



TONNERRE MÉCANIQUE

Il est un personnage dans l'univers horloger, l'un des plus grands influenceurs d'ailleurs. Cet amoureux averti des pièces d'exception, pionnier en la matière, semble avoir vécu mille vies dans cette industrie.

Entretien avec Laurent Picciotto, celui pour qui le temps se porte avec coeur et audace.

Propos recueillis par Anne Ciancanelli

Picciotto est un peu un électron libre dans l'univers des détaillants horloger. Il fait partie de ce qu'on appelle les « savants fous » : des goûts quelque peu farfelus pour certains, un poignet souvent habillé de manière excentrique, mais une connaissance dans l'horlogerie des plus acérée au point qu'il fait partie des plus grands influenceurs de cette industrie. A son image, il est sensible aux marques qui osent, celles audacieuses, fantaisistes. Oui, celles qui interpellent. Car au-delà des marques plus institutionnelles, l'acquisition d'une montre doit passer, selon lui, par une « sélection singulière, subjective, éclairée, émotionnelle ». Vous l'aurez compris : celui qui fut aussi le co-fondateur de la célèbre marque Richard Mille est surtout porté par une chose, la passion. De cet amour pour les aiguilles - éprouvé d'ailleurs depuis son enfance - Laurent Picciotto ouvre une boutique à Paris en 1988, avec un nom tout trouvé : Chronopassion. Son adresse est établit dans l'une des rues parisiennes les plus prestigieuses, célébrée par la fameuse manufacture française à la calèche. Rendez-vous avec cet érudit des montres avec qui l'on revisite la Règle de Trois.



La boutique parisienne Chronopassion

C'est un mass market qui peu être très intéressant mais on est toujours, de mon point de vue, plus enclin à s'intéresser à des indépendants qui produisent des quantités faibles mais qui s'autorisent à être plus audacieux. Les développements sont souvent plus longs mais les pièces sont très techniques, presque de l'art contemporain. Cela a

toujours été mon sentiment sur les objets en général. On a généralement un parcours initiatique quand on s'intéresse à un sujet, que ce soit pour les montres ou autre centre d'intérêt : on se cultive, on avance, on achète ce que le plus grand nombre connaît et quand on commence à être plus au point, on se rend compte qu'il y a des gens qui font des trucs dans leur coin, moins exposé, voir à l'ombre, mais font des objets merveilleux. Ce qu'on a acheté 10 ans plus tôt a bien souvent moins d'intérêt par rapport à la culture que l'on s'est forgé sur le sujet. Donc Chronopassion c'est une étape dans le parcours initiatique pour des amateurs qui, à un moment donné, ont envie d'aller plus loin que les marques institutionnelles.

PREMIUM : Les 3 premières montres que vous avez achetées

Laurent Picciotto : LIP, TIMEX, SEIKO

Ces montres remontent à l'adolescence, quand j'avais 15 ans. Pour la toute première, la LIP - qu'on appelait la « Mini Lip » - était en fait une montre pédagogique pour apprendre à lire l'heure. C'était une montre assez intéressante, qui a disparu pourtant. C'est quelque chose que j'ai toujours en tête parce qu'avec le digital, on a eu un certain nombre de cas où cette montre pourrait être remise au goût du jour... Si tant est que cela intéresse du monde d'apprendre à lire l'heure en analogie.

PREMIUM : Les 3 montres favorites à votre poignet

L. P. : MB&F legacy machine n°1, HYT H1 Titane, Angelus Tourbillon lumière

Ce sont des montres très atypiques mais notre magasin est très atypique aussi. Je suis sensible à l'audace de ces gens-là. Au fil du temps, presque 30 ans maintenant, et au-delà des montres institutionnelles et historiques, j'ai toujours eu un œil en éveil sur les indépendants. Mon cahier des charges est assez simple : il ne s'agit pas de vendre des marques. Il y en a des noms tellement planétaires que, justement, on bascule souvent dans ce que j'appelle le 'luxe industriel'.

