

CP

CHRONOPASSION

*kit de imprensa*

## *kit de imprensa*



**CHRONOPASSION**  
WWW.CHRONOPASSION.COM | PARIS



### *Sobre a Chronopassion*

Caverna de Ali Babá, reduto dos fanáticos por movimentos,  
antro de perdição relojoeira:  
já se escreveu tudo sobre a Chronopassion,  
que continua sendo objeto de todos os fantasmas relojoeiros.  
É assim que nascem as lendas urbanas,  
que surgem os mitos.  
No entanto, às vezes a realidade é bem mais  
simples: a Chronopassion é  
uma “galeria de arte relojoeira independente”.





CHRONOPASSION

WWW.CHRONOPASSION.COM | PARIS



## *Despertando emoções relojoeiras*

A Chronopassion não trabalha com modelos em série nem atua no mercado de massa. Como em uma galeria de arte, a maior parte das peças expostas são séries limitadas, senão exclusivas, e o objetivo não é agradar o público nem se singularizar. Laurent Picciotto, presidente e fundador da Chronopassion, ama o excepcional, o belo, o raro e tem um jeito todo seu de compartilhar sua paixão. Além de refletir sua personalidade, a seleção manifesta suas convicções: existe um caminho reservado à elite da relojoaria, e ele passa pela Chronopassion.

É por isso que na Rua Saint-Honoré, n° 271, termos como “coleção” ou “linha” foram banidos. Cada relógio é examinado e testado nas oficinas do estabelecimento por um relojoeiro qualificado antes de ser colocado na vitrine animada — única no mundo. Na maioria das vezes, essas verificações na loja não revelam qualquer vício, mas para a Chronopassion, “na maioria das vezes” não basta: relógios excepcionais requerem um serviço excepcional. E Laurent Picciotto não dirá que esse é o “plus” da loja, mas antes que se trata do mínimo que pode oferecer.



## *Exame de admissã*

Cada cliente tem sua singularidade, cada relógio também. A loja da Rua Saint-Honoré conhece muito bem seus clientes, e cada um deles tem direito a um tratamento individualizado. Por quê? Porque a loja não propõe peças exclusivas a clientes comuns. Cada hábitué da Chronopassion é orientado de acordo com suas preferências, sua coleção pessoal, sua trajetória e os momentos que marcaram sua vida. A relojoaria compreende um percurso iniciático que a Chronopassion tem ajudado a completar há quase 35 anos. Aquele que se lança nessa trilha pode contar com sua experiência única.

Isso quer dizer que o cliente pode satisfazer todos os seus desejos? Nada disso: cada peça é selecionada pelo que traz de novo ao universo da relojoaria. Marca consolidada ou 100% independente, manufatura secular ou start-up recém-fundada, pouco importa seu pedigree, o que prima é a peça em si. O único critério de admissão é sua contribuição para a evolução da arte relojoeira, que pode se expressar em um design original, uma complicação inédita, um material exclusivo ou um novo conceito. Não há imposição de forma, mas o valor agregado de cada relógio deve ser indiscutível.





CHRONOPASSION

WWW.CHRONOPASSION.COM | PARIS



## *Para além das convenções*

“Independência” é outra noção que caracteriza a Chronopassion. Algo que fica evidente já na seleção dos relógios: muitos deles são fabricados por marcas independentes. Afinal, os empresários do setor se compreendem e se respeitam, além disso, os fortes laços que unem a Chronopassion e suas marcas são algo de excepcional no meio relojoeiro.

Além disso, a independência é um estado de espírito. Faz 35 anos que a Chronopassion explora caminhos nunca antes percorridos. Parcerias para a gestão de certas marcas, criação de séries especiais “Chronopassion”, grande variedade de acessórios, oferta de modelos de grandes grupos, mas também de empresas independentes, comunicação particularmente ousada na mídia, investimento pessoal na

criação de start-ups relojoeiras: se tudo isso existe no atual ecossistema relojoeiro, é graças à imaginação criativa da Chronopassion. E a empresa sempre soube conservar sua total independência.

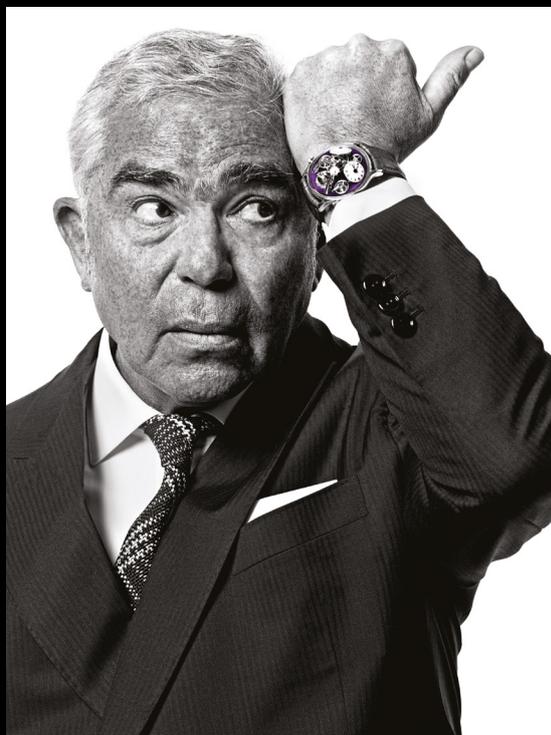
Por fim, ser independente é um posicionamento. A Chronopassion não depende de nada nem de ninguém. Seu modelo econômico de distribuição e seleção de peças foi concebido com total autonomia e só é válido no nº 271 da Rua Saint-Honoré. Há convenções ou padrões a serem respeitados? Pouco importa: a realidade é que há 35 anos a Chronopassion vem atendendo plenamente às expectativas de seu público-alvo sem se preocupar com convenções.





