

• Jean-Pierre Lutgen, le patron d'Ice-Watch, est en discussion avec un grand groupe horloger.

• Une vente partielle de l'entreprise belge est envisagée.

• L'entrepreneur pourrait se lancer dans l'arène politique communale.

Jean-Pierre Lutgen

Circuler avec Jean-Pierre Lutgen (51 ans) dans les rues de Bastogne, c'est la certitude d'être interpellé plus d'une fois par les habitants. Chacun semble en effet connaître cet enfant du pays, devenu, il est vrai, un entrepreneur qui, depuis sa ville de la province du Luxembourg, a donné à sa marque Ice-Watch un rayonnement mondial. C'est à Bastogne, dans un bâtiment très lumineux où chaque œuvre d'art et objet de design "a un sens", que sont conçues les nouvelles collections de ces montres et de leurs multiples déclinaisons de couleurs. Des montres ensuite assemblées à Shenzhen en Chine. Ice-Watch a également investi près de 20 millions d'euros dans l'acquisition de ses bureaux et warehouse à Hong Kong, Paris et Bastogne.

Détenteur d'une licence (master) de Sciences politiques à l'UCL, ce père de trois enfants dit de lui "qu'il est un indépendant depuis 25 ans". Il débuta sa carrière dans le domaine de l'import/export d'objets publicitaires, avant d'arriver "un peu par hasard" dans le business des montres.

Amateur d'art contemporain

Grand amateur d'art contemporain - Peter Halley, Richard Phillips ou le Belge Stéphane Halleux figurent parmi ses chouchous - Jean-Pierre Lutgen dit avoir "une passion pour la couleur et la matière plastique". "Le plastique est une matière qui n'est pas assez bien considérée. Pourtant, elle est à la fois souple, transparente et solide et permet toutes les formes et toutes les couleurs à coûts réduits", ajoute-t-il.

Mais Jean-Pierre Lutgen s'intéresse également au sport. Ice-Watch a ainsi été désigné comme le "timer" officiel du Vendée Globe. "Cela donne à la marque une visibilité mondiale pendant trois mois et cet événement renforce certaines de nos valeurs", explique-t-il.

L'avenir de l'entrepreneur bastognard ? Il passera peut-être par une vente partielle de son entreprise et, pourquoi pas, par une nouvelle vie dans la politique.

Dans ses bâtiments à Bastogne, Jean-Pierre Lutgen, le patron d'Ice-Watch, ici en compagnie d'une œuvre de l'artiste belge Stéphane Halleux.



"Il faudrait qu'Ice-Watch fasse partie d'un grand groupe"

Entretien par Vincent Slits

"Je suis prêt à vendre partiellement mon entreprise"

Ice-Watch fête bientôt ses dix années d'existence. Comment se porte votre entreprise ?

Globalement bien, même s'il faut se remettre en question tout le temps. Nous employons une cinquantaine de personnes en Belgique et entre 15 et 20 à Hong Kong. Notre chiffre d'affaires devrait tourner cette année entre 40 et 45 millions d'euros. Et depuis 10 ans, nous avons toujours été bénéficiaires, à l'exception de l'année 2014. Ice-Watch est leader sur le marché français des montres entre 50 et 150 euros. Cette année, nous espérons vendre entre 1,2 et 1,5 million de montres et nous espérons une bonne fin d'année avec le moment des fêtes, qui est toujours une période stratégique. Nous avons connu en 2012 un pic avec 4 millions de montres vendues mais le secteur horloger connaît une certaine érosion : le segment des montres de moins de 200 euros a ainsi connu cette année une chute de 20 %.

Comment expliquez-vous cela ?

Il y a plusieurs raisons. Nous sommes en fait en concurrence avec tous les petits plaisirs de la vie qui coûtent entre 50 et 150 euros : un city trip avec Ryanair, un bon restaurant, les objets électroniques...

40 à 45

MILLIONS D'EUROS

Le chiffre d'affaires attendu cette année par la société Ice-Watch.

Vous misez pas mal sur l'Asie. Qu'est-ce que cela représente dans votre chiffre d'affaires ?

L'Asie représente environ 15 % de notre chiffre d'affaires. La difficulté est de trouver le bon distributeur qui est prêt à investir dans la marque. Nous l'avons trouvé au Japon, qui est un marché stable et sur lequel nous vendons 150 000 montres par an. Nous avons également une belle présence en Malaisie et en Australie et une présence plus symbolique en Indonésie, en Thaïlande, au Cambodge, en Corée ou aux Philippines. Nous cherchons à y accroître la notoriété et la visibilité de la marque Ice-Watch, notamment via les réseaux sociaux et sur les blogs. Nous avons engagé dans ces pays une personne dont c'est la mission.

Et un pays comme l'Inde ?

