

PIERRE-YVES DONZÉ

LONGINES,  
DU COMPTOIR FAMILIAL  
À LA MARQUE GLOBALE

ÉDITIONS DES LONGINES

# TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS		VERS LA FABRIQUE MODERNE (1900-1935)	77
INTRODUCTION		Une nouvelle direction des affaires	79
LE COMPTOIR AGASSIZ (1832-1866)	13	La seconde génération de dirigeants	79
Du comptoir Raiguel Jeune au comptoir Agassiz	16	La politique financière de l'entreprise	88
Les premiers signes du volontarisme industriel	21	La création d'une usine moderne	90
Les débouchés commerciaux du comptoir	23	La conception des calibres	92
LA FABRIQUE DE FRANCILLON (1866-1900)	25	L'agencement de l'usine	101
La mise en place de l'usine (1866-1876)	30	La hiérarchisation des rapports de travail	105
Une forte dépendance envers le marché américain	37	L'essor du paternalisme	111
L'enjeu financier de l'industrialisation	44	Une productivité fluctuante	114
L'impact de l'Exposition Universelle de Philadelphie (1876)	46	Les projets de diversification	116
La réorganisation et l'essor de l'entreprise (1877-1900)	53	La coopération avec les autres manufactures d'horlogerie	119
La modernisation du système de production	53	Evolution des marchés	121
Le développement de nouveaux produits	54	L'essor de la publicité	128
Une organisation nouvelle du travail	59	UNE CROISSANCE PORTÉE VERS LE MARCHÉ AMÉRICAIN (1936-1970)	139
L'extension des marchés	65	Evolution de l'organisation et du financement de l'entreprise	141
Les débuts de la publicité	69	La difficile modernisation de la gouvernance	141
La modernisation de la structure juridique	73	Une dépendance croissante envers les capitaux bancaires	146

L'adaptation du système de production à la croissance de la demande	149
Le développement de nouveaux produits	155
La conception d'une montre automatique	159
Les difficultés du lancement d'une montre électrique	162
Longines et la révolution du quartz	164
Assurer une main-d'œuvre qualifiée en suffisance	168
Evolution des marchés : les Etats-Unis et le reste du monde	176
La naissance d'une bureaucratie commerciale	184
L'essor des moyens publicitaires	185
Un chemin difficile vers la concentration	191
LES GRANDES MUTATIONS DE L'HORLOGERIE SUISSE (1971-1988)	201
L'intégration de Longines dans le groupe General Watch Co. (GWC)	203
Développer de nouveaux produits	212
Les marchés de Longines au cours des années 1970 et l'émergence de l'Extrême-Orient	221
La création de la SMH et son impact sur Longines	228
VERS LA MARQUE GLOBALE (1988-2012)	231
CONCLUSION	252
POSTFACE	255

ANNEXES	257
Organes de l'entreprise	257
Associés du comptoir Raiguel Jeune & Cie, puis Agassiz & Cie (1832-1861)	257
Gérants du comptoir Agassiz & Cie (1846-1861)	257
Associés-gérants de la société Ernest Francillon & Cie (1862-1895)	257
Conseil de surveillance de la société en commandite par actions (1895-1915)	257
Gérants de la société en commandite par actions (1895-1915)	257
Conseil d'administration de la société anonyme (1915 à nos jours)	257
Directeurs généraux de la société anonyme (1915 à nos jours)	259
Directeurs techniques de la société anonyme (1915-1984)	259
Directeurs commerciaux de la société anonyme (1915-1988)	259
Chiffre d'affaires (1895-1984)	260
Volume des ventes (1895-1984)	261
Nombre d'employés (1867-1984)	261
Marques et logos déposés par Longines	262
RÉFÉRENCES	263
Archives	263
Sources imprimées et journaux	263
Bibliographie	263
Crédit iconographique	266