

BUSINESS MONTRES. 12 Avril 2011. Suisse

12 avril 2011 - LE FRANC-TIREUR DE BASELWORLD 2011 # 38 : Les 10 « nouvelles marques » qui ont marqué la semaine bâloise

C'était aussi le Bâle des débutantes, pour les nouvelles marques qui vivaient là leur premier grand salon horloger.

Etre une « nouvelle marque » n'est pas une excuse : c'est seulement (mais c'est déjà beaucoup) une belle et ardente obligation de mériter sa place...



●●● LES « PETITS NOUVEAUX » DE LA CLASSE POUR L'ÉPISODE BASELWORLD DU PRINTEMPS 2011...

Comme tous les ans, beaucoup de « jeunes marques » ont fait cette année leurs premières armes à Baselworld, avec des réussites inégales. Une sélection [*subjective et non exhaustive*] des dix plus intéressantes nouvelles références n'a de sens que si elle est mise en perspective, en tenant compte de l'originalité de chaque proposition et de son potentiel de développement. *Business Montres* – qui a déjà commenté certaines de ces pièces – reviendra dans les semaines qui viennent sur un certain nombre de ces montres (présentation par ordre alphabétique pour ne pas créer de jaloux et pour ne pas comparer des concepts horlogers par nature très hétérogènes)...

1)
ANTOINE MARTIN

Martin Braun et quelques copains ont créé, ensemble, la manufacture MHO pour développer calibres et complications, en même temps qu'ils lançaient une nouvelle marque, Antoine Martin, comme une sorte de « laboratoire expérimental » de leurs créations. Objectif : des complications contemporaines, intelligentes et audacieuses. Au programme : un très joli quantième perpétuel à grande date et grand balancier (17,5 mm), réserve de marche de 6 jours et échappement « hautes performances » (silicium), bourré de micro-optimisations technologiques. Les dimensions généreuses de ce mouvement (39,5 mm de diamètre) le destinent aux grands boîtiers de nouvelle génération...

2)
BLACKSAND

La nouvelle marque d'Alain Mouawad est une des meilleures surprises de Baselworld 2011, par la réussite de son design, la variété de ses déclinaisons, la qualité de ses finitions, l'attention portée à tous les détails du *branding* et l'ambition de construire une vraie référence en prenant le temps de *bien faire*. Il y a une vraie promesse de fidélité à la tradition dans la démarche de BlackSAND, qui a pris pour devise *Semper Fidelis* (« Toujours fidèle »), et qui donne dès son premier modèle, Uniformity (image ci-dessus : le modèle or rose, avec Alain Mouawad en cartouche), des gages d'une *loyauté* dégagée de l'habituel *bullshit* marketing des nouveaux créateurs. Une démarche d'*authenticité* qui se remarque au « Manufacturé en Suisse », à la justesse des proportions, par l'exécution très travaillée des différents de la montre (boîtier, cadran, couronne, aiguilles, fond, mouvement automatique Technotime entièrement repris, certifié chronomètre et « chronofiable ») et au réalisme de la démarche commerciale, débarrassée de toute arrogance. C'est rafraîchissant !