



EL PRIMERO(엘 프리메로) 50주년

50년간의 성공을 회고하다

제3장:

1980년 - 1989년: 부활

엘 프리메로 부활의 이야기는 너무나도 아름다워서, 지어낸 이야기가 아닌가 생각될 정도이다. 난관, 정의, 신념, 불복종, 영웅, 해피엔드, 그리고 약간의 신비로움 등, 전설을 구성하는 모든 요소가 갖춰져 있다.

1976년 4번 공방 책임자 샤를 베르모는 놀라운 용기와 비전을 발휘하여 엘 프리메로 칼리버 제작에 필요한 설비를 숨기기로 결정했다. "언젠가는 이 크로노그래프가 다시 생산될 것이라는 점에 목숨을 걸어도 좋을 만한 확신이 있었습니다,"라고 그는 1991년 RTS 스위스 국영TV방송국과의 인터뷰에서 말했다. 원래 상태로 보존된 유명한 다락에 가 보면, 그가 가졌던 영감과 확신의 힘을 느낄 수 있다. 선반에 보관된 대부분의 부품들은 역사적인 칼리버들이다. 그가 숨긴 150개 이상의 프레스들이 이제는 다락에 없는 이유는 약 10년간 잊혀진 이후 다시 발견되어 이제는 숨길 필요 없이 원래의 자리로 되돌아갔기 때문이다.

1978년 딕시가 인수한 후 제니스는 살아남았지만 사업 분야가 변경되었다. 일부 주요 브랜드에 무브먼트를 납품하는 일도 하게 된 것이다. 고객사 중 에벨(Ebel)과 롤렉스(Rolux)가 큰 역할을 했다. 퀴츠 경쟁이 지속되고 스와치의 도래가 예견되었음에도 불구하고, 에벨의 사장 피에르-알랭 블랭(Pierre-Alain Blum)은 1981년 카탈로그에 뛰어난 무브먼트를 탑재한 오토매틱 크로노그래프를 포함시키고자 했다. 그래서 제니스로부터 엘 프리메로 재고량을 일부 구입하였다. 그렇지만 제니스가 엘 프리메로 칼리버 생산을 재개하는 위험을 감수하기에 충분한 물량은 아니었다. 이 말도 안되는 새로운 트렌드가 오래 갈지는 아무도 모르는 일이었으니까.

이때, 롤렉스가 등장한다. 크라운 로고를 가진 브랜드 롤렉스는 오토매틱 크로노그래프가 다시 관심의 대상이 될 것이라고 확신하고, Daytona(데이토나) 모델에 엘 프리메로 칼리버를 장착하고자 했다. 엘 프리메로는 신뢰도가 높은 무브먼트로 시장 최고의 오토매틱 칼리버였을 뿐 아니라, 3시, 6시, 9시 방향에 카운터가 배치된 구성도 Daytona(데이토나)의 다이얼 구성과 꼭 맞았다. 고주파수가 문제였지만 4Hz로 주파수를 줄여서 롤렉스가 사용하는 시간당 28,800회 진동을 맞춰 줄 수 있었다. 제니스와 롤렉스의 협의가 시작되었다.

한데 문제는 롤렉스가 신뢰도 높은 '모터'를 대량으로 필요로 한다는 점이었다. 때는 1984년, 프레스 한 대의 가격이 약 40,000프랑이었는데, 엘 프리메로 무브먼트를 만들려면 프레스 150대 이상이 필요했으므로 700만 스위스 프랑이 필요했다. 제니스는 그 정도의 투자를 할 여력이 없었다. 바로 이때 몇몇 사람들이 샤를 베르모(Charles Vermot)의 저항 행위를 기억하게 되었다. 설비 구조작업 중 그의 동료들 중에는 엘 프리메로 무브먼트와 제니스의 워치메이킹 역사에 대한 그의 애착을 비웃는 이들이 있었다. 이제 그의 행위가 회사를 구하고 또 더 큰 업적을 이루었다는 점을 인정할 때가 도래했다...



엔지니어들이 “구원자” 샤를 베르모를 찾아가 설비를 다시 찾아 달라고 부탁했다. 고집 세고 겸손한 영웅 샤를 베르모는 큰 감동을 받았다. 자신이 상상했던 모든 것이 현실이 된 것이었다. 그는 모든 프레스와 공구들에 일일이 라벨을 붙이고 재가동을 위해 필요한 모든 서류와 작업지시서들을 정리, 보관했었다. “베르모씨가 자료를 정리해서 보관한 덕분에 신속하게 생산을 재개할 수 있었죠”,라고 당시 기술 총괄 이사 장-피에르 제르베(Jean-Pierre Gerber)가 말한다.

샤를 베르모(Charles Vermot) 덕분에 엘 프리메로 칼리버의 생산이 재개될 수 있었다. 회사는 감사의 선물로 그에게 엘 프리메로 크로노그래프를 선물하고 “멋진 저녁식사”와 특별 여행에 초대했다. 그리고 롤렉스와 10년 계약을 맺었다. 1988년 첫 무브먼트가 인도되었고, 같은 해 제니스 무브먼트를 장착한 첫 Daytona(데이토나) 모델이 바젤 시계전시회에 소개되었다.

그뿐 아니라 이러한 새로운 긍정적 상황에 힘입어 제니스 공방은 더 큰 모험을 찾아 떠나기로 했다. 롤렉스에 첫 무브먼트를 인도함과 동시에 제니스는 자사의 시계 및 크로노그래프를 위한 칼리버의 생산도 재개함으로써, 명실상부한 시계 공방의 입지를 되찾았다.

그러나 노하우만으로는 충분하지 않았다. 이 사실을 널리 알려야 했으며 시계를 구입할 사람들을 찾아야 했다. 1920년 제니스는 큰 명성을 떨치며 전세계에 시계를 판매했었다. 하지만 위기를 거치며 제니스는 잊혀졌다... 제니스 공방이 스위스 워치메이킹 업계에서 과거의 위상의 되찾기 위해서는, 브랜드 이미지를 재구축하고 강력한 새로운 디자인을 통해 영속성을 담보함으로써 다시 스포트라이트를 받을 준비를 할 필요가 있었다.