« DES MARQUES DÉCOLLENT GRÂCE, SOUVENT, À L'ÉTAT D'ESPRIT DU CEO QUI S'EN OCCUPE »

PREMIUM : Vos 3 marques passion

L. P. : Audemars Piguet, H Moser, Urwerk

PREMIUM : Les 3 modèles dans lesquels investir pour un bon « placement »

L. P. : Audemars Piguet Royal Oak 15202, Greubel Forsey Tourbillon 24 secondes, Hublot Berluti

C'est ce que je ressens et ce que je remarque. Une partie de ma réponse est conditionnée par ma manière de travailler et les marques avec lesquelles je travaille.

L'investissement, en règle générale, est quand même toujours dans une prospective. J'ai bien entendu depuis toutes ces années un certain nombre de personnes qui venait me voir et me disait « si je veux investir, j'achète quoi ? ». Et je répondais que s'il souhaitait investir, il devait aller voir leur agent de change et ce serait beaucoup mieux. La réalité c'est que c'est une prospective assez aléatoire. →

Aujourd'hui, j'aurais du mal à conseiller véritablement d'acheter les 2 premières marques qui me viennent en tête, Patek et Rolex, car oui on sait qu'il y a une conservation de la valeur. Maintenant, investir, c'est vouloir avoir une plus-value. Et la plus-value est beaucoup plus présente dans le vintage, mais aussi dans certains modèles qui pour un certain nombre de raisons ont été soit des éditions extrêmement courtes (et ont eu une audience inversement proportionnelle) soit ce sont des pièces dont on s'aperçoit avec le recul qu'elles ont effectivement fait date sur une certaine période dans l'horlogerie. Maintenant est-ce que ces marques-là tiendront le côté investissement ? C'est toujours délicat de le dire. Dans cette industrie, des marques décollent grâce, souvent, à l'état d'esprit du CEO qui s'en occupe (mais on a aussi vu l'inverse).

Pour les modèles que j'ai cité, je pense que ce sont des modèles qui garderont suffisamment de force, mais il faut aussi raisonner sur du moyen et du long terme. Des clients qui ont acheté des Greubel il y a quelques années - au début de la marque - l'ont vérifié du point de vue investissement. Pour ceux qui achètent du Greubel aujourd'hui, il faut s'armer de patience pour vérifier que ce sont des trésors horlogers... mais ce ne sera pas dans 6 mois, c'est clair.

PREMIUM : Les 3 marques à suivre

L. P. : H Moser : La marque a fêté 10 ans. Depuis la présidence d'Edouard Meylan, il y a une vraie différence. Les choix se sont affinés, la distribution n'est pas un secret, la communication disruptive est très bien maîtrisée (Edouard sait très bien le faire). C'est une marque qui a été capable - et ce n'est pas un exercice simple - de proposer une montre de facture assez classique tout en étant contemporaine.

Czapek : c'est intéressant parce que ça va dans l'autre sens. On est sur une maison qui était en train de lever des fonds et dont la commercialisation va démarrer. Czapek va être aussi dans cet univers : montre de tradition, facture classique mais actualisée. On n'est plus du tout dans les montres ovni ou capsules de Urwerk, Max (MB&F) ou autres. Je pense que c'est quelque chose à suivre.



Crédit photo : Stéphane de Bourgies

Tudor : C'est sa renaissance récente finalement. La marque existe depuis longtemps mais il y a une volonté désormais d'en faire une marque et non plus une sous-marque.

Il y a 3 ans a surgi le stand de Tudor à Bâle, c'était intéressant mais à ce moment il y avait à mon sens, sur 12 mètres de vitrine, 1 mètre intéressant et 11 mètres à destination de marchés spécifiques. Aujourd'hui, les choses se sont véritablement forgées et on va vers une « réception » de la part des amateurs. Dans un univers Rolex, Tudor s'autorise plus de fantaisie, moins de barrières sur certains sujets (on l'a vu avec la Bronze, la Black Bay Dark, etc)

