacia y provocación Al dominar las principales etapas de la fabricación de un reloj, Blancpain dispone de la libertad de explorar nuevos caminos, y sin duda no se priva de ello. Este gusto por la audacia y la provocación se expresa en las más recientes creaciones de la marca. Elegancia y belleza La creación de productos originales va acompañada por la búsqueda de la línea perfecta. El reloj Blancpain no es únicamente el fruto de proezas técnicas. Se ha pensado desde el principio como un objeto inspirado por la gracia, como un

auténtico momento de emoción. Calidad de gama alta La Manufactura Blancpain se impone una política de calidad muy exigente para realizar los mejores relojes posibles, diseñados y ensamblados enteramente en Suiza. Esta búsqueda permanente de un trabajo y un servicio de calidad es el común denominador de todas las personas que trabajan en los talleres del Valle de Joux y en las Boutiques Blancpain repartidas por todos los rincones del mundo.

自1735年迄今，宝珀在推动机械制表业发展的同时，亦秉承创立者留传的传统工艺，使其历久弥新。宝珀起源18世纪初，Jehan-Jacques Blancpain发觉一个亟具发展潜力的新兴行业：制表业。1735年，他创立宝珀品牌，于现在伯尔尼州侏罗山脉Villeret地区的住屋楼上建立首间工坊。这位制表先锋在Villeret地区官方产权名册上登记，世界上历史最悠久的制表品牌于焉诞生。自创立伊始，宝珀腕表即广受青睐。Jehan-Jacques Blancpain的继承人致力维护创立者的工艺技术，使其代代相传。1815年，Jehan-Jacques先生的曾孙Frédéric-Louis Blancpain执掌家族企业，促使生产方式现代化，令传统手工工坊变为可量产的制表厂。Frédéric-Louis以滚筒式擒纵装置取代摆轮装置，为制表业带来重大革新。得益于深厚的工艺技术，在19世纪中叶，宝珀品牌已然是Villeret地区首屈一指的龙头企业。从手工业至工业在19世纪后半叶，由于工业化浪潮开始席卷欧洲，制表产品的价格一落千丈，许多制表厂颓然倒闭。为应对美国产品的竞争，宝珀于1865年在苏士河（Suze）畔建造一座两层楼高的厂房，并利用水力发电为生产活动提供必需用电。宝珀更新生产方式，并瞄准高级制表市场，成为Villeret地区少数突破困境的制表企业之一。1926年，宝珀制表厂与制表师John Harwood合作，推出首款自动上链腕表。四年后，宝珀将此装置应用于小尺寸腕表，以Léon Hatot之名推出矩形Rolls腕表，创世上首款自动上链女装腕表之先河。当Villeret制表厂成为“Rayville”宝珀长达两世纪的家族企业管理于1932年画下句点。Frédéric-Emile Blancpain辞世后，由于其独生女Berthe-Nellie无意投身于制表领域，因此与Frédéric-Emile关系最笃的两位合作伙伴Betty Fiechter和André Léal于次年收购宝珀制表厂。鉴于宝珀家族成员不再掌管企业，根据当时的法律，这两位合伙人必须为公司重新命名。为此，他们以Villeret的语音异序词“Rayville”将宝珀制表厂改名为“Rayville S.A., succ. de Blancpain”。尽管公司名变更，制表厂的形象和品牌特质仍得以保留。至上世纪50年代，Betty Fiechter一直担任宝珀总裁一职。之后，她与侄子Jean-Jacques Fiechter一同经营，为企业带来全新发展势头。宝珀最辉煌的成就之一首推1953年推出的五十噶腕表。此款腕表是应法国海军Nageurs de Combat精英潜水部队的要求而制，他们需要一枚在深海执行任务时可佩戴的可靠腕表，Robert « Bob » Maloubier上尉与潜水部队共同创始人Claude Riffaud中尉于是将此项目委托给勇于接受挑战的宝珀总裁Jean-Jacques Fiechter。五十噶腕表为库斯托（Jacques-Yves Cousteau）军官等知名人士所佩戴，成为潜水腕表的标杆之作。三年后，宝珀推出搭载当时全球最小圆形自动上链机芯的Ladybird表款，再创辉煌。由瑞士钟表工业公司收购在20世纪50年代末，Rayville-Blancpain制表厂每年生产逾100,000枚腕表。为了应付与日俱增的需求，制表厂加入瑞士钟表工业股份有限公司（Société suisse pour l'industrie horlogère, SSIH），与欧米茄、天梭、Lemania等品牌并驾齐驱。1971年，制表厂的年生产量超过220,000枚腕表。在20世纪70年代，制表工业面临严峻挑战：石英腕表为制表工艺带来巨大变革。除此之外，由于美元兑瑞士法郎大跌，导致瑞士对美国出口量减少。而1973年的第一次石油危机使全世界陷入经济衰退。SSIH不得不减少一半的生产量，并转让部分资产。1983年1月9日，SSIH将Rayville-Blancpain品牌名出售给Frédéric Piguet之子与同名公司总裁Jacques Piguet，以及SSIH的员工Jean-Claude Biver。两位合伙人在侏罗山谷的Le Brassus成立生产厂房，公司自此命名为宝珀有限公司（Blancpain SA）。宝珀的复兴宝珀品牌再启新章。当时，由于宝珀制表厂的许多机芯用于搭载其他品牌的腕表，使宝珀沦为次等品牌。有鉴于此，宝珀决定维护其工艺的独有性。由于石英机芯问世，一些专家预测传统腕表或将日暮途穷，然而，宝珀却致力于生产顶级复杂功能腕表。宝珀制表厂自此以最纯粹的传统方式制造腕表，遵循两世纪前由Jehan-Jacques Blancpain与其继承人在百里之外生产的腕表之理念。于此同时，宝珀不遗余力地振兴机械制表，重新主张传统复杂功能，使世人再度认识手工业行会的历史，体现最高制表成就的重要表款的核心价值。通过回溯过去，重拾制表业当初在侏罗山谷的偏僻农场中发展时的理念。宝珀令传统制表文化与艺术得以绵延不绝、精进不止。由此遵循传统的工艺催生而出的代表性作品无疑是1735腕表。这款计时推出时俨然是全球最复杂的计时，汇集最顶级的复杂功能：三问报时、陀飞轮、万年历、月相与追针计时码表。制表师需要1年的时间方能完成机芯组装。宝珀目前经营方向2002年，马克·海耶克（Marc A. Hayek）成为宝珀总裁与首席执行官，为品牌带来全新动力，宝珀制表厂自始至终秉承其珍贵的深厚传统，精益

