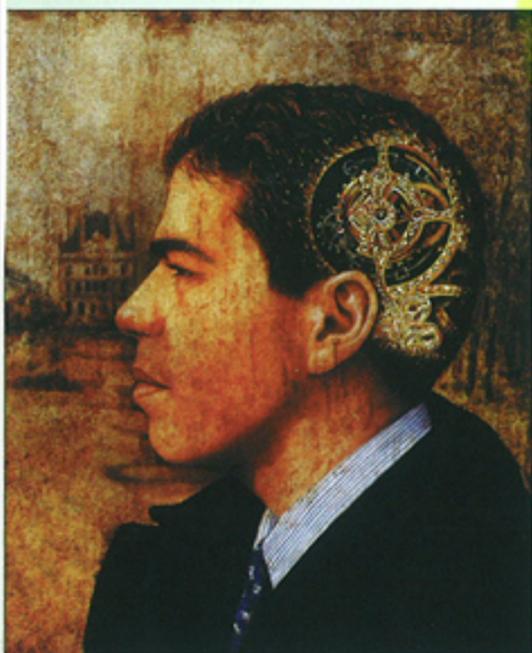


## Le culte de la rareté

Elles incarnent le meilleur des montres et plaisent particulièrement aux collectionneurs. Illustrant avec brio les prouesses de ceux qui savent les fabriquer, les montres en série limitée possèdent l'attrait technique ainsi qu'un design unique qui font leur authenticité et leur charme. Pour ce dossier, nous avons rencontré François-Paul Journe et Laurent Picciotto, deux personnes au talent sûr, qui, à travers leur exemple de réussite, nous livrent quelques éléments de réflexion sur le segment des éditions limitées. A lire et à découvrir pour un plaisir radicalement élitiste.

■ Dossier réalisé par Véronique Le Lan.



**LAURENT PICCIOTTO**

## Votre montre est précieuse

Situé rue St Honoré dans le 1<sup>er</sup> arrondissement parisien, le magasin Chronopassion dirigé par Laurent Picciotto présente une offre de montres que l'on ne trouve nulle part ailleurs : dans

un écrin très feutré se trouvent, en effet, entre autres, des pièces uniques, des séries limitées, des pièces en exclusivité, des tourbillons, une grande sélection de montres squelettes, etc, et jamais de montres courantes. Laurent Picciotto nous explique pour ce dossier « les éditions limitées » comment il vend et sélectionne précisément ses montres.

Quelles sont les écueils que la série limitée doit éviter ?

Il existe un marketing de la série limitée et cela dans des domaines très différents. Le phénomène est large et le luxe n'y échappe pas. Par rapport aux montres, je pense qu'une série limitée n'a sa juste valeur qu'à deux conditions. Premièrement, une montre en série limitée doit apporter une valeur ajoutée en terme de technique et de design. Deuxièmement, le prix de la montre éditée en série limitée doit être cohérent avec le nombre de pièces produites. Il est évident que le ratio entre une série produite à 10 exemplaires sera radicalement



## Les éditions limitées

différent du ratio d'une montre produite en 1 000 exemplaires.

### **Vous parlez d'une éthique de la série limitée, pouvez-vous nous en dire plus ?**

Je constate que certains fabricants sont capables de proposer une série limitée à tant d'exemplaires, telle année, et que cela ne les empêche pas d'en reproposer une autre similaire deux ou trois ans plus tard. Cela n'est pas tout à fait honnête vis-à-vis du distributeur et du client qui peut s'apercevoir que la 500<sup>ème</sup> pièce qu'il porte à son poignet sera en fait dupliquée, une autre année.

### **Que recherche le client avec une série limitée qu'il ne trouve pas avec une montre courante ?**

Le client veut être étonné et surpris. Il recherche aussi la confidentialité. Je pense qu'acheter une montre exceptionnelle est une affaire de moyen mais aussi, et surtout, de coup de cœur. Et que le client pré-

voit rarement, le matin, d'acheter une montre à un million de francs. En revanche, pour se déculpabiliser de dépenser une telle somme pour lui-même, il va par exemple, se poser la question suivante : « Est-ce que la pièce, au fur et à mesure que le temps passe, va prendre de la valeur ? » pour la revendre, peut-être, plus chère lors d'une vente aux enchères.

### **Comment et quand les fabricants décident-ils du nombre de pièces qu'aura la série limitée ?**

C'est un art et un métier à la fois. C'est aussi un pari sur l'avenir. Dans tous les cas, ce n'est pas en fonction du nombre de modèles que l'on a vendu à la foire de Bâle ou au SIHH que le fabricant décide du nombre de pièces de la série. Il faut avoir une vision plus globale que cela.

### **Vous vous donnez combien de temps pour vendre une série limitée ?**

Au départ, ce qui compte c'est la conviction que l'on a par rapport à telle ou telle montre. Ensuite, au bout d'un an, si la montre n'est toujours pas vendue, on commence à se poser des questions. Au-delà de deux ans, on commence très sérieusement à douter. Là encore, c'est un pari sur l'avenir.

### **Quel est le prix de la montre en série limitée la plus chère que vous ayez vendue ?**

Il s'agissait d'une grande sonnerie Audemars Piguet en titane que j'ai vendue à 1,8 million de francs.

### **Est-ce que le numéro de la série peut-être un obstacle à l'achat d'une montre en série limitée ?**

Oui cela peut arriver. Si le client ne peut pas avoir le n° 1, il va parfois préférer avoir le n° 500. Il peut aussi apprécier qu'on lui propose une pièce unique qui sera, elle aussi, gravée. C'est la raison pour laquelle, j'essaie d'avoir le maximum de n°1. ■