

**TÉLÉCOMS.** Swisscom a vu son bénéfice plonger de 19,4% sur neuf mois, à 1,316 milliard de francs. Cela malgré des ventes en hausse.

## Les montres Hublot se la jouent à la «Matrix»

Une nouvelle vitrine conçue par des Vaudois veut révolutionner le monde de l'horlogerie

**INNOVATION.** Le système «Fusion Explorer» a été présenté hier «en première mondiale» à l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) après 18 mois de gestation. Fruit de la collaboration entre la marque horlogère Hublot et les sociétés Dietlin Artisans et FiveCo, cette vitrine permet au visiteur d'une boutique de luxe ou à un internaute branché n'importe où dans le monde d'admirer sous toutes ses coutures un

produit en le faisant virevolter sur l'écran tel Keanu Reeves dans les films «Matrix»!

«Grâce à une microcaméra motorisée naviguant dans l'espace sur 360° autour du produit, il est possible de mettre en avant les plus petits détails des pièces», note, enthousiaste, **Xavier Dietlin**, directeur de Dietlin Artisans. «Avec le Fusion Explorer, on veut offrir aux amateurs des montres Hublot du live plutôt que de s'en tenir à des images virtuelles. Aucun doute que cette invention va faire jaser la



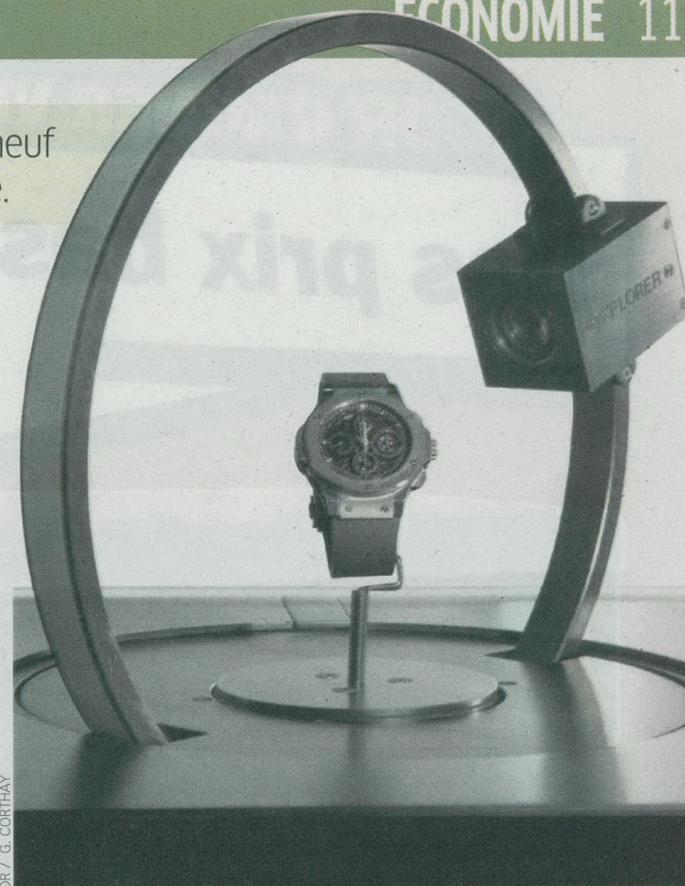
concurrence», précise-il.

Devisée à «plusieurs dizaines de milliers de francs» (soit parfois plus cher que son contenu!), cette vitrine pourrait à l'avenir être appliquée à d'autres produits. On pourrait ainsi imaginer des internautes scrutant à leur guise sous tous les angles des œuvres d'art mises aux enchères, des pièces de musée ou encore les courbes de jeunes femmes sur Internet...

— G. C.

**VISIONNEZ LA VIDÉO!**

<http://vitrine.lematin.ch>



DR / G. CORTHAY

### DES VAUDOIS AUX VITRINES AVANT-GARDISTES

La société vaudoise Dietlin Artisans avait déjà frappé un grand coup en 2006 en présentant une première vitrine révolutionnaire, déjà en collaboration avec Hublot, le «Raptor»: la première au

monde sans... vitre! L'objet exposé dans cette vitrine rétractable disparaît dans son socle lorsqu'un visiteur s'en approche d'un peu trop près. La société en a vendu plus de 200 exemplaires à Hublot.