

Régions

24 Heures
1001 Lausanne
021 349 44 44
www.24heures.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 31'813
Parution: 6x/semaine



N° de thème: 781.042
N° d'abonnement: 1089806
Page: 20
Surface: 110'478 mm²

Histoire d'ici



La Classic M, ou la toute première version née et inspirée par l'effervescence des Années folles.

La Reverso en édition limitée «Trabuste girotourillon».

La Reverso Classic Medium gravée Cerman.

Le modèle imaginé spécialement pour le 85^e anniversaire.

La marque a produit des modèles personnalisés comme celui avec le sceau d'Edouard VIII, créé en 1937.

Icône des Années folles, la **Reverso** s'est faite légende

Révolution horlogère et mondaine des années 1930, les premières Reverso sortaient il y a 85 ans. Retour sur un succès du savoir-faire suisse.

1931

Erwan Le Bec

Juste à l'heure pour les fêtes de fin d'années 1931, il y a pile huitante-cinq ans, arrivait sous les sapins une petite montre qui allait devenir une des montres suisses les plus célèbres du monde. Son nom? «Reverso», tiré tout droit des Années folles et de son

concept qualifié encore aujourd'hui de révolutionnaire par les spécialistes. Car elle se retourne, tout simplement. D'un rapide et élégant mouvement, la montre ne propose plus que son dos, initialement d'acier, aux chocs les plus divers. En fait, la légende veut que deux joueurs de polo aux Indes anglaises se soient un jour retrouvés au bar du club. La partie avait été violente et une de leurs tocantes s'était de nouveau brisée. Au comptoir, un homme d'affaires suisse entend la chose et se met en tête de résoudre une bonne fois pour toutes la question de la solidité des verres. L'idée d'une montre pivotante prend

graine. Mais derrière la petite histoire se cache un contexte bien réel.

Heures charnières

C'est alors l'ère des bijoux escamotables, la naissance de ce qui va devenir la montre-bracelet. Une période cruciale pour l'horlogerie. Les modèles foisonnent. On développe les premières montres pour pilotes, pour conducteurs... Les nobles à gousset déclinent. La montre dépasse le statut de simple instrument de mesure mais reste un objet du quotidien, exposée aux chocs

Régions

24 Heures
1001 Lausanne
021 349 44 44
www.24heures.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 31'813
Parution: 6x/semaine



N° de thème: 781.042
N° d'abonnement: 1089806
Page: 20
Surface: 110'478 mm²

les plus violents. Et, à ce sujet, la Première Guerre mondiale n'a apporté à l'horlogerie que d'épaisses grilles censées protéger les cadrans dans l'enfer des tranchées.

Retour aux Indes. L'homme d'affaires au comptoir, c'est César de Trey. Un fabricant de dentiers installé à Londres et reconverti dans l'horlogerie. Pour développer son idée d'une montre pivotante, il fait appel à deux ateliers qu'il connaît bien. Il y a celui de LeCoultre, à la vallée de Joux, déjà connu pour ses appareils et ses mouvements, souvent vendus à d'autres maisons horlogères. L'autre atelier, c'est un collaborateur régulier de LeCoultre. Il s'agit de Jaeger, à Paris. Cet Alsacien est fournisseur de la marine française et concepteur d'instrument pour l'aviation naissante. Dans son équipe se trouvent plusieurs figures, dont Edmond Audemars, un des premiers pilotes suisses. C'est un ingénieur proche de ce réseau horloger, René Chauvot, qui dépose finalement le brevet pour «une montre susceptible de coulisser dans son support» le 4 mars 1931. Mais, à l'approche des Fêtes, il faut faire vite. Pour équiper le boîtier, les horlogers du Sentier ne disposent pas d'un mouvement rectangulaire. Jusqu'en 1932, la mécanique sera donc fournie par une maison de Tavannes.

