



Retrouvez l'ensemble de nos articles sur Baselworld et l'horlogerie, ainsi que toutes les news durant le salon à l'adresse

baselworld.arcinfo.ch



Gucci, Swarovski, Citizen ou Bulgari: les nouveaux stands de Baselworld brillent de mille feux. Mais tous expriment, durant une semaine, l'âme de la marque qu'ils représentent. SP-KEYSTONE

**STANDS** Les marques horlogères ont inspiré les architectes d'ici et d'ailleurs.

# Des pavillons d'or et de lumière

FRANÇOISE KUENZI

Entre le stand de Rolex et ses 1230 m<sup>2</sup>, celui de Swarovski avec son mur de cristal et les 56 000 platines de mouvements de Citizen, les exposants de Baselworld mêlent gigantisme et imagination. Coup de projecteur sur cinq pavillons.

## ROLEX

Lors de sa première participation à la Foire de Bâle, en 1939, le stand de Rolex mesurait 30 mètres carrés. 74 ans plus tard, le nouvel espace du géant horloger, conçu à l'interne, s'étend sur 1230 mètres carrés au sol, sur trois étages, dont un restaurant pour 40 convives. 150 camions ont été nécessaires pour acheminer le matériel. On trouve partout les codes de Rolex. Ainsi, les décors en acrylique vert représentent des vagues, clin d'œil à la première montre étanche, l'Oyster.

## SWAROVSKI

Le stand de Swarovski est le seul stand rond de Baselworld. Il occupe le pourtour du grand «trou» du complexe d'Herzog et de Meuron, sur une circonférence

de 155 mètres, au 1er étage de la grande Halle 1. Les murs sont constitués de 250 000 miroirs réflecteurs hexagonaux, symbolisant les cristaux Swarovski, avec 22 800 lampes s'allumant de manière aléatoire. Les murs intérieurs sont constitués quant à eux de véritables cristaux! C'est un designer japonais, Tokujin Yoshioka, qui a créé ce stand, baptisé «Wings of Sparkle», que l'on peut traduire par «ailes scintillantes».

## BVLGARI

Bulgari est désormais au cœur de Baselworld, alors que la marque occupait ces dernières années une halle rien que pour elle. Situé à l'entrée de la Halle 1, le stand de Bulgari représente un serpent, long de 82 mètres, emblème de son modèle phare, la montre Serpenti. La rampe qui monte dans les étages est le corps du serpent, les fenêtres des salons tout en haut sont les yeux. Bulgari mise sur les matériaux: le serpent est en bronze, les vitrines en marbre et en verre, et deux superbes lustres en verre de Murano animent l'intérieur du stand, habillé également de soie.



En 1939, pour sa première participation, Rolex occupait 30 mètres carrés à Bâle. En 2013, la marque à la couronne règne sur 1230 m<sup>2</sup>, sur trois étages. SP

## CITIZEN

Avec ses 56 000 platines de mouvements, le pavillon de Citizen est davantage une œuvre d'art qu'un stand de foire. Il a été conçu par l'architecte

japonais Tsuyoshi Tane, basé à Paris. Baptisé «Frozen Time», ou «Temps gelé», il a été imaginé après une visite effectuée par l'architecte sur le site de production de Citizen, étonné du

nombre de pièces envoyées au rebut. «C'est une manière de les faire revivre», nous a-t-il confié. Avec un jeu de lumière et de musique, ce stand donne l'impression de se balader sous une pluie d'étoiles. Une dizaine d'ouvrières ont «cousu» ces 56 000 platines à des milliers de fils.

## GUCCI ET GIRARD-PERREGAUX

C'est l'atelier d'architecture neuchâtelois Manini Pietrini qui a conçu le grand pavillon des marques du groupe Kering comprenant Girard-Perregaux, Jeanrichard et Gucci. Il occupe une surface de 1690 mètres carrés. «L'idée était de représenter un vrai bâtiment urbain dans un contexte de salon», relève Guido Piertrini, «en utilisant du verre, de la pierre, tout en veillant à différencier les façades en fonction de la marque».

Ainsi, Gucci exprime le luxe, dans le respect des codes de la marque, alors que Girard-Perregaux, marque plus horlogère, fait référence «à l'architecture du mouvement». Le bureau Manini Pietrini a également réalisé le stand bâlois de la marque Perrelet. ○