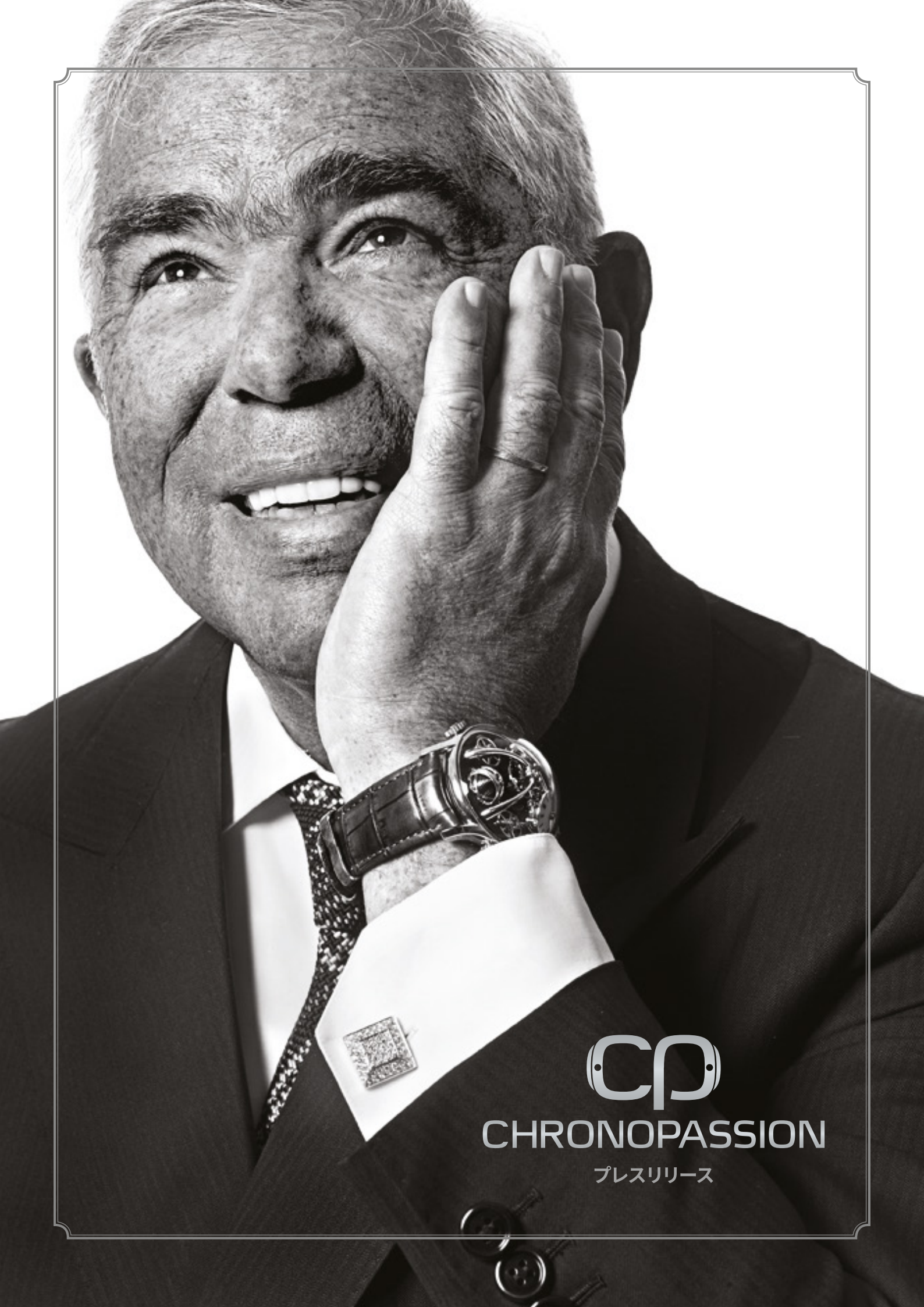




CHRONOPASSION

プレスリリース



CP
CHRONOPASSION
WWW.CHRONOPASSION.COM | PARIS

クロノパッション概略

アリババの洞穴、腕時計の熱狂的ファンがひしめく巣窟、時計が氾濫する地など、時計製造の幻想すべてを示すベクトルとして、クロノパッションはあらゆる言葉で表現されてきました。こうして都市伝説が生まれ、神話が確立されます。しかし、物事は得てしてもっと単純なもの。クロノパッションは独立したウォッチギャラリーです。