求精，力臻完美。宝珀进行多项重大投资，并强化研究与开发部门的创新能力，鼓励其另辟蹊径，再创新猷。随着多款令人叹为观止的新机芯的问世，宝珀享有越来越多的专利与世界首创的头衔。举例而言，宝珀于2008年重新改良逾一世纪以来几乎被遗忘的卡罗素复杂功能，并将其安装在腕表之上，实属全球首创。此款创作与品牌的价值理念相契合：通过创新发扬制表传统。新管理团队自宝珀的丰富历史中汲取灵感，再度着重于腕表系列，以展现品牌的价值基因。宝珀重新改良五十噶腕表，巧妙演绎Villeret系列，并推出设计新颖的前卫系列L-evolution。宝珀明确品牌形象，使发展方向更趋均衡。宝珀全新布局销售网络，并在国际化大都市的最高档地区设立多家专卖店。凭借在高级制表领域不断创新，宝珀获得迅猛发展。2010年，宝珀与为其制造机芯与零件的Frédéric Piguet公司合并，实现垂直化生产，并在侏罗山谷设立新的生产点。

品牌哲学

追求创新的传统自1735年创立以来，宝珀不断追求卓越完美，致力于制作堪称典范的机械腕表。宝珀在大力弘扬制表传统的同时，凭借其大胆创新精神和出奇制胜的理念，令人耳目一新，惊艳不已。宝珀秉持品牌特有的制表传统，然而，却未成为品牌追求创新的障碍。与此相反，宝珀的悠久历史为其带来源源不断的创意灵感。而从历史中汲取丰富灵感，追求突破技术极限，则是宝珀永久不变的挑战目标。大胆创新与出奇制胜由于宝珀掌握主要制表流程，因此可独辟蹊径，并突破重重障碍。而宝珀最新作品则完美体现大胆创新的精神与出奇制胜的理念。优雅高贵与精美绝伦设计与与众不同的作品时，应设计可与其搭配的完美造型。宝珀腕表不仅是卓越技术的结晶，也是美学奇葩。从设计伊始，腕表便注定成为展现优雅风采的物品，带来令人感动的珍贵时刻。卓越品质宝珀制表厂力臻完美，制订严格的“卓越品质”方针，旨在制作出无与伦比的腕表。腕表由始至终均在瑞士设计并组装。品牌坚持不懈地打造高品质作品和服务，并深深影响企业全体同仁。无论是在罗山谷工作坊，或是在世界各地的宝珀专卖店，每位同仁秉持品牌理念，力臻完美。