



Horlogerie

Vernissage de l'exposition temporaire «Royal Oak»



Le vernissage à la galerie de L'Essor

Un an, presque jour pour jour, après sa réouverture, l'Espace Horloger accueille sa deuxième exposition temporaire. Les «montres-école» cèdent leur place à une «montre icône»: la Royal Oak d'Audemars Piguet. Inaugurée le 23 mai, cette exposition est ouverte au grand public jusqu'au 30 mars 2014. Petit tour d'horizon.

C'est en présence d'une septantaine d'invités que Charles-Louis Rochat, président de la fondation de l'Espace horloger, a procédé au vernissage de l'exposition temporaire dédiée à la fameuse Royal Oak d'Audemars Piguet. L'occasion de dresser un bilan circonstancié d'une année d'exploitation et de revenir sur les buts de l'Espace Horloger.

«Le concept du musée est ainsi fait qu'il doit répondre à trois buts principaux envers le visiteur: comprendre comment fonctionne une montre, connaître les principaux métiers de la branche, montrer les spécificités de la Vallée de Joux dans le domaine horloger.

C'est ainsi qu'animés par ce désir de mettre en avant la région, de souligner



Charles-Louis Rochat, président de la fondation de l'Espace Horloger

aussi le rôle fédérateur de l'Espace horloger, nous nous sommes approchés de la Manufacture Audemars Piguet qui a fêté en 2012 le quarantième anniversaire de sa montre icône Royal Oak», a récapitulé ce dernier (pour le bilan global, voir notre premier encadré).

Focus sur le savoir-faire comblé

Deuxième orateur, Sébastien Vivas, responsable du patrimoine au sein de la manufacture du Brassus, n'a pas manqué, quant à lui, de souligner une «démarche courageuse consistant à proposer, dans un musée public, une exposition dédiée à une montre qui est encore commercialisée».

«Il ne s'agit pas ici d'une action promotionnelle, mais bien de comprendre la nature profonde de cet objet et les raisons de son succès», a tenu à préciser celui-ci avant de rappeler que,

pour une entreprise horlogère, créer une montre icône équivaut à toucher le Saint Graal.

Des propos relayés par le conservateur de l'Espace Horloger. «Cette exposition temporaire se veut avant tout académique puisqu'il s'agit d'analyser un objet du point de vue sociologique, historique, économique et technique. Elle ne doit donc pas être perçue comme une action de marketing», a également indiqué Dave Grandjean.

De quoi donc écarter tout soupçon mercatique et remettre l'objet en lui-même au cœur de l'événement (voir notre second encadré)...

De la pub et le menu du jour

Cela étant, la Royal Oak a aussi une histoire commerciale. Ce pan du passé fait l'objet d'une exposition parallèle qui se tient à la galerie de L'Essor jusqu'au 24 juin. Les visiteurs peuvent y découvrir une rétrospective des 20 premières années publicitaires du fameux garde-temps.

Une fois ces précisions d'importance apportées, Dave Grandjean s'est penché sur une autre nouveauté, à savoir le «menu du jour».

«L'Espace Horloger se situe à mi-chemin entre une école et un parc d'attractions. Comme tous les endroits du même type, il se doit de fidéliser sa clientèle. Dans le but de changer au-



Imprimerie Baudat
1348 Le Brassus
021/ 845 55 27
www.baudat-favj.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 3'145
Parution: hebdomadaire

N° de thème: 781.42
N° d'abonnement: 1089806
Page: 7
Surface: 44'247 mm²

tant la vision de l'endroit que le comportement des visiteurs, nous avons décidé de comparer l'espace à un restaurant et de présenter régulièrement une sorte de menu du jour au travers d'un parcours particulier», a-t-il expliqué avant d'inviter l'assistance à visiter l'exposition et à découvrir le menu «Chronomètre».

Alex Charmey



Une des affiches proposées dans le cadre de l'exposition publicitaire



Sébastien Vivas, responsable du patrimoine Audemars Piguet



Dave Grandjean, conservateur de l'Espace Horloger et le «Menu du jour»