



LAURENT PICCIOTTO

A DIFERENÇA PELA PAIXÃO

LAURENT PICCIOTTO É INEQUIVOCAMENTE O "ENFANT TERRIBLE" DA RELOJOARIA MUNDIAL, NÃO NO QUE SE REFERE A UMA MARCA, MAS SOBRE O ASPECTO DA SUA VENDA A UM PÚBLICO CONHECEDOR. A "CHRONOPASSION", QUE FUNDOU EM 1988, É UMA RELOJOARIA PARISIENSE NA RUE SAINT-HONORÉ QUE SE TORNOU NA MECA INTERNACIONAL PARA QUEM APENAS SE INTERESSA PELO "CRÈME DE LA CRÈME" DO QUE A ALTA RELOJOARIA TEM PARA OFERECER

O assinalável sucesso profissional de Laurent Picciotto nos últimos anos, é o resultado de uma motivação extremamente forte, mas igualmente simples na sua essência. A sua única orientação na forma como dirige a sua empresa é em exclusivo a sua própria e intensa paixão pela verdadeira alta relojoaria relevante e com sentido. Para este perito nos meandros do relógio mecânico, vender um modelo que lhe não suscite qualquer emoção, ou no qual não veja espelhada a sua própria paixão, é algo inconcebível. A tradicional análise que muitas lojas da especialidade fazem, e que passa pela identificação do que o consumidor estará preparado para adquirir, é uma abordagem que Laurent Picciotto recusa determinadamente. O único processo que considera, e que subverte esta prática, é simples e directo; ou gosta ou não! O acento tónico é assim colocado sobre o aspecto emocional que o relógio acarreta e não sobre a sua vertente comercial. Este terá de ser uma consequência directa do primeiro. Não será assim difícil de perceber o êxito que a sua loja, a "Chronopassion", tem tido ao longo destes anos. Laurent Picciotto não faz qualquer esforço de argumentação ou justificação perante um cliente interessado num determinado modelo. Limita-se a descrevê-lo naturalmente, deixando fruir a sua própria paixão, tornando impossível não nos deixar influenciar pelo seu discurso envolvente. Subitamente, tudo passa a fazer sentido. A sua capacidade de descrever aspectos óbvios que nos teriam de outra forma passado completamente despercebidos, é assinalável, e só pode vir de alguém que vive efectivamente a relojoaria com grande intensidade e paixão.

Esta forma de viver a relojoaria levou-o a empreender várias actividades paralelas como responsável da formação dos membros da extinta AIHH, ser ex



accionista da manufactura Richard Mille que ajudou a criar, consultor de produto de diversas marcas como a Concord, ou orador em palestras dedicadas à área de marketing do sector relojoeiro em La Chaux-de-Fonds. Esta capacidade inata de ver e sentir a relojoaria com outros olhos, herdou-a certamente do seu pai e avô, que eram já colecionadores, e que Laurent acompanhava durante as visitas às relojoarias quando ainda tinha 10 anos de idade. Esta aprendizagem contribuiu para decidir que quando se propôs abrir a sua própria loja em 1988, esta se deveria submeter a uma selecção de topo da melhor relojoaria, rara e tecnicamente complicada, na qual a marca não é, de todo, um aspecto determinante. Frequentemente a sua selecção passa por casas relojoeiras ainda desconhecidas, mas cujas propostas são marcantes, tendo ao longo dos



anos ganhou uma reputação marginal de “descobridor” de marcas. Uma capacidade reconhecida tanto por amadores como por colecionadores de todo o mundo, que na sua expectativa de serem surpreendidos, visitam a sua loja em Paris sendo responsáveis por 75% das vendas. Algumas marcas acabaram por ver o seu processo de crescimento e sucesso começarem exactamente aqui, na pequena loja da Rue Sait-Honorè. Esta capacidade de intervenção e de influência desproporcional no sucesso de algumas marcas, tem-lhe permitido colaborar na criação de algumas edições limitadas desenvolvidas exclusivamente para a “Chronopassion” em parceria com marcas de primeira linha como a Richard Mille, a Hublot, a Girard Perregaux ou a Audemars Piguet. Em todas elas, Laurent Picciotto deixa a sua marca, com modelos que muitas vezes se tornam casos sérios de colecionismo, como uma versão de um modelo da Officine Panerai, que actualmente vale 4 a 5 vezes o preço a que foi proposto inicialmente. A própria forma como entende o serviço de excelência que presta aos seus clientes, dita uma abordagem pouco habitual na actualidade. Todos os relógios que entram na “Chronopassion” são sujeitos a um exame prévio minucioso tanto ao nível do seu estado funcional como sob o aspecto dos seus acabamentos, tanto externos como internos. Só após passarem este “exame”, os modelos passam a ser propostos para venda, o que em alguns casos já levou a que Laurent Picciotto deixasse de representar algumas marcas, à priori insuspeitas neste domínio. Numa analogia à moda, Laurent Picciotto considera que a “Chronopassion” é efectivamente uma casa de alta-costura e não de pronta a vestir. Numa altura em que grandes mudanças se preparam no horizonte no que se refere à forma como as melhores relojoarias trabalham e aos modelos e marcas que propõem, a abordagem diferente e distinta de Laurent Picciotto com a sua “Chronopassion” apontam sob diversos aspectos o caminho a seguir, mas apenas se houver a capacidade de temperar este cocktail com um pouco de loucura, e muita paixão.



120

121

121

121

121