

Focus

Par Jean-Daniel Sallin

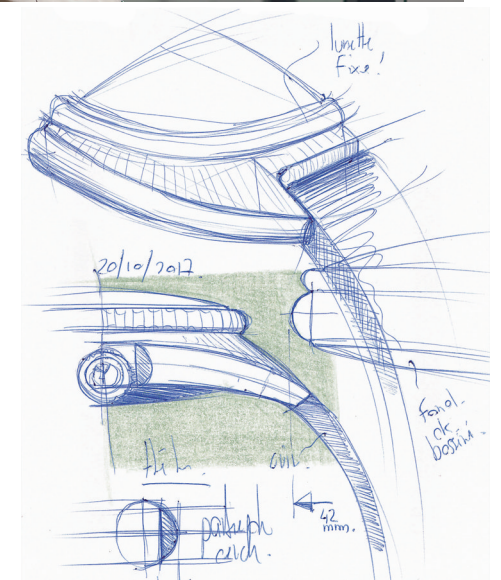
LA STAR

L'artiste français Richard Orlinski a «facetté» une Classic Fusion Aerofusion Chronograph pour Hublot.



L'EXPÉRIENCE

Architecte de formation, Éric Giroud a déjà collaboré avec une septantaine de marques. Il vient de dévoiler, à Baselworld, un projet qu'il a mené pour la marque Matthey-Tissot – dont il nous présente l'un des dessins.



Les designers à l'honneur

Pour sa 17^e édition, le **Salon EPHJ** consacrera une table ronde au design horloger. Ce métier qui crée des icônes!

QU'EST-CE QUI REND UNE montre mythique? Son design ou son mouvement? Quel est l'élément déclencheur de l'acte d'achat dans une boutique: le look du garde-temps ou ce qu'il a dans le ventre? Que vous soyez horloger ou designer, vous aurez un avis diamétralement opposé. Pourtant, si on s'attarde sur l'histoire de l'horlogerie, il faut reconnaître que les icônes naissent souvent au moment du dessin. Au gré d'une fulgurance créative. L'Oyster Perpetual de Rolex, la Royal Oak d'Audemars Piguet, la Santos de Cartier, la Nautilus de Patek Philippe, autant de pièces qui ont participé de la légende de cette industrie. En imposant un style. En dictant des codes avant-gardistes.

La Classic Fusion que Richard Orlinski

a créée pour Hublot vivra-t-elle la même trajectoire? Il est encore trop tôt pour le dire. «On m'a laissé intervenir sur la boîte, chose que l'horloger n'avait jamais autorisée lors de collaborations précédentes. J'ai eu une liberté que je n'aurais jamais eue avec une autre marque», nous disait-il en janvier. Invité au salon EPHJ pour participer à une table ronde autour du design horloger, l'artiste français a ainsi insufflé son esthétique très pop art à ce chronographe. On identifie très vite ces facettes angulaires avec lesquelles il habille son Wild Kong ou sa Panther. «Il est très difficile d'apporter quelque chose de nouveau sur un garde-temps sans tomber dans l'excès.»

Richard Orlinski incarne parfaitement la tendance qui anime aujourd'hui le monde horloger: alors que les «indépendants» n'hésitent pas à repousser le cur-

seur toujours plus loin, à l'instar de HYT, MB & F ou De Bethune, les marques plus établies ne font appel aux designers que par à-coups, surtout pour «revisiter» une collection «de manière contemporaine». Ou pour bousculer les idées reçues dans leur propre équipe de R&D. Pour une maison comme Cartier qui lança la collection Drive au SIHH 2016, combien ne se contentent que de «déclinaisons» de leur modèle phare?

L'exemple Matthey-Tissot

«Ces temps, on remet en effet sur l'établi d'anciens jouets», remarque Éric Giroud. «Après le tunnel de crise que l'industrie a traversé depuis 2008, les marques sont peut-être devenues un peu plus timides. C'est plutôt légitime! Moi-même, je trouve intéressant de travailler sur des modèles qui ont existé.» Architecte de formation, le Genevois n'oublie pas qu'il a commencé ses gammes de designer de cette manière. «On apprend beaucoup. Et puis, dans l'immobilier, on transforme aussi des

maisons. Pourquoi ne pas faire de même dans l'horlogerie?»

