



CHRISTOPHE HOPPÉ

MÊME À L'AUTRE BOUT DU MONDE, IL RESTE À L'HEURE ALSACIENNE!



« Pour se lancer de nouveaux défis »

Il a toujours une idée en tête, Christophe Hoppé. Après la création d'une marque de vêtements ou de bière aromatisée au Picon, c'est au tour des montres de standing. Mais pas question de créer une nouvelle marque française ou suisse. Non, c'est en Australie qu'il va le faire, histoire de pimenter l'affaire ! L'opportunité est là : à l'autre bout du monde, il n'existe qu'une marque locale, de standing moyen. En deux temps trois mouvements, le Mulhousien d'origine propose un produit australien **« made in Switzerland »**, les montres Bausele.

Nous sommes alors en 2010, il vient de débarquer sur le sol australien, amour oblige, puisque sa femme Alexandra est originaire de là-bas. Danseuse contemporaine rencontrée à Genève, elle est aussi globe-trotteuse que Christophe. Ensemble, ils décident de rejoindre l'Australie **« pour élever leurs deux fils et se lancer de nouveaux défis »**. Jusqu'ici directeur financier, pour le groupe Swatch notamment, Christophe pense trouver rapidement un nouveau job. Les mois filent, il finit par travailler pour une entreprise de surf, mais l'envie de créer le reprend. Rapidement, il trouve des partenaires financiers et crée la marque Bausele : **« Beyond Australian Elements »**. Gage de qualité, les montres sont assemblées en Suisse à la Chaux-de-Fonds et, dans chaque modèle, on retrouve un élément du sol australien comme l'opale bleue, la terre rouge du bush ou le cuir de kangourou. Cette collection haut de gamme **« permet de promouvoir autre chose que les tongs, la bière et les plages d'Australie »**.



Le concept démarre bien : grâce à des ambassadeurs sportifs ou artistes, Bausele trouve sa place. En Australie, sept points de vente les proposent, **« dont le magasin David Jones, l'équivalent des Galeries Lafayette en Australie »**. D'autres projets se développent du côté des États-Unis, de la France et des Philippines. En quatre ans, Christophe Hoppé et ses associés ont vendu 4 000 montres, **« c'est sur la bonne voie, mais les objectifs financiers sont plus élevés »** et comme l'Alsacien est du genre très exigeant, il travaille énormément. Pas de quoi l'empêcher de faire du sport, presque chaque matin il court sur la plage... une évidence pour cet ancien basketteur semi-professionnel. Il consacre aussi beaucoup de temps à **« réseauter »** avec l'Alsace.

Là-bas, il a tous ses amis, il sait tout de leur vie, à la semaine près ! Ses enfants communiquent avec leurs grands-parents mulhousiens par skype, pour maintenir le lien. C'est essentiel pour cet entrepreneur de



41 ans. Alsacien avant tout, il joue les ambassadeurs, et même si ce n'est pas sur le papier, il ne rate pas une occasion de valoriser l'Alsace. Un repas avec des amis à Sydney ? Il apporte du crémant alsacien. Un dîner auprès du Premier ministre australien ? Il lui parle de la beauté de sa région d'origine, de son vignoble, du musée de l'Automobile. Il aimerait multiplier le temps pour en faire plus et s'investir pour faire venir les touristes en France.

Son rêve ? Avoir une maison à colombages dans le vignoble. En attendant il fait des stocks de confiture d'églantine de chez Beyer à chaque fois qu'il rentre, il coupe ses tartines sur une planche à pain illustrée par Hansi... des touches alsaciennes dans son quotidien australien. La bonne nouvelle ? Un nouveau marché pour ses montres se développe du côté de Monaco. Une raison de plus pour revenir en France entretenir ses réseaux et ses histoires d'amitié.

Un dîner auprès du Premier ministre australien ? Il lui parle de la beauté de sa région d'origine.

