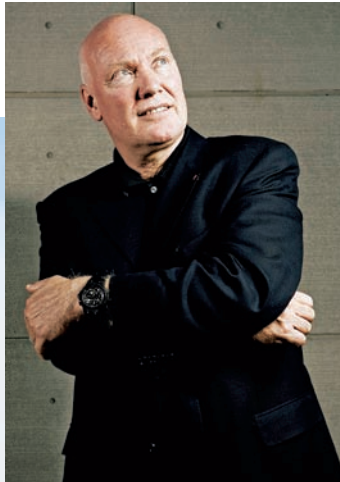


ФАБРИКА НА ВЫРОСТ НА НОВОЙ МАНУФАКТУРЕ HUBLOT ПОБЫВАЛ АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ



единственное лекарство от кризиса — это креативность, считает глава hublot жан-клюд бивер

— У нас три дня на переезд, — говорит Жан-Клод Бивер, глава марки Hublot. — Мануфактура открывается 7 апреля, а восьмого наше старое здание будет продано. Нам надо собрать все наши кульки и коробки, все наши машины и перевезти их на новое место.

— Вас это пугает?

— Меня? Меня это приводит в ужас. Я не так боюсь самого переезда, как последствий переезда. Но нам нужно больше места. Мы выросли. Разговор происходит в апреле на базельской часовой ярмарке, где у Hublot, помимо стиливых новинок, которые Бивер представляет каждый год, есть новинки часовые и организационные. Целых три, важных и взаимосвязанных. Марка вошла в группу LVMH, построила себе новую мануфактуру под Ньюном и разработала свой первый мануфактурный механизм, который будет там производиться. И все это происходит аккуратно в разгар кризиса. Это уже любопытно. В ситуации, когда другие марки готовятся съежиться и перезимовать, Бивер замысливает расширение. Продажи растут, нельзя заставлять клиентов ждать.

Сверкающий бритым черепом Бивер убеждает на раз, ему нельзя не поверить, когда он что-то авторитетно говорит, но тем не менее мануфактура, на которой я оказываюсь месяц спустя, все еще выглядит домом на завтрашней улице, куда вселилась семья из малогабаритной квартиры, не совсем представляющая себе, зачем ей такие хоромы. Мануфактура раза в три просторнее, чем требуется сейчас, и сборщики одиноко сидят в цехах, похожих на школьные классы в дни летних каникул.

Самая главная и самая впечатляющая часть мануфактуры — первый этаж, где стоят машины, производящие часовые детали. Если раньше золотой валютой марок были часовщики-кабинотье, то теперь — это программируемые станки. Их не сразу купишь на рынке, уже в прошлые жирные годы за ними выстраивалась очередь. Марки страдали от того, что не могли обеспечить спрос, растущий как на дрожжах.

Несколько лет подряд маленькой Швейцарии не хватало машин, часовщиков, ювелиров. В 2007 году, когда Бивер получил премию на Prix de Geneve за свой «миллионник» One Million Big Bang, он произнес целую речь о разрушении ремесла, о недостатке специалистов, о поспешности и жадности, о любви к вершкам в ущерб корешкам. Теперь Hublot строит свое производство методично, начиная с фундамента, а не с крыши: прежде чем

нанимать часовщиков, их надо обеспечить комплектующими. Это было важно в период бума, когда детали требовались в таком количестве, что главные поставщики калибров из ETA даже объявили эмбарго на поставку деталей в пользу готовых механизмов. Это особенно важно сейчас, в условиях кризиса. Недостаток деталей хуже недостатка наличности, хуже и недоступности кредитов: именно из-за разорившихся поставщиков погребели в 1970-х многие славные марки. Но Hublot удачно распорядилась прибылями прошлых лет.

— Кризис один на всех, но у каждого свой, — говорит Бивер. — Мы не в структурном кризисе, мы в кризисе конъюнктурном. Американские автомобилестроители, например, погрязли и в конъюнктурном, и в структурном кризисе. В отличие от них, у нас нет технологического отставания, наши фабрики и машины совершенны, наше качество на высоте. Да, покупать будут меньше, и никто не знает, сколько времени это продолжится. Но когда я слышу: «Давайте переждем, не будем делать резких движений», я хочу возразить: именно сейчас тот, кто будет более креативным и агрессивным, продаст больше. Единственное лекарство против кризиса — это креативность.

Биверовские машины, его тяжелая артиллерия, расставлены на первом этаже достаточно свободно и загружены еще не в полную силу. У мастеров даже есть время, чтобы пообещать дочке патрона по имени Дельфин выгравировать что-нибудь забавное на ее часах. Когда я удивляюсь тому, как много места остается незанятым, Бивер оживает: «Я точно знаю, для чего нужен каждый метр площади, Мы сконструировали завод не только под машины, которые там будут крутиться как сумасшедшие, но и под людей, которые будут работать — по потокам производства. И только потом мы все накрыли крышей. Нам в этом смысле повезло. У моего начальника производства огромный опыт: он строил фабрику Breguet, он построил Lemania, он все знает наперед. Неужели вы полагаете, что мы построили дом, а потом стали думать, чем его наполнить и где кто будет сидеть?» Кризис, полагает Бивер, самое время для инвестиций. К поднимающемуся рынку Hublot придет в полной форме. И хотя пока эту форму надо набирать, наполнять жизнью, но это как раз то, что он любит и умеет делать. Свидетельство тому — новый Grand Prix, полученный в Женеве неделю назад.



— Hublot Big Bang Tutti Frutti Hazelnut



— Hublot Big Bang Gold



— Hublot Big Bang Black Apple