

Abo **Rencontre avec Valérien Jaquet**

Concepto, le fournisseur secret des géants de l'horlogerie

Spécialiste du composant et du mouvement haut de gamme, le CEO de Concepto Watch Factory surfe sur les grandes complications. Ses clients vont du petit indépendant attiré par sa polyvalence aux grands groupes, friands de ses réalisations innovantes.

David Chokron

Publié aujourd'hui à 06h00



Valérien Jaquet: «Mon premier point de bascule, c'est le lancement de la Big Bang. Jean-Claude Biver, CEO de Hublot, appelle mon père pour avoir des chronos, qu'on est capables de livrer entre 8000 et 10'000 exemplaires par an.»

Matthieu Spohn pour Bilan



Dans les Montagnes neuchâteloises, le secret des affaires est une religion. Les chiffres s'y échangent rarement. Pourtant, le CEO et fondateur de Concepto, Valérien Jaquet, en lâche un. «Concepto avoisine les 60 millions de francs de chiffre d'affaires et nous avons toujours été profitables.» Enfin un ordre de grandeur pour celui qui est devenu en dix ans un acteur référent de la haute horlogerie. Pas en tant que marque, mais en tant que fournisseur.

Parmi eux, Bulgari, Hublot ou encore Porsche Design. «Nous fabriquons entre 20'000 et 30'000 mouvements par an», poursuit le quadragénaire. Derrière le prix moyen, les disparités sont fortes entre les calibres simples et les plus compliqués à plusieurs dizaines de milliers de francs pièce. Des niveaux que ses concurrents n'atteignent pas. Au point de conférer à Concepto un rôle unique dans l'industrie et d'en faire un objet de convoitise. «Je reçois toujours des offres de rachat. Mais vendre, ce n'est pas ma philosophie. Ce serait trahir tous les gens qui m'ont aidé.» Parmi ces propositions, celle d'un LVMH en quête de croissance externe a été refusée.

«Vendre, ce n'est pas ma philosophie. Ce serait trahir tous les gens qui m'ont aidé.»

Valérien Jaquet, CEO et fondateur
de Concepto

Expansion des espaces

Longtemps dans l'ombre de ses clients, Concepto a accédé à la lumière à mesure que son principal client, Bulgari, assumait son rôle indispensable. En effet, son plus célèbre fait d'armes est la création des Octo Finissimo, collection à la finesse record qui a propulsé l'image du joaillier italien. À l'exception des plus simples, Valérien Jaquet les a toutes faites, en particulier celle qui détient le record absolu de 1,70 mm d'épaisseur. Cette spécialité bénéficie d'un atelier dédié dans l'immense espace où opèrent les horlogers. Un étage en dessous, c'est un parc machine immense et en constante augmentation qui occupe le rez-de-chaussée. Il a fallu faire partir un locataire et entamer une nouvelle phase de travaux qui ont doublé la taille de la manufacture en cinq ans.

«Ce qui est impressionnant chez Concepto, c'est que tout est verticalisé, raconte Nicolas Debaud, directeur du Développement Produit chez Jacob & Co. Ça leur permet d'être plus réactifs, et ça les oblige à sortir de leur zone de confort, parce que la prise de risque est importante.» En arrière-plan, la structure du secteur a offert à Concepto une croissance exceptionnelle. Entre 2021 et 2023, les commandes des clients les plus im-

portants avaient mis une pression inédite sur ses capacités de production. Depuis, ce sont des marques plus petites qui ont pris le relais. «Il a permis à beaucoup de gens de créer une marque de montres», dit Wei Koh, fondateur du magazine horloger «Revolution».

Stratégie haut de gamme de Valérien Jaquet

Parmi les derniers en date, on peut citer le belge Res-sence, le genevois Berneron et le chaux-de-fonnier Corum. Plus encore que ce développement du business, c'est sa stratégie qui le protège. [«Il ne souffre pas du contexte](#), parce que les montres de ses clients sont chères, analyse Wei Koh. Les volumes ne cessent de diminuer, mais lui se concentre sur le haut du panier.» À hauteur de 25 nouveaux mouvements par an, pour plus de 60 en production à un instant donné, dont un nombre inégalé de produits à forte sophistication, et coûteux.

Pour croître, Valérien Jaquet a depuis longtemps essaimé au-delà des seuls calibres. Fin 2025, il a créé une joint-venture spécialisée dans les boîtes HHE, «pour faire des boîtes très particulières, adaptées à nos mouvements très particuliers, et faire coïncider les délais». Dès 2019, il s'était associé à la graveuse Fanny Queloz pour former Art & Design Manufacture. Son principal client est Patek Philippe, dont le CEO Laurent Bernasconi est au conseil d'administration depuis 2024. Le point fort de Valérien Jaquet, ce n'est pas tant l'originalité de ses concepts, qu'il les invente ou les exécute. «C'est un homme qui sait industrialiser ses inventions, poursuit Wei Koh. Il a créé un mini-empire pour y arriver.»

Cette industrialisation porte la division mouvements haut de gamme de Concepto et est une création de Valérien Jaquet, dont le produit fondateur est un mouvement à tourbillon aux ponts en saphir transparent, lancé en 2001. Mais les mouvements dits de flux reposent sur l'héritage de La Joux-Perret, dont son père Jean-Pierre Jaquet était propriétaire jusqu'en 2004. Assembleur de kits de composants ETA – la filiale mouvements du Swatch Group –, il dote Concepto d'une expertise dans les chronographes et les modules de complication développés sur des mouvements standard.

Débuts et décollage de Concepto

Tout n'était pas gagné d'avance pour ce micromécanicien de formation. Les péripéties judiciaires et l'incarcération de son père en 2003 ont autant handicapé que stimulé sa croissance. «Mon père est mon conseiller. Il n'a aucune part dans l'entreprise et il y a des marques chez qui je ne peux pas mettre les pieds. D'autres pour qui son passé ne pose aucun problème.»

Il lui doit tout de même son premier succès commercial. «Mon premier point de bascule, c'est le lancement de la Big Bang, se remémore Valérien Jaquet. Jean-Claude Biver, CEO de Hublot, appelle mon père pour avoir des chronos, qu'on est capables de livrer entre 8000 et 10'000 exemplaires par an.»

Avec ce gros contrat, il achète ses premières machines, finance sa croissance et entame la construction d'une manufacture de mouvements indépendante. «Mon second point de bascule, c'est Jacob & Co. Il avait des

idées incroyables, avec comme élément moteur de faire une horlogerie différente. Il nous a fait changer d'échelle.»

Le troisième virage, c'est Bulgari qui le lui fait prendre. Mais son plus gros coup, c'est peut-être Bugatti. «Le 23 décembre 2021, [Mate Rimac](#) m'appelle», se remémore Valérien Jaquet. Le Croate était passé de constructeur à actionnaire puis majoritaire de la marque automobile. Il tenait à doter son hypercar – nom de code BR1 – de composants horlogers dans le bloc d'instruments du tableau de bord. L'investissement est important, puisqu'il a fallu intégrer des compétences en électronique dans sa culture mécanique. «Le contrat BR1 court sur dix ans, et Rimac me fait confiance sur les projets suivants. Bugatti, c'est le genre d'aventure où on aime se jeter. Si j'avais mesuré ce que cela allait impliquer, je serais resté à faire des tourbillons. Mais si on réfléchit à tout, on ne fait jamais rien.»

[Plus d'infos](#)

Vous avez trouvé une erreur? [Merci de nous la signaler.](#)