

Le salon des pierres précieuses renforce le pôle genevois de l'horlogerie-joaillerie

Luxe GemGenève ouvrira ses portes en mai à Palexpo. Consacré aux diamants et pierres précieuses, il complète les rendez-vous de l'horlogerie et de la sous-traitance au bout du lac, alors que Baselworld rétrécit.

Ivan Radja

ivan.radja@lematindimanche.ch

Inexorablement, la place genevoise reprend la main dans le domaine des métiers liés, de près ou de loin, à l'horlogerie, à la bijouterie et à la joaillerie, sans oublier les myriades de sous-traitants. C'est en effet en mai que se tiendra, à Palexpo, la première édition de GemGenève, salon entièrement dédié aux diamants, pierres précieuses, perles et bijoux anciens. Avec le Salon international de la haute horlogerie (SIHH) au mois de janvier, et le rendez-vous des fournisseurs de composants et d'outillage (EPHJ) au mois de juin, tous deux à Palexpo également, l'alignement des planètes se confirme. Un renversement des pôles, au moment où Baselworld se plie à une cure minceur: en mars, la foire horlogère historique n'accueillera plus que 700 exposants, soit moitié moins que lors de l'édition du centenaire en 2017. Autre atout pour GemGenève: le mois de mai est celui des ventes aux enchères de Christie's et de Sotheby's, qui voient d'un bon œil ce nouveau rendez-vous et en feront du reste la publicité dans leurs catalogues respectifs.

De Bâle à Genève

Sur la centaine d'exposants attendus à GemGenève, en provenance de 14 pays, seuls 4% ont décidé de quitter le rendez-vous bâlois. «Une bonne partie, soit une trentaine environ, sera présente à la fois à Baselworld et à GemGenève, et ce serait nous accorder trop d'importance que de voir une relation de cause à effet entre le repositionnement de Bâle et la création de notre salon», souligne Ronnie Totah, coorganisateur de la manifestation avec Thomas Faerber.

Il faut un début à tout: lorsque les sous-traitants ont commencé à quitter le rendez-vous bâlois, lors de la première édition de l'EPHJ en 2000 (qui se tenait alors à Lausanne), «ils n'étaient pas très nombreux, environ 90



Perles, pierres et bijoux anciens s'offriront notamment aux yeux des professionnels et du public du 10 au 13 mai à Palexpo. Photos DR (2x), David Fraga



exposants, rappelle son président, André Colard. Nous en attendons 850 en juin prochain.» Le SIHH est aussi en pleine ascension, avec 35 maisons présentes, 20 000 visiteurs, mais surtout 288 millions de personnes touchées via le dispositif connecté mis en place cette année. «Il y a une nouvelle génération de consommateurs, observe André Colard. On n'achète plus aujourd'hui une montre de prix comme autrefois, et certains blogueurs sont plus informés que certains vendeurs.»

L'arrivée de GemGenève confirme que «2018 est une année de mutation», estime pour sa part Gregory Pons. Le journaliste spécialisé en horlogerie voit «se dessiner un nouveau paysage des salons horlogers. Le rendez-vous des diamantaires et des marchands de pierres précieuses va dans ce sens, même s'ils ne sont pas directement reliés à l'horlogerie.» Selon lui, Baselworld n'a pas su prendre le virage numérique à temps et le paie au prix fort. «Les deux pi-

liers qui tiennent Baselworld sont Rolex et le Swatch Group. Mais imaginez que Chopard, par exemple, rejoigne le SIHH, avec sa notoriété tant dans la haute horlogerie que dans la joaillerie, et c'est toute une chaîne cohérente qui se met en place du côté de Genève.»

Humilité étudiée

GemGenève est né de l'envie de «donner une plate-forme taillée sur mesure pour notre métier, explique Thomas Faerber. Le milieu des pierres précieuses est essentiellement constitué de PME, d'entreprises familiales, qui se transmettent de génération en génération.» De fait, GemGenève loue des emplacements de taille modeste, 60 mètres carrés au maximum, et se tient à l'écart des grands groupes. À titre d'exemple, les organisateurs ont refusé de placer le stand de leurs maisons en première ligne, près de l'entrée, ou en plein centre. Une humilité qui contraste, c'est voulu, avec l'ambiance des grands rendez-



«Les grands salons ne répondent plus à nos besoins spécifiques»

Ronnie Totah, coorganisateur de GemGenève

vous, Baselworld inclus, où les métiers du diamant, des pierres, des bijoux anciens ne sont qu'une activité parmi d'autres. «Ces grands salons ne répondent plus à nos besoins spécifiques, précise Ronnie Totah. À Hongkong par exemple, les exposants ont été splittés en deux lieux différents, qui ont fait le plein, certes, mais, si l'organisateur est satisfait en termes de prix de la place au mètre carré ou de billetterie, les participants ne s'y retrouvent plus.»

