

Zeitschrift: Femmes suisses et le Mouvement féministe : organe officiel des informations de l'Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Herausgeber: Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Band: 84 (1996)

Heft: 4

Artikel: Le temps au féminin

Autor: Hager Oeuvray, Nicole

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-280952>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

LE TEMPS AU FÉMININ

Gisèle Rufer lance une gamme de montres par et pour des femmes et ambitionne d'ici l'an 2000 la création d'une dizaine de postes de travail dans la région bernoise, la vente de 5000 pièces par année et la conquête du marché mondial. Un sacré défi.

Gisèle Rufer est quasiment née une montre au poignet. Son père, représentant d'une entreprise horlogère en France, est décédé alors qu'il était sur le point de lancer sa propre marque. Quarante ans plus tard, sa fille lui rend hommage en créant *Delance*, une gamme de montres conçues par et pour des femmes. Une partie des bénéfices de cette entreprise devrait, par ailleurs, profiter à d'autres entreprises féminines.

En fait la concrétisation de son vieux rêve s'est trouvée précipitée par les circonstances. Employée par une grande firme horlogère, Gisèle Rufer est soudain confrontée au problème du chômage suite à la restructuration de son entreprise. «*Un signe du destin*», résume-t-elle avec philosophie. Cette femme entreprenante décide alors, riche de plusieurs années d'expériences dans la branche horlogère, de se lancer dans la création d'une ligne de montres pour femmes. Le pari est osé, l'univers de la montre étant presque exclusivement masculin. «*Dans l'horlogerie, les femmes sont pour la plupart secrétaires ou, à la rigueur cheffe de produit. Elles sont rarement aux commandes*», reconnaît cette Biernoise.

Elle décide de suivre les cours de création d'entreprise de l'Université de Neuchâtel. Qui s'ajoutent à une

solide formation commerciale, artistique, technique et scientifique. «*J'ai passé ma maturité après avoir donné naissance à mes deux enfants. J'ai ensuite obtenu mon brevet en enseignement secondaire.*» A force de ne décrocher que des remplacements et de ne se voir proposer que des emplois subalternes dans le secteur privé, Gisèle Rufer retourne sur les bancs de l'Ecole d'ingénieurs de Bienne. Pour obtenir un diplôme d'ingénieur en gestion et informatique. «*Cela n'a pas été sans peine, reconnaît-elle. Quand je rentrais à la maison après 7 ou 8 heures de cours, il fallait encore faire la cuisine, le ménage et corriger les devoirs de mes enfants.*» Ce qui ne l'a pas empêchée, à un moment donné, de s'engager activement dans plusieurs groupements féminins dont le fameux CISc (Centre d'information sexuelle et de contraception). «*Au bout d'un certain temps de bénévolat, j'ai voulu passer de la*



Le public visé, très large, a un cœur de cible très précis: «C'est une femme qui s'engage et participe par l'action à l'amélioration de la vie. Elle est séduite par le projet, le produit et sa symbolique. Elle est prête à offrir, s'offrir ou recevoir une montre d'une certaine valeur»

parole aux actes. J'ai finalement décidé que, pour faire avancer la cause féministe, il me fallait prendre une part active à la vie sociale.»

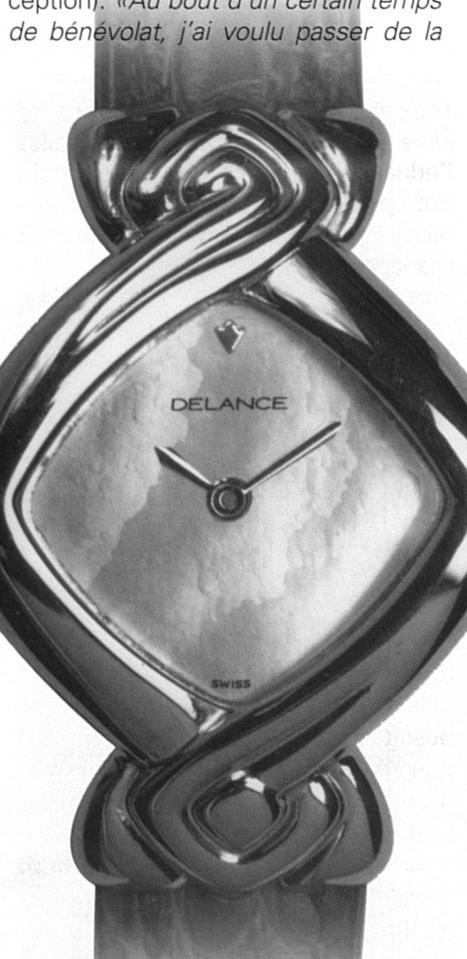
Aujourd'hui, avec la création de sa marque, elle allie ses compétences professionnelles à sa fibre féministe. «*Quand j'ai demandé à mes amies (avocate, graphiste, traductrice, designer, comptable...) de participer à mon projet, elles ont toutes répondu présentes. L'option de ne s'adresser qu'à des femmes a été choisie dès le départ. J'ai voulu faire de ma féminité un atout. Qui, en effet, mieux qu'une femme, peut connaître les désirs et envies d'autres femmes?*»

Ses montres, elle les a voulu reconnaissables entre toutes. D'où cette forme en losange, ses éléments modulaires et interchangeables.

Deux années de travail intensif débouchent aujourd'hui sur une collection de montres haut de gamme, 100% «Swiss Made» en vente depuis quelques semaines. Si la démarche de Gisèle Rufer a d'emblée rencontré l'appui logistique et moral de son cercle d'amies, elle n'a pas suscité l'engouement des investisseurs. Les banques et les entreprises de cautionnement contactées se sont montrées peu enthousiastes, jugeant le projet trop risqué. La créatrice fait donc appel à la solidarité féminine pour financer son projet et lance une campagne de souscription d'actions de sa société anonyme. Les actionnaires pourront acheter une montre à un prix de lancement exceptionnel et, de fait, promouvoir le produit.

Nicole Hager Oeuvray

*Pour en savoir plus: Gisèle Rufer 032/23 64 01



Ce ne sont surtout pas des réductions de modèles d'hommes», précise la manager qui, avec la designer Carole Gygax, de La Chaux-de-Fonds, a fait appel à la symbolique pour illustrer la féminité (losange), l'harmonie (spirale), la source de vie (cabochon).