

XAVIER PERRENOUD

Au terme de designer horloger, Xavier Perrenoud préfère celui de designer dans l'industrie du luxe. Il partage son temps entre son atelier XJC qu'il a fondé en 2001, son poste de professeur titulaire au MAS-Luxe à l'ECAL et un laboratoire d'idées dans lequel il explore avec des jeunes designers les pistes susceptibles d'exploiter le savoir-faire horloger en l'adaptant à la mode, aux accessoires ou à la bijouterie.

Entre création personnelle et respect des codes de la marque, de quoi vous inspirez-vous pour dessiner vos montres?

Je ne suis pas là pour exprimer mes idées personnelles mais pour m'immerger dans le patrimoine culturel de la marque. Evidemment j'ai une manière d'aborder les projets qui m'est propre. Le contact avec les étudiants qui viennent du monde entier et les autres professeurs est très riche et m'aide à me remettre en question. Le travail de laboratoire que nous faisons en équipe à l'atelier me permet aussi d'exprimer des visions plus personnelles. Tout peut être source d'inspiration.

Les designers horlogers restent dans l'ombre des marques pour lesquelles ils créent. Cet anonymat vous pèse-t-il?

Nous travaillons pour des marques internationales. La confidentialité et la discrétion sont fondamentales. Il est important d'être humble et de se fondre dans la marque.

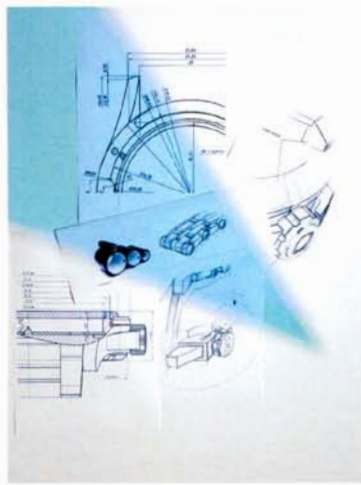
Pouvez-vous nous révéler quelques-unes des montres que vous avez signées sans trahir personne?

Après plus de vingt ans de travail dans le domaine, j'ai dessiné beaucoup de modèles dont quelques-uns sont devenus iconiques. Certaines marques exigent la confidentialité alors que pour d'autres les choses sont officielles. Je préfère donc ne citer personne en particulier. Mais tout se sait...



LES DESIGNERS DE L'OMBRE

PROUESSES TECHNIQUES OU HISTOIRE, VOILÀ LES POINTS SUR LESQUELS LES MARQUES HORLOGÈRES S'APPUIENT POUR BÂTIR LEUR RÉPUTATION ET COMMUNIQUER. L'ASPECT DE LA MONTRE N'EST EN REVANCHE QUE RAREMENT VALORISÉ, ET SON DESIGNER RESTE, À DE RARES EXCEPTIONS PRÈS, DANS L'OMBRE.



Le design en tant que tel n'est apparu dans l'horlogerie qu'au cours des années 1960. Jusque-là, l'apparence des montres était souvent définie par les pièces disponibles ou la fonction à laquelle elles étaient destinées. Peu à peu, cependant, les horlogers comprirent l'intérêt qu'ils avaient à se singulariser non seulement par la technique mais aussi par l'esthétique: donner une cohérence visuelle à tous leurs produits allait per-

mettre une reconnaissance rapide de leur marque.

Malgré cette évolution, ceux-là ont toujours voulu garder la main sur la création: le nom des designers, qu'ils travaillent en interne ou en qualité de prestataires externes, reste secret. Seule la sacro-sainte marque doit être louée et reconnue. Comment les designers horlogers vivent-ils ce relatif anonymat? Bilan Luxe est allé à la rencontre de quatre d'entre eux.