

## Origyn, en route pour un standard universel «Comme Shazam, mais pour les montres»

Par Albert J. de Buttes-LaCôte

La technologie au service de la traque aux contrefaçons? C'est évident, on y arrive. Et si cette inéluctable conquête du luxe et de l'horlogerie passait naturellement par le simple smartphone, ses caméras de plus en plus performantes, une application updatable ainsi qu'un réseau wifi 5G qui fait exploser les compteurs de la fluidité et de la bande passante?

Au bout du fil, le big data, l'intelligence artificielle et la blockchain. En face à face, à Neuchâtel, Vincent Perriard, un insider de l'horlogerie devenu missionnaire pour la Fondation Origyn. Le ton est donné: «J'aime les aventures qui bousculent et qui changent la donne. Donc, j'aime le risque et j'aime aller à contre-sens sur beaucoup de sujets».

### Quelles sont les ambitions de la Fondation Origyn?

Devenir un standard d'authentification pour les objets de luxe ou pour l'Art. Offrir une technologie de certification numérique qui authentifie les produits de luxe en un instant. Grâce à une photo, une application pour smartphone, l'objet concerné par le biais de la biométrie donne pour la première fois sa propre identité, son unicité. Origyn, fondation suisse à but non lucratif, associe des technologies décentralisées à l'intelligence artificielle (IA) et à l'apprentissage automatique (ML, machine learning). C'est une révolution dans la lutte contre les contrefaçons.

### Un peu comme Shazam, mais pour les montres?

Exactement. Il suffit de prendre une photo de la montre avec votre smart-

**Vincent Perriard fait partie de ces CEO de l'horlogerie qui font régulièrement le buzz. Ancien animateur radio, d'où son sens du story telling, il prend son bâton de pèlerin et devient le prophète d'une horlogerie infalsifiable.**

phone pour voir immédiatement s'il s'agit d'un original ou d'une contrefaçon! Notre solution n'est pas intrusive pour le secteur du luxe, horlogerie, maroquinerie, art... Elle s'appuie sur la reconnaissance d'images. Nous utilisons une multitude de technologies, l'imagerie, le son... tant pour le software que pour le hardware. Le timing est juste puisque ces technologies existent et que ces derniers mois, elles ont gagné en performance. Par exemple la 5G pour les smartphones qui ont des caméras capables de toujours plus de pixels.

### Fin avril 2020, Cartier, LVMH et Prada annonçaient le lancement d'Aura, leur blockchain? Tout le monde s'y met?

Aura et Ariane sont des blockchains qui utilisent un code qui est sur un certificat papier ou type carte de crédit, soit un objet séparé de la montre. Notre système reconnaît la montre elle-même. Parce qu'il permet de gérer des images, des vidéos, nous avons opté pour l'ICP DFINITY qui vient d'être lancé et qui consomme 100,000 fois moins d'électricité qu'une transaction sur Ethereum, le protocole d'il y a cinq ans utilisé par Aura.

### Il faudrait que toutes les marques jouent le jeu, y compris les plus grandes?

En effet nous avons besoin des acteurs qui «font» l'horlogerie. Et ce ne sont pas seulement les Manufactures puisque pour la première fois de l'histoire de l'horlogerie, le marché secondaire, le CPO (*ndlr: Certified Pre*



© Stéphane de Bourgies

*Owned*) a dépassé le volume d'affaire du marché primaire: 17 milliards de francs suisses à l'export en 2020! Nous sommes engagés donc à la fois sur des tests avec les grands acteurs du marché primaire, mais également de ce marché secondaire qui vendent des milliers de montres chaque jour. Notre ambition est d'avoir la plus grande base de donnée de l'horlogerie pour devenir la référence, l'autorité quand il s'agit de retrouver un produit et son historique.

### Qui vous finance, pourquoi une Fondation? Combien ça coûtera aux marques?

Nous sommes financés par les fondateurs d'Origyn qui, comme Fondation à but non lucratif, peut survivre aux personnes physiques et n'a pas vocation à faire du profit, mais à réinvestir dans la R&D et l'amélioration de nos technologies. Nous cherchons des solutions software et hardware à prix coutant. Pour les marques avec qui nous construisons, il n'y a pas d'investissement frontal mais un coût à l'unité pour chaque montre pour laquelle nous créons un passeport digital. On parle de quelques francs, dans certains cas, pour des marques de luxe, de dizaine de francs. ■

<https://www.origyn.ch>