

RAYMOND WEIL

UN HORLOGER SUISSE FIDELE A SES VALEURS

Société familiale suisse fondée à Genève en 1976, RAYMOND WEIL occupe une place de choix dans l'univers exclusif de l'industrie horlogère de luxe.

RAYMOND WEIL se distingue par son caractère dynamique et précurseur, et veille minutieusement à créer des pièces horlogères qui soient le reflet des valeurs de la Marque : indépendance, créativité, savoir-faire horloger, accessibilité.

Présent à travers le monde, RAYMOND WEIL connaît un essor notoire et constant sur l'ensemble de ses marchés. Sous l'impulsion d'Olivier Bernheim, Président et Directeur Général et plus récemment épaulé de ses deux fils Elie (Directeur Marketing) et Pierre (Directeur des ventes) – petits fils de M. Raymond Weil, l'entreprise ne cesse de grandir et d'innover dans les domaines de la recherche et développement produits, du marketing et de la communication. Des filiales de distribution ont été récemment créées aux Etats-Unis, en Inde et au Canada. L'horloger genevois s'applique également à l'expansion de certains marchés tels que la Chine ou encore l'Inde en raison de leur potentiel économique et de la forte notoriété locale de la Marque.

Les orientations stratégiques adoptées ces dernières années ont assurément contribué au rayonnement de RAYMOND WEIL dans le monde de l'horlogerie. Parmi les facteurs clés du succès de l'entreprise : renouvellement de l'offre produits avec l'introduction de nouvelles pièces mécaniques plus sophistiquées et le renforcement des collections d'entrée de gamme ; élargissement de la stratégie de communication ; création du RW Club (premier club développé par une [marque horlogère de luxe](#)). 2010 sera une année significative pour RAYMOND WEIL. L'objectif sur le plan international est de se concentrer sur l'héritage de la Marque au sein de l'industrie horlogère de luxe, en rendant son image encore plus attrayante, renforçant ainsi le caractère unique de RAYMOND WEIL Genève ; en développant de nouveaux modèles, qui répondent à des exigences de qualité accrues, et qui reflètent l'évolution et la créativité de la Marque ; et en renforçant la politique de distribution, visant à augmenter la présence et la visibilité de la Marque, et enfin en offrant des belles pièces d'horlogerie à des prix attractifs.

Les nouveautés 2010 sont le reflet d'une marque moderne et diversifiée, qui a également choisi de positionner ses pièces horlogères dans un segment de prix accessible.

Avec ses montres masculines, RAYMOND WEIL s'affirme avec force comme une Maison Horlogère osant l'alliance de l'originalité et de la technicité.

20 ans après son lancement officiel, l'émblématique collection parsifal a fait peau neuve pour BASELWORLD 2010! Cette collection démontre une nouvelle fois un profond attachement aux racines et au désir de conserver la tradition comme source

RAYMOND WEIL
GENEVE

d'inspiration – tout en sublimant les éléments clés du design, reflet de l'identité très forte de cette collection symbolique.

Connue pour son design racé, nabucco se dote d'une nouvelle pièce forgée dans le titane : nabucco Va, Pensiero. Reprenant les formes mythiques de la collection, elle affiche une maturité et une élégance mises en évidence par un gris graphite sablé, tout en conservant une puissance architecturale.

Tradition automatique, joue également un rôle majeur dans la gamme masculine de RAYMOND WEIL. Son style intemporel, son design élégant et raffiné procurent un véritable atout séduction à cette collection.

Les créations féminines, telles que shine et noemia pour la partie bijou horloger et freelancer dame pour la montre mécanique, occupent quant à elles une place significative dans l'offre globale de la Marque. La dernière née des collections féminines, noemia, est une véritable incarnation de la sensualité féminine, et affiche une esthétique harmonieuse. Les lignes délicatement galbées du boîtier, saupoudré de diamants, entourent avec aisance le cadran de ce garde-temps, qui est également un clin d'œil subtil à la dimension familiale de RAYMOND WEIL.

Pour BASELWORLD 2010, RAYMOND WEIL apporte un brin de folies à ses créations féminines en signant freelancer summertime, une pièce mécanique, dégageant un style où l'audace se mêle à la modernité et au raffinement, à travers une palette de couleurs acidulées ou naturelles.

«INDEPENDENCE is a state of mind». La signature de la société genevoise donne un message fort sur RAYMOND WEIL et sa différence au sein du secteur de l'horlogerie de luxe : une marque audacieuse, jeune, dynamique, innovante qui a su s'adapter à l'évolution de son environnement et intégrer les innovations nécessaires pour rester à la pointe de son métier. «INDEPENDENCE is a state of mind» incarne à elle seule, l'état d'esprit de l'entreprise et des hommes qui font sa réussite mais aussi consacre le patrimoine et l'héritage d'une famille dont l'indépendance est le principal leitmotiv.