そのためサントノレ通り271番地では、「コレクション」や「ラインナップ」といった言葉を耳にすることはありません。(世界で唯一の)動くショーケースに収められる前に、タイムピースはひとつひとつ、メゾンのアトリエで資格を有する時計技師による点検、テスト、チェックを受けます。経験から、これらのチェックで欠陥が見つかることはほとんどありません。しかしクロノパッションにとって、「ほとんど」では不十分。卓越したタイムピースには、卓越したサービスを。それがメゾンにとって「最大の長所」であるところか、逆にこれが最低限のことだとローラン・ピチヨットは述べてでしょう。



入門儀式

顧客のひとりひとりが唯一無二であるように、時計のひとつひとつもまた唯一無二。サントノレ通りでは、顧客のプライベートに関する知識を個別に所有しています。その理由は？唯一無二の時計をありきたりの顧客に勧めたりはしないからです。好みやすでに所有している時計コレクション、記念日、来たるイベント等に応じて、クロノパッションの常連客の方々をそれぞれサポートしています。時計とは入門儀式を経て迎える行路であり、クロノパッションは35年近くそこへ指標を立て続けています。そこへ足を踏み入れる者は誰でも、唯一無二のこの体験を享受することができるのです。



だからといって、願望をすべて満たす何かがそこで必ず見つかるのでしょうか？そうではありません。ひとつひとつのタイムピースは時計製造の世界にもたらす新しい何かに基づき、セレクトされています。社会的な影響力をもつブランドや完全に独立したメーカー、数世紀の歴史を誇るマニファクチュールやスタートアップ企業と、その地位は重要ではありません。完成されたタイムピースであること、それだけです。唯一の合格基準は、時計製造技術の発展に貢献しているか。独創性豊かなデザイン、今までにないコンプリケーション、他では見られない素材、新たな理念などが挙げられます。形に規定はありませんが、ひとつひとつのタイムピースに宿る付加価値は、疑問の余地のない、明白なものでなければなりません。



常識を超えて

メゾンを導くもうひとつのキーワードが「独立」。まずタイムピースは、その多くがやはり独立したブランドからセレクトされています。最終的には、時計関連企業間で理解し合い、尊重し合えるようになります。クロノパッションと、取り扱いブランドの間に紡がれるこの密接な関係は、業界では他に類を見ないものなのです。

独立とは、次に、ものの見方。35年来クロノパッションが開拓してきた道は、誰も想像しなかったものです。いくつかのブランドと共同経営するプティック、「クロノパッション」特別シリーズの開発、幅広いラインナップのアクセサリ、グループブランドと独立ブランドのパネル調査、常識を覆す独特のメディアコミュニケーション、時計製造スタートアップ

への個人投資など、そのすべてが今日の時計製造販売システムに見られるのは、過去にクロノパッションが考案したからに他なりません。完全に独立した状態で。

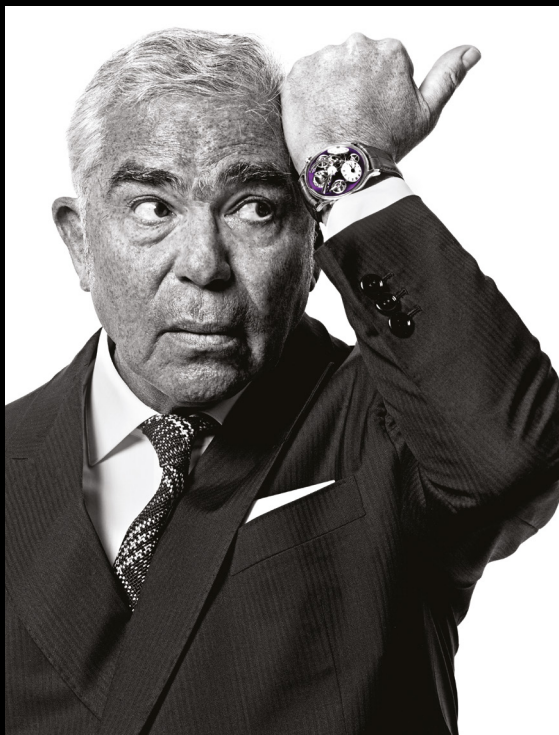
独立とは、最後に、社会的地位。クロノパッションは何ものにも、誰にも依存していません。経営、流通、製品選択では完全に独立したモデルが確立され、サントノレ通り271番地でのみ通用するもの。これは常識や標準の範疇なのでしょう。その是非はさほど重要ではありません。それはクロノパッションの方針であり、35年来ターゲットを絞った客層の要望に応じてきたものです。常識が答えを出すには時間がかかるでしょう...





