

Montres d'exception

Les rouages de la

Patrimoine Privé initie ce mois-ci une nouvelle rubrique entièrement dédiée aux montres d'exception et confie sa rédaction à Laurent Picciotto, propriétaire et fondateur de Chronopassion, prestigieuse boutique située rue Saint Honoré. Spécialiste reconnu des collectionneurs du monde entier, il vous fera entrer dans l'univers du luxe horloger. Première initiation : la notion de collection ou les rouages de la passion.



URWERK
103.03 White Gold



URWERK
103.03 White Gold
Satellite Mechanism

passion

Avant d'être une histoire d'homme, il y a une histoire d'enfant. On est un certain nombre à se souvenir de notre première montre, celle que l'on arbore fièrement en allant à l'école et qui est bien plus qu'un instrument de mesure. À 10 ou 12 ans, on nous donne un objet d'adulte qui, sans être un rite initiatique qui implique un changement d'identité, revendique « je sais lire l'heure et j'ai changé de groupe ». Dans le regard de beaucoup de mes clients aujourd'hui, il y a le même éclair, la même motivation.

Dans la cour des grands

Que ce soit la deuxième ou la millième montre, ils sont dans un état très proche de celui-là. Ils vont retourner, non pas dans la cour d'école, mais dans leur environnement social, leur conseil d'administration ou dans leur club de sport... afin de se retrouver dans la confrérie informelle de « ceux qui savent ». Je n'ai plus une montre comme tout le monde, j'ai La montre. En allant à telle réunion avec une telle montre au poignet, si je me trouve devant un initié, il saura me reconnaître...

Marchand de jouets

J'ai coutume de dire que je suis un marchand de jouets, beaucoup plus qu'un horloger. Le collectionneur de montres est toujours très proche de l'enfance. Ce parcours-là, je l'ai vécu au même titre que mes clients. La dimension ludique est essentielle, même si la technique nécessaire au sujet est maîtrisée. Je me fais plaisir, je m'amuse, même si je sais que je suis dans une pathologie déraisonnable. À nos côtés, le client fait son parcours initiatique. Ils savent que je suis assez direct, que si je m'engage dans une marque, ce n'est pas par hasard, que la priorité commerciale est secondaire. Je ne fais pas des choix d'horloger-bijoutier qui aurait été obligé par les lois du marché de vendre des montres, mais des choix



Affichage

Analogique ou digital ? Qu'il s'agisse de montre mécanique ou à quartz, dans le premier type d'affichage, les aiguilles courent sur le cadran alors que pour le second, la lecture des chiffres est figée dans des cadres, des guichets.

Ancre

Pièce maîtresse de la mécanique horlogère située dans l'échappement des montres, l'ancre doit son nom à sa forme qui, comme son nom le suggère, évoque celle des bateaux. Elle entraîne le balancier qui actionne le mouvement.

Angler

Pour des raisons essentiellement esthétiques, les arêtes des pièces d'une montre sont adoucies. Le verbe « angler » est à l'origine du mot « anglage » désignant cette opération délicate qui, dans le cadre des ateliers de haute horlogerie, est réalisée à la main.

Alternance

Le balancier vit au rythme de cette « alternance » qui mesure précisément le temps réclamé pour aller d'un point à un autre. Alors que 18 000 alternances par heure correspondent aux performances moyennes d'un balancier, les marques et ateliers des plus prestigieux mouvements atteignent des processus pouvant atteindre 36 000 alternances en 60 minutes, ce qui est deux fois plus rapide !

Automatique

Basée sur le principe de l'attraction terrestre, la montre automatique ne se remonte jamais, la dizaine de milliers de mouvements quotidiens de poignet de son propriétaire fournissant alors au rotor l'énergie nécessaire à son fonctionnement. Inventé au XVIII^{ème} siècle, ce système de « montre perpétuelle » a ensuite été développé par Abraham-Louis Breguet. Cette simplicité d'usage a fait son succès au cours du XX^{ème} siècle : la Perpetual créée par Rolex en 1931 est l'un des exemples mythiques du temps.

Les mots du temps



RICHARD MILLE
Automatic RM010 - Front

d'amateur qui a créé une boutique dédiée à 100 % aux montres. Je choisis les montres que je vends, comme si je les choisissais pour moi. En la matière je suis assez jusque-boutiste, comme pour la marque **Richard Mille** qui a commencé au départ avec une montre à plus de 180 000 euros qui séduit sans « histoire à raconter ». Oui, c'est une montre à 200 000 euros et il n'y a pas 36 modèles. Tout cela ne repose pas sur du marketing.

Une histoire d'homme

Collectionner les montres est une passion typiquement masculine. Le sujet est chargé. Ce n'est pas un objet neutre parce que le temps, c'est la mort. Les femmes ont une approche fondamentalement différente de la question. D'abord parce qu'elles ne veulent pas entendre parler du temps qui passe et de ses effets au point de cesser parfois de porter de montre et parce que, comme me le confiaient souvent les femmes de collectionneur, elles possèdent ce qu'elles appellent leur « horloge interne ».

