



BIG BANG

271 RUE SAINT HONORÉ,
entre un découvreur passionné et un visionnaire avant-gardiste

par MARIE-CHRISTINE SCHAAR

CES DEUX LÀ ÉTAIENT FAITS POUR SE RENCONTRER. L'UN, LAURENT PICCIOTTO, CURIEUX, EXIGEANT JUSQU'AU PERFECTIONNISME, SE CONSIDÉRANT COMME UN « VENDEUR DE JOUETS » (DE LUXE). L'AUTRE, JEAN CLAUDE BIVER, NOUVEAU PRÉSIDENT DE HUBLOT, FOU DE TECHNOLOGIE, ADORANT TRANSGRESSER LES CODES ET LES CONVENTIONS. RÉSULTAT, L'OUVERTURE, EN PREMIÈRE MONDIALE, D'UNE BOUTIQUE EXCLUSIVE HUBLOT, JOUXTANT CHRONOPASSION, CELLE DE LAURENT PICCIOTTO, ET COMMUNIQUANT AVEC ELLE. UN ÉVÉNEMENT DANS LE MONDE DE L'HORLOGERIE.



UNE BOUTIQUE HUBLOT EN AVANCE SUR SON TEMPS

Black is beautiful, black is tendance ! Dans cette boutique très high-tech tout est verre et transparence, tout est noir comme la série des montres « All Black », premières montres totalement noires créées par Hublot. Noires, les tables de présentation ainsi que les sièges design recouverts de caoutchouc, et noir expresso le parquet... Curiosité ludique, il y a une vitrine sans vitres ! Plus de barrière entre vous et la montre qui vous fascine, plus de reflets. Impossible, direz-vous, pour des questions de sécurité ! Essayez seulement de vouloir prendre la montre. Plus rapide que son ombre, elle disparaît avant que vous ayez eu la moindre chance d'y toucher ! Cette boutique sobre et élégante est l'écrin idéal pour découvrir les dernières montres Hublot et des séries limitées exclusives inédites...

UNE MARQUE QUI AIME JOUER LA FUSION

Quand, en 1980, Carlo Crocco crée la montre Hublot, osant mettre un mouvement à quartz dans un boîtier en or et l'habiller ensuite d'un bracelet en caoutchouc, certains crient au scandale... Elle est pourtant devenue l'inspiration pionnière d'une mode horlogère qui perdure et d'une philosophie résolument moderniste reprise par Jean-Claude Biver, patron de la marque depuis 2004. Cet HEC luxembourgeois a, dès 10 ans, vécu en Suisse dans la vallée de



Joux, berceau de l'horlogerie compliquée, ce qui va marquer l'orientation de sa vie. Il entre chez Audemars Piguet en 1975 puis chez Omega (où il reste ?) jusqu'en 1981. Il rachète Blancpain avec Jacques Piguet et tous deux réveillent cette marque endormie, qu'ils vendent dix ans plus tard au groupe Swatch, Jean-Claude Biver en restant le dirigeant. C'est alors qu'il rencontre Carlo Crocco et devient président et membre du conseil d'administration de la marque Hublot. Bien en phase avec le créateur de la marque, la tête remplie de projets novateurs pour le développement de la maison, Jean-Claude Biver, vingt-cinq ans après, réinterprète l'ADN de la marque en revisitant ses principes originaux. Il relance le concept de fusion. Fusion des matériaux précieux : or, platine, diamants, avec des matériaux inédits : caoutchouc, céramique, tantale, magnésium, titane... Fusion des mouvements mariant la tradition horlogère suisse avec l'art horloger du XXI^e siècle.

En moins d'un an, Jean-Claude Biver réalise l'exploit de mettre sur pied une nouvelle collection Hublot avec le chrono « Big Bang », dernière icône redynamisant la marque et incarnant à merveille son concept de fusion, décliné dans tous les styles, toutes les matières et en plusieurs tailles. Son succès est fulgurant et il suscite des prix et des hommages internationaux : prix du Design 2005, grand prix d'Horlogerie de la ville de Genève, prix de la Montre sport, Watch of the Year au Japon, Best Oversized Watch de l'Editor's Choice, Watch of the Year au Bahain.

On admirera, parmi les nouveautés, la « Cappuccino Gold », sortie pour la Saint-Valentin, une montre unisexe en or rose sertie de diamants, aussi virile sur un poignet masculin que féminissime sur un poignet de femme...

LAURENT PICCIOTTO, VENDEUR D'IMAGINAIRE

Ne dites pas à Laurent Picciotto qu'il est

vendeur de montres, il se voit vendeur de rêve. « Je ne vends pas l'heure », dit-il, je suis là pour vendre à chaque personne qui entre la montre qui lui ressemble. Il prendra tout son temps pour vous expliquer les matières, les mécanismes et vous fera découvrir sa passion du moment, les montres Hublot « Drive », au cadran inversé, dont il est l'initiateur et dont il détient l'exclusivité. Il vous convaincra

qu'elles sont plus pratiques pour conduire - d'où leur nom -, plus ergonomiques, plus confortables. Cela lui a ainsi permis de décliner (Il a ainsi décliné ?) quelques courtes éditions limitées « All black Drive » et « Cappuccino Drive », dont les versions classiques commencent à s'épuiser. Ces versions « Drive », rares, seront vendues exclusivement dans la nouvelle boutique Hublot. ♦

