

ACTUALITÉ Art de vivre Montres RSS

Le Point.fr - Publié le 18/03/2012 à 11:05

Chronopassion, la caverne de la rue Saint-Honoré

Laurent Picciotto fut l'un des premiers retailers à anticiper l'explosion du marché de l'horlogerie. Ses choix audacieux se sont révélés payants.



Par NICOLAS SALOMON

La boutique est décevante. Quand on vous parle d'un des plus grands retailers horlogers du monde, naturellement, vous imaginez qu'il opère dans un sublime écrin. Chronopassion, le nom de cette caverne, est tout l'inverse. Remplie de merveilles, cette petite enseigne de la rue Saint-Honoré dénote. Et c'est aussi cela qui rend l'endroit attachant et qui fait que, depuis 1988, Laurent Picciotto a su garder ses clients les plus fidèles. Dès qu'on y pénètre, on s'y sent bien, on n'a plus envie de partir.

Après avoir tâté de l'immobilier et de la finance, participé au lancement des Compact Discs au début des années quatre-vingt, Laurent Picciotto se rend compte qu'il ne trouve pas sa voie. Fils d'un collectionneur éclairé, son adolescence est bercée par des visites de manufactures et des cocktails chez les joailliers de l'époque. L'essentiel de la distribution horlogère se fait par eux. La vente de montres ronronne, et ne constitue pas un business en soi.

Le pari de Chronopassion

Logiquement, lorsqu'il ouvre Chronopassion en 1988, nombreux sont les sceptiques. Le marché de la montre est embryonnaire par rapport à celui que l'on connaît aujourd'hui. Du reste, le chiffre d'affaires des premières années s'en ressent. De 1988 à 1995, il faut effectivement la passion du chrono pour tenir. Alors que seules les marques traditionnelles ont véritablement du succès, Laurent Picciotto mise sur le designer de génie des années soixante-dix, inconnu du grand public, Gérald Genta à qui l'on doit notamment deux icônes : la Royal Oak d'Audemars Piguet et la Nautilus de Patek Philippe. Là encore, c'est un succès d'estime.

Pourtant, sans l'avoir véritablement anticipé, Laurent Picciotto vient d'ouvrir une brèche. Les collectionneurs avertis se passent le mot. À Paris, il y a désormais un détaillant qui propose, en marge de Genta, une sélection de montres inédites, dont les premières incroyables Panerai, pour ne citer qu'elles. La réputation se bâtit, traverse les frontières, et quelques grands collectionneurs sont séduits par la clairvoyance de ses choix.

1995, la transition

Dès lors, le marché frémit. L'horlogerie devient un sujet de conversation masculine. Les ventes décollent. La Bourse commence son ascension et produit ses premiers wagons de traders, suivis de près par les trentenaires millionnaires de la bulle internet. Ces fortunes récentes veulent faire savoir, en toutes circonstances, qu'elles peuvent s'offrir tous les jouets de luxe dont un homme rêve. Elles cherchent le

top, Laurent Picciotto le vend, la boutique voit sa fréquentation grimper en flèche. Les chiffres du secteur s'affolent. Au milieu des années quatre-vingt-dix, Richemont, Swatch et LVMH commencent leur acquisition. Chez Chanel, le regretté Jacques Helleu dessine la J12 et chez Dior, on affûte ses crayons. La presse s'en fait le relais, l'Internet fera le reste. L'intuitif Jean-Claude Biver relance Blancpain en louant le savoir-faire inégalé des artisans et des manufactures. Le quartz est enterré, vive le mécanique.

À compter de 1995, l'horlogerie connaît ce que le rock a vécu au début des années soixante, l'éclosion et l'explosion. Deux cents ans que le secteur végétait. Imaginez qu'on ne se mette à s'intéresser aux automobiles qu'à partir des années quatre-vingt !

Le précurseur de la rue Saint-Honoré a bien fait de s'entêter, il récolte les fruits de sa détermination. Mais c'est avec une autre aventure qu'il va véritablement asseoir sa domination.

