

BALTHAZAR HORS SERIE

46 RUE DE BROCA
75006 PARIS - 01 43 36 32 00

OCT/DEC 08

Parution irrégulière

Surface approx. (cm²) : 861

Rencontre

Par David Artur

LAURENT PICCIOTTO

A la pointe de la



À L'HEURE OÙ LA RECHERCHE INDUSTRIELLE ET L'ART FRATERNISENT AUTOUR DE LA CRÉATIVITÉ DU DESIGN, NOUS AVONS VOLÉ UN PEU DE TEMPS À L'UN DES VINGT PLUS IMPORTANTS MARCHANDS D'HORLOGERIE DE LA PLANÈTE. DANS CE MILIEU TRÈS FERMÉ, LAURENT PICCIOTTO A RÉUSSI À IMPOSER UNE VISION PERSONNELLE DE CE QUE DOIT ÊTRE LA RENCONTRE FORTUITE ENTRE UN HOMME D'INFLUENCE ET SON GARDE-TEMPS D'EXCEPTION. POUR CELA, CE PASSIONNÉ SILLONNE SANS RELÂCHE LE MONDE HORLOGER, PASSANT DES ACTEURS HISTORIQUES AUX PETITS ARTISANS QUI FAÇONNENT QUELQUES PIÈCES PAR AN. ILS CONSEILLENT LES PREMIERS, MAIS N'HÉSITE PAS À LES RETIRER DE SES VITRINES POUR FAIRE PLACE À DES NOUVEAUX VENUS ENCORE PEU CONNUS. LES URWERK, MB&F OU DE BETHUNE QUI NOURRISSENT SES COUPS DE CŒUR.



LAURENT PICCIOTTO, COMMENT EST NÉE L'IDÉE D'OUVRIR VOTRE BOUTIQUE CHRONOPASSION ?

D'une réflexion de mon père, grand amateur de garde-temps. Vers mes 12 ans, lors d'un pèlerinage à Genève, nous avons écumé un nombre incroyable de boutiques horlogères à la recherche de son nouveau coup de foudre. Là, il m'a fait la remarque qu'il n'existait pas un lieu unique proposant la quintessence des fleurons créatifs de l'horlogerie. Le temps avançant, près de dix années plus tard, et après avoir pratiqué différents métiers, j'ai repensé à cette conversation. Le constat que j'en ai

tiré, c'est que ceux qui vendaient des montres étaient des horlogers-bijoutiers dont 80 % du business concernaient les pierres et le bijou. En fait, la montre n'était qu'un accessoire secondaire. Dans le même temps, j'ai eu l'envie de proposer à la vente, non pas ce qui se vendait mais ce qui me plaisait. J'avais fait mienne l'idée que les choix d'un passionné rencontreraient ceux d'autres passionnés en quête de pièces sortant des sentiers battus.

JEUNE HOMME À L'ÉPOQUE, ET DÉBARQUANT DANS UN MILIEU ASSEZ CONSERVATEUR, A-T-IL ÉTÉ FACILE POUR VOUS D'AVOIR ACCÈS AUX PIÈCES D'EXCEPTION ?

Non, j'avais un discours radical auprès des marques. Je leur disais que je ne voulais que les pièces compliquées de leurs collections. En plus, je voulais négocier avec elles des pièces uniques ou des petites séries limitées. J'étais un ovni pour eux. Ils se demandaient tous si j'avais les moyens de payer mes envies. Ma force a été de leur dire que je voulais payer comptant dans une profession où, à l'époque, ils mettaient beaucoup de temps à récupérer l'argent de leurs distributeurs. Fidèle à cette démarche, je me retrouve aujourd'hui avec des marques qui me livrent des pièces que je n'ai pas commandées. Et grâce à ce succès, la montre que porte Gérard Sené sur la couverture du magazine « Balthazar » est la numéro 25 des 25 pièces en édition limitée de la Tourbillon C1 de chez Concord. Nous avons été les premiers livrés dans le monde pour ce modèle.

EST-CE QUE LES VENTES ÉTAIENT PROPORTIONNELLES À VOTRE DÉTERMINATION ?

Les deux premières années, j'avais pris le pari de ne vendre que la marque Gérard Genta, qui était sans doute à l'époque le plus grand innovateur du monde horloger. Je vendais quarante garde-temps dans l'année, dont les prix oscillaient entre 300 000 francs et 2 millions de francs. Mais

BALTHAZAR HORS SERIE

46 RUE DE BROCA
75005 PARIS - 01 43 36 32 00

OCT/DEC 08

Parution irrégulière

Surface approx. (cm²) : 861

révolution horlogère

cela m'a surtout permis d'avoir accès aux plus grands collectionneurs dans le monde. Là où la situation s'est compliquée, c'est à la fin de la deuxième année. Pris d'une sorte de frénésie, je me rends, en 1991, à la Foire de Bâle avec la détermination de m'ouvrir aux autres en devenant multimarque. Entre les marques historiques et les inconnues, j'achète tout ce qui me semble digne d'intérêt. Je sors de la Foire avec en commande pour 28 millions de francs de marchandises en prix de vente. Ce qui était un peu insensé pour quelqu'un qui réalisait 2,5 millions de francs de chiffre d'affaires. Mais j'avais besoin de savoir si ma stratégie et ce que j'avais à dire étaient justes ou pas. Ma détermination a fait que chaque montre qui arrivait à la boutique trouvait dans les semaines qui suivaient un collectionneur. Fort d'un chiffre d'affaires en constante expansion, et après sept années plutôt rock'n'roll où il a fallu que j'apprenne à jongler avec les difficultés, j'ai pu trouver dans ma famille des partenaires financiers qui ont accepté de soutenir ma vision.