L'EPHJ, actionnaire de GemGenève, a apporté son expérience dans l'organisation de ce type de rendez-vous. «Nous avons aussi des diamantaires, qui fournissent l'industrie, notamment l'horlogerie, mais ce ne sont pas les mêmes types de pierres», signale André Colard. Les exposants de GemGenève font commerce de diamants ou de pierres telles que rubis, saphirs, émeraudes, ainsi que de perles naturelles ou de bijoux. «Beaucoup de gens du métier sont installés à Genève, une

centaine environ, dont une bonne partie s'est installée après la Seconde Guerre mondiale, mais nous sommes peu connus du grand public», explique Thomas Faerber. Aux yeux de Fabienne Lupo, directrice du SIHH, l'arrivée de ce salon est une excellente nouvelle: «C'est formidable pour le rayonnement international de Genève, qui est remise au centre de la carte.»

Pour cette première édition, GemGenève espère accueillir 2500 visiteurs, professionnels et grand public. «Le monde des pierres précieuses et des bijoux anciens fascine toujours», s'enthousiasme Thomas Faerber. Comptez 50 francs pour l'entrée, et de la patience, afin de respecter des règles de sécurité très strictes. L'accès gratuit pour les étudiants reflète l'attention que portent les organisateurs aux jeunes générations, et à la relève potentielle. «Une place est faite à la HEAD Genève pour les jeunes créateurs et designers», insistent-ils. ●

Une nouvelle version du Monopoly fait la place aux tricheurs

Jeu L'un des plus célèbres jeux de société, conçu au lendemain de la grande crise de 1929, va intégrer la possibilité de tricher, à condition de ne pas se faire pincer.

Une nouvelle version du jeu mythique Monopoly fait la part belle aux tricheurs, qui peuvent pourtant s'attendre à être punis s'ils se font prendre, comme dans la «vraie vie», selon son fabricant Hasbro.

Le principe du jeu, immuable depuis sa création en 1935, est de devenir le plus riche possible en achetant des propriétés pour y construire des

hôtels et en collectant les loyers.

Une étude récente a révélé que «près de la moitié des joueurs tentaient de tricher pendant une partie de Monopoly. En 2018, Hasbro a donc décidé qu'il était temps de donner aux amateurs ce qu'ils attendaient depuis longtemps», a expliqué le fabricant dans un communiqué.

Quinze nouvelles cartes

Le «Monopoly des tricheurs» ajoute 15 cartes représentant les arnaques les plus communes tentées par les joueurs: sauter une case, changer un hôtel de place ou voler quelques billets... Si la supercherie

n'est pas révélée avant la fin d'un tour, le «tricheur» gagne un hôtel ou de l'argent. Mais, s'il est pris la main dans le sac, il va directement en prison, où l'attendent des menottes en plastique attachées au plateau.

Autre nouveauté, il n'y a plus de banquier désigné. Chaque joueur est responsable du magot lorsque vient son tour, «ce qui facilite» les tricheries, selon Hasbro.

Le jeu, qui sera disponible à l'automne 2018, a pourtant déjà ses détracteurs. «Le Monopoly est un jeu horrible, alors celui des «tricheurs» sera d'une horreur extraordinaire», a commenté vendredi à l'AFP Edward Castronova,



La version 2018 du Monopoly se veut contemporaine: elle inclut les tricheurs de la «vraie vie». Laurent Gillieron/Keystone

professeur à l'Université de l'Indiana, spécialiste des médias et des jeux.

«La plupart des parties rassemblent un joueur expérimenté qui entraîne des joueurs inexpérimentés dans le jeu, et qui perdent», a-t-il affirmé.

Plus largement, le jeu – selon lui – «est une simulation complètement fautive des économies réelles. Si son modèle était exact, il n'y aurait plus qu'une seule société dans le monde, au lieu de milliards.»

Inventé par un chômeur ruiné après la crise de 1929 et aujourd'hui distribué dans 114 pays, le Monopoly s'est vendu à plus de 275 millions d'exemplaires dans le monde. **AFP**