

# INFRAROUGE

EN VENTE NULLE PART  
[www.infrarouge.fr](http://www.infrarouge.fr)

#204

## Élodie Bouchez

TOUCHANTE  
ET DÉTERMINÉE

**CINÉMA**  
CÉSAR  
ET JEUNES  
TALENTS

### BEAUTÉ

SE FAIRE BELLE AVEC  
LES NOUVEAUX PRODUITS « HEALTHY »

### DÉCO

DINGUE  
DU MADE IN FRANCE

### VINS

LES BEAUX GOSSES  
DES VIGNOBLES

# Tendance colorblock

Du rouge pop, du vert céladon, du bleu profond... la rentrée horlogère 2019 s'ouvre sur des perspectives vibrantes, pleines de vie et à tous les prix. À la bonne heure ! Par **Audrey Poux**

 <p>Master Ultra Thin Moon Enamel édition limitée à 100 exemplaires, Jaeger-LeCoultre, 36 000 €. <a href="http://jaeger-lecoultre.com">jaeger-lecoultre.com</a>.</p>	 <p>Royal Oak Offshore Chronograph automatique, Audemars Piguet, prix sur demande. <a href="http://audemarspiguet.com">audemarspiguet.com</a>.</p>	 <p>Montre Polo, Piaget, 9 300 €. <a href="http://piaget.com">piaget.com</a></p>
 <p>Classic Fusion Aerofusion Chronograph Orlinski, Hublot, 23 800 €. <a href="http://hublot.com">hublot.com</a>.</p>	 <p>RM 16-01 Automatique Fraise, Richard Mille, 138 000 €. <a href="http://richardmille.com">richardmille.com</a>.</p>	 <p>RM 07-03 Automatique Cupcake, Richard Mille, 153 500 €. <a href="http://richardmille.com">richardmille.com</a>.</p>
<p><i>« Tout évolue à une vitesse folle et la clientèle, de plus en plus éduquée, est en perpétuelle recherche de nouveautés et d'innovation. »</i></p> <p>Richard Mille</p>	 <p>Chrono XL, Tissot, 330 €. <a href="http://tissot.com">tissot.com</a>.</p>	 <p>Carrera Heuer 02 Tourbillon Nanograph, Tag Heuer, 23 200 €. <a href="http://tagheuer.com">tagheuer.com</a>.</p>



« Il n'y a rien de pire que d'être ennuyeux, visuellement et/ou techniquement. »

Richard Mille

### 4 questions à... Richard Mille

Alors qu'il vient de tirer sa révérence au SIHH (Salon international de la haute horlogerie) pour se concentrer sur sa distribution en propre, Richard Mille présentait à Genève une collection de montres (unisexes) hautes en couleur et totalement régressives.

**Le comble du mauvais goût selon vous ?**  
Aucun ! Il n'y a rien de pire que d'être ennuyeux, visuellement et/ou techniquement. J'aime les idées un peu folles, tout en restant très sérieux dans notre approche et dans la tradition du savoir-faire horloger. C'est toute l'idée de la collection « Bonbon ».

**À votre avis, quel est l'enjeu des dix prochaines années pour les marques horlogères ?**  
La création. Tout évolue à une vitesse folle et la clientèle, de plus en plus éduquée, est en perpétuelle recherche de nouveautés et d'innovation. Seules les maisons capables de s'adapter rapidement à chaque nouvelle situation pourront survivre à la prochaine décennie.

**L'écueil à éviter ?**  
Se fondre dans la masse ou dans un courant de mode. Il est primordial de rester concentrés sur nos objectifs, même si cela signifie nager à contre-courant !