CHRONOPASSION

WWW.CHRONOPASSION.COM | PARIS



ローラン・ピチョット

「クロノパッションの名前は時として、市場における実際の価値よりも高い」と、ローラン・ピチョットは申し訳なさそうに打ち明けます。

これは表面的な謙虚さ、あるいはメディア向けの立ち位置でしょうか？ そうだとも、違うとも言えます。「計画性のある劣等生」と自己表現するローラン・ピチョットはセルフメイドマン。高校卒業資格バカロレアさえも取得していない、何もない状態からすべてを達成しました。そんな彼が自分の目標から目を離すことは決してありません。その目標とは、働くこと。19歳から働き始め、その後ずっと働き続けています。銀行、保険、最初期のCD販売促進と、多種多様な職業を試みました。

しかしアリアドネの糸は単純です。ビジネス、そして顧客と直に接することができる距離の近さ。

なぜこうした分野で働き続けなかったのでしょうか？ それは早い段階から、オブジェに対する非常に高い関心を自覚していた

からです。1988年、ローラン・ピチョットは時計を選択します。こうした大人の玩具を教えてくれたのは、思慮深いビジネスマンであった彼の父親です。これが生涯を通して息子を導くものになるうとは、予想だにしていませんでした。

「小売という職業は転換期にありました」と、彼は記憶を辿ります。「街の時計宝飾職人は以前から存在しましたが、複数のブランドを扱う時計小売業者はまだ誕生していませんでした。クロノパッションは時代に先駆けて登場したのです。だからこそ、26歳で未経験の私が各ブランドに出向き、時計の小売販売を提案した時、皆が宇宙人を前にしたかのような眼差しで私を見たのです」。

しかし、こうしたメゾンは彼の提案を承諾。こうしてクロノパッションはたったひとつのブランドから、たちまち15社以上を取り扱うようになりました。ローラン・ピチョットは購入、購入、またも購入します... そのうちの4分の1を売りさばく確信もないままに購入し続けたのです！

すぐに適切な製品セレクトが功を奏します。オーデマ ピゲ、ブレゲ、コルム、パネライなど、サントノレ通り271番地には知識の豊富な大人の顧客が集い、毎年売上高が2倍または2倍近くに増加。新しいシステムが動き始めたのです。

1995年から2000年の間に、ローラン・ピチョットは時計バブルの初期兆候を感知し、これは2008年まで続きます。「突然、金融トレーダーやゴールデンボーイ、アラブ王族、成人したばかりの王女、インターネット富豪がやってくるのを目の当たりにしました。時計文化の知識は未熟でしたが、ミニッツリピーターが搭載された腕時計に25万ユーロ支払うのを厭わない方々でした」。その時すでに10年の歴史を築いていたクロノパッションは、この勢いから充分な利益を得ました。年によっては、45%の成長を記録したのです。

クロノパッションが初の共同経営店舗として、オーデマ ピゲとのブティックをオープンしたのはこの時期です。「これを実行した人は今だかつていませんでした。2つのブランド、2つのブティック、しかし同じ住所に隣接した店舗。オーデマの時計を勧めるか、他の時計を勧めるかという偏りや葛藤が我々の側にはまったくないということを、顧客はすぐに理解しました。知的な信頼関係が築けたのです。その結果、数年後にはウブロと同様のプロジェクトを実現しました」。ウブロとの共同ビジネスはその後もサントノレ通り271番地にて継続され、1988年9月以来クロノパッションの歴史的所在地となったこの地に2022年9月、MB&F Labが新設されました。





CHRONOPASSION

WWW.CHRONOPASSION.COM | PARIS



終わりに

35年が経過した今も、物事はあまり変わっていません。80歳を超えた父ピチョット氏は毎日オフィスへ赴き、息子にやさしく教え諭します。彼のキャリアであれば現時点で、「少なくとも世界中に140のブティックを所有しているべき」だと。そして、それは自身の使命ではないとの答えが返ってきます。「うちは中小企業。おもちゃ屋を営んでいるという意識が気に入っているのです」と、ローラン・ピチョットは要約します。「今日一日何が起こるかわからずに毎朝起床し、顧客もまたそれを知らずにいるという発想が好きです。にもかかわらず、ある瞬間に顧客のひとはブティックの扉を

押し、論理的思考に基づいた狂気の発作のように感動に身を任せ、心打たれたそのタイムピースにすべてを注ぎ込むのです。そしてそれは、今も変わらず私を刺激します。単に私自身がそうだからかもしれません。

誕生したばかりの時計ブランドを擁護してきたように、ローラン・ピチョットは今日、自身が情熱を傾けるもののひとつであるギターのブランドに投資しています。未来をすべて描き切るのは、まだずっと先のことのように。





CHRONOPASSION
WWW.CHRONOPASSION.COM | PARIS

