

С ГЛУБИНЫМ УДОВЛЕТВОРЕНИЕМ HUBLOT OCEANOGRAPHIC 4000



Когда-нибудь успех марки Hublot будут изучать на курсах по маркетингу. И совершенно напрасно, потому что единственная причина, единственный мотор перемен — это нынешний глава марки Жан-Клод Бивер. А таких людей на курсах не производят. Его умению показать товар лицом могут позавидовать рекламные агентства.

С тех пор как Бивер представил свою триумфальную новинку Big Bang, изменилось немного: все биверовские часы — это разнообразные вариации его бигбэнговского стиля. Но Бивер добился того, чего тщетно добиваются многие более старые и знаменитые марки. Он изменил само понятие часового события, часовой новости.

Новость в часах — вещь редкая. В них уже было все, что только можно себе представить. Чтобы сделать что-то новое, современной часовой марке надо прыгнуть через голову. Они и прыгают — но какого труда это стоит! Трудно даже представить, сколько мучений скрывается за каким-нибудь малозаметным изменением расположения стрелки на циферблате. И ровно поэтому часовых новостей не может быть много. Бивер же придумал схему, при которой часовая новость создается прямо на глазах.

Прежде всего это связано с его главной идеей — фьюжн, то есть принципиальным сочетанием всего со всем. Золота с резиной, стали с бриллиантами, пластика с драгоценностями. В бигбэнгах можно все — эти часы так специально и придуманы. Они готовы надеть любую одежду в честь любого подходящего события. Их посвящали и команде «Манчестер Юнайтед», и 200-летию Вандомской колонны, и лично Диего Марадоне, и мемориальному спуску с горы — и каждый раз мини-серия уходила на ура. Потому что Бивер знает то, что я давно всем повторяю, — в конечном итоге важны не сами часы, а та история, которая с ними связана.

Конечно, Бивера за это подкусывали. Я сам все время спрашиваю у него, когда же на смену Big Bang придет новая модель. Сначала Бивер отшучивался, говоря, что, дескать, не нанимался продавать такие часы и сякие часы — квадратные, круглые, треугольные — «я вам не супермаркет». Потом начал



— Океанографический институт
Монако стал площадкой
для часовых подводных опусов
Жан-Клода Бивера

серии Masterpiece — лимитированных моделей вне морфологии Big Bang, первые из которых были показаны в начале года в Женеве (см. февральский «Стиль-Часы» за 2011 год).

Разумеется, он выполнил при этом всю серию обязательных упражнений — построил и открыл для своей марки мануфактуру под Нионом, разработал собственный калибр и дополнил его собственным хронографом. Но все это могут сделать и другие. Другие не могут с такой эффективностью и интенсивностью создавать вокруг своих вещей события.

Вот вам пример. Монако. Hublot разработали часы, выдерживающие погружение на глубину 4 тыс. м. Таких часов еще не было — просто потому, что они не нужны. Предел погружения человека — около 200 м. После возвращения с 4 тыс. м ныряльщика будут отскребать с часов скальпелем.

Rolex отправлял свои часы на дно Марианской впадины, но это были часы в специальном корпусе, на улицу с ними не выйдешь. Oceanographic 4000 вполне пригодны для ежедневного использования, хотя и были в лабораториях Hublot подвергнуты давлению, эквивалентному существующему на глубине 5 км. У них есть некоторые конструктивные особенности — например, сапфировое стекло получило толщину — 6,5 мм, а привычные для марки винты уже не столько декоративные, сколько реальные, которые держат корпус из особо прочного титана.

Для их первого появления на публике был выбран очень правильный партнер. Океанографический институт герцогства знаменит с начала века. Суверены Монако, короли яхтенного рая, обожали морские исследования, и на борту княжеских яхт работали целые передвижные лаборатории. Их трофеи выставлены в музее, фантастическом жюль-верновском здании начала века, опускающемся в воду бухты.

Бивер воспользовался и тем, что в музее проходила художественная выставка «Oceanomania» — великолепная инсталляция американского художника Марка Диона, объединившая на главной стене целую коллекцию диких животных, хранящихся в музее: от чучел морских животных и гигантских раковин до водолазных скафандров. Именно эта инсталляция стала фоном для представления новых часов, которые таким образом ненавязчиво обозначили свою музейную ценность.

Потом гости, к которым присоединился принц Альбер II, отправились к одному из многочисленных аквариумов музея, где живут акулы и черепахи — и на глазах собравшихся красотка с распущенными волосами, похожая на русалку, продемонстрировала сквозь стекло новую модель Hublot на своей руке. Она ныряла и всплывала, как будто бы показывала акробатический этюд, это были никакие не 4 тыс. м, а от силы четыре, но выглядело это замечательно. Уж во всяком случае забавнее, чем в четырехкилометровой тьме. Публика прилипла к стеклу. Хорошо, что акулы были в тот день сыты. Принц Альбер, покровитель музея и отец нации, был, мне кажется, счастлив. А потом Бивер устроил ужин. Чем можно удивить монегасков с их нечеловеческой плотностью мишленовских шефов на квадратный километр Скалы? Бивер, который в Швейцарии развлекается тем, что разводит коров, привез своих пастухов и свой сыр и велел трубить в швейцарские трубы и кипятить в котелках фондю. И это над бухтой, где больше шампанского, чем воды. И с деланной скромностью горного жителя пригласил сюзерена к столу. Сюзерен уплетал за обе щеки.



— Hublot
Oceanographic 4000
пригодны
для ежедневного
использования



— Hublot
Oceanographic 4000
имеют особую кон-
струкцию водонепро-
ницаемой заводной
головки с прижимной
скобой, корпус из осо-
бо прочного титана
и сапфировое стекло
толщиной в 6,5 мм.
Часы были испытаны
под давлением, экви-
валентным существу-
ющему на глубине
5 километров.

Алексей Тарханов