Richard Mille

C'est à la veille du millénaire que Laurent Picciotto croise la route de celui qui va en partie changer sa vie, le tourbillonnant Richard Mille, alors aux commandes de Mauboussin. Ce passionné de mécanique automobile va lui proposer un projet fou : créer ex nihilo une marque de montres de luxe révolutionnaire. Avec l'aide de Renaud et Papi, célèbre fabricant des mouvements Audemars Piguet, ils mettent au point la RM01. Les matériaux, le design, l'esprit..., tout est nouveau, y compris son tarif, lunaire à l'époque, près d'un million de francs ! Les clients adhèrent, les ventes s'enflamment. Richard Mille et Laurent Picciotto viennent de donner naissance à la nouvelle horlogerie. Elle va faire de ce dernier l'apôtre d'une décennie de créations sans limites qui vont littéralement faire voler en éclats les positions des aiguilles.

Fort de ce constat, le propos de Chronopassion se radicalise. De 2000 à nos jours, la majorité de la boutique va être consacrée à ces petites marques de génie. MB&F, Urwerk ou encore Greubel Forsey cohabitent désormais avec quelques belles Audemars Piguet et Hublot. Avec le succès, l'homme s'est taillé une réputation de défricheur. Aujourd'hui, il devient prescripteur. Il existe à présent à peine une dizaine de détaillants dans le monde qui offrent une sélection de produits comparables. Et tous scrutent à travers le monde les modèles qui vont retenir les yeux de cet expert reconnaissable à ses drôles de lunettes démontables qui ornent ses vestes sur mesure aux accents rock. Car c'est là l'autre grande passion du personnage. Il manie guitares et Harley Davidson avec la même dextérité que lorsqu'il remonte un quantième perpétuel. Pas étonnant donc que de son bureau en sous-sol résonnent parfois quelques riffs énervés ponctués de tintements de répétition minutes.

Futur proof

L'activité horlogère mondiale connaît à présent des croissances annuelles à deux chiffres. Les grands groupes se frottent les mains et l'on veille tard dans les ateliers de la vallée de Joux pour honorer des commandes sans cesse plus fortes.

Radical mais visionnaire, animé par sa seule passion, Laurent Picciotto est désormais serein.

Et c'est probablement ces choix cruciaux qui feront de Chronopassion un détaillant futur proof. Car, à présent, les groupes horlogers reprennent en main une partie de leur distribution. Après avoir bâti un réseau solide de revendeurs pour asseoir leur présence dans le monde, les groupes souhaitent maintenant récupérer le volant.

On peut donc s'interroger sur le sort des détaillants indépendants classiques face aux méga-stores horlogers qui sont censés fleurir un peu partout.



MONTRES

RSS Montres

Les horlogers repoussent le temps

La haute couture de l'horlogerie

Vintage Rally, pour les fans d'auto

La qualité à prix doux

[Tous les articles - Montres](#)



Parrainez une fille

Pour qu'elle ait accès à l'éducation, agissez avec PLAN en investissant dans son avenir

» [Cliquez ici](#)



0€ d'impôt pendant 15 ans

Ne payez plus d'impôt grâce à la Loi Scellier... ATTENTION dernière année pour en profiter !

» [Cliquez ici](#)



Ventealapropriete.com

Profitez sans plus attendre de la sélection du n°1 des Ventes Privées de Vins. Inscrivez-vous !

» [Cliquez ici](#)



800 Mutuelles ? Comparez!

GRATUIT et sans engagement! Le meilleur rapport qualité, prix et service pour VOTRE mutuelle.

» [Cliquez ici](#)

Publicité  Ligatus

Aucun commentaire

Soyez le premier à réagir sur cet article

[Ajouter un commentaire](#)

Votre commentaire

Titre * :

Commentaire * :

3000 caractères restants

M'alerter lors de la publication de ma réaction

[Ajouter un commentaire](#)

[Voir les conditions d'utilisation](#)