

14



14. MB&F, HM3.
Starcruiser white gold

15. MONTBLANC,
*Tourbillon Heures
Mystérieuses*

16. OFFICINE PANERAI,
*Luminor 1950 Tourbillon
Gmt 47mm tilane*



16

MB&F

Maximilian Büsser & Friends est presque plus un label qu'une marque. Le défi de MB&F n'est pas de décliner des lignes de produits, mais de créer une machine horlogère à chaque fois différente, selon un mode expérimental. Cette démarche ne correspond pas à celle de l'évolution lente propre à la construction d'une marque, souvent sclérosante. Promise à un grand avenir, MB&F a su déjà trouver sa place auprès des amateurs et s'évertue à nous surprendre dans toutes ses nouvelles éditions. Déroutante, la HM3

est sans doute la montre d'un Jules Verne d'aujourd'hui, avec ses systèmes de lecture tout droit sortis d'un sous-marin, preuve qu'avec eux, chaque projet est une renaissance, riche d'enthousiasme.

Montblanc

Montblanc, deuxième chiffre d'affaires du groupe Richemont, fait des montres depuis 10 ans, jusque-là sur un segment de prix moyen. Suite au rachat de Minerva par Richemont, Montblanc a bénéficié de ses mouvements et entamé une montée en gamme progressive. Positionnée Haute Horlogerie, la collection Villeret mise sur une production annuelle de 400 pièces. De prime abord, on ne s'attend pas forcément à voir une montre compliquée et chère chez Montblanc, mais ces objets donnent un relief inattendu à la marque par leur

puissance. Passant à la vitesse supérieure, la marque propose un tourbillon bluffant d'un diamètre jamais vu et dont la réalisation technique relève de l'excellence.

À 6 heures, une montre mystérieuse - au mécanisme invisible -, avec un fond en miroir et 2 disques en saphir transparent sur lesquels sont peintes les aiguilles. Raz-de-marée annoncé.

Officine Panerai

La marque est née d'une montre au cahier des charges militaire. Utilisée par les nageurs de combat de la marine italienne pendant la deuxième guerre mondiale, elle aurait pu rester à l'état de pièce de musée si la vision de la famille Ruppert et de Franco Cologni puis Angelo Bonati (actuel CEO de la marque) n'avait pas été avant-gardiste. Les codes sont tellement rigoureux que le résultat - comme souvent pour les vêtements ou les véhicules des armées -, en est fascinant de pertinence. Sans que son agréable dessin démente l'impression d'efficacité et de lisibilité maximales, à l'image des premières montres de plongée lumineuses. Panerai a aussi contribué à lancer les grands diamètres (44 mm). Devenue citadine, la marque cache un phénomène de collectionniste