

Niklaus Konrad strasse 25-27  
CH 4500 Solothurn

Phone : +41 32 624 11 21

[reema@favre-leuba.com](mailto:reema@favre-leuba.com)

[www.favre-leuba.com](http://www.favre-leuba.com)



**FAVRE-LEUBA**  
*CONQUERING FRONTIERS*

---

## **A LEGEND RETURNS**

Favre-Leuba has always embodied values such as defiance, endurance, authenticity and ingenuity and this has allowed the brand to constantly conquer frontiers and break new ground. The second oldest Swiss watch brand, with its rich heritage and legendary watches, celebrates 280 years of ingenuity in watch engineering in 2017. At this historic juncture, it showcases the new collection, which itself is the best proof of the uncompromising mental attitude of the brand. Abraham Favre, who built the foundation for the brand, had a small workshop in Le Locle, that was first officially mentioned in 1737. From a small and determined start, he and his family developed Favre-Leuba into a renowned watch manufacture. This spirited brand not only is one of the oldest Swiss watch brands but has also defined the watch industry, as it is known today. It set new standards for and in this industry with numerous innovative and technically outstanding developments and the brands timepieces were known for their high functionality, accuracy and reliability, under all climatic conditions. Among the many achievements, it successfully expanded into distant markets such as Brazil, Chile, India, and the United States from the very early on, thereby making it a global brand in the early 1900s.

### **A match of Ingenuity and Valor**

Led by eight generations of the Favre family without interruption up until the 1980s, Favre-Leuba was acquired by the Tata Group on November 16th, 2011. After an intensive research into the brand and its legendary timepieces, the global conglomerate is pursuing a long-term strategy. To stay true to the brands legendary past, a team of experts from design, engineering, sales and marketing of timepieces, based in Switzerland, are leading the brands re-presentation. This, along with the global power of the Tata Group, forms the perfect basis for success of the brand across the world market. The brand will continue to harness from its strengths in technical and aesthetic developments, its rigorously developed marketing strategy and its carefully cultivated values, thus emulating the position it has demonstrated in the watch industry for centuries. These virtues are reflected in the new collection as well as in the contemporary marketing plans developed by the team. Leading the brand into its new and contemporary journey is the Chief Executive Officer, Mr. Thomas Morf. He sets for himself a professional challenge, "...to bring back the legendary brand Favre-Leuba where it belongs, as the brightest star amongst the Swiss watch brands.

## LA LÉGENDE EST DE RETOUR

Depuis toujours, Favre-Leuba incarne les valeurs comme le courage, la persévérance, l'authenticité et l'ingéniosité, valeurs qui ont permis à la marque de conquérir sans cesse de nouvelles frontières et d'ouvrir de nouveaux horizons. Riche de son patrimoine hors du commun et de ses montres légendaires, la deuxième plus ancienne marque suisse célèbre cette année 280 ans d'inventivité dans l'industrie horlogère. En cette période historique, l'entreprise présente sa nouvelle collection qui atteste une fois de plus de la force inébranlable de la marque. Abraham Favre, fondateur de la marque, possédait un petit atelier à Le Locle qui a été mentionné officiellement pour la première fois en 1737. Avec le soutien de sa famille, M. Favre a su faire de son petit atelier une manufacture horlogère renommée. Cette marque pleine d'esprit n'est pas seulement l'une des plus anciennes marques suisses, elle a aussi posé les premiers jalons de l'industrie horlogère telle qu'on la connaît aujourd'hui. Elle a établi de nouvelles normes pour et dans cette industrie grâce à de nombreuses avancées remarquables tant du point de vue de la création que du point de vue de la technique. Et ses garde-temps sont reconnus pour leur excellente fonctionnalité, leur précision et leur fiabilité, et ce, par tous les temps. Parmi ses innombrables succès, il y a la conquête des marchés lointains tels que le Brésil, le Chili, l'Inde et les États-Unis, ce qui a fait de Favre-Leuba une marque internationale déjà au début des années 1900.

