

Quand passe le grapheur masqué et quand repasse le vice-amiral : c'est l'actualité des montres après la Chandeleur



Mais aussi les étoiles de cristal qui rallument la flamme d'une ancienne icône, le rétro-progressisme d'un style quarantenaire et le Pig qui ne relève pas de la confiture aux cochons...

Avec Grégory
Pons

NIXON : Une post-icône rétro-progressive...

Imaginons que, dans les années 1970, un créateur de montres ait décidé que ses montres forcément « intemporelles », étaient destinées à être transmises aux générations futures. Ce créateur à l'instinct patrimonial aurait certainement rêvé d'enfermer les codes de ces années encore un peu exubérantes dans une montre qui aurait ressemblé à la nouvelle Dork Too de Nixon, la marque californienne préférée des surfeurs et des explorateurs urbains. Le style est délibérément techno-vintage, la lecture de l'heure « oblique » rappelant les montres « casquette » qu'on lisait latéralement : mieux qu'une icône du passé, c'est une pré-icône post-électronique [ou l'inverse tellement c'est tendance] ! En prime, un astucieux dispositif qui fait sonner les heures – au cas où on ne pourrait pas lire les chiffres du cadran. On peut recharger la montre avec un cordon USB : avec son look low-tech rétro-progressif, la Dork Too est donc... en prise avec son temps. Pour 160 euros, c'est le grand frisson assuré pour ceux qui assurent...

ICE-WATCH : Une transmutation cosmique...

La marque indépendante belge qui a quasiment réussi à supplanter Swatch sur le marché des montres en « plastique » est en train de s'offrir un nouveau destin dans l'acier, en conservant à la fois son identité esthétique (très influencée par diverses « icônes » de l'horlogerie) et sa politique de prix accessibles. Avec, en prime, une touche d'originalité créative qui en remonte aux « icônes » en question, un peu figées dans leurs certitudes. Un bon exemple de cette transmutation inattendue est à trouver dans la nouvelle collection Ice Steel Cosmos, qui réinterprète un fameux « fétiche » subaquatique en le ponctuant de cristaux Swarovski qui lui apportent une sorte de profondeur galactique. Une féerie qui se décline avec élégance en argent (en haut de la page) ou en doré (ci-dessous), sans dépasser les 170 euros : ce clin d'œil accessible remixe avec humour les codes du luxe, non sans ajouter aux poignets féminins une sympathique note d'énergie et de non-conformisme.

KONSTANTIN CHAYKIN : Un Pig-malion russe...

Impossible de manquer les petits cochons qui marquent le Nouvel An chinois et notre entrée zodiacale dans l'Année du Cochon. Si les marques horlogères suisses ont pris très à cœur (un peu trop) ce zodiaque lunaire qui relève en Asie d'un folklore un peu désuet, le jeune horloger indépendant Konstantin Chaykin, qui nous arrive de Russie, a préféré prendre ses distances. Son Pig (malion ?) rose nous tire une langue qui affiche, en réalité, les phases de la lune tout au long du mois lunaire. Les yeux de ce grotesque horloger indiquent les heures (position de la pupille dans l'iris, à gauche) et les minutes (à droite). Le tout dans un boîtier en bronze. Une horlogerie déjantée, mécaniquement très sérieuse, mais à ne surtout pas prendre trop au sérieux...

TAG HEUER : Un Provocateur masqué...

De temps en temps, les marques suisses se réveillent et parviennent à capter l'air du temps: c'est l'opération réussie avec le grapheur urbano-américain Alec Monopoly, célèbre pour son petit « capitaliste » en haut de forme [*détourné du vrai jeu de Monopoly*], masqué d'un bandana comme l'artiste lui-même quand il paraît en public. Un détournement générationnel qu'on retrouve sur le cadran d'une nouvelle Carrera (43 mm) à lunette en céramique noire : Alec Monopoly est désormais un « Art Provocateur », ce qui l'autorise à taguer quelques boutiques TAG Heuer dont la *customisation* fait de mini-musées d'art contemporain. C'est moins de la provocation que de la valorisation raisonnée, mais on doit apprécier à sa juste valeur cet effort des vieilles maisons d'horlogerie pour renouer le dialogue avec les nouvelles générations...

PANERAI : Un vice-amiral plein de (bonnes) surprises...

À quoi tient la « bonne réputation » d'une marque ? Généralement à la confiance des amateurs comme on a pu le vérifier récemment avec la vente aux enchères, chez Artcurial, d'une Panerai des années 1950, adjugée à 226 000 euros – ce qui constitue le second meilleur prix jamais atteint par une Panerai aux enchères [*le record à battre reste les 375 000 euros atteints chez Sotheby's par une Panerai quasiment identique, en 2014*]. Le secret de cette enchère : pas forcément l'état de la montre, dont on voit qu'elle a été portée, mais plutôt sa rareté et surtout son *pedigree*, puisque c'était la Panerai personnelle du vice-amiral Amadeo Vasco, héros des nageurs de combat italiens pendant la Seconde Guerre mondiale, quand l'Italie torpillait ici ou là, en Méditerranée, les unités navales de Sa Gracieuse Majesté britannique. Atout supplémentaire de cette montre « historique » dans tous les sens du terme : son boîtier et son mouvement signés Rolex, puisque la marque genevoise était le fournisseur officiel de l'Officine Panerai de Florence. Quand une montre en acier coche toutes les bonnes cases, son prix d'adjudication double l'estimation, qui était de 80 000-120 000 euros. Comme quoi c'est la force d'un héritage qui fonde la consistance d'une marque et sa désirabilité, bien plus que le marketing qui essaie aujourd'hui d'exploiter les valeurs du passé pour justifier une production de masse : la maison Panerai, qui est à la recherche d'un second souffle, aurait tort de négliger le signal que lui envoie, à sept décennies de distance, la montre un peu défraîchie d'un courageux vice-amiral...

• LE QUOTIDIEN DES MONTRES

Toute l'actualité des marques, des montres et de ceux qui les font, c'est tous les jours dans [Business Montres & Joaillerie](#), médiafacture d'informations horlogères depuis 2004...