

## Le Groupe Brasport fête 70 ans d'expertise & trois générations de visionnaires

*La Chaux-de-Fonds, mai 2016.* Le Groupe Brasport est un acteur incontournable de l'univers horloger helvétique. L'entreprise familiale qui a fait du cuir son terrain de jeu et des bracelets de montre sa spécialité fête ses 70 ans ! Et par là même, trois générations de visionnaires passionnés. Entre intuition, impulsions et métamorphoses, la longévité Brasport c'est avant tout une vision avant-gardiste du métier. Incursion dans la *success-story* de la société devenue Holding, de *fils* devenus *patrons*, et confidences sur le nouveau positionnement du géant.

### **1<sup>re</sup> vague, Albert**

C'est sous l'impulsion d'Albert Dubois que l'histoire de Brasport débute, il y a 70 ans. Créer une manufacture de bracelet de montre et de maroquinerie: une évidence pour ce Chaux-de-Fonnier qui connaît sa région et son potentiel. Le lieu est imprégné de la culture horlogère, reconnu en tant que pôle d'excellence et porte haut les valeurs du *Swiss Made*. En 1946, il fonde Brasport et lui donne une vocation régionale. La petite entreprise collabore rapidement avec les plus grands noms, qu'ils soient issus de l'horlogerie ou des fournisseurs hautement qualifiés. Le talent indéniable des maîtres-selliers de la Maison inscrit la jeune marque dans le patrimoine local.

### **2<sup>e</sup> vague, Francis et Pierre-André**

Deuxième génération oblige, au tour de Francis et Pierre-André de reprendre les rênes de Brasport ; le premier à l'administration et le second à la production et à la technique. Ils apposent leurs empreintes et ouvrent le champ d'action de la Maison en s'attaquant au marché de gros volumes et répondent ainsi aux demandes croissantes de production en masse. La Manufacture exporte son identité et inaugure des unités de fabrication, en Chine notamment.

### **3<sup>e</sup> vague, Alain**

Entre esprit originel et nouvelles ambitions... c'est Alain qui fait connaître à Brasport sa troisième et plus importante *mue*. D'une part, il recentre les activités de la marque sur le haut de gamme avec du sur mesure - il adopte ainsi un positionnement atypique, celui d'être présent dans les tous segments. D'autre part, il se diversifie en créant Noleti, une marque de maroquinerie 100% *La Chaux-de-*

*Fonds Made.* Ici, la métamorphose n'est pas qu'une métaphore ! Les deux bâtiments Brasport connaissent des mutations architecturales. Désormais, ils communiquent et incarnent plus que jamais l'identité de la Maison. Et pour répondre à la croissance, le petit-fils inaugure en 2013 l'extension du bâtiment secondaire.

### **L'image d'un Groupe**

En 2014, Alain Dubois va plus loin et dévoile la nouvelle identité de Brasport, celle d'un Groupe. Sous les slogans « Switzerland – Since 1946 » et « Straps and Leather Good Switzerland », la Maison réunit l'Europe, l'Amérique, l'Asie et le Moyen-Orient et rassemble bureaux commerciaux, centres SAV et usines de productions. Le site internet ([www.brasport.com](http://www.brasport.com)) est également retravaillé, et de nouveaux supports voient le jour, tel un cahier de tendances.

### **Le futur**

Aujourd'hui, tout va si vite que la 4<sup>e</sup> vague Brasport est déjà en route. Le Groupe entend s'attaquer au marché *Business to Consumer* (BtoC) et se positionner en tant que *private label* - une première pour le géant des bracelets de montre. Pour y parvenir, Brasport rivalise d'innovation et met à profit la force qui a fait la longévité de la marque : la vision avant-gardiste du métier ! Au centre de Recherche & Développement, voici déjà un bout de temps que l'on planche sur les produits de demain, tout en préservant les fondements : qualité *Swiss Made*, excellence et design. S'y ajoute une responsabilité sociétale revendiquée. Cette volonté répond non seulement aux nouvelles demandes du marché, mais correspond également à une exigence d'excellence visée par Brasport. Une démarche qui s'applique notamment à la traçabilité de l'ensemble des éléments du bracelet et offre ainsi aux clients un véritable gage de qualité. Le futur de Brasport ? Aux consommateurs de l'écrire. Mais à n'en pas douter, il s'esquisse à l'international, auprès des plus influents.

### **EPHJ – 14-17.06.2016, N35 halle 1**

Pour son 70<sup>e</sup> anniversaire, Brasport sort le grand jeu au Salon EPHJ. Couleurs, matières, teintures, finitions et thèmes, on vous dit tout sur les tendances qui feront le show les saisons prochaines et les techniques novatrices qui révolutionneront le métier ! Découvrez trois produits tout à fait innovants issus de techniques avant-gardistes - ou quand le cuir a des inclinations futuristes. Ce jubilé est aussi l'occasion de célébrer avec les amis et partenaires. Brasport vous invite à sa table... faites vos jeux, rien ne va plus !

### **Contact presse:**

Nihal Ceylan - [n.ceylan@brasport.ch](mailto:n.ceylan@brasport.ch) - + 41 32 967 70 60