

Le quotidien de l'horlogerie > Nos articles

Cet article est désormais consultable intégralement. Vous trouverez la liste de vos achats, ainsi que vos factures dans la page de gestion de votre compte.

BLANCARRÉ

Une nouvelle marque très carrée, qui n'arrondit pas les angles – ni d'ailleurs les prix...

✍ Le 27 / 06 / 2016 à 07:00 Par Grégory Pons

Le « carré blanc », pour les uns, c'est le tableau de Malevitch, « Carré blanc sur fond blanc » (1918), un pied-de-nez pictural qui accuse déjà son siècle de provocation. Pour les autres, c'est le pictogramme qui avertissait les parents quand la télévision diffusait des scènes de nudité. Pour les initiés, c'est l'espace vierge (« white cube », neutre et blanc) mis à la disposition d'un artiste dans une exposition. Nicolas Mertenat, le créateur de la marque Blancarré, a opté pour une surprenante fusion des trois...



24

DBLANCARRÉ

SWISS MADE

La provocation graphique ? Elle est immédiatement sensible dans la première collection Blancarré, d'une rigueur géométrique monacale, plus carrée que carrée, avec des angles traités sans concessions (plus vifs que vifs), des aplats d'une implacable netteté, des lignes qui se superposent, qui se tendent et qui se rencontrent sans jamais se contrer, une palette de couleurs ultra-minimalistes qui n'autorisent pas la moindre facilité. On sent la « patte » du designer (Nicolas Mertenat, qui a signé quelques belles montres chez les uns ou les autres, mais chacun le reconnaîtra : *ci-dessous*) et le métier du spécialiste de la montre, qui a choisi de ne pas tricher avec ses origines jurassiennes – le *sourcing* de sa première collection est à 85 % purement jurassien suisse – et d'aller loin dans l'exigence de rigueur, tant dans le choix des matériaux (titane, céramique, caoutchouc) que dans celui des mouvements mécaniques, et jusque dans la qualité des finitions. Dommage que le prix – inévitablement situé à un niveau coûteux (autour de 5 000 CHF) compte tenu de la qualité des prestations ci-dessus – rende ces montres un peu moins désirables, alors qu'elles avaient tout pour séduire...



L'espace vierge pour exposer ? Nicolas Mertenat a choisi de ne pas faire comme tout le monde avec sa nouvelle marque et de ne pas en appeler aux réseaux traditionnels de distribution. Il a tout misé sur des boutiques éphémères, liées à des lieux de mode, à des galeries d'art et à des concept stores, d'abord en Suisse, puis ailleurs en Europe. Il compte aussi sur sa propre boutique en ligne : son « white cube », ce n'est pas seulement le puissant jansénisme esthétique de sa montre, c'est aussi le dépouillement de son approche du marché, à la recherche des amateurs purs et durs d'émotions sans tiédeur. Pas facile d'émerger dans la foire d'empoigne qu'est devenu le forum de l'horlogerie mondiale, à une heure où chacun peut décrocher le *jackpot* sur Kickstarter : Blancarré revendique le droit de penser *out of the box* et de marcher ailleurs que dans les clous. À « D'lémont », la capitale de cette République jurassienne d'où est issu le clan Mertenat (notamment les deux frères, Nicolas et Claude, qui ont poussé à la roue pour lancer cette marque), on a la caboche aussi dure que les rochers qui font frissonner la Sorne et la Birse. Dans ce haut plateau, les montres sont aussi sacrées que la crosse épiscopale de l'évêque bâlois qui avait accordé leurs franchises aux défricheurs médiévaux de ces solitudes forestières...

L'avertissement pour les adultes ? Blancarré, c'est mieux qu'un « carré blanc » dans le coin de l'écran : c'est carrément un poing dans la gueule des conformistes ! Attention, fort indice de créativité et forte propension à séduire : au poignet [37 mm pour un carré de 11 mm d'épaisseur], les montres sont indéniablement « fortes » et elles imposent leur présence par leur originalité. L'effet rareté jouera à plein du fait du mode de distribution hyper-sélective choisi : s'il y a ostentation, elle est dans l'affichage d'une montre radicalement non-conformiste, qui éclaire ce que seront, demain, les nouvelles marques appelées à reconquérir le terrain face aux *smartwatches* ultra-banalises. S'il y a une alternative horlogèrement architecturée à l'Apple Watch, c'est bien cette collection Blancarré, dont les montres jouent les sculptures de poignet pour des amateurs urbains graphiquement très éduqués et libérés de tout prurit statutaire.



Le pari Blancarré n'est pas sans risques, du fait de la sélectivité de l'approche commerciale et d'un positionnement prix très ambitieux sur un marché en crise qui privilégie le *low cost*. L'argument jurassien [*Jurassic Pride* ?] a des limites géographiques et culturelles qui ne dépasseront guère la Romandie, même si la boutique en ligne peut rassasier des appétits venus d'ailleurs. Le talon d'Achille de Blancarré n'est pas ici créatif, mais purement économique : comment gérer dans la durée un développement par nature lent et gourmand en investissement ?