Dans le métier depuis vingt ans, Éric Giroud a déjà collaboré avec une septantaine de marques différentes. De Caran d'Ache à Harry Winston. La dernière en date? Matthey-Tissot. Fondée en 1886 dans le village des Ponts-de-Martel, à Neuchâtel, cette maison était d'abord réputée pour ses mouvements qu'elle fournissait à Jaeger-LeCoultre, Ulysse Nardin ou Vacheron Constantin. Même Elvis Presley adouba la marque: son nom s'étalait en toutes lettres sur la lunette de l'un de ses modèles produits à 12 exemplaires seulement...

«Je ne connaissais rien à son histoire», admet le Genevois. «Quand on fait ce métier, il faut être curieux et ouvert d'esprit. J'ai beaucoup voyagé sur le Net afin de mieux saisir l'ADN de cette marque et, également, de m'imprégner des tendances des années 70 au cours desquelles Matthey-Tissot s'est révélée très active.» Éric Giroud a ensuite imaginé une montre classique, au look vintage, avec une déclinaison de cadrans colorés. Présentée à Baselworld, la 1886 – c'est son nom! – a fait forte impression avec sa boîte sablée mat et son mouvement automatique.

«Un designer n'est pas là pour mener la révolution, il se met au service de la marque», analyse Éric Giroud. «Il doit être un peu caméléon et aimer travailler avec des gens: l'horlogerie, sous ses airs d'énorme bateau, est une industrie très humaine.» Mais le Genevois peine à dissimuler son étonnement devant l'importance qu'a pris le design dans cet univers où le marketing fait souvent la loi. Les marques cherchent à se démarquer de ses rivales, en s'attardant sur les détails: la forme de la couronne, l'élégance d'une boucle déployante, le confort des cornes du boîtier, plus rien n'est laissé au hasard. «C'est ce qui permet aux icônes de l'horlogerie d'évoluer dans le temps!»

L'évolution d'une profession

La profession a pourtant évolué. Surtout depuis l'apparition des nouvelles technologies. Ordinateur et imprimante 3D en tête. «Par le passé, nous utilisions la planche à dessin et nos calculs, nous les faisions avec des tables», se souvient Kurt Klaus, créateur de la légendaire Da Vinci pour IWC en 1969. «L'arrivée des ordinateurs a tout changé», précise Christian Selmoni, directeur artistique de Vacheron Constantin depuis 2010. «Les marques

ont alors engagé des designers issus de l'industrie automobile et commencé à former des studios de création au sein des manufactures.»

Éric Giroud, lui, apprécie son indépendance. «Je serais insupportable si j'étais à plein-temps dans une entreprise», sourit-il. Cette liberté lui permet de goûter à des projets aussi inspirants qu'exotiques. Avec toujours le même émerveillement presque enfantin. «Depuis un an et demi, je travaille avec un Américain qui rêve de lancer sa marque horlogère. On doit en créer tout l'univers, du logo au produit final», raconte le designer basé à Bernex. Il planche également sur un nouvel ovni pour MB & F, une maison avec laquelle il est «ami» depuis quinze ans. Cela ne lui arrive-t-il pas de ne rien faire? «Je suis passé maître dans l'art de l'ennui», rigole-t-il. «J'aime m'ennuyer, ce sont dans ces moments-là que je trouve mes idées et que mes doutes s'envolent...» ■

SALON EPHJ-EPMZ-SMT, du 12 au 15 juin à Palexpo. Infos sur www.ephj.ch. La table ronde consacrée au design horloger aura lieu le 13 juin dès 15h30. En présence de Richard Orlinski, Éric Giroud, Jean-Marc Wiederrecht, Emmanuel Gueit, Pierre-Laurent Favre et Roderich Hess.

PHOTOS: HUBLOT/DR. JOHANN SAUTY, SKETCH: ÉRIC GIRLOUD