

WATCHING

SINCE 1995

100% HORLOGES

Special:
**DE HIGHLIGHTS
VAN DE SIHH**

Baselworld 2014
EEN PREVIEW

**BEREIKBARE LUXE
VAN BAUME & MERCIER**

WWW.WATCHING.NL
LENTE 2014 € 4,95

CLIFTON CHRONOGRAPH EN CLIFTON RETROGRADE





Chronopassion's Laurent Picciotto

DANDY, GODFATHER & ACCUMULATOR

Aan de rue Saint-Honoré in Parijs zit een notoire horlogezaak, zo één waar je voor omreist, of waar je simpelweg speciaal voor naar Parijs gaat. En eigenlijk is het niet eens zozeer de zaak zelf waarvoor je komt, met zijn fantastische limited en special editions. De werkelijke reden voor een bezoek is monsieur Laurent Picciotto, al 25 jaar uitbater van dit horlogewalhalla: “Ik geef niks om merken, een horloge moet iets bijdragen aan de horlogerie.”

Het is maar een kleine zaak, die makkelijk over het hoofd gezien kan worden tussen al het grote mode-geweld op de rue Saint-Honoré. Maar wie een hart heeft dat tikt voor horloges zal zijn adem inhouden voor de etalage van het Parijse Chronopassion. In de ronddraaiende kolommen prijken horloges die een eenvoudige horlogesterveling wellicht nooit in zijn leven zal aanschouwen. MB&F, Richard Mille, Urwerk, Greubel Forsey, HYT en ga zo maar door. Grote namen in de wereld van de kleine onafhankelijke merken, maar ook kleinere goden zoals Rudis Sylva, Strom, Ressence en Frederique Jouvencot vinden een plek op de Saint-Honoré. Het zijn deze horlogemakers die de haute horlogerie zo nu en dan op haar grondvesten doet schudden met innovaties als de Double Tourbillon 30° van Greubel Forsey, het ‘water-horloge’ van HYT, de Horological Machines van MB&F en de superlichte, onverwoestbare Mille's. Elk stuk in de fantastische collectie van Picciotto heeft iets bijzonders, iets unieks en dat is precies waar het de man om gaat: “Het moet om het product draaien!” Druk op de horloge-knop van Laurent Picciotto en de verhalen rollen één voor één van zijn tong en in veel van deze vertellingen speelt hij persoonlijk een belangrijke rol. Neem de tijd, u zult urenlang vermaakt worden.

Picciotto de godfather

Zijn eigenzinnigheid en enorme passie voor horloges hebben Laurent Picciotto de afgelopen 25 jaar tot één van de meest invloedrijke mensen in de haute horlogerie gemaakt. Sommigen noemen hem wel de godfather van de horloge-industrie. Het is echter allerminst

een Don Corleone die we aantreffen in het ondergrondse kantoor van Chronopassion, waar om de zoveel minuten een metro onderdoor raast. We vinden hier een groot-klein kind, te midden van zijn verzamelingen: gitaren, radio's, horloges. “Thuis heb ik ook nog een collectie motoren en kleding. Het is een ziekte!”, roept Picciotto vrolijk uit. Hij oogt als een moderne dandy: zomers drieluig pak, met streepjes in wit en lichtblauw, petieterige kopjes cappuccino, grootsse gebaren. Picciotto is een uitbundige man, een man van goede komaf, gesoigneerd, een man van de wereld. Valse bescheidenheid is hem vreemd en zijn komische tronie prijkt dan ook veelvuldig op de advertenties van Chronopassion. “Op een gegeven moment wist ik dat het om mij moest draaien, de meeste communicatie is veel te kil. Toen er op een gegeven moment een tijdschrift belde dat ze nog een plekje over hadden voor een advertentie hebben we er snel een in elkaar gedraaid. Het enige dat we voor handen hadden was een foto van mij. Vanaf dat moment kwamen hier mensen met dat blad in hun hand die zeiden: ‘Ben jij die vent? Laat maar eens horen wat je hebt!’ Het werkt, dus zijn we het maar blijven doen.” De advertenties met Picciotto als model hebben altijd een humoristische ondertoon. “We hebben een advertentie gemaakt met een foto van mij en Richard Mille als de Blues Brothers voor een speciale Richard Mille-editie voor Chronopassion. Twee clowns, dat vinden mensen leuk. En zojuist heb ik nog een lasso besteld voor de advertentie voor onze nieuwe special edition met Hublot, de Classic Fusion Jeans. Het eerste jeans-horloge ter wereld, ik dacht daar hoort een cowboy bij!”



