

22 janvier 2018, le jour où Louis Moinet a fait jaillir l'eau du Théâtre du Léman

« C'est une histoire de passion, d'amour de son prochain, de volonté. Le 22 janvier dernier, sous la bienveillance d'André Dussollier, Louis Moinet et 123 Action ont prouvé que nous pouvions réussir, entre indépendants, une mobilisation caritative de premier plan. C'est une date qui marquera notre histoire et, je l'espère, celle de dizaines de milliers d'Africains en détresse ».

Une belle montre pour une belle action. Le concept mais n'est pas nouveau mais, ce qui l'est davantage, fut la soirée du 22 janvier dernier. A cette date, à Genève, une multitude d'indépendants ont déplacé des montagnes et, pour la première fois, en ont fait jaillir de l'eau.

Loin des grandes maisons de vente aux enchères, des ONG rodées à l'exercice caritatif, c'est une jeune pousse genevoise qui a réuni près de 350 personnes au Théâtre du Léman, puis au Kempinski. Au premier lieu se déroula une représentation exclusive de la pièce « Novecento », offerte par son interprète principal, André Dussollier. Au second, un diner de gala de prestige, théâtre d'enchères organisées par une ONG non conventionnelle. Son nom : 123 Action. Sa mission : apporter de l'eau aux populations africaines et asiatiques en détresse de soins, de cultures, d'irrigation et de salubrité. 123 Action a tout juste un an et, durant cette très courte période, a déjà apporté de l'eau pure, traitée et de manière définitive à près de 130 000 familles dans trois pays.

Les Ateliers Louis Moinet et 123 Action sont présidées par deux hommes, Jean-Marie Schaller et Grégory Prenleloup, unis par une solide amitié. Louis Moinet contribue financièrement au développement de 123 Action depuis ses premières heures. Le 22 janvier, la marque horlogère a également apporté une nouvelle contribution significative au développement de l'ONG.

Ce n'est pas tout : à l'occasion de ces enchères caritatives exceptionnelles, Louis Moinet a créé une pièce unique, la Tempograph Water. Son cadran bleu océan rappelle la vocation humanitaire de 123 Action, tandis que sa lunette est gravée de gouttes d'eau. La pièce fut adjugée 30'000 CHF au bénéfice d'un collectionneur privé.

Cette somme servira de manière extrêmement concrète à la réalisation de six puits au Togo, capable de fournir de l'eau potable immédiatement à plus de 10'000 personnes. La soirée dans son ensemble fut animée par André Dussollier. Le comédien est lui aussi parrain de l'ONG depuis ses débuts et porte également, à titre privé, une Louis Moinet Jules Verne III.

Ensemble, ces maisons et talents indépendants ont donné non pas de l'espoir à des familles africaines dans le besoin : elles ont immédiatement fourni des solutions concrètes pour leurs difficultés quotidiennes à survivre. Louis Moinet et 123 Action restent aujourd'hui unies et d'autres actions de cette envergure verront prochainement le jour.



LOUIS MOINET
1806

A propos de Louis Moinet

Les Ateliers Louis Moinet ont été créés en 2004 à Saint-Blaise (NE). 100% indépendants, les Ateliers se développent en la mémoire de M. Louis Moinet (1768 – 1853), maître horloger, inventeur du chronographe en 1816 (certifié par Guinness World Records™) et pionnier dans l'usage de la très haute fréquence (216 000 alternances par heure). Horloger, érudit, peintre, sculpteur, enseignant aux Beaux-Arts, il est également l'auteur d'un Traité d'Horlogerie, publié en 1848 et ouvrage de référence pendant près d'un siècle. Aujourd'hui, les Ateliers Louis Moinet perpétuent son héritage. Leurs garde-temps, exclusivement en séries limitées, ont remporté les plus prestigieux prix : Red Dot Design Award (catégorie Best of the Best), Médailles d'or et de bronze aux Concours de Chronométrie, Best of the Best (Robb Report), Chronograph of the Year (Begin, Japon) ainsi qu'un récent couronnement au Mérite à l'UNESCO. Les créations Louis Moinet font usage fréquent des matériaux disruptifs, tels les fossiles et météorites, dans une démarche créative unique associée à des complications de haute horlogerie conçues sur mesure. La créativité, l'exclusivité, l'art et le design sont les valeurs cardinales de la marque.