

4 septembre 2009 - LTMHE80J (*) : Les 10 textos d'actualité horlogère de Xavier Perrenoud (L'Atelier XJC, La Chaux-de-Fonds)

SOIXANTE-DIXIÈME JOUR...

Impossible d'arracher à Xavier Perrenoud, enseignant à l'ECAL (école de design, Lausanne), la liste des montres qu'il a dessinées. A son crédit : Ebel, Corum, Swarovski, Concord, Omega ou Victorinox. Avec son Atelier XJC, il a dessiné une des plus intéressantes montres de 2009, la T-Bridge de Corum, en réussissant à maîtriser la charge émotionnelle d'une icône de la marque en même temps que l'apport d'un design contemporain percutant. Une escale de rigueur dans les derniers jours du Tour du monde horloger en 80 jours.



● Où en sont les commandes des marques pour les salons 2010 ?

●●●● XAVIER PERRENOUD (L'Atelier XJC, La Chaux-de-Fonds) : Les projets en cours pour Bâle 2010 sont en cours de finalisation. Nous travaillons actuellement aussi pour 2011, voire 2012.

● Ces commandes ont-elles sensiblement évolué avec la crise (fréquence, style, prix, genre des marques, etc.) ?

●●●● La crise a accéléré une rupture annoncée. On revient à des produits plus cohérents, moins opportunistes. Les marques ont une plus grande attente envers le design.

● Le plus intéressant : relooker une collection classique pour une grande marque ou créer un nouveau concept radical pour une marque indépendante ?

●●●● Peu importe ! Ce qui m'intéresse avant tout, c'est de travailler avec des personnalités qui ont une stratégie et une vision. Avec elles, il n'y a pas de petits projets...

● Quelles sont les influences majeures sur le design horloger contemporain (industrie, art, technique mécanique, mode, etc.) ?

●●●● Chaque designer a ses propres influences : le plus important, c'est de les remettre en question.

● Le design horloger est-il capable de réveiller la passion pour les montres ?

●●●● Quoi d'autre ? Encore faut-il qu'il soit bien utilisé.

● Tendance pour l'après-crise : classique, contemporain, hybride, concept, rupture, etc. ?

●●●● Pourvu qu'on en ait fini une fois pour toutes avec le n'importe quoi !

● Expressivité du style, lisibilité de l'heure ou fonctionnalité de la montre ?

●●●● Un produit réussi possède indiscutablement ces qualités.

● Faut-il penser « montres » ou « objets du temps » (pendulette de bureau, montre de poche, horloge, tableau de bord, nouvelles lectures de l'heure, etc.) ?

●●●● Cela dépend des cas : une diversification peut être réussie si elle s'inscrit dans une cohérence et dans la culture de la marque.

● Le design doit-il devenir un élément prépondérant de la communication horlogère ?

●●●● Of course !

● Sortie de crise pour quand ?

●●●● Désolé, demandez peut-être à Paco Rabanne !

(*) « Le Tour du Monde Horloger en 80 Jours » (exclusivité Business Montres) : pendant tout l'été 2009, l'actualité horlogère au jour le jour, exprimée du tac au tac par quatre-vingt décideurs et influenceurs, en quatre-vingt fois dix textos d'actualité.