Depuis sa création, RAYMOND WEIL est ancrée dans l'univers de l'Art et de la Culture notamment à travers les noms de ses collections (parsifal de Wagner, nabucco de Verdi, don giovanni de Mozart...etc) et jouit depuis longtemps de relations privilégiées avec le monde de la musique : création de pièces horlogères uniques pour des artistes internationaux, partenaire de prestigieux événements musicaux...

Mécène actif, RAYMOND WEIL est également très impliquée dans la promotion de jeunes talents, notamment à travers le RAYMOND WEIL International Photography Prize. Considéré comme l'un des principaux concours de photographie, non seulement en raison des prix offerts ou des partenaires de renom dont la marque s'est entourée (Aperture, Paris Photo, Artforum...etc), cette action de mécénat révèle à la perfection le souhait de RAYMOND WEIL d'apporter son soutien, sur le long terme, à de jeunes artistes.

RAYMOND WEIL
GENEVE

Les grandes dates

1976

M. Raymond Weil crée sa marque en pleine crise horlogère. Réaliser des montres au design et au concept novateurs, est l'objectif premier. Indépendance, savoir-faire horloger, esthétisme et créativité sont les valeurs fondatrices de la Marque.

1982

Olivier Bernheim, gendre de Raymond Weil, rejoint l'entreprise familiale pour devenir Président et Directeur Général en 1996.

1990

Lancement d'une collection masculine et féminine emblématique : Parsifal. Cette collection caractérisée par une alliance de complications, de matériaux nobles et de designs novateurs a permis à RAYMOND WEIL d'acquérir ses lettres de noblesse au sein de l'industrie horlogère suisse.

1999

Création du département Recherche & Développement et prototypage. Ce nouveau département permet ainsi à RAYMOND WEIL de maîtriser tout le processus de conception d'une montre. A la pointe de la technologie, le R&D est à l'origine de nombreuses innovations propres à RAYMOND WEIL : développement de la complication horlogère pour la fonction GMT de la célèbre *don giovanni* così grande two time zones et du système breveté d'interchangeabilité facile et rapide des bracelets de la collection féminine shine.

2006

Elie et Pierre Bernheim rejoignent l'entreprise familiale. La 3^{ème} génération de RAYMOND WEIL assure ainsi cette continuité familiale qui, pour l'ensemble des partenaires de la Marque, est un gage d'équilibre, de stabilité et de pérennité.

Lancement de la collection féminine shine. Les différentes facettes de shine, font de ce bijou horloger un *must have* en parfaite adéquation avec le rythme de vie de la femme d'aujourd'hui, et confirme sa personnalité glamour, sensuelle, forte et audacieuse.

Création du RW Club. Le RW Club offre un service exclusif, unique et privilégié aux clients RAYMOND WEIL, ainsi qu'à tous les amateurs de belle horlogerie, de culture, d'art et de musique.

2007

En 2007, RAYMOND WEIL lance deux collections phare : nabucco et freelancer. La première est une collection mécanique masculine, affichant un imposant boîtier de 46 mm, une étanchéité à 200 m et intégrant un matériau de haute technologie, la fibre de carbone. Collection mécanique masculine et féminine, freelancer, quant à elle, séduit par son audacieux dosage de technicité et de modernité. Ses couleurs contemporaines

RAYMOND WEIL
GENEVE

et la sobriété de son design font de cette collection un héritage de la grande tradition horlogère helvétique.

A l'occasion du lancement de ces deux collections, RAYMOND WEIL dévoile sa nouvelle signature de marque « INDEPENDENCE is a state of mind », renforçant ainsi le positionnement de la Marque en tant qu'entreprise familiale et indépendante et symbolisant la continuité assurée par la 3^{ème} génération.

2009

Lancement de la [nouvelle collection féminine noemia](#). Véritable incarnation de la légèreté féminine et de l'élégance, cette nouvelle ligne attire tous les regards grâce à son design sophistiqué et des diamants étincelants.

Quatrième édition du Prix International de Photographie RW Club qui compte à ce jour parmi les plus importants concours internationaux de photographie.

2010

20 ans après son lancement officiel, l'emblématique collection parsifal a fait peau neuve pour BASELWORLD 2010! Parsifal démontre une nouvelle fois le profond attachement de RAYMOND WEIL à ses racines et son désir de conserver la tradition comme source d'inspiration – tout en sublimant les éléments clés du design, reflet de l'identité très forte de cette collection symbolique

Retrouvez tous les détails sur <http://www.raymond-weil.com/>, découvrez toutes les [collections de montres de luxe](#) ainsi que les dernières créations.

Restez informés:

Rejoignez [RAYMOND WEIL sur Facebook](#)

Suivez [RAYMOND WEIL sur Twitter](#)

Pour plus d'informations:

RAYMOND WEIL Genève

Stéphanie Joire

raymond-weil.com

RAYMOND WEIL
GENEVE