Paradoxalement, mes clients ne sont pas là non plus pour « acheter l'heure ». Même si je vends des mécanismes très sophistiqués depuis toujours, tout cela n'est qu'un prétexte. Aujourd'hui, si je veux l'heure, je n'ai plus besoin de montre car elle est partout : sur mon portable, sur mon palm, dans ma voiture, sur mon four... Et je n'ai donc pas besoin de dépenser les sommes qui sont en jeu dans le cadre dont on parle, même si, accessoirement, cette fonction est présente, entre autres, sur les montres que l'on vend.

Transmettre un peu de soi

Beaucoup de femmes ressentent instinctivement aussi que, au travers de cette collection ou de cette accumulation, leurs hommes sont en train de constituer, pour la postérité, le catalogue de vente aux enchères qui leur survivra. De cette façon, grâce à la typologie de leur collection, on pourra dire que leur cell était exceptionnel, hors norme. Les rares femmes qui collectionnent me confient souvent ne pas souffrir de ce besoin de reconnaissance posthume car leur vie se prolonge tout naturellement dans celle de leurs enfants. Ce n'est pas

innocent s'il y a beaucoup d'histoires de transmission autour des montres, comme celle qu'un père lègue à son fils. La valeur sentimentale des montres est colossale. Le collectionneur doit d'ailleurs réussir à passer ce cap pour pouvoir avoir une relation affective avec toutes les montres qu'il possède, vivre une histoire sentimentale avec chacune. Parmi elles, dans cet ensemble, il y a le point de départ de la collection qui peut être ce fameux leg familial, et celle qui amorce un virage, une étape cruciale vers autre chose et fait regarder différemment ce qu'il y avait « avant ».

Faire corpus

Dans ce principe d'accumulation, le nombre fait cohérence. Je connais un grand collectionneur de montres et de toutes sortes d'objets qui possède également plus de 8 000 bidons d'huile et peut ainsi retracer, au travers des dessins et graphismes figurant sur ces bidons, toute l'histoire de l'aviation ou de l'automobile. Grâce à ce volume et cette quantité, sa collection devient un morceau d'histoire qui s'inscrit en parallèle de la sienne, dans une logique personnelle qui échappe à tout autre. Cette règle vaut pour toutes les formes de collection. Avec 2 objets, mon ensemble n'a pas d'impact. En revanche, si je possède 600 postes de radios japonais couvrant les années 55 à 65, je suis crédible et « ça a de la gueule ».

Les archétypes de collectionneur

Il y a des gens qui ont acheté 100 montres, mais qui n'en ont toujours qu'une seule, comme celui qui se refuse à garder une centaine de voitures dans son garage. Ce type de collectionneur n'est pas dans l'accumulation. Il aime tourner la page, passer régulièrement à autre chose. De ce fait, ce qu'il achète doit pouvoir conserver une certaine valeur pour pouvoir en changer. Lorsque, lors de l'achat, ce client me pose la question de la revente, je lui réponds toujours que la prospective en la matière est un peu complexe : quand ? À qui ? Quel sera le marché à ce moment-là ? Il est alors impossible de dire pour moi combien cela vaudra. En règle générale, on peut dire que les montres, contrairement à bien des objets, conservent au moins une partie de leur valeur. Ce n'est jamais une



RICHARD MILLE
Automatic RM010 - Back



HUBLOT
St. Valentin



HUBLOT
Big Bang
Black Magic

perte sèche. Je suis souvent content de constater que certaines montres que j'ai vendues, et que j'identifie comme telles, passent en vente et rapportent alors plus cher que leur prix d'achat.

À côté de ces collectionneurs, il y a ceux gardent tout. Ceux-là n'envisagent pas ou n'arrivent pas à se résoudre à se séparer de leurs montres, même si ce sont des montres qu'ils ne portent plus. Sauf s'ils ont à faire face à d'éventuels problèmes d'argent ou s'ils connaissent des difficultés de seuil psychologique pour acquiescer autre chose, ils ne se séparent de rien.

Derrière les objets

On a clairement deux groupes de gens. Les gens sensibles aux objets, et les autres pas du tout. Ces deux genres s'opposent. Certains pointent du doigt la dépendance et disent, « vous êtes esclaves de ça, c'est de l'hystérie inutile parce que ça occupe trop l'esprit », ce à quoi souvent les personnes en question répondent que « passer à côté de cet artisanat, de cet exercice de compagnonnage, c'est au contraire ça la vraie futilité ».

Il y du vrai dans ces deux visions. Starck disait récemment que la liberté, c'était d'être dégagé des objets. Je comprends cette envie d'épure mais je suis sans une logique personnelle boulimique d'objets, et que les histoires, ou les prétextes que sont les objets, m'intéressent parce que, sous-jacent à ces objets, il y a les échanges. Et l'autarcie d'objets exclut ces rencontres et ces histoires. Quand je rencontre le binôme hallucinant que forment les horlogers géniaux d'Urwerk, en Suisse, pour découvrir leur travail, on embarque tout de suite très profondément dans la discussion, comme si on se connaissait depuis longtemps. Dans ce segment de très haut de gamme, leurs montres sont prodigieuses, inventives. Quand un objet a été fabriqué par quelqu'un qui est allé au bout de ses idées, cette folie, cette différence, fait qu'on achète aussi un peu de l'homme qui est derrière, de sa philosophie.

Laurent Picciotto