

# Dietlin, ou comment faire revivre la vitrine d'exposition

**Innovation** Après avoir inventé un produit sans verre, la PME vaudoise prépare d'autres surprises pour l'automne

«Je voulais absolument donner un nouveau souffle à l'exposition horlogère», lance Xavier Dietlin, co-patron de la société éponyme. Pour lui, les vitrines étaient trop statiques, avec un seul objet mis en exergue, dans un environnement qui manquait singulièrement de mouvement. En quelque dix mois, avec l'appui financier de la maison horlogère Hublot, il lance et concrétise une vitrine avant-gardiste. Et sans verre. Baptisé Raptor, elle s'est exposée avec succès au Salon horloger de Bâle.

L'entreprise basée à Romanel-sur-Lausanne a donc lancé la vitrine rétractable. C'est-à-dire que l'objet exposé disparaît lorsque le visiteur s'en approche d'un peu trop près. La montre s'évapore en un dixième de seconde dans le socle en forme de monolithe, sous une petite trappe, grâce à un système d'infrarouges. Le mécanisme robotisé ne fait réapparaître

le garde-temps que si les capteurs ne détectent plus de présence indésirée.

«L'électronique et la robotique de ce concept ont été développées par les sociétés Fiveco et Bluebotics, deux start-up installées dans le parc scientifique de l'EPFL», explique le jeune patron de Dietlin. Tout le système peut être simplement piloté depuis un ordinateur portable. Cette vitrine intelligente a évidemment son coût. Quelque 10 000 francs, soit environ 30% plus cher que les modèles plus traditionnels disponibles sur le marché. La société avait déjà innové avec des vitrines dotées de caméras qui permettaient de voir la montre sous toutes ses coutures.

Comme Raptor a fait ses preuves à Bâle (25 000 montées ou descentes par vitrine durant le salon), Jean-Claude Biver, patron de Hublot, en a commandé 150. «Ce qui

dopera notre chiffre d'affaires de 30 à 40%», estime la société, qui emploie dix collaborateurs.

Xavier Dietlin considère ce modèle comme une véritable rampe de lancement, même s'il ne veut pas se laisser confiner unique-

*Dans les musées, les visiteurs n'auraient plus la frustration d'être séparés de l'objet qu'ils admirent*

ment dans le secteur horloger. Mais Raptor devrait connaître une évolution. Si Hublot en a l'exclusivité jusqu'en janvier 2007, Xavier Dietlin envisage un bel avenir pour son produit. «On pourrait l'installer dans des vitri-

nes de bijoutiers-horlogers, toujours vides la nuit. Ainsi il suffit de programmer une disparition du produit vers 23 h pour leur redonner un peu de vie et éviter tout risque de vol.»

Le patron de la société familiale, qui existe depuis un siècle et demi, ne va pas s'arrêter en si bon chemin. Raptor2 verra le jour dans les douze prochains mois. Il sera prêt pour Baselworld 2007. Le concept Millenium sera quant à lui présenté à l'automne 2006 et deux autres projets seront disponibles en fin d'année. L'un d'eux touchera plus particulièrement les points de vente. L'autre devrait mettre en scène plusieurs produits dans une vitrine sans verre. Ou presque, puisqu'elle devrait pouvoir se rétracter très rapidement, selon un modèle inspiré des boîtes à pain.

Xavier Dietlin ne veut toutefois en dire plus pour l'instant, no-

tamment par respect pour les sociétés horlogères qui lui ont déjà passé commande.

Toujours est-il que d'autres secteurs pourraient être intéressés, comme les musées. Le visiteur n'aurait ainsi plus la frustration d'être séparé de l'objet qu'il admire. «Il faut jouer sur la scénographie.»

La tête bien ancrée sur les épaules, Xavier Dietlin ne veut pas croître au-delà des possibilités actuelles de production. «Nous privilégierons toujours la qualité. Je ne comprends pas les gens qui font des déclarations de doublement voire de triplement du chiffre d'affaires en deux ans. Dietlin veut asseoir ses positions mais selon un rythme mesuré et réfléchi. Notre politique sera toutefois toujours de proposer des produits qui n'existent pas sur le marché.» Rendez-vous est donc pris en automne. **Bastien Buss**