UNE VISION QUI A FAIT SES PREUVES, PUISQUE VOUS FAITES PARTIE AUJOURD'HUI DU CLUB TRÈS FERMÉ DES VINGT QUI ONT ACCÈS AUX GARDE-TEMPS LES PLUS FOUS ET LES PLUS INNOVATEURS DE LA PLANÈTE. AVEC LE RÉCUL, COMMENT DÉFINIRIEZ-VOUS CE QUE VOUS VENDEZ ?

Je ne vends pas l'heure. Les montres sont devenues des jouets pour des clients qui ne sont pas rationalistes. Ils cherchent la surprise et l'étonnement. Et puis, il y a un sentiment de fierté qui émane du fait de porter une œuvre incroyable à son poignet. J'ai un client qui me disait l'autre jour, que dans un conseil d'administration, il n'avait absolument pas écouté ce qui se disait, parce que l'un des administrateurs avait une pièce tirée à dix exemplaires... Ne nous cachons pas que la représentativité fait partie pour beaucoup de l'intérêt de la montre. Je me souviens d'un de mes meilleurs clients qui avait acheté une grande sonnerie Audemars Piguet en titane, doté d'un bracelet façon toile d'araignée ornée de coutures jaunes ton sur ton avec le tréfilé des aiguilles et du chiffres. Il y avait un client américain dans la boutique ce jour-là, qui lui dit qu'elle ressemblait à une montre à 10 dollars. Eh bien il était ravi, car il pouvait alors n'importe où avec une pièce qui valait 350 000 euros. À ce niveau d'élégance, la montre d'exception est un code de reconnaissance réservé aux véritables amateurs. À l'inverse, il est vrai que si vous portez un garde-temps de chez Ulwerk ou De Bethune, un tourbillon Breguet ou une Richard Mille, vous vous affichez même auprès des néophytes.

COMMENT EXPLIQUEZ-VOUS LE PHÉNOMÈNE ACTUEL DES MONTRES DOTÉES DE BOÎTIERS XXL ?

Il y a deux paramètres. Pour faire une montre compliquée, il faut avoir un boîtier conséquent qui permette de tout placer. Dans un mouvement classique automatique à deux aiguilles, on va trouver entre cent et cent

cinquante composants. Si je fabrique un mouvement perpétuel tourbillon, ou un foudroyant tourbillon, ou encore une répétition minute quantième, je vais utiliser entre quatre cents et six cents pièces dans le mouvement. Donc, j'ai besoin de place. Et cela ne va pas s'arrêter, puisqu'il existe aujourd'hui une montre qui utilise plus de huit cents pièces. L'autre facteur est l'arrivée sur le marché grand public des montres de la marque Panerai, combinée avec un nouveau public essentiellement asiatique, russe ou des Emirats. Tous ont compris. Il y a une dizaine d'années, que leur montre les déterminait. Ce qui fait qu'à l'heure actuelle, j'ai des clients qui viennent me voir en me disant : « Voilà, je suis de telle nationalité, je suis dans tel business et je fais tant de chiffre d'affaires. Que faut-il que je porte comme montre ? ». La morale de tout cela, c'est : un avocat à qui j'ai conseillé une montre Breguet et qui aujourd'hui m'explique qu'il plaide mieux avec une Breguet.

LA FRANCE SEMBLE CHOQUÉE PAR SON PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE QUAND IL PORTE UNE ROLEX BLING-BLING, ET ELLE LE TROUVE RENTRÉ DANS LE RANG AVEC UNE PATEK PHILIPPE QUI VAUT DIX FOIS PLUS CHER. RASSUREZ-NOUS SUR LE POUVOIR D'ACHAT HEXAGONAL : VOUS N'AVEZ PAS QUE DES CLIENTS INTERNATIONAUX ?

Non, il y a beaucoup de grands amateurs français qui peuvent acquérir des montres à hauteur de 450 000 euros. Ce qui est important quand on pense que la montre la plus chère que j'ai vendue était un peu au-delà de 500 000 euros. Des prix qui vont encore grimper avec le caractère exceptionnel de ce qui est en train de se passer dans le milieu créatif horloger, où règnent désormais le design et la haute technologie. La question que se posent les nouveaux venus n'est pas ce que faisait Breguet au XVIII^e siècle, mais que ferait Breguet s'il était encore vivant ? Et quand Richard Mille, Max Büsser, Ulwerk ou Hautlence veulent y répondre avec brio, ils ont l'avantage de partir d'une page blanche sans avoir à supporter un poids historique et un passé à respecter. Et puis l'époque est aussi aux matériaux nouveaux, puisque les marques créent leurs propres métaux comme le Hublonium chez Hublot, le Zenithum chez Zenith ou le Tian (titane, aluminium, nitrure) chez Ulwerk. De vous à moi, avec tout ce qui arrive à la boutique comme nouveautés, plus incroyables les unes que les autres, je peux vous affirmer que l'on n'est qu'au début d'une révolution horlogère sans précédent.



> Chronopassion

271, rue Saint-Honoré, 75001 Paris.
Tél. : 01 42 60 50 72. www.chronopassion.fr