C'est un marché intéressant mais compliqué d'accès. Le gros problème d'Ice-Watch, c'est que c'est une société mono-marque, là où la plupart de nos concurrents, cotés en Bourse, ont un portefeuille

de 8 à 18 marques différentes. Il est encore rare d'avoir un groupe horloger avec un seul propriétaire comme Ice-Watch. Il faudrait qu'un jour Ice-Watch fasse partie de l'un de ces groupes. Sinon, nous serons condamnés à rester petits.

Cherchez-vous à adosser Ice-Watch à l'un de ces grands groupes ?

Oui, nous discutons pour le moment avec l'un d'entre eux. Ce sont des discussions exploratoires. Je ne vais pas préciser lequel mais le secteur est dominé par des Japonais avec Seiko et Citizen et trois groupes américains : Movado, Fossil et Timex. Je suis prêt à ouvrir le capital d'Ice-Watch et à vendre partiellement mon entreprise pour ouvrir à la marque de nouvelles perspectives de croissance, notamment aux Etats-Unis, dans les pays d'Asie où nous sommes encore peu représentés et dans le Moyen-Orient. En Amérique latine, c'est plus compliqué avec la crise économique au Brésil et en Argentine, les taxes d'importations colossales, etc. J'ai toujours eu comme philosophie de mettre en avant l'intérêt général d'Ice-Watch avant mon intérêt personnel.

Espérez-vous boucler ce "deal" bientôt ?

Je l'espère. Mais si cela ne se concrétise pas, nous continuerons seuls. On peut être petit et rester unique. Regardez la bière d'Orval : ils produisent au maximum de leurs capacités et cela se passe très bien. Personnellement, je ne recherche pas la croissance à tout prix. Mais il est vrai qu'un adossement à un grand groupe offrirait les meilleures garanties de développement pour la marque Ice-Watch à long terme. En effet, nous la développons depuis Bastogne qui n'est tout de même pas la ville la plus "fashion" du monde comparée à Milan, New York ou Hong Kong. Il y a des limites au modèle tel qu'il existe aujourd'hui.

N'avez-vous jamais pensé à introduire votre société en Bourse ?

Non, car nous n'en avons jamais eu besoin. Ice-Watch est une entreprise qui s'est toujours autofinancée et autodéveloppée. Avoir du cash ne permet pas de pénétrer plus facilement certains marchés.

"J'ai de l'ambition pour Bastogne"

Allez-vous jouer un rôle lors des prochaines élections communales à Bastogne ? On parle de vous sur la liste MR...

J'ai de l'ambition pour Bastogne. Si je suis un jour candidat, ce sera sur la base d'un projet avec des équipes venant de différents horizons politiques mais avec le soutien de partis traditionnels. Bastogne demande une attention particulière. En effet, Bastogne a perdu beaucoup ces 15 dernières années en termes de services à ses administrés : l'armée y a pour ainsi dire disparu, il n'y a plus de maternité, beaucoup de commerces ont fermé. C'est une commune en déclin si l'on compare à des villes comme Marche, Arlon ou Libramont qui se sont, elles, développées de manière performante. J'ai une expérience, notamment à l'international, que je pourrais mettre à profit pour Bastogne.

"Bastogne est en déclin si on la compare à des villes comme Marche, Arlon ou Libramont."

Après les affaires, vous pourriez démarrer une nouvelle vie dans la politique ?

J'ai toujours été convaincu de la nécessité de ne pas rester enfermé dans des vies professionnelles trop longues. A 50 ans, on a de l'expérience et encore l'énergie suffisante pour développer des projets avec un regard neuf en termes de management de projets communaux qui souffrent trop souvent d'une concrétisation très tardive en raison de considérations purement politiques.

D'une manière générale, quel regard portez-vous sur le redéploiement économique de la Wallonie ?

Il n'y a pas une Wallonie, il y a plusieurs Wallonie. Entre la province du Luxembourg, le Brabant wallon et Charleroi, il est difficile de parler d'une seule Wallonie. Mais il y a des choses que je ne comprends toujours pas. Pourquoi l'électricité est-elle encore plus chère en Wallonie qu'en Flandre ? Ou pourquoi certains zonings industriels ne disposent toujours pas de réseaux Internet performants ? Il reste un déficit de performance par rapport au nord du pays.

Ce constat est-il lié, pour vous, à la présence déjà longue du PS dans la majorité en Wallonie ?

Autant il serait bon qu'un jour Ice-Watch soit géré par quelqu'un d'autre que moi, autant il serait bon aussi que l'on assiste à un certain rafraîchissement à certains niveaux de pouvoir.

Pensez-vous que la position de la Wallonie sur le Ceta a altéré son image à l'étranger ?

99 % des Européens ont déjà oublié la position exacte de la Wallonie sur le Ceta. Je pense que le show autour du Ceta est déjà oublié. Vous savez, les gens ne retiennent que la fin du film. Seul le résultat compte. Je ne pense pas que cela a altéré l'image de la Wallonie dans le monde.