

HÔTEL DE SULLY

OMEGA ET LES FEMMES

Écrin artistique au cœur de Paris, l'Hôtel de Sully accueille en ses jardins, place des Vosges, une rétrospective unique consacrée aux montres de femmes et baptisée «*Her Time*». Contant au travers de cette exposition les histoires parallèles du temps et de la mode, Omega, maison horlogère créée par Louis Brandt en 1848, célébrera, du 30 septembre au 16 octobre, les liens extraordinaires qui l'unissent aux femmes à travers ses montres d'exception.



UNE MONTRE, UNE HISTOIRE

Avis aux amateurs de complications mécaniques: organisée par la Fondation de la Haute Horlogerie, l'exposition interactive «*Une montre, une histoire*» s'installe aux Galeries Lafayette Hausmann, du 2 au 22 octobre. Une occasion géniale de découvrir le savoir-faire unique de grandes manufactures au travers d'une sélection de pièces emblématiques de certaines belles marques du groupe Richemont, telles que Baume & Mercier, IWC, Jaeger-LeCoultre, Montblanc, Panerai, Piaget, Roger Dubuis et Vacheron Constantin. Plus qu'une exposition avec ses traditionnels ateliers (les 7 et 8 octobre) et conférences (les 2 et 13 octobre, à 18h et 19h), une invitation à vivre l'expérience de l'infiniment petit à bord du cockpit d'un avion Grumman F6F-5 Hellcat des années 1950, d'un train à vapeur anglais ou d'un fameux trois-mâts grâce à la magie de la réalité virtuelle.

Une montre, Une histoire.
Exposition organisée par la Fondation de la Haute Horlogerie, du 2 au 22 octobre 2017. Galeries Lafayette, 40 Bd Haussmann, Paris 9^{ème}, de 9h30 à 20h30.



Si le 20^e siècle voit les droits de femmes s'affirmer comme jamais, c'est aussi l'heure d'autres révolutions, horlogères. À l'aube de ce siècle nouveau, la première montre bracelet pour femmes d'Omega fait son apparition dans un boîtier en argent recouvert d'un motif floral. La marque a déjà produit des montres de poche superbement gravées, mais c'est en 1902 que la montre pour femmes Omega acquiert le statut d'accessoire de mode distingué. À cette époque, dans certains cercles, il est encore jugé impoli pour une femme de regarder sa montre, un geste qui suggère un manque d'intérêt pour ce qui

l'entoure: les montres bijoux secrètes signées Omega gagnent alors en popularité...

Pendant les années folles, mouvement d'expression débridée et de liberté retrouvée, Omega produit sa propre gamme de montres bijoux Art déco. Les femmes de goût s'intéressent tout autant à l'apparence de leur montre qu'au mécanisme qu'elle contient, chaque pièce défend la réputation de la marque en matière de précision. Entre 1894 et 1935, plus de 35% de la production de mouvements avancés de la maison horlogère est d'ailleurs destinée à équiper des montres pour femmes... L'un des meilleurs exemples de cet engagement est offert en 1937 par l'Omega Medicus. Facile à utiliser, d'une grande lisibilité tout en étant raffiné, le premier modèle bracelet de la firme a été doté d'une aiguille centrale des secondes a été conçu à l'intention des infirmières.

Au cours des années 1950, les comportements évoluent et la publicité suit le mouvement. Dans sa communication, Omega met l'accent sur l'élégance et la personnalité. Une annonce de 1951 s'accompagne d'un slogan éloquent: «*Dans toutes les facettes de leur vie, les femmes sont aussi actives, sportives et occupées que les hommes. Comme eux, elles ont besoin d'une montre de précision.*» Durant cette décennie, Omega se positionne le plus fortement en fa-

EXPOSITION HER TIME

veur des femmes de sa clientèle. À sa sortie en 1955, la Ladymatic possède le plus petit calibre automatique au monde équipé d'un rotor et fait sensation, enveloppant sa technologie avancée d'un design magnifique. La même année, «Flowers», une montre bijou sertie de diamants et première du genre jamais créée en or mauve relance la mode des «montres secrètes», créées en collaboration avec des designers de renom.

