

RÉTRO



Arnaud, Valentin, Catherine, Jean et Pauline Lassaussois, en 2021, dans leur boutique parisienne.



Laurent Picciotto, président-fondateur de Chronopassion, à Paris, dont la fille Eléonor travaille aujourd'hui dans la joaillerie.

HERO  
SUITE

# Family Business

Des noms devenus presque aussi connus que ceux des marques qu'ils distribuent. Ces grandes familles se sont imposées, à travers le temps et les générations, comme des détaillants incontournables au sein de fiefs jalousement gardés.

texte **Olivier Müller**

Une, et deux, et trois... générations ! L'horlogerie est parfois - souvent - une histoire de famille, toujours une affaire de transmission. De savoir, de passion, de boutique, ou les trois à la fois. La France s'est ainsi constituée une généalogie de grands détaillants dont le lignage épouse les contours du littoral méditerranéen, ou ceux du triangle d'or parisien. Leurs noms ? Dubail, Lassaussois, Doux, Lepage, Frojo, Auberi, Picciotto, ou encore Genton et Frayssinet. Signe particulier : faire des affaires en famille.

## Lassaussois : le club des cinq

Jean Lassaussois n'a jamais rien souhaité à ses enfants... que de faire un autre métier que le sien. « Nos filles ont par exemple travaillé l'une dans le BTP, l'autre dans l'optique. Et notre fils est passionné d'aéronautique. Mais

tous nous ont rejoints, mon épouse Catherine et moi, au fil des années, pour s'occuper des montres vintage, de la joaillerie ou encore de l'atelier, dont Valentin a la responsabilité. Comme moi, il est horloger de formation. » Cinq membres, cinq boutiques parisiennes, dont la première enseigne Rolex en Europe à être opérée par un partenaire. La singularité de la famille, c'est peut-être ce modèle qui embrasse les arts horlogers et joailliers à 360°. On y trouve de la montre neuve, d'occasion, du bijou de marque, créé sur mesure, un atelier, de la réparation, du vintage. Un univers à part, entier et très ancré rive gauche, à Paris. Jean Lassaussois a parfaitement conscience que ce positionnement l'écarte de facto des grands hôtels, du Plaza, du Ritz, du Crillon. Mais pour son plus grand bénéfice : la maison familiale n'est que très peu dépendante des touristes américains

ou asiatiques. Sa clientèle habite au bout de la rue, dans l'arrondissement d'à côté. On ne va pas chez Lassaussois, on vient voir Jean, Amélie ou Pauline. Ou demander à Valentin de sauver la tocante de son grand-père. Un ancrage local qui, en temps de Covid, a permis à la boutique de rester debout.

Autre particularité de la saga Lassaussois : un attachement viscéral à son indépendance. « *Jamais de LBO (leveraged buy-out, NDLR), d'actionnaires, ni de sponsors. Je suis l'aîné de six garçons, originaire de Chartres. Je connais la valeur d'un sou. Nous avons tout bâti nous-mêmes, avec mon épouse Catherine et mon frère Jean. J'ai ouvert ma première boutique à 29 ans, j'en ai 61 aujourd'hui, et nous connaissons nos limites. La mienne, je la fixe à 70 ans. Mais c'est pour la symbolique : j'aime profondément mon métier et je me lève tous les matins avec le même plaisir. D'ailleurs ma mère a 90 ans et continue à faire tourner son magasin d'antiquités à Chartres !* », s'amuse Jean Lassaussois.

## Chronopassion : un jour à Vendôme

Que l'on en fasse commerce ou que l'on soit simple collectionneur, le virus de l'horlogerie se diffuse à tout âge. Laurent Picciotto, président-fondateur de Chronopassion, avait par exemple 13 ans, en 1974, lorsque son père

l'emmena chez Les Temporelles, au premier étage de chez Chaumet place Vendôme. Objet de la balade familiale : acquérir la "talking piece" du moment, un étrange objet qui cassait les codes. Phénomène de mode ou révolution horlogère ? Picciotto père a l'instinct du collectionneur et acquiert la pièce en question. Son nom : Royal Oak. Laurent Picciotto pourrait évoquer un moment magique, un acte fondateur de sa future carrière. Ce serait mal le connaître. Une pirouette, un pas de côté. Lucide, l'homme déroule (déjà) un discours très clairvoyant pour le jeune ado qu'il était à l'époque : « *J'ai trouvé l'ambiance obséquieuse. C'était ultra-guindé, on chuchotait. Le personnel nous recevait presque en smoking. Où étaient la passion, l'échange, la magie ?* ». À 89 ans, Picciotto père vient tout juste de prendre sa retraite mais a transmis à son fils un sens des affaires grâce auquel il ouvrira Chronopassion en 1989. L'ancre de la rue Saint-Honoré casse les codes. L'accent est mis sur les indépendants, le très haut de gamme. À la naissance de l'enseigne suit celle de sa (première) fille, Eléonor. La jeune femme reprend l'esprit iconoclaste de son père mais se tourne vers la joaillerie, qu'elle embrasse sur tous les fronts : conception, commerce, communication et conseil. Une vision à 360° complémentaire à celle de son père, l'hyper spécialiste de la montre.

On ne va pas chez les Lassaussois. On vient voir Jean, Amélie ou Pauline.



Famille Maier, Arthur, Laura, Jean-Louis et Margaux.



Édouard et MéliSSa Genton.



De gauche à droite : Thery Doux, Arthur Doux, James Petit, Richard Doux, Diane Doux, Samuel Taquet.



Roger, Richard et Édouard Frojo.

### Lepage, Frojo, Maier, Genton : chasses gardées familiales

Des histoires comme celles-ci traversent l'Hexagone.

La maison Lepage est l'une des plus anciennes. Le père Lepage a ouvert sa première boutique à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Il y a tout juste un siècle, en 1922, ses deux fils ouvrent Le Havre, puis Rouen. Leurs propres enfants ouvriront Lille. La quatrième génération les développe, la cinquième les propulse actuellement dans l'ère digitale. Une trajectoire séculaire que partage le Marseillais Frojo, lorsque Eugenio débarque de son Piémont natal en 1854. Cinq générations plus tard, la famille dispose d'une incontournable emprise sur la cité phocéenne. Un véritable protectorat horloger dont on retrouve le principe en de nombreuses régions. À Lyon, par exemple, nul ne daignerait défier l'incontournable Maier, avec ses huit boutiques locales, en nom propre ou pour le compte de Rolex, Cartier, TAG Heuer ou encore Breitling. À Montpellier, Gilles et Mathias Frayssinet forment l'épicentre horlo-joaillier depuis 1984. Mais le record revient probablement à Édouard Genton qui, en bientôt 20 ans, a implanté pas moins de neuf enseignes, dont huit dans le Grand Est (et une au Cap-Ferret). Plus qu'une chasse gardée : une place forte. Elle sera d'ailleurs prochainement complétée de deux