



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

НАШ МИР МАТЕРИАЛЕН РИКАРДО ГВАДАЛУПЕ, HUBLOT

у нашего отдела новых материалов множество проектов — в сапфире, керамике и сплавах керамики и металла

Более 17 лет швейцарец Рикардо Гвадалупе работает в часовой компании Hublot, основанной в 1980 году и с 2008 года принадлежащей LVMH. Он пришел в компанию вместе с Жан-Клодом Бивером и остался во главе Hublot в качестве его друга и преемника. 55-летний мастер сохраняет оптимизм и готов вести Hublot вперед, обещая вернуть ее в славный 2019 год.

— Hublot — часы, объединяющие людей, как это сочетается с «социальной дистанцией»? Я присутствовал на виртуальной презентации часов Такаси Мураками, где собеседники находились за 10 тысяч километров друг от друга. Работает ли такая схема для Hublot, где, как мы помним, «all you need is love»?

— Приходится адаптироваться к нынешней ситуации, но я уверен, что мы вернемся к нормальным временам. Может быть, не завтра, но скоро. Мы справимся с этим кризисом.

— У Hublot есть собственные рецепты борьбы с ним?

— У нас был трудный 2020 год. Впрочем, как у всех. Я всегда считал, что в таких ситуациях надо прежде всего беспокоиться о близких. Хороший результат, например, — мы сохранили рабочие места. Защита наших сотрудников была нашим приоритетом, мы закрыли нашу мануфактуру практически на два месяца, как и наши магазины. Кризис заставил нас задуматься о накопившихся в часовой промышленности противоречиях.

— Вы имеете в виду чрезмерные «мировые амбиции» швейцарских часовщиков?

— В прошлом году почти полностью исчез туризм. Пришлось сконцентрироваться на местных, локальных покупателях. Приведу вам пример России, где у нас есть хорошие друзья, наши клиенты. В год общих потерь у нас там был скорее рост, потому что россияне не могли путешествовать и делали покупки дома. В вышедшем из карантина Китае рост еще более значительный. Мы поняли, как важна локальная клиентура. Швейцария, которая раньше продавала часы туристам, теперь покупает их сама. Мы стали плотнее работать с французами и британцами. В итоге наш год был не так уж плох и наш горизонт на 2021 год немного прояснился.

— Сколько вы выпустили часов в 2020-м по сравнению с 2019-м?

— Мы выпускаем примерно 60 тыс. часов в год, но в 2020-м сделали меньше, разумеется. В годовом отчете группы LVMH совокупные потери часового и ювелирного сектора оцениваются в 23%. Думаю, для швейцарских часовых марок — 20%. Вот вам цифры, на которые можно опираться. В этом году мы надеемся добиться подъема, который, может быть, и не вернет нас к показателям 2019 года, но мы подойдем к ним близко.

— Среди ваших новинок — часы в корпусе из оранжевого сапфирового стекла Big Bang Tourbillon Automatic Sapphire Orange.

— Сапфировое стекло — высокотехнологичный материал. Мы не первые сделали часы в корпусе из сапфирового стекла, но мы стали первой маркой, которая смогла производить этот материал в больших количествах. Нам уда-



Hublot Big Bang
Unico Integral Ceramic



HUBLOT

Hublot
Big Bang Tourbillon
Automatic Sapphire
Orange в корпусе
из сапфирового
стекла на каучуковом
ремешке.
Ограниченная серия
50 экземпляров



HUBLOT

лось его индустриализовать. Сначала мы поместили наши часы в прозрачный корпус, потом занялись цветным стеклом, смогли сделать голубое, затем красное, а в этом году мы вышли на часовой рынок с оранжевым и готовы его производить в достаточных количествах. Это не просто выставочный экземпляр, как бывает у других. У нашего отдела новых материалов множество проектов — в сапфире, керамике и сплавах керамики и металла, вроде Magic Gold, золота, которое нельзя поцарапать. Технологии развивают нашу фундаментальную науку. Наш мир материален.

— В Big Bang Integral вы перешли от металла к керамике.

— Первые Big Bang Integral, которые я показывал вам год назад в Дубае и которые с удовольствием ношу на руке, были из титана. Это уже новость для Hublot, потому что наша марка известна каучуком с 1980-х годов. Но рынок требует браслетов, значит, надо, чтобы мы сделали продукт, отличный от других. С самого начала это был титан, а не сталь, а теперь — керамика. Часы из керамики с браслетом со звеньями полностью из керамики — наше несомненное технологическое достижение.

— Почему вы не участвовали в Geneva Watch Days в августе?

— Мы тогда только завершили январский салон LVMH Watch Week в Дубае, а Geneva Watch Days появились в расписании на весну — это потом они переехали на август, — весна нас не устраивала, у нас не было достаточного количества новинок, не имело смысла участвовать, чтобы просто участвовать.

— Новая LVMH Watch Week прошла в сети. Жаль. А какие у вас планы на будущие салоны? Примете ли вы участие в салоне Watches & Wonders, бывшем SIHH?

— Сложно сказать. Baselworld исчез, и я никогда не смог бы этого себе представить, ведь приезжал в Базель практически 30 лет. Я считаю, что нашей часовой индустрии нужен общий салон. Женева выглядит хорошим местом для него, потому что это столица часового дела с выдающимися марками. Мы хотели бы поучаствовать в будущем салоне типа SIHH или Baselworld, но такой салон должен управляться организацией, которая была бы относительно нейтральной и не зависящей от конкретных часовых групп. Мы выступим на сетевом апрельском Watches & Wonders, в остальном же решение будет принято на уровне всего часового подразделения LVMH, его руководитель Стефан Бьянки ведет эти переговоры.

Беседовал Алексей Тарханов