### Alliance entre ingéniosité et valeurs

Dirigée par huit générations successives de la famille Favre jusqu'aux années 1980, Favre-Leuba a été rachetée par le groupe Tata le 16 novembre 2011. Après avoir considéré la marque et ses garde-temps légendaires, le groupe international poursuit une stratégie à long terme. Afin de rester fidèle au passé glorieux de l'entreprise, une équipe de spécialistes en design, en ingénierie, en vente et en marketing des montres - basée en Suisse - s'occupe de la présentation et de l'image de la marque. Tout cela, associé à la puissance internationale du groupe Tata, constitue le fondement idéal pour le succès de la marque sur le marché mondial. À l'avenir, Favre-Leuba continuera à tirer profit de ses compétences techniques et créatives, de sa stratégie marketing rigoureuse et de ses valeurs cultivées avec soin, consolidant ainsi la position qu'elle a occupée durant des siècles dans l'univers horloger. Cette philosophie et ces atouts se reflètent parfaitement à la fois dans la nouvelle collection de la marque et dans le plan marketing développé par son équipe. M. Thomas Morf est la personne qui accompagne la marque dans ce nouveau voyage. En tant que CEO, il s'est lancé un défi professionnel, celui « ... de redonner à l'entreprise légendaire Favre-Leuba la place qu'elle mérite, celle de la marque la plus célèbre parmi les marques horlogères suisses. »

## **DIE RÜCKKEHR EINER LEGENDE**

Favre-Leuba verkörpert seit jeher Werte wie Standhaftigkeit, Durchhaltevermögen, Authentizität und Einfallsreichtum, und diese Werte helfen der Marke, immer wieder Grenzen zu überwinden und neue Wege zu beschreiten. Im Jahr 2017 feiert die zweitälteste Schweizer Uhrenmarke, die über ein reiches Erbe verfügt und legendäre Uhren herstellt, 280 Jahre Einfallsreichtum im Uhrenhandwerk. Zu diesem historischen Anlass stellt das Unternehmen seine neue Kollektion vor, die ihrerseits der beste Beweis für die Beharrlichkeit der Marke ist. Abraham Favre, der den Grundstein für das Unternehmen gelegt hat, hatte eine kleine Werkstatt in Le Locle, die 1737 zum ersten Mal urkundlich erwähnt wurde. Von Anfang an fest entschlossen, baute er Favre-Leuba zusammen mit seiner Familie zu einer berühmten Uhrenmanufaktur aus. Diese traditionsreiche Marke ist nicht nur eine der ältesten Schweizer Uhrenmarken, sondern hat die Uhrenbranche, wie man sie heute kennt, auch entscheidend geprägt. Mit ihren zahlreichen innovativen und technisch herausragenden Entwicklungen hat sie neue Massstäbe in der Branche und für die Branche gesetzt. Die Uhren der Marke waren berühmt für ihre hohe Funktionalität, Genauigkeit und Zuverlässigkeit unter allen klimatischen Bedingungen. Die frühzeitige Expansion Anfang der 1990er Jahre in entfernte Märkte wie Brasilien, Chile, Indien und die USA, die aus dem Unternehmen eine globale Marke machte, ist nur eine der vielen Erfolgsgeschichten des Uhrenherstellers.

### **Einfallsreichtum und Mut**

Favre-Leuba wurde bis in die 1980er Jahre von acht Generationen der Familie Favre in Folge geleitet. Am 16. November 2011 wurde das Unternehmen von der Tata-Gruppe übernommen. Das globale Konglomerat hat sich intensiv mit der Marke und ihren legendären Uhren beschäftigt und verfolgt eine langfristige Strategie. Um der reichen Geschichte des Unternehmens treu zu bleiben, wird die Marke von einem Team aus Uhrenexperten aus den Bereichen Design, Technik, Vertrieb und Marketing in der Schweiz geführt. Zusammen mit der globalen Stärke der Tata-Gruppe ist dies die perfekte Grundlage für den Erfolg der Marke auf dem Weltmarkt. Favre-Leuba wird auch weiter seine Stärke bei der Entwicklung von technischen und ästhetischen Innovationen, seine konsequent entwickelte Marketingstrategie und seine sorgfältig gepflegte Wertekultur nutzen und so die Position festigen, die es bereits seit Jahrhunderten in der Uhrenbranche einnimmt. Die neue Kollektion sowie die aktuellen vom Unternehmen entwickelten Marketingkonzepte spiegeln diese Werte wider. An der Spitze dieses Wegs zu einer neuen und modernen Marke steht der Chief Executive Officer des Unternehmens, Thomas Morf. Er hat es sich selbst zum beruflichen Ziel gesetzt, «... die legendäre Marke Favre-Leuba wieder zu dem zu machen, was sie einmal war: der hellste Stern am Schweizer Uhrenhimmel.»