



Le temps des femmes et les femmes du temps

Le Locle, le 8 mars 2020. La journée internationale des femmes est l'occasion toute trouvée pour Tissot de porter un double regard, rétrospectif et prospectif, sur le rapport qu'elle partage avec ces dernières — et de leur rendre hommage. C'est d'ailleurs au prisme de son histoire et de ses créations que s'explore aujourd'hui cette relation perpétuelle, réciproque et pluriséculaire. Chronique féminine de 1853 à nos jours.

Chez Tissot, il a toujours été question du temps des femmes, même dans ses débuts. Au lancement de l'entreprise familiale avec Charles-Félicien Tissot ainsi que son fils Charles-Émile, les femmes de la famille ont beaucoup contribué au fonctionnement de la marque. Sophie Amélie, épouse de Charles-Émile, a dirigé la maison lors des nombreux voyages de son mari et Marie Tissot a suppléé son frère lorsque ses projets professionnels l'ont éloigné du Locle. En l'honneur de la Journée internationale des femmes, la chronologie de la Maison se conte au gré des collections féminines, des anecdotes nichées dans les archives, au gré des intervenantes qui ont fait l'histoire — et participé à celle de Tissot. Autant de témoignages de l'engagement indéfectible de Tissot pour combler ses clientes.

Les XIX^e et XX^e siècles, de la montre-pendentif à la montre-bracelet

Dès ses débuts, Tissot a conjugué le temps au féminin, qu'il virevolte au bout d'une chaîne ou d'un ruban ou qu'il orne un poignet.

Les premières montres-pendentifs avaient pour dénominateur commun la noblesse des matériaux - l'or, l'émail et les pierres précieuses - et le luxe du détail. Quand les femmes, au tournant du siècle suivant, adoptent les montres-bracelets et ainsi adhèrent à une nouvelle façon de porter la montre, résolument audacieuse, la Maison locloise continue de les séduire avec des modèles élégants, aux designs variés et inspirés des courants à la mode comme l'Art nouveau puis l'Art déco. Les déclarations signées Tissot n'avaient pas manqué d'être remarquées par des femmes célèbres, comme la tragédienne française Sarah Bernhardt qui acquiert une montre-pendentif en or 18 carats au cours de sa visite du Pavillon suisse d'horlogerie à Paris, en 1900, ou la reine Élisabeth de Belgique, qui avait passé une commande exclusive à la marque : les lettres de son prénom, serties de diamants, et la couronne royale de Belgique remplaçaient les index de sa montre-bracelet.

Après la Seconde Guerre mondiale, une femme et 3 montres

La période est propice à l'affirmation de soi. C'est par le biais de ses campagnes publicitaires que Tissot présente à sa clientèle féminine ses collections éclectiques et par ses slogans qu'elle les encourage à se révéler : « A chaque heure de votre journée, la montre Tissot de circonstance » et « Une jeune femme et 3 montres ». La collection Tissot comprend alors certains modèles compatibles avec la pratique sportive, d'autres adaptés au cadre professionnel et d'autres plus élégants lors d'événements mondains. Un credo qui perdure aujourd'hui encore.

Les années 60 et 80, les temps du temps

A la fin des années 60, Tissot habille la jeunesse. Tout va très vite et le temps ne semble plus avoir prise sur ses instruments qui n'ont de cesse de se renouveler. Les demoiselles de la nouvelle génération inventent de nouveaux codes – différents de ceux de leurs aînées. Des desiderata auxquels la Maison répond par sa collaboration avec des designers internationaux et qui donnent naissance à la Tissot Pinky — et sa bague assortie — ou à la Tissot-Design. *Fast forward* deux décennies et les tendances opèrent un virage à 180°. Dans les années 80, les femmes s'affirment par l'unisexe. Tissot propose alors, dans sa collection quartz, des modèles pouvant être portés aussi bien par les hommes que par les femmes, comme la Tissot RockWatch ou la Tissot TwoTimer, atténuant ainsi la frontière entre les genres.

Aujourd'hui, les femmes toujours à l'honneur

Aujourd'hui, Tissot continue de créer des collections spécifiquement dédiées aux femmes. Chronographe racé, modèle oversize, vintage revisitée, sportive intemporelle ou tactile innovante : selon sa personnalité, son humeur ou son activité, la femme Tissot a le choix entre la technique, l'audace et les looks assumés, ou encore les classiques, le rétro ou la sobriété. La Maison locale entend bien lui offrir l'embarras du choix !

Les femmes du temps

La force de Tissot réside également dans son esprit. Chez l'Horloger, l'engagement «féministe» se traduit également par une accessibilité professionnelle juste. La Maison revendique une mixité des métiers, quels qu'ils soient. Ainsi, la part d'employées et d'employés est pratiquement identique. Tissot a bien compris que sa longévité ne dépend pas seulement de ses créations, mais aussi de sa clientèle, de sa force vive — et de son engagement.

Monsieur Thiébaud souligne : « Tissot fabrique des montres suisses depuis 1853 dans lesquelles la précision du temps n'a cessé de s'améliorer grâce au développement successif des technologies ainsi que des nouveaux matériaux. La marque a toujours souhaité habiller le temps avec des valeurs émotionnelles comme celles véhiculées par le sport tout en étant très attentif au regard de l'être humain, notamment celui des femmes. Le rôle de la femme a toujours eu une place primordiale pour Tissot. »

La croix du drapeau helvétique, fièrement reprise dans le logo, symbolise la qualité et la fiabilité suisse dont Tissot fait preuve depuis 1853. Avec plus de 4 millions de montres exportées dans les pays du monde entier chaque année, Tissot se positionne comme le leader du secteur de l'horlogerie suisse traditionnelle. Fidèle à sa devise, «Innovateurs par tradition», Tissot jouit d'une renommée internationale pour l'excellente qualité de chacun des composants que renferment ses produits.

Tissot est le Chronométrier officiel et Partenaire de nombreux événements mondiaux : en basketball avec la NBA et la FIBA ; en cyclisme avec le Tour de France et les Championnats du monde UCI ; en sports mécaniques avec le MotoGP™ et les Championnats du monde de Superbike FIM ; et beaucoup d'autres encore en hockey sur glace, escrime et rugby.

Les produits phares de la marque sont les suivants : Tissot T-Touch (la première montre tactile créée en 1999), Tissot Le Locle, une montre automatique classique et intemporelle, avec une réserve de marche de 80 heures. Tissot T-Race, «le design sportif».