

BUSINESS MONTRES

LA LETTRE INTERNATIONALE DES MARCHÉS HORLOGERS & joaillerie ●●●

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

5 juillet 2011 - VITRINES : Xavier Dietlin a encore frappé très fort à Ginza (Hublot)

**Raptor Park
à Ginza,
ce n'est pas
Raptor Park
place Vendôme :
cette fois,
avec la génération III,
les montres de cette table-vitrine
exceptionnelle disparaissent,
comme les robots
dans un manga japonais.**

**C'est si efficace
qu'un nouveau concept
de vitrine (« Slide »)
devrait être généralisé
dans les boutiques Hublot
pour conjuguer émotion et passion.
Révélation ci-dessous...**



●●● HUBLOT RAPTOR PARK GÉNÉRATION III (LES VITRINES HORLOGÈRES LES PLUS CRÉATIVES DES ANNÉES 2010)...

On a découvert la génération I des vitrines Raptor Park à la nouvelle boutique Hublot de la place Vendôme ([Business Montres](#) du 17 novembre 2010, info n° 2), puis sur Madison Avenue – c'était la génération II – à New York ([Business Montres](#) du 15 février) et à Beverly Hills ([Business Montres](#) du 9 mai, info n° 6). La génération III s'installe à présent à Ginza (Tokyo), ainsi qu'à Londres (Bon Street).

●●● **Quelle est la différence entre ces générations de tables-vitrines ?** On en comprendra vite la différence en visionnant les différentes vidéos signalées dans les liens ci-dessus : pour Ginza, le film réalisé par Xavier Dietlin, le vitriniste le plus créatif de sa génération, est à découvrir sur la [chaîne images](#) de *Business Montres*, où il est également possible de savourer une autre vidéo, consacrée par l'infatigable Xavier Dietlin à l'inauguration de la boutique Hublot de Ginza, quand il était venu y placer la vitrine Raptor Park III ([chaîne images](#) de *Business Montres*)...

●●● **Pour résumer, on dira que, désormais,** les montres apparaissent et disparaissent dans les vitrines Raptor Park – ce qui n'était pas le cas pour les premières générations. On dirait des robots *transformers* dans des séries d'animation du style manga ! Et ça plaît tellement que, d'ici à l'été prochain, on devrait retrouver ces vitrines très spéciales – exclusivité Dietlin pour Hublot – dans une douzaine d'autres boutiques Hublot à travers le monde...

●●● **Mieux encore : dans ces boutiques,** on apprécie la touche Peter Marino, mais ce dernier fait du Peter Marino alors que Jean-Claude Biver aimerait que ça fasse « davantage Hublot ». Hormis les tables Raptor park, on y ressent trop peu – de l'avis

même des clients – la *Hublot Touch* qui crée la différence. Pour créer une vraie « expérience Hublot », on devrait donc voir se multiplier les initiatives de type Raptor Park ou Sphere (c'était un des plus beaux concepts horlogers de Baselworld : [Business Montres](#) du 9 avril dernier, avec un lien pour découvrir le film). Place aux vitrines « intelligentes », avec un concept révolutionnaire dont le nom de code est Slide : tout ce qu'on peut en dire, c'est que Jean-Claude Biver a adoré cette idée d'*intelligence séquentielle* des vitrines sur la base d'une alternance jour/huit. Impossible d'en dire plus pour l'instant...

●●● **A terme, l'idée reste de créer, dans chaque boutique,** un choc émotionnel par la génération d'*expériences* capables de *fusionner* (concept bivérien) l'esthétique et la passion, l'admiration et la mémorisation : des vitrines belles, mais créatrices d'impulsions parce que surprenantes. Toutes les boutiques stratégiques de la marque (*flagships*) devraient passer en « Slide » d'ici à la fin de l'année : et ce n'est qu'un début...

MERCI POUR VOTRE ATTENTION

à l'issue de cette séquence « Actualités ».

●●● **D'accord, pas d'accord ? Un commentaire, une actualité ou un complément d'information à transmettre ?**

Cliquez en bas de page sur le mot « *GRÉGORY PONS* » pour envoyer votre message par e-mail...

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