

Innovation

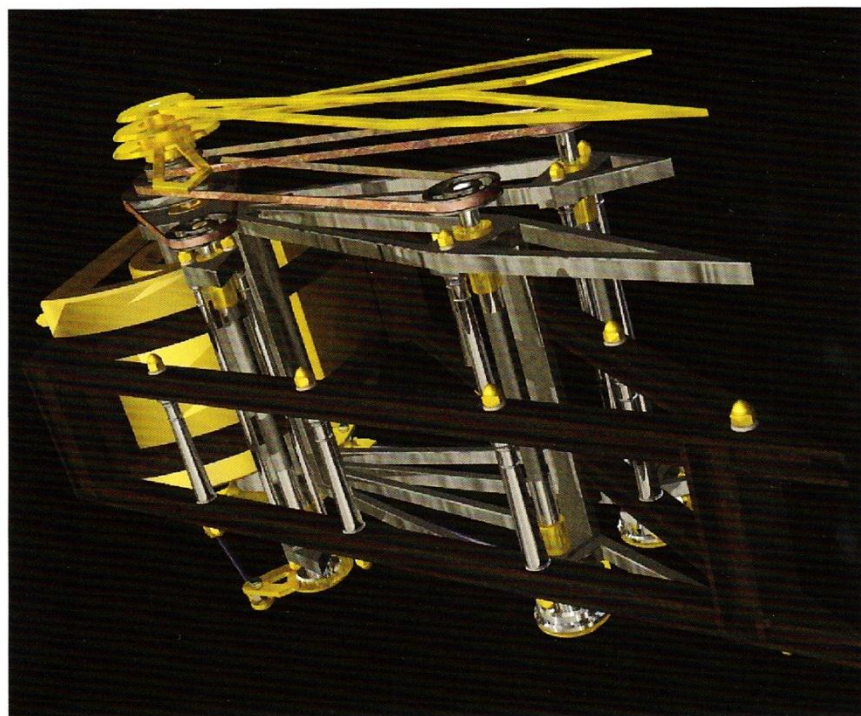
Y a-t-il un marché pour les idées?

*Propos recueillis par
Lorétan Khipas / TàG Press +41*

Avoir une bonne idée, c'est bien. Encore faut-il trouver une marque qui s'en entiche au point d'engager les faramineux frais de développement qui déboucheront peut-être sur un modèle fonctionnel. C'est ce qui est arrivé avec Frédéric Richard de TimeVision, rencontré au salon EPHJ.

Ce concepteur éclairé, fondateur de TimeVision, vous regarde avec des grands yeux de novice sur fond de ton didactique. Il taquinait déjà en théorie la force contre-nature des aimants. Non pas pour le calibre, mais pour l'affichage. Au point d'intéresser une marque à vouloir en faire usage. Christophe Claret et sa solide structure ont permis à l'idée de se concrétiser à travers l'X-Trem-1, une prouesse de tourbillon incliné à 30° monté sur une platine tridimensionnelle en titane. Ce garde-temps utilise un mécanisme de sustentation magnétique pour afficher le temps.

Variations 3D sur le logo de TimeVision.



La Lune Voyageuse, un autre projet de TimeVision...

Frédéric Richard, les bonnes idées disposent-elles donc d'un marché?

Chez TimeVision, nous créons et innovons sur différents thèmes. Il faut que ces sujets soient attrayants, surprenants, novateurs et, pourquoi pas, même provocants.

Donnez-nous un exemple...

