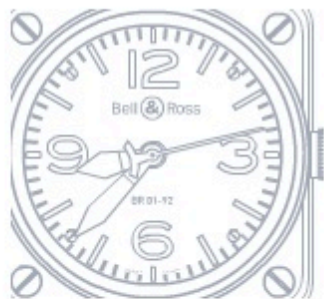


<http://bit.ly/19JYusB>

BUSINESS MONTRES & JOAILLERIE

MÉDIAFACTURE D'INFORMATIONS HORLOGÈRES DEPUIS 2004

LA UNE LE QUOTIDIEN DES MONTRES REGARDER NON, MERCI ! INFORMER @BMJ 1.0



LE TEMPS PASSE...

SUN, RAIN, DA



24 juin 2013 - 07h06

LE 360° DU LUNDI

LUNDI : c'est à 450 m au-dessus du Grand canyon du Colorado qu'on mesure les limites du « celebrity marketing »

Enfin une montre mécanique suisse qui se risque sur Kickstarter, le site de financement collaboratif : alors qu'il rêve de reconstituer une ancienne manufacture de montres du Tessin, Oliver Ike, l'ex-fondateur animateur d'Ikepod, peut-il réussir un pari à 850 000 dollars ? Un projet à suivre de près...

▶▶▶ **A. MANZONI & FILS**
Le retour d'Oliver Ike, co-fondateur d'Ikepod...

●●●● C'est l'éternel retour des horlogers, dans une fascinante partie de chaises musicales qui recycle à l'infini les talents en les faisant rebondir sur les créneaux les plus inattendus. Co-fondateur et concepteur des premières collections Ikepod, Olivier Ike revient à la montre à travers la marque tessinoise **A. Manzoni & Fils** [on reste donc dans le Swiss Made, même s'il faut toujours se méfier avec les fabriques du Tessin], cette fois avec des montres mécaniques, à travers un processus de financement collaboratif lancé sur **Kickstarter** (vidéo de présentation ci-dessous). Ce qui est plutôt malin, mais si les 850 000 dollars attendus nous semblent un peu courts pour financer le développement de cette montre-agenda hebdomadaire (jour, date, numéro de la semaine et mois de l'année, le tout par affichage circulaire, avec une phases de lune en prime). On aura reconnu dans le style de cette montre Canopus Weekplanner (ci-dessus) les codes chers à Olivier Ike (boîtier galet, lignes bio-organiques, etc. : ce serait une Hémipode un peu évoluée !), cette fois remis cette fois en musique par le designer finnois Ilkka Suppanen. Gag désopilant : les « côtes de Copacabana », en petites vagues, pour décorer le mouvement mécanique et pour guillocher le cadran. Origine du mouvement : une base mécanique Soprod A 10 avec un module additionnel Dubois Dépraz. Ce qui inspire confiance. La marque A. Manzoni & Fils est une marque authentique de Lugano (Arogno), où il existait une vraie manufacture d'horlogerie (mouvements mécaniques) qu'Olivier Ike rêve de faire revivre : les bâtiments sont aujourd'hui abandonnés et le projet de les réaménager a du sens. Résultat de la souscription dans 43 jours, mais il serait étonnant qu'Olivier Ike – le nouveau David contre les Goliath de l'horlogerie mainstream – se contente d'en rester là si les fonds attendus n'étaient pas levés...



<http://bit.ly/1906ym7>



BUSINESS
MONTRES & JOAILLERIE

MÉDIAFACTURE D'INFORMATIONS HORLOGÈRES DEPUIS 2004

LA UNE LE QUOTIDIEN DES MONTRES REGARDER NON, MERCI! INFORMER @BMJ 1.0

05 août 2013 - 06h08 LE 360° DU LUNDI

▶▶▶ **LES IN-10-CRÉATIONS DU JOUR** **Notées à la volée, en vrac, en bref et en toute liberté...**

●●●● **A.MANZONI & FILS** : échec apparent du projet lancé sur Kickstarter par Oliver Ike, qui avait co-fondé Ikepod première manière ([Business Montres du 24 juin 2013](#)). Il n'a réussi à lever qu'un peu moins de 125 000 dollars sur les 850 000 dollars qu'il espérait retirer de sa [souscription en ligne](#). Oliver Ike avait pourtant mis tous les atouts de son côté, en rachetant le nom d'une ancienne marque tessinoise (Lugano), et en projetant de s'installer dans les bâtiments de cette ancienne manufacture. Explications possibles de cette absence de réactivité des souscripteurs : aussi malin soit-il, le storytelling généalogique (autour de l'authenticité de la manufacture A. Manzoni & Fils) n'est jamais une bonne recette sur Kickstarter, où les souscripteurs se moquent également du Swiss Made et de toute subtilité mécanique, de même qu'ils se sont montrés relativement imperméables à l'excellent branding du lancement de cette nouvelle marque. Autre handicap pour le projet collaboratif A. Manzoni & Fils : le prix trop élevé de la montre Canopus à calendrier semainier (ci-contre). Espérons seulement que cet échec souscriptif ne remet pas en cause l'ensemble du projet de relance de cette marque, qui serait la référence #59/Génération 2013 des nouvelles maisons de l'année...