PREMIUM : Les 3 marques qui ont besoin de renouveau selon vous

L. P. : Mon avocat n'étant pas proche de moi, je passe mais il y en a plus que 3...

PREMIUM : Les 3 grandes surprises horlogères 2016

L. P. : MB&F Hm6 rv : 2ème version. Avec la moitié de sa boîte saphir, mouvement apparent. Très complexe à mettre au point. C'est une vision de ce que je nommerai « l'intrigue horlogère ». On observe cette pièce et on se dit « combien il y a de composants ? Comment ça marche ? » C'est très mystérieux même si cela est traité dans un design très contemporain. Et beaucoup plus que la Hm6, dont le mouvement n'était pas visible, si ce n'est le tourbillon central qu'on pouvait voir ou ne pas voir selon sa protection amovible. C'est une pièce qui est stupéfiante, simplement visuellement. La réalité dans le parcours initiatique horloger est toujours le même : quelqu'un qui est totalement novice sur le sujet, si je lui pose une pièce comme cela, il va comprendre tout de suite - même s'il ne comprend rien du tout - qu'on parle de quelque chose de particulier. Si je lui pose une pièce de facture hors norme mais qui ne l'exprime pas au travers de sa vision comme une Dufour ou une Laurent Ferrier, il va sans doute considérer que c'est une énième montre de 2 ou 3 aiguilles. Cela ne va pas l'ébouriffer. La MB&F en question est stupéfiante car si on met en face de nous un novice et un amateur, les deux comprendront qu'on parle de quelque chose de spécial.

Audemars Piguet super sonnerie : On en a eu qu'une présentation et elle sera livrée que fin d'année ou début de l'année prochaine. A mon sens, les 8 années de recherche&développement et de travail qui étaient vraiment focalisés sur cette Répétition Minute, ont été gratifiant. Selon moi, c'est la meilleure répétition minute du marché et cela va être très compliqué je pense pour un certain nombre d'acteurs horloger - qui sont encore sur le sujet de la répétition minute - de tenir tête par rapport à la qualité sonore de cette Audemars.

Hublot Ferrari saphir : parce que la mode, la tendance ou la volonté de différentes personnes d'aller sur le saphir est toujours un exercice de style qui n'est pas simple. Parce que, d'une part, on est sur des coûts de boîtes qui sont juste monstrueux, à moins de faire de très grandes séries (Hublot a fait 2x 500 chrono à un coût beaucoup plus humain). Pour la Hublot Ferrari, avoir une vision de l'ensemble sans avoir besoin de soulever le capot, ça fait partie des surprises intéressantes je trouve.

PREMIUM : Vos 3 grandes attentes horlogère pour 2017

L. P. : Attendons Genève et Bale mais en anticipant : ZENITH , MCT , Arnold & son.

Zenith : Je suis très curieux de voir la concrétisation de l'action de Jean-Claude Biver, qui est venu prendre les commandes et faire un peu le pompier sur Zenith... Il était temps. Puisque je lui fais grande confiance, comme pour tout ce qu'il a fait auparavant, je suis plutôt positif même si on a vu pour le moment que certains modèles. Je crois qu'on va arriver à un renouveau, comme on l'a vu pour TAG Heuer.

MCT : c'est un peu une autre histoire. C'est le retour de Denis Giguet chez MCT. Finalement, ce mouvement génial qu'a développé Denis Giguet à l'époque n'a pas pu avoir de suite car il s'est fâché avec son associé de l'époque et il est parti. Là, il est revenu il y a quelques mois seulement. C'est peut-être un peu court, je ne suis pas sûr qu'on voit dès le début de l'année la concrétisation de son retour mais j'ai bon espoir que dans le courant de l'année 2017 en tout cas on voit quelque chose, peut-être sous la forme d'un prototype. Quand il a démarré à MCT, Denis ne se serait pas arrêté uniquement à ce premier modèle. Il avait bien d'autres choses en tête mais il n'a pas eu le temps de s'exprimer. Donc je suis assez curieux de voir la suite. C'est une situation un peu rare que d'avoir le fondateur qui s'en va puis qui revient... On n'a pas vu cela souvent et c'est intrigant.

Arnold&Son : Parce que j'ai le sentiment - pour avoir discuté avec eux il y a relativement peu de temps - qu'il y a un certain nombre de chose qui va arriver et qui va nous surprendre. A des niveaux assez divers sur les 3 marques, je pense qu'il va se passer des choses intéressantes. Après vous m'avez limité à trois sur les questions, sinon j'aurais été beaucoup plus loin !