Picciotto de eigengereide

Als twaalfjarig jongetje ging Picciotto met zijn vader op pad om een Audemars Piguet te kopen. “We waren hier op de Place Vendôme, alleen maar smokings en kille winkels. Ik wilde een ander soort atmosfeer creëren.” Zijn hang naar een meer persoonlijke en warmere benadering van klanten bracht hem uiteindelijk tot het openen van zijn eigen zaak, geheel tegen de trend van toen in volledig gericht op horloges. “Deze markt bestond 25 jaar geleden nog niet. Juweliers verkochten toen wel horloges, maar die maakten slechts twintig procent van de omzet uit. Ik wilde een zaak met alleen maar horloges en alleen maar merken die ik leuk vind. Iedereen zei dat het snel gedaan zou zijn met mij; nu zijn horloges voor diezelfde winkels goed voor tachtig procent van de omzet.” Met eigengereidheid als zijn tweede naam, is Picciotto altijd zeer kieskeurig geweest wat betreft de merken die hij voert. Een aantal jaar geleden gooide hij nog zonder pardon Jaeger-LeCoultre en IWC uit zijn collectie. “Naar mijn mening zijn sommige merken hun spirit kwijtgeraakt, ze hebben zichzelf verloren in de massamarkt. Bij JLC bijvoorbeeld, werd steeds minder met de hand gedaan. IWC verloor totaal de focus. Zo veel verschillende lijnen, daar kan

ik niets mee.” Ook met Cartier heeft de Fransman een stormachtige relatie. “Begin jaren negentig stond Alan Dominique Perrin van Cartier wel twintig minuten voor mijn etalage. Ik zag aan zijn gezicht dat hij dacht ‘wat is dit voor vreemde tent’. Ik was perplex, dat zo iemand zo lang aandacht had voor mijn zaak! De volgende dag heb ik hem een berichtje gestuurd, dat ik vereerd was dat hij interesse had getoond in mijn winkel en of hij de volgende keer niet binnen wilde komen. Vervolgens liet hij me weten dat hij me verwachtte in zijn kantoor, ik moest Cartier gaan verkopen. Hij zei: ‘Ik begrijp niet alles wat je doet, maar de echte vraag hier is: waarom verkoop je geen Cartier?’. Ik antwoordde dat het simpelweg niet binnen mijn doelstelling paste. Ik vond Cartier echt wereldkampioen massamarkt. We hebben drie jaar lang gediscussieerd, met veel plezier overigens. Uiteindelijk heb ik voorgesteld dat we Cartier zouden opnemen als hij een uniek exemplaar zou maken voor Chronopassion. Dat werd de geskeletteerde, stalen Pasha. Het was een nachtmerrie, hij kostte 250.000 Franse franc. Ik denk dat we de slechtste Cartier dealer ooit waren, na drie jaar zijn we er mee gestopt. Mijn klanten komen gewoon niet voor Cartier.”

Picciotto de jager

Picciotto ziet zichzelf graag als een jager. De grote merken interesseren hem nauwelijks, maar als iemand met een origineel idee komt, wie dan ook, is hij één en al oor. “Grote merken innoveren nog wel, maar zij hebben het niet echt meer nodig. De onafhankelijke merken moeten verbazen, hun doel is om uitzonderlijk te zijn.” Zo stond Picciotto aan de wieg van het inmiddels gevestigde Richard Mille. “Richard Mille vroeg me helemaal in het begin eens of ik wellicht twee uur voor hem had om wat van zijn ideeën te bespreken. Het werden uiteindelijk veertig uur en we werken nog altijd met veel plezier samen. Ik was één van de eersten om Felix Baumgartner, de oprichter van Urwerk, geld te geven en zo heb ik meer nieuw talent ontdekt. Het gaat me niet om de range waar iemand zich in bevindt, of de kosten van een collectie. Kijk naar Strom, hij heeft geen enkele haute horlogerie-pretenties, maar niemand doet dit. Alles draait bij hem om de kast en de wijzerplaat. En dan die doodskoppen, I love it! Normaal gesproken draait alles

“Voor mij moet
de emotie te
rechtvaardigen zijn”



Laurent Picciotto als model voor de special edition met Hublot, de Classic Fusion Jeans



om het merk, maar voor mij moet de emotie te rechtvaardigen zijn. Een uurwerk moet iets toevoegen, het maakt niet uit of het nu op het gebied van design of techniek is. Kijk bijvoorbeeld naar de uurwerken uit eigen manufacture waar iedereen tegenwoordig zo mee dweept, het wordt een soort keurmerk lijkt wel. Maar Ferrari en Porsche werken ook met motoren van anderen. Ik heb liever een Richard Mille met een uurwerk van Renaud & Papi dan een saai horloge met een eigen uurwerk.”

