

# Piaget, Alexis l'As de cœur!

L'homme, jovial, engageant, assortit le succès au professionnalisme aigu. Sensible, respectueux d'autrui (client comme actionnaire), Alexis Sarkissian «roule» pour Piaget depuis 10 ans. Des confins de l'Asie, il se sédentarise à Genève, reprend le marché suisse (1998) et... passe maintenant à la direction du Japon. Cartonneur soft, il fait flirter son team avec des performances records sans jamais émuiser le satisfecit de ses clients. Il vit son job plus qu'il ne l'exerce, il respire plus qu'il ne vend...

Entré chez Piaget le 5 mai 1991, cet Américano-Helvète transforme ses quatre mois de stage en décennie. Il sillonne le monde, comme «Area manager» des Orient, Moyen et Extrême, de la Russie, de quelques autres zones. Épanouissant! Le marché suisse? Trente-quatre points de vente, dont le mythique 40 rue du Rhône genevois.

## Qu'attendez-vous d'un team «boutique»?

Complémentarité, cohésion, accueil irréprochable, gentillesse et douceur, un sincère sens du service, un respect profond du client, d'où qu'il vienne et... un zeste d'humour. Il n'y a qu'une seule chose qui marche à long terme, c'est le «win-win». Il faut un profond respect de l'individu, un sens aigu de la découverte de ses besoins.

## Qu'est-ce qui vous fascine chez Piaget?

L'honnêteté de la marque, le fait que nous soyons une manufacture et que nous puissions concevoir, développer et produire à 95% ce que nous proposons. Il y a aussi ce design typé, original, caractéristique. Ce n'est pas un produit «Me too».

**Celui qui arborait un garde-temps Piaget de couleur «grise» portait obligatoirement de l'or ou du platine, puisque la marque n'avait jamais décliné l'acier. Pour la pre-**



**mière fois, avec l'Upstream elle usine l'acier. N'avez-vous pas eu un petit pincement au cœur?**

Non, pas du tout, car c'est un vrai produit Piaget, répondant aux standards de qualité les plus élevés. Aucun compromis. L'Upstream est fidèle à l'esthétique originale, de haute manufacture, «designée» et développée par nous. Elle est issue d'un véritable travail de recherche et, dotée d'une innovation technique: l'ouverture du bracelet se fait par l'ouverture de la lunette.

## L'âme Piaget existe-t-elle?

L'âme Piaget? L'honnêteté! «Faire toujours mieux que nécessaire» est la devise que le fondateur, Georges Piaget, nous a léguée. Elle influence encore, à tous niveaux. C'est une marque merveilleuse, spécialiste, horlogère et joaillière.



L'«Upstream» premier modèle en acier de Piaget.

## Que détestez-vous le plus en tant que client?

Que l'on m'ignore!

## Le Japon?

Je suis passionné par cette culture, fasciné. Histoire à suivre...

**Quelle autre marque porteriez-vous si je vous dérobais votre Emperador or rose, 1ère version, chrono 2 compteurs, cadran bleu?**

L'Emperador, version II, montre de l'année, toujours en or rose.

## Que vendriez-vous volontiers d'autre que des montres et des bijoux?

Des produits financiers, ce qui est ma formation de base.

## Une anecdote liée à votre représentation de la marque.

C'était en Asie, lors d'une grande soirée. Je félicitais ma voisine de table, une «Dame du Monde», pour sa magnifique Piaget pavée de diamants, avec index en saphir. Pourquoi venait-elle de l'acheter? Simplement parce que les embouteillages l'avaient empêchée, entre le dîner et la soirée, de repasser chez elle chercher celle qu'elle possédait déjà, un modèle identique, à l'exception des index émeraude.

## News [www.amajo-geneva.com](http://www.amajo-geneva.com) La marque Pilo & Co:

Une «new-comer» dans le monde de l'accessible, «Pilo & Co» débarque, avec, en trois mois à peine, 15 points de vente! Armairildo Pilo, après 10 années successfull de distribution de grandes marques suisses sur les marchés de l'Est et en Albanie, fait son grand saut. L'envie d'avoir à portée de regard et de main,



un produit à lui, fashion et classique, le désir de vérifier si sa perception du

temps est toujours la même (il a toujours eu le sens de ce qui risquait de marcher), poussent ce travailleur impénitent à prendre des risques. Ses modèles mécaniques, 17 rubis (mouvements Seiko d'excellente facture) séduisent, même les plus avertis, tant ils sont abordablement plaisants, luxueusement «packagés». Et de jouer, au fil de la «Tempo Collection» sur le look «tourbillon» avec une mise à jour du spiral, sur des cadrans façon «Breguet», et... sur quelques astuces à attiser la curiosité acquiescente. Visibles à la **Bijouterie-Horlogerie**