

# BUSINESS MONTRES

LA LETTRE INTERNATIONALE DES MARCHÉS HORLOGERS & joaillerie ●●●

▶ Accueil ▶ Brèves ▶ Présentation ▶ Grégory Pons ▶ Anciens numéros ▶ S'abonner

**25 octobre 2009 - CHRONOPASSION : Laurent Picciotto est de plus en plus... timbré !**

**Comme il a choisi  
de ne rien se refuser  
pour aller jusqu'au bout  
de ses menus plaisirs,  
Laurent Picciotto communique  
désormais par le timbre postal :  
le renom est au bout du tampon !**

#### ●●● LE TEST DE L'ENVELOPPE

**C'est justement parce qu'on n'écrit plus de lettres (SMS et e-mail obligeant) que celles-ci deviennent stratégiques :** Laurent Picciotto s'offre une collection de vignettes postales [*c'est désormais légal*] qui prouvent définitivement à quel point il est... timbré !

On a les clients qu'on mérite : forcément très affranchis sur le plan horloger, ceux de Chronopassion apprécieront à coup sûr cet affranchissement décalé...

Trois visuels pour ces timbres utilisables au quotidien pour une lettre destinée au monde entier : le logo de Chronopassion, Laurent Picciotto lui-même (en bad boy rigolard) et la série parodique de la campagne « Lolo-Mimile » ([Business Montres](#) du 6 mai dernier : image ci-contre).



**●●● C'EST ÉTRANGE,** mais cette possibilité de personnaliser les timbres est légale en Suisse comme en France : apparemment (et jusqu'à toute contre-information qui sera la bienvenue), aucune marque horlogère n'a encore soumis ses icônes au test de l'enveloppe et du tampon...

• Vous allez voir que le « Follow Lolo » va encore faire des ravages : c'est ce qu'on appelle le... facteur déclenchant !

.....