CHRONOPASSION

WWW.CHRONOPASSION.COM | PARIS



## Laurent Picciotto

Quase em tom de desculpa, Laurent Picciotto confessa que **“a notoriedade da Chronopassion muitas vezes supera o que ela realmente representa em termos de mercado”**.

Falsa modéstia, postura midiática? A resposta não é tão simples. **“Último da classe, mas organizado”**, segundo sua própria definição, Laurent Picciotto é um self-made man sem formação superior que deve suas conquistas unicamente a si mesmo, sem nunca ter se desviado de sua meta: trabalhar. Começou aos 19 anos e nunca mais parou, tendo atuado em diversas áreas, como nos setores bancário e de seguros e inclusive na promoção dos primeiros CDs. Seu fio condutor nada tinha de extraordinário: o comércio e o contato direto com o cliente.

Por que não seguiu carreira? Segundo ele, porque rapidamente descobriu um gosto imoderado por objetos. Em 1986, Laurent Picciotto optou pelos relógios, esses brinquedos para adultos aos quais seu pai, homem de

negócios experiente, o havia iniciado sem imaginar que norteariam toda a vida do filho.

**“A atividade de varejista foi decisiva”**, lembra Picciotto. **“As pequenas lojas que vendiam relógios e joias estavam ultrapassadas, mas o comércio de relógios multimarcas ainda não havia nascido. A Chronopassion chegou antes da hora. É por isso que quando entrei em contato com as marcas para propor a distribuição de seus relógios no mercado varejista, do alto de meus 26 anos e sem nenhuma experiência, os responsáveis pensaram que eu fosse um extraterrestre”**.

Mas decidiram apostar no conceito. Da noite para o dia, a Chronopassion passou de uma a quinze marcas distribuídas. Laurent Picciotto comprou relógios e mais relógios, sem saber se conseguiria vender nem que fosse um quarto do total! Felizmente, a pertinência da seleção surtiu efeito em pouco tempo: com modelos Audemars Piguet, Breguet, Corum, Panerai, entre outros, a loja da Rua Saint-Honoré, n° 271, dobrou seu faturamento quase todos os anos, atraindo clientes maduros, verdadeiros especialistas. O projeto se tornou realidade.

Entre 1995 e 2000, Laurent Picciotto observou os primeiros sinais do interesse fora do comum suscitado pelos relógios, e que continuaria até 2008. **“De repente, vi chegarem os traders, goldenboys, emires, jovens princesas, grandes fortunas da internet. A cultura relojoeira ainda engatinhava, mas eles não hesitavam em desembolsar 250 mil euros por um repetidor de minutos”**. Presente no mercado havia dez anos, a Chronopassion tirou o máximo proveito desse entusiasmo. Em determinados anos, a loja registrou um crescimento de até 45%.

Foi nesse período que a Chronopassion abriu sua primeira loja co-gerida, em parceria com a Audemars Piguet. **“Foi algo de inédito: duas marcas, duas lojas, mas lado a lado e no mesmo endereço. Quanto aos clientes, eles logo perceberam que não tínhamos nenhum interesse particular em propor um modelo Audemars ou de outra marca. Estabelecemos uma relação de autêntica confiança intelectual. Tanto é verdade que refizemos a operação alguns anos depois com a Hublot”**.

A aventura conjunta com a Hublot continua na 271 rue Saint-Honoré, endereço histórico da Chronopassion desde setembro de 1988, que agora abriga um novíssimo MB&F Lab desde setembro de 2022.





CHRONOPASSION

WWW.CHRONOPASSION.COM | PARIS



## *Epílogo*

Passados 35 anos, nada mudou realmente. Aos 80 anos, o pai de Picciotto continua a passar diariamente pelo escritório e a repreender gentilmente o filho, que a esta altura “deveria ser proprietário de pelo menos 140 lojas mundo afora”. Laurent Picciotto responde que não é sua vocação: “Tenho uma empresa pequena e continuo a me entusiasmar com o fato de ser uma loja de brinquedos”, resume. “Adoro essa sensação de me levantar de manhã sem saber como será meu dia, exatamente como nossos clientes. Mas a um dado momento,

um deles vai entrar e, num arroubo de extravagância comedida, vai se deixar levar pela emoção e comprar uma peça que mexeu com sua sensibilidade. Isso sempre me fascina, porque sou capaz de agir da mesma maneira”.

Hoje, do mesmo modo que prestou seu apoio a marcas de relógios que estreavam no mercado, Laurent Picciotto investe no desenvolvimento de uma marca de guitarra, outra de suas paixões. O futuro ainda reserva muitas surpresas.





**CHRONOPASSION**  
WWW.CHRONOPASSION.COM | PARIS

