

BUSINESS MONTRES

LA LETTRE INTERNATIONALE DES MARCHÉS HORLOGERS & joaillerie ●●●

► Accueil ► Brèves ► Présentation ► Grégory Pons ► Anciens numéros ► S'abonner

22 juillet 2010 - GOOD MORNING, WATCHES ! Votre résumé matinal de l'actualité estivale pour ce qui concerne les montres et les marques

**Vite fait,
bien fait
pour profiter
des « vacances
horlogères » tout
en gardant un œil
sur l'écran radar :
ce qu'il faut savoir,
comprendre
et garder en tête
avant de repasser
en mode *farniente*...**

1)
... **Minority Report**, c'est déjà aujourd'hui ! Pas la montre Bvlgari, qui n'était qu'une Omega Speedmaster X-33 mal camouflée, mais la réalité des publicités interactives personnalisées que Steven Spielberg annonçait pour 2054. [Revisitez cette courte scène](#) de Tom Cruise entrant dans un magasin Gap et accueilli par des hologrammes 3D : des tests sont en cours au Japon (gares et métro de Tokyo), avec 27 écrans pour adapter l'offre publicitaire à l'âge et au sexe du badaud en mouvement devant la publicité digitale (source : [Yomiuri Shimbun](#))...

2)
... **Le regard alternatif sur le temps de Richard TimeVision** : cette mini-entreprise lausannoise s'est fixé pour objectif de renouveler l'imaginaire horloger. Sans viser à une révolution conceptuelle, le travail de création du mouvement et le design de l'affichage du temps se situe dans une logique de dynamisme et de « simplification de la complication ». Exemple avec « Orbite 2010 version Snyder », développé conjointement par Frédéric Richard et Olivier Randin (jeune marque lausannoise). C'est un module très épuré de minutes rétrogrades, heures circulaires sur 24 h et indicateur jour-nuit (image ci-dessus : il est 10 h 10)...

