

## ЮБИЛЕЙ EL PRIMERO

### ОГЛЯДЫВАЯСЬ НА 50 ЛЕТ УСПЕХА

#### ГЛАВА 4:

#### 1990 – 1999: Раскрытие тайн механизма

Мануфактура Zenith возобновила производство своего механизма El Primero после заключения контракта с маркой Rolex. Но настало время восстановить свой авторитет и использовать инновационные разработки, чтобы вновь производить наручные часы, оснащенные легендарным и не знающим равных механизмом с логотипом Zenith на циферблате. Все началось с создания новых моделей хронографов для укрепления статуса флагманских линий компании: Academy и Cosmopolitan. Впервые Мануфактура сделала прозрачными задние крышки своих моделей и представила на обозрение калибр, который был предметом ее гордости и восхищения.

Затем появилась серия, полностью посвященная хронографам: линейка De Luca, выпущенная в 1988. Ее модели были вдохновлены успешными эстетическими символами того времени и унаследовали черты дизайна часов Daytona, первые модели которых оснащены только что выпущенными в Базеле механизмами El Primero. С линейкой De Luca мануфактура Zenith вступила в 1990-е.

В 1991 году, через год после своего 125-летия, мануфактура приняла участие в праздновании 700-летия Швейцарской Конфедерации, выпустив две эксклюзивные модели, оснащенные двумя вариациями обновленного El Primero: хронограф-хронометр с простым указателем даты, выпущенный ограниченным тиражом в 900 экземпляров; и хронограф-хронометр, оснащенный указателями дня, месяца и фазы Луны и выпущенный в 250 экземплярах, каждый из которых был помещен в корпус из желтого золота. Каталог, в котором были представлены эти две модели, содержит безусловное напоминание об этом легендарном механизме, тезисно сформулированное в нескольких ключевых предложениях: «El Primero, первый в мире автоматический хронограф и единственный в своей категории механизм, способный измерять короткие промежутки времени с точностью до десятых долей секунды. Легендарный механизм El Primero сосредоточил в себе все знания своего времени». Будучи уверенной в качестве своего механизма, Мануфактура предоставляет пятилетнюю гарантию покупателям своих часов.

Первые попытки показать механизм El Primero через заднюю крышку из сапфирового стекла оставались довольно робкими в 1980-х годах. Полностью осуществить эту идею удалось в 1990-х годах с помощью высококлассной линейки ChronoMaster, которая с гордостью демонстрировала красоту своего механизма через прозрачную заднюю крышку, что можно увидеть в каталоге. С тех пор философией компании стало мастерство часового искусства, а не просто промышленные разработки, поэтому марка Zenith начала создавать часы, выдержанные в классическом дизайне, вдохновленным карманными хронометрами конца XIX и начала XX столетия. Главной целью было создать по-настоящему архетипические часы.

Возврат к классицизму также продиктован историческим контекстом. 1990-е годы вошли в историю как эпоха полярных событий. Войны на территории бывшей Югославии, геноцид тутси в Руанде стали шагом назад, приближающим человечество к самым мрачным годам его истории. С другой стороны, это время ознаменовалось окончанием апартеида в Южной Африке, которое стало возможным благодаря приходу к власти Нельсона Манделы, распаду советского блока, что привело к окончанию холодной войны, – то есть появлением света в конце туннеля, верой в лучшее будущее. Поскольку никто не может предугадать, что ждет наш мир впереди, то в таких условиях нестабильности и неопределенности у нас обычно возникает потребность в том, что придает уверенности, – в вечных ценностях. Поэтому для этих моделей был выбран вневременной дизайн.



Часы ChronoMaster должны были изменить механизм El Primero. Реклама 1997 года представляет собой изображение руки мужчины на животе будущей мамы, сопровождаемое следующими словами: «Эти часы Zenith будут работать всю жизнь – и даже не одну». Таким образом, посыл этой рекламы заключался в том, что этот объект может передаваться из поколения в поколение.

У отдела маркетинга также была блестящая идея: гравировать на калибре число, которое будет видно через заднюю крышку из сапфирового стекла и обретет функцию опознавательного знака. Покупатели часов ChronoMaster получали купон, который можно было вернуть производителю, чтобы их имена были внесены в реестр коллекции ChronoMaster. Такой способ формирования лояльности по отношению к бренду и привязанности к нему способствовал тому, что марка Zenith стала «излюбленным брендом» еще до того, как этот маркетинговый термин был придуман. Можно было начинать покорять новые просторы....

Эта тенденция усилилась два года спустя, когда механизм El Primero, который постоянно совершенствовался, но обладал все теми же функциями, был оснащен новой функцией Flyback, специально посвященной всем любителям авиации, и коллекция пополнилась новыми моделями Rainbow Flyback, выпущенными в 1997 году. Как и в рекламе моделей ChronoMaster, модели Flyback сопровождалась особым посланием: «Отныне вы можете передать нечто большее, чем страсть к полетам».