



## RÉGION

**FRANCHE-COMTÉ** Économie

# Apose, l'horloger qui veut réveiller la Franche-Comté

**Didier Finck et Ludovic Zussa, deux trentenaires mulhousiens, lancent leur marque de montres avec de l'ambition à revendre. Ils revendiquent la fibre tricolore et tablent sur les valeurs de la Franche-Comté en la matière. Ils veulent marquer le temps de leur empreinte. Sacré défi...**

« **N**ous faisons le rêve de réveiller la production horlogère française de la capitale comtoise. » Rien de moins ! Didier Finck et Ludovic Zussa ne manquent assurément ni de culot ni d'ambition. Les deux Mulhousiens, qui se sont connus au sein du Swatch Group, ont décidé de fusionner leur vision de la montre à travers un projet nommé Apose. « Nous cherchions un nom pour construire un monogramme », disent-ils.

Le A initial et le E final permettent ainsi de dégager cette signature stylisée. Le nom autorise aussi quelques rimes pour une marque qui veut se démarquer du reste de la production : « Céder aux dérives et excès des temps modernes : trop d'extravagances, trop de technologies, trop d'opacité sur la provenance des composants, trop de recherches du gain au détriment de la qualité... Apose s'y oppose. » Voilà pour le message et le slogan.

De la transparence, de la pure-



**La montre Apose va prendre vie dans le Doubs.** Photo DR/Eric TOUSSAINT

té et « un style à la française », revendiquent-ils en chœur évoquant « chic, sobriété, élégance ». Côté transparence, les cofondateurs livrent les noms des maisons avec lesquelles ils collaborent, avec une majorité d'entreprises comtoises.

### Tout est français sauf... le cœur

Petit bémol cependant : l'élément essentiel d'une montre, pour ne pas dire son âme, c'est son mouvement. Or, celui qui bat sous le cadran n'affiche pas le bleu, le blanc et le rouge. « Non parce qu'il n'y en avait pas qui répondait à nos exigences et à nos critères de qualité. Nous avons opté pour un nouveau mouvement Soprod, le Newton, car nous avons la certi-

tude que les composants comme l'organe réglant ne proviennent pas d'Asie », nuancent-ils. Un calibre tricolore aurait été possible mais il aurait eu pour conséquence de faire exploser le cahier des charges, sachant que les deux Alsaciens ne voulaient pas dépasser la barre des 1 250 €.

### Rolex, Omega, Cartier et TAG Heuer dans le viseur

En tout cas pour ce modèle inaugural qui porte le numéro 3, comme nom de baptême. Les numéros 2 et 1, en mode compte à rebours, sont déjà planifiés pour pointer le bout de leurs aiguilles en 2022 et 2023. « Résolument haut de gamme, ils se positionneront sur le même segment que les montres TAG Heuer, Cartier, Omega et les premiers modèles Rolex », claironne le duo avant de préciser : « On ne dit pas que l'on va concurrencer ces marques, c'est juste pour donner un ordre d'idée quant à la gamme de prix. » Cela va sans dire mais cela va mieux en le disant...

En attendant, les premières précommandes ont été enregistrées pour des livraisons prévues courant mars 2021. Les deux jeunes entrepreneurs le répètent : « Notre but est de faire la marque la plus française possible ». La marge de progression est à l'image de l'ambition affichée. Très haute...

**Sam BONJEAN**