D'emblée, la Reverso séduit. Mélange de modernité, d'innovation et d'élégance, ce qui sera plus tard qualifié de «retournement du siècle» se retrouve aux poignets des officiers, des golfeurs, et bien sûr des joueurs de polo. «Elle a été conçue pour une clientèle et une fonction précises, mais on lui a trouvé une autre utilité. C'est ça qui l'a rendue intemporelle, voire icono-

graphique», résume Vincent Jaton, spécialiste de l'Espace horloger du Sentier. Cette seconde fonction, c'est la personnalisation du revers de la montre. On le propose rapidement chez les détaillants, et la jet-set d'alors se l'approprie. Un maharadjah commande 50 exemplaires avec son portrait au dos. Les élégantes reçoivent des revers finement décorés, et les hommes des armoiries ou des initiales. On retrouve même le sceau d'Edouard VIII et un exemplaire représentant le vol Mexico-New

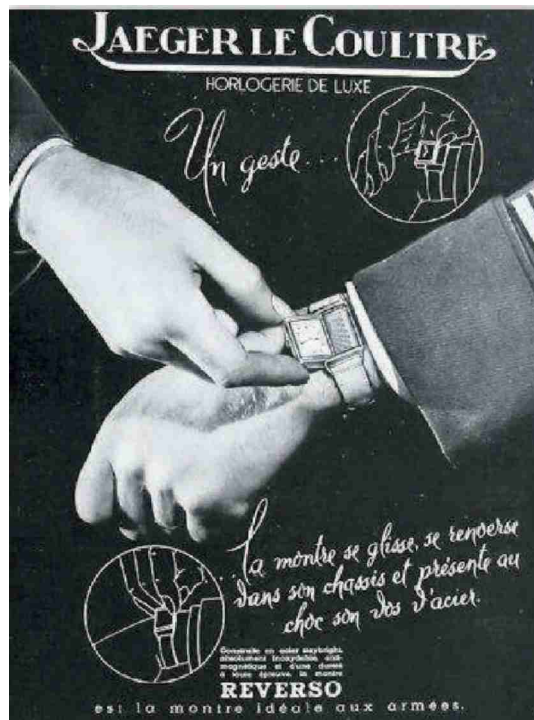
York d'Amelia Earhart en 1935. «Avant ces dédicaces relevaient de l'intime. Elles ne devaient pas interférer avec le design de la montre. Là, on peut les montrer. Ce côté ludique, cette protection du cadran, c'est révolutionnaire», note Marco Borraccino, professeur de design horloger à Genève.

N'empêche, passé l'insouciance des années 1930, la Reverso tombe peu à peu dans l'oubli. On finit même par perdre les plans de base et abandonner la production des boîtiers. C'est en 1972, en pleine crise du quartz, que la Reverso renaît de ses cendres. Giorgo Corvo, représentant de Jaeger-LeCoultre en Italie, s'obstine à vouloir proposer la Reverso aux coureurs de Fiat et aux Milanais. Les derniers exemplaires disponibles sont vite écoulés, et personne ne se trompe: jusqu'en 1980, l'Italie donne le la en matière de mode horlogère. Il faudra alors tout recommencer. Pas assez étanche, le boîtier est redessiné et subtilement affiné. On lui ajoute des mouvements permettant d'afficher des phases de lune, une seconde centrale, des chronographes...

«Historiquement porteuse»

Depuis, si l'icône a connu ses variations plus ou moins heureuses et des reformulations, la ligne classique est toujours restée. «C'est une montre directement liée aux années 1930, au style Art déco, poursuit Marco Borraccino. Elle n'a pas évolué dans cette importance du signe graphique, ces aiguilles, ce «chemin de fer» autour du cadran... Elle fait aujourd'hui partie de ces montres qui sont historiquement porteuses.» Et ça tombe bien. Depuis des années, les fondamentaux sont plus que jamais au cœur des catalogues

des manufactures. «On se base sur des montres qui plairont toujours, sur celles qui sont définitivement ancrées et identifiées», abonde Vincent Jaton. C'est connu. Dans une légende, le temps compte toujours beaucoup.



En 1939, la Reverso a droit à une campagne publicitaire.