La tendance se poursuit dans les années 1960 et 1970, époque durant laquelle des créateurs de bijoux comme Gilbert Albert et l'avant-gardiste Andrew Grima contribuent à la production de pièces éblouissantes à base de pierres et métaux précieux, allant jusqu'à utiliser un morceau de météorite, dans la montre «Moldavita».

Lorsqu'en 1995 Cindy Crawford devient la première ambassadrice de la marque, c'est une nouvelle ère qui commence pour Omega. Depuis lors, de grands noms du cinéma, du sport et de la mode ont rejoint la famille des ambassadeurs Omega, notamment l'actrice Nicole Kidman, la golfeuse Stacy Lewis ou encore l'athlète Jessica Ennis-Hill...



1 - Omega Ladymatic, 1955.
Équipée du calibre automatique à rotor le plus petit du monde.

2 - Montre secrète bijou Topaze Omega, 1956.
Créée par le Genevois Jean Hauck pour l'exposition Montres et Bijoux et son catalogue, 1956. 21 topazes triangulaires de taille baguette en éventail et 31 diamants taille brillant sur le couvercle du cadran et sur la boucle du bracelet.

3 - Montre pour femmes Omega, 1906.
L'une des toutes premières montres-bracelets produites par Omega. Cadran flux en ivoire, piste des minutes recouverte de paillettes d'or et de fines aiguilles Louis XV.

4 - Montre bijou Omega très rare, produit pour le marché français, 1946. Première montre équipée d'un bracelet Tubogas extensible. En or rouge 18K.

À VOIR

«HER TIME»

- Du 30 septembre au 16 octobre 2017
- Jardins de l'Hôtel de Sully - Paris 4^{ème}
- De 9h à 19h
- Accès gratuit au grand public

THE LAURENT PICCIOTTO COLLECTION

Dépassant les estimations initiales de 63%, la dispersion de l'intégralité de la collection personnelle de Laurent Picciotto par Phillips, à Hong-Kong, le 30 mai dernier, fut un succès retentissant, à la hauteur de la réputation hors-norme du fondateur et dirigeant de Chronopassion, boutique-écrivain de la rue Saint Honoré qui vient d'être entièrement rénovée afin d'offrir davantage d'espace au meilleur de la création de la trentaine de maisons horlogères exposées. Les lecteurs de Patrimoine privé ont d'ailleurs pu apprécier, dispensés dans cette même rubrique durant des années, les conseils passionnés (et passionnants, comme autant de pistes d'investissements coups de cœur) de ce détaillant indépendant, incontournable acteur de la sphère internationale des montres de luxe, pionnier du lancement de marques emblématiques telles que Richard Mille ou Hublot et fervent supporter de manufactures indépendantes à l'instar de MB&F, Urwerk, HYT... Toutes, de celles qui ont fait date aux challengers qui ont bouleversé le genre, sont idéalement (re)présentées au catalogue de cette «chronothèque» d'exception: Girard-Perregaux, Pamerai, Bell & Ross, De Bethune, Corum... Comprenant 43 montres contemporaines pour la plupart uniques (prototypes, pièces numérotées 001, réalisées sur mesure et accompagnées de dessins, dédicaces, plans, de livres voire d'une inédite guitare Richard Mille), la «vente Picciotto» réalisée sous le marteau du célèbre expert Aurel Bacs a enflammé les collectionneurs du monde entier, les ordres d'achat provenant de 45 pays. Témoignages «historiques» de sa relation privilégiée avec les maisons gardiennes du Temps depuis 30 ans, tous les lots ont fait l'objet d'une réelle convoitise, tel ce chronographe split-second tourbillon en titane signé Richard Mille, le seul jamais réalisé par la manufacture suisse, adjugé à près de 365 000 dollars. Ou cette originale Krono Saphir par «l'architecte horloger» de Besançon, Alain Zilberstein, estimée jusqu'à 96 000 HK\$ et dont l'enchère s'est envolée à 200 000 HK\$, somme en phase avec son extrême rareté sur le marché. Fidèle à son esprit obstinément «éclairé», Laurent Picciotto rassure ses nombreux «followers»: tic-tac-tic-tac... la fin d'un cycle marque ici le début d'un autre avec les prémises de la constitution d'une nouvelle collection dont l'exclusivité suscite déjà, à n'en point douter, la pieuse attention des toqués de tocantes.