Picciotto de criticus

Zowel klanten als merken kunnen van Picciotto immer een eerlijke mening verwachten, en daar komt men dan ook om. “Gisteren was MB&F hier nog om over hun nieuwe collectie te praten, we hebben zes uur gezeten. Ik heb mijn mening en advies gegeven over alles; de maat, de kleur.” Het is deze toewijding die maakt dat de Fransman zo’n intieme relatie heeft met zijn merken. Het jonge merk Valbray klopte een aantal jaar geleden ook aan op de rue Saint-



Een horlogewalhallia aan 271 rue Saint-Honoré

Honoré, met het toen nog in ontwikkeling zijnde diafragma-horloge. “In het eerste ontwerp opende het diafragma over de wijzerplaat ineens, ik heb ze aangeraden om het stapsgewijs te openen, om het spannend te houden. Ik hou nog altijd van horloges en als ik het idee heb dat iets een ramp gaat worden, doe ik mijn mond open. Soms moet ik misschien iets meer relaxen, ik kan zo boos worden op merken! Dan voel ik me alsof het om mijn eigen zaak gaat. Wat dat betreft ben ik net een klein kind. Ik kan eindeloos dromen, maar ook buitenproportioneel emotioneel reageren. Maar goed, deze business heeft ook niets met rationaliteit te maken, we hebben geen horloges nodig en zeker deze niet. Het is de irrationele dimensie van dit alles die ik deel met mijn klanten. Ik vertel ze dan ook het echte verhaal, niet het verhaal dat het merk vertelt. Ik verkoop ze geen bullshit, de merken niet en de klanten niet. Daarom hebben we zulke nauwe banden met ze. Als wij een merk voeren in onze winkel zijn we ook echt een ambassadeur van dat merk.”



Eigenlijk een speelgoedwinkel: Chronopassion

“We hebben geen horloges nodig en zeker deze niet”

Picciotto de accumulator

Of het nu om horloges, gitaren of motoren gaat, voor Picciotto is het de emotie die telt. “Dat iemand een hele week kan praten over een specifiek onderdeel van een vintage motorfiets, dat is toch geweldig! Het gaat niet om de spullen, het gaat om de passie. En dat je mensen ontmoet met dezelfde ziekte. Wanneer iemand mij een fantastisch verhaal over een gitaar kan vertellen, dan wil ik alles kopen en de man mee naar huis nemen om samen te jammen. Ik hou ervan om verrast te worden. Hier in de winkel komen gewoon grote kinderen binnen en wij vinden het geweldig om onze nieuwste ontdekkingen met ze te delen. Dat is waarom het eigenlijk een speelgoedwinkel is.”

Zeg over Picciotto wat je wilt, eigengereid, ijdel, een beetje gek zelfs misschien, maar noem hem geen verzamelaar: “We zijn geen verzamelaars, geen afhankelijkheid!” Vandaar dat Picciotto het

woord accumulator gebruikt, van zijn vader geleend. “Als accumulator moet je genoeg nieuwsgierigheid hebben om aan het begin van een nieuwe accumulatie te staan. Het aantal maakt namelijk het verschil. Boven een specifiek aantal word je onderdeel van de geschiedenis van een bepaald onderwerp.” En dat is precies wat Laurent Picciotto is, onderdeel van de prachtige geschiedenis van de haute horlogerie. Laatste woorden: “It’s a playground!”



CHRISTIAAN VAN DER KLAUW®

ASTRONOMICAL WATCHES



40 YEARS

ASTRONOMICAL
COMPLICATIONS



O.A. VERKRIJGBAAR BIJ:

AMSTERDAM
GASSAN
AWC

DEN HAAG
STELTMAN

ROTTERDAM
VAN WILLEGEN

UTRECHT
SCHAAP & CITROEN

BREDA
HOUSE OF PERTUIS

AMERSFOORT
VAN HELL

APELDOORN
VAN HELL

MAASTRICHT
JOS NAEBERS

ANTWERPEN
SLAETS

KNOKKE
G.I.T.S.

WWW.KLAUW.COM

ASTRONOMY, TIME IN ITS PUREST FORM.

THE REAL MOON JOURS



Astronomie, de basis van tijd zoals we die nu kennen. Dit fascinerende gegeven vormt dé inspiratiebron van Christiaan van der Klaauw. Met de adembenemende Real Moon Joure presenteert Christiaan van der Klaauw één van zijn mooiste signatuur horloges. Het unieke van de Real Moon Joure is de roterende driedimensionale Maan die de werkelijke maanfase weergeeft. De Maan draait in 29,530589 dagen rond de Aarde. Deze schitterende complicatie in de Real Moon Joure wijkt daar slechts 1 dag per 11.000 jaar vanaf, waarmee het één van de meest accurate mechanische maanfases aller tijden is.