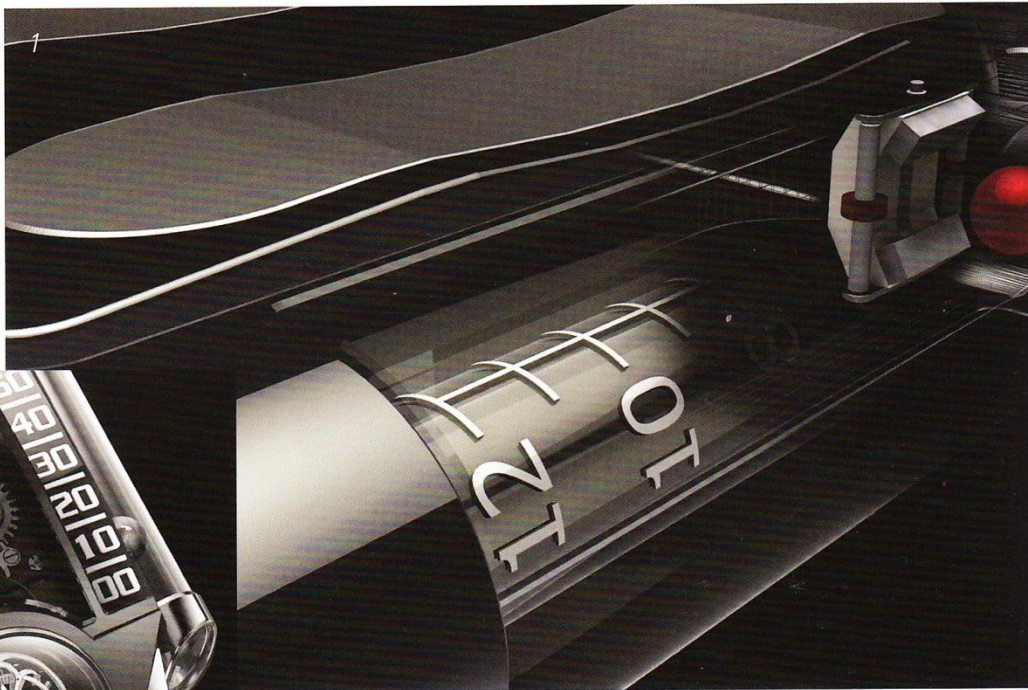
En 2010, nous avons proposé un affichage d'heures et de minutes à partir d'éléments mobiles entraînés sans contact mécanique avec le mouvement supposé l'animer.

Comment est-ce possible?

On s'en doute, il est question de magnétisme. Pour beaucoup, un aimant ►

1. Le système originel développé chez Time-Vision par Frédéric Richard.

2. L'X-Trem-1 de Christophe Claret. Sur les côtés, les indicateurs d'heures et de minutes posés en suspension magnétique.



dans une montre, c'est un peu comme un lapin à bord d'un navire au temps de la marine à voile. C'est limite provocant.

monsieur de l'horlogerie compliquée, Christophe Claret, d'avoir cru en cette idée folle et d'en avoir permis l'aboutissement.

tant, il n'est pas question de dompter la foudre... Cela dit, je salue le courage d'un grand

Ça vous arrive souvent ce genre d'idées?

Il ne faut pas rejeter les idées dès qu'elles dépassent l'état de nos connaissances. Tout ce qui n'a pas encore été découvert me fascine, c'est ce qui me guide. Ce qui me plaît dans l'innovation en général, c'est la possibilité, voire l'obligation, de sortir du chemin déjà tracé. Casser les paradigmes pour voir autrement... ■

Pourquoi ne pas mettre d'aimants dans une montre?

Pour ne pas perturber l'oscillateur. Il n'empêche que les champs magnétiques, on vit dedans. Il est donc plus intéressant de penser qu'on va les apprivoiser, les diriger. Comme les lignes à haute tension dans un champ. Certains phénomènes magnétiques sont autonomes. Imaginons que les champs soient bouclés, ceux-ci se retrouveraient isolés de l'environnement.

En quoi une telle idée peut-elle provoquer?

Si le seul moyen de vous éclairer était la bougie et que quelqu'un vous propose de vous éclairer à l'électricité, alors qu'à votre époque elle est associée à la foudre, vous n'auriez qu'une peur: que le ciel vous tombe sur la tête! Pour-

La résonique à la SSC

Lors de la 15^e Journée d'Etude de la Société Suisse de Chronométrie, l'horloger Denis Flageollet et Siddhartha Berns de la marque De Bethune présentent la résonique. Ou comment utiliser le magnétisme via la force d'un aimant pour faire entrer en résonance une mini languette métallique dont les oscillations, dépassant ce qu'il est raisonnable de concevoir dans l'univers des spiraux, rythmeront l'organe réglant. La quête de la précision et de la fréquence optimale maîtrisée n'en finissent pas d'agiter les esprits. De la même manière qu'en matière d'habillement, un Yvan Arpa faisait entrer par la grande porte de l'horlogerie la rouille, l'ennemi public numéro un des horlogers, le team De Bethune joue avec le feu. Car le magnétisme est normalement une plaie qui rebute tout régleur normalement constitué. En ce domaine, la tolérance zéro, l'amagnétisme, est bien plus qu'un argument marketing.

