

ФЬЮЖЕН НЕ ОСТАНОВИТСЯ ЖАН-КЛОД БИВЕР, LVMH



марка hublot еще не исчерпала всех вариантов развития

В дни Baselworld трудно было найти Жан-Клода Бивера, который курирует теперь все часовые марки группы LVMH — не только возрожденную им Hublot, но и Zenith и TAG Heuer. Тем не менее встречу знаменитый часовой предприниматель назначил нам в павильоне Hublot.

— Приятно видеть вас на прежнем месте, мы снова говорим под флагами Hublot, хотя теперь вы отвечаете и за другие марки.

— Это естественно. Я всегда говорил вам, что Hublot моя лучшая и главная марка. Хотя я и передал пост генерального директора моему другу и сотруднику Рикардо Гваделупе, я остался президентом Hublot. Это мой дом, вы у меня дома. Добро пожаловать.

— Еще год назад, когда вас назначили, мы подозревали, что дело нечисто: либо вы получили в LVMH прощальную синекуру, либо тайный высокий пост. Вы отрицали оба варианта, но второй оказался верным.

— Я не смог отказать главе LVMH Бернару Арно и не взялся за предложенную мне работу. Это вызов, от таких подарков судьбы не отказываются, меня уговаривали и семья, и друзья. Разве они желали мне плохого? Но, конечно, сердцем я остался с Hublot, я не уехал в Париж, мой кабинет по-прежнему находится на мануфактуре Hublot в Ньоне.

— Но вы не можете с тех пор уделять Hublot так же много внимания, как раньше. У вас теперь не одна марка, а три.

— Три. Представьте себе жизнь с тремя женами, наши друзья-мусульмане уверяют, что это просто. Коран позволяет им иметь четырех.

— Четырех? Неужели вы говорите о Chaumet?

— Что?

— Четвертая жена! Неужели холдинг LVMH хочет, чтобы вы курировали и дом Chaumet?

— Не надо так шутить. Только этого мне не хватало! Можно вести три марки, если они разные. И чем более они разные, тем это проще. Если три марки слишком близки, это тяжело. Zenith и TAG Heuer отличаются от Hublot. И в ценах, и в производстве, и в моделях, и в размерах. И в клиентах, конечно. Zenith — вечность, традиция. Hublot — фьюжен, традиция и новация. TAG Heuer — авангард. У каждой марки своя религия, а я апостол трех марок и никому не должен говорить, что его религия ложная.

— Почему «коннектированные» часы в группе делает TAG Heuer, а не Hublot?

— «Коннектированные» часы не для Hublot, потому что электроника стареет очень быстро, а Hublot не должны стареть. Марка должна делать вечные вещи. Тут нужен запас прочности на десятилетия.

— Как раз завершилось первое десятилетие вашей знаменитой модели Big Bang — ее появление стало настоящей революцией в часовом деле.

— Каждая революция должна быть подготовлена. Революции не происходят на пустом месте. Формы нынешних Big Bang продолжают ту линию, которая была намечена еще при рождении марки в 1980-х годах. Я неслучайно пришел к Карло Крокко, создателю первых Hublot, который поженит металл и каучук. В этом были основы нашего фьюжен. К появлению Big Bang, с которыми теперь устойчиво ассоциируется Hublot, привела даже не революция, а эволюция.

— Да, трудно себе представить другую модель, которая существовала бы во стольких вариантах. Мы видели ее в разных материалах и цветах, с драгоценными камнями и сплошь покрытую бриллиантами.

— Смысл Big Bang в том числе и в материалах. Эти часы задуманы для того, чтобы объединить старое и новое. Привычную сталь с кевларом, каучуком, керамикой, магнием, титаном. Это материалы сегодняшнего дня — почему они обязательно должны быть функциональными и не могут быть декоративными? Даже золото у нас не из печей этрусков, а из швейцарских лабораторий. Наше Magic Gold — это и вправду чудо. Золото, которое прочнее стали!

— И тем не менее это всегда все те же Big Bang. Не планируете ли вы сделать другую флагманскую модель?

— Я полагаюсь на гений Рикардо Гваделупе и на его умение находить все новые способы прославить Big Bang. Мне кажется, у этой модели еще огромное будущее, марка Hublot не исчерпала всех вариантов развития, фьюжен не предполагает остановки.

— Но у Hublot есть и другие модели, более непривычные, более авангардные, не случится ли так, что одна линия затмит другую?

— Вы говорите о наших уникальных разработках. Мы не зря пригласили к себе часть часовщиков из компании BNB, которая была вынуждена закрыться. Это выдающиеся часовые инженеры, мы протянули им руку помощи, и они отдают свой талант развитию самых авангардных наших продуктов вроде LaFerrari MP-05 или вдохновленных археологической находкой Antikythera.

— Hublot приняла BNB в самый разгар прошлого кризиса, а в разгар нынешнего расширяет производство. Вы не боитесь?

— Бояться вредно. Это не значит, что мы, как страусы, должны прятать голову в песок и уговаривать себя, что кризиса нет. Он есть. В моменты кризиса многие впадают в оцепенение, боятся сделать ошибку. Оставаясь активными в такие времена, вы обгоняете остальных, пока они дрожат и боятся.

Беседовали Екатерина Истомина и Алексей Тарханов



Hublot, Big Bang
MP05 La Ferrari, 2015