

Nicolas HAYEK (1928-2010)

Nicolas Hayek est mort comme les grands acteurs, comme Molière, en plein travail, dans l'ombre, son décor quotidien, loin des paillettes qu'il affectionnait. Car si Hayek était d'abord un créateur, c'était aussi un acteur, comme pour mieux répandre le mystère qui échappe aux foules et en assure l'adhésion. C'était le côté bling-bling de Nicolas Hayek, son bras couvert de montres, toutes les marques de son groupe, symbole de réussite, clé de sa dilection pour le beau, celui qu'il exprime dans son mécénat pour le Petit-Trianon.

Créateur, communicateur, il y a chez lui la double dimension du Levantin qui a appris le métier industriel sur les bords de la Limmat. C'est là le secret d'une réussite sans ombre, celle d'un capitaine d'industrie, en un temps où la mode était à enterrer la production manufacturière. A ce titre, il n'est pas le sauveur de l'horlogerie suisse; il en est le docteur Faust qui en assure la résurrection. Car, en 1970, l'industrie horlogère suisse, comme celle de tout l'Arc jurassien, est en ruines. Le quartz japonais lui a fait perdre deux-tiers de ses effectifs et il n'y a pas d'avenir pour la montre mécanique, même griffée, comme Longines, vendue à des Koweïtiens... pour le franc symbolique.

Le génie de Nicolas Hayek tient aux deux principes de sa stratégie : une production industrielle ne peut survivre que grâce à un produit de masse qui finance les investissements. Ce sera l'immense succès de la Swatch, véritable révolution dans l'univers cotonneux, mais condamné des fabricants. Hayek fabriquera 400 millions de Swatch, montre en plastic, jetable, vendue 50 Sfrs. Mais la Swatch dégage la ressource pour financer la relance de la montre haut de gamme, signée d'une marque de prestige et garantie par le label « Swiss made ». Cette stratégie, Hayek l'a tirée d'une étude de marché qui, en plein marasme horloger, démontre la pérennité d'un segment porteur pour les montres haut de gamme.

Il reste à assurer le développement de l'investissement, de la production, de l'emploi et du revenu donné à 24 000 salariés. Swatch rassemble 19 marques, 160 unités de production, avec 40% des exportations horlogères suisses, fournit les composants aux entreprises de la branche, avec la menace récente de Nicolas Hayek d'en interrompre les livraisons.

Mais l'homme n'est pas qu'horloger; il est un périscope en mouvement, s'intéresse à la SMART, construite en partenariat avec Daimler. Il s'en retirera et pensera à d'autres fabrications, car sa hantise, c'était le sommeil, s'endormir, et c'est l'ultime mise en garde lancée aux chefs d'entreprise de son pays : perdre l'habitude de se battre. Hayek, le capitaine d'industrie, le réveilleur, c'est très exactement le profil qui a manqué à l'horlogerie française qui, elle, n'a pas survécu à la crise des années 70. La mort de la manufacture française, scandée par la faillite de LIP, érigée, selon le dogme idéologique, en pauvre épopée, n'a suscité ici aucune réflexion sur le destin horloger des deux versants de l'Arc jurassien. Les seuls dividendes pour la France, de l'aventure réussie de Swatch, ce sont des milliers d'emplois frontaliers et pour ceux qui n'y accèdent pas, un triste cortège, de bric et de broc, à la mode Bourbaki, dans les rues d'une ville qui fut capitale horlogère et qui n'a trouvé qu'une issue : déguiser ses demandeurs d'emploi en figurants d'une pauvre rétrospective sur LIP. Mais les 24 000 emplois industriels de Nicolas Hayek, les 4 milliards d'€ d'exportations annuelles de son groupe ? Là, rien, silence, on tourne !