

# BUSINESS MONTRES

LA LETTRE INTERNATIONALE DES MARCHÉS HORLOGERS & joaillerie ●●●

▶ Accueil ▶ Brèves ▶ Présentation ▶ Grégory Pons ▶ Anciens numéros ▶ S'abonner

## 8 octobre 2009 - CARROUSEL (DIETLIN) : Les vertus d'un nouveau « voyeurisme »

**Présentation officielle, ce matin, à Genève, du nouveau concept de vitrine Carrousel inventé par Xavier Dietlin.**

**Une exclusivité en Suisse accordée à Denis Asch.**

**Une nouvelle famille de « haut-parleurs visuels » qui sonnent le triomphe du « voyeur » horloger...**

### ●●● L'HEURE ASCH

**Denis Asch cherchait depuis longtemps un concept de vitrine capable de réveiller l'attention des passants dans sa rue de la Vieille Ville.** A Paris, Laurent Picciotto rêvait lui aussi d'une animation capable de piquer la curiosité de ceux qui arpentent la rue Saint-Honoré. Pour tous les deux, Xavier Dietlin a imaginé une nouvelle génération de vitrine : Carrousel ([Business Montres](#) du 7 octobre).



On a pu vérifier ce matin, en présence de Xavier Dietlin, qu'une page du merchandising horloger venait d'être tournée : on dispose, pour la première fois, de vitrines dont la technologie – sinon la philosophie ! – est digne des mécaniques qu'elles présentent. Les « niches » de chaque carrousel forcent le regard à s'attacher à la montre : on ne regarde pas à travers une fenêtre comme on regarde un paysage. C'est une question élémentaire de psychologie. Chaque amateur est transformé en « voyeur » égoïste, d'autant plus motivé qu'il peut, d'un doigt, accélérer ou ralentir la course du carrousel de présentation...

Même quand il n'y a qu'une douzaine de marques à présenter, on remarque mieux chaque produit, d'autant que Denis Asch prolonge l'effet Carrousel à l'intérieur de son point de vente, totalement réaménagé pour la circonstance, avec notamment des loupes qui permettent de profiter encore mieux de chaque détail, le temps d'un passage du manège enchanté !

Sans revenir sur l'article déjà publié par [Business Montres](#), il faut tout de même remarquer que ces vitrines constituent le premier pas vers une révolution high-tech pour les détaillants, qui disposeront bientôt de la « tablette graphique » mise au point par la FHH et d'autres outils interactifs dont la plupart restent à inventer.

Autre avantage à noter : qu'est-ce que c'est reposant une vitrine « apaisée », sans ces PLV de marques qui tentent d'organiser le chaos visuels qu'elles créent elles-mêmes par leur prolifération anarchique !

Une critique légère : aussi bien chez Chronopassion que pour L'Heure Asch, on est un peu déçu qu'un concept aussi révolutionnaire soit aussi sagement « enveloppé ». Alors que Dietlin peut se permettre les matériaux les plus étonnants et les plus contemporains, on est restés là dans un style de production assez classique, qui donne à ces carrousels une allure de haut-parleurs visuels très *seventies* : sans doute ne fallait-il pas trop choquer les clients, mais on aurait plutôt attendu des colonnes en verre dépoli, du titane, des vis et des métaux industriels, avec un design à la Bang & Olufsen plutôt qu'une

esthétique conventionnelle...

Confidence de Xavier Dietlin : compte tenu des exclusivités géographiques qu'il vise, c'est tout juste si on trouvera une dizaine de ces concepts Carrousel à travers le monde. Le choc visuel n'en sera que plus exclusif, et donc recherché !

●●● **POUR EN SAVOIR UN PEU PLUS LONG**, deux excellentes vidéos sur le site de Dietlin Artisans Métalliers depuis 1854 : la première sur le *making of* de la [vitrine Chronopassion](#), la seconde sur l'installation de la [vitrine L'Heure Asch](#) (cliquez sur les noms des boutiques).

●●● **UN TEASER QUI MET L'EAU À LA BOUCHE** quand on connaît la créativité de Xavier Dietlin : qu'est-ce que c'est que cette histoire de [Black Box](#) qu'il nous présente comme « le plus merveilleux projet » de sa manufacture (cliquez sur l'image) ?

.....

---

**BUSINESS MONTRES & JOAILLERIE, LA LETTRE INTERNATIONALE DES MARCHÉS HORLOGERS.**  
**QUAI DU SEUJET, 16 - CH-1201 GENÈVE (SUISSE). TÉL : +41 79 800 23 08.**  
**DIRECTION DE LA PUBLICATION ET RESPONSABLE DE LA RÉDACTION : [GRÉGORY PONS](#)**