



Contre-temps par Valère Gogniat Oasis horlogère en plein Genève

C'est comme une oasis. Il suffit de franchir les lourdes portes de la Haute école d'art et de design de Genève (HEAD) pour passer du bruyant centre-ville à une cour intérieure calme et pleine de charme. «Etonnant?» lance Marco Borraccino en accueillant le visiteur. Selon le responsable de la jeune chaire en design horloger de la haute école, le fondateur de Rolex, Hans Wilsdorf, aurait lui-même été conquis par les lieux et l'ambiance qui s'en dégageait. A tel point que la fondation qui porte son nom remet encore aujourd'hui chaque année plusieurs prix d'excellence aux étudiants de la HEAD.

Marco Borraccino est un autre lien qui relie la haute école genevoise à l'industrie horlogère. Arrivé dans ces murs en 2009, le Milanais d'origine a lancé l'an dernier une chaire de design horloger. «Nous avons construit cette formation

«Nous avons construit cette formation en design horloger avec l'industrie.»

avec l'industrie. Les interventions sont le plus souvent données par des représentants du monde horloger et non par des professeurs», explique-t-il.

Ce n'est pas une surprise: Marco Borraccino est lui-même un homme du sérail. Après des études de design indus-



Marco Borraccino a trouvé cette Heuer dans une petite boutique de Milan. Il apprécie surtout la trotteuse des secondes décalée à 10h.



triel à Milan, il est entré à la fin des années 90 chez Stilnovo, agence basée à une cinquantaine de kilomètres de la métropole italienne. Il a notamment découvert durant cette période l'univers de la sous-traitance horlogère en faisant par exemple des bracelets pour Breitling ou Sector.

En 2003, le groupe Richemont lance une école de design baptisée Creative Academy et met différentes bourses au concours. Marco Borraccino passe les épreuves avec brio et, au terme de son master, décroche un emploi chez Panerai, la griffe rachetée quelques années auparavant seulement par le groupe de luxe genevois. «A l'époque, cette marque ne possédait pas encore de bureau de création», se souvient-il. Avec Angelo Bonati, l'émblématique patron de Panerai, il se remémore «une expérience exceptionnelle».

Chez Panerai, les débouchés créatifs sont toutefois restés limités. Et quand Procter & Gamble lui propose de rejoindre sa structure genevoise pour «intégrer davantage de design» dans l'entreprise, le défi séduit l'Italien. Dans les faits, il trouve le poste moins enthousiasmant que prévu et, après quelques mois seulement, Marco Borraccino décide de se mettre à son compte. C'est ainsi qu'il se voit invité à donner des cours à la HEAD. Un pied dans l'enseignement, un pied dans la pratique: il y a de quoi bien marcher. ■



Heuer Autavia, 1972, calibre 15

Il l'a dégotée dans une petite boutique italienne. A Milan, pour être précis. Marco Borraccino n'a pas hésité longtemps à déboursier les 4000 francs que lui a coûté cette montre. Car mis à part quelques petites blessures dues à son âge (elle date de 1972), cette Autavia est en parfait état. Y compris ses couleurs «qui sont restées très flashy. Mais ce qui me plaît surtout dans cette pièce, c'est la trotteuse des secondes décalée à 10h, ce qui lui donne un aspect très asymétrique», explique le responsable de la chaire en design horloger de la HEAD. Il peut passer des heures à raconter l'histoire de cette montre, l'un des premiers chronographes automatiques. D'ailleurs, ce n'est évidemment pas un hasard si la couronne se trouve à gauche. «C'était pour montrer qu'on n'avait pas besoin de la remonter, une sorte d'argument marketing», note Marco Borraccino. Il relève encore deux détails qui l'ont séduit: le compteur de minutes à 3h et le logo. Et il explique: «C'était avant que TAG ne rachète Heuer. Ce logo rappelle celui que l'on trouvait sur les combinaisons de course de l'époque.» ■