



ЮБИЛЕЙ EL PRIMERO

ОГЛЯДЫВАЯСЬ НА 50 ЛЕТ УСПЕХА

ГЛАВА 5:

2000 – 2009: Посвящение

Когда холдинг LVMH приобрел компанию в 1999 году (ее поглощение вступило в силу в 2001 году), история марки Zenith и механизма El Primero взяла курс на образ: восходящий склон, который поднимется к звездам. В конце 1990-х годов группы компаний сегмента люкс осознали необходимость развития часовой отрасли, особую роль механических часов, которые вызвали новую волну интереса у коллекционеров и поклонников часового искусства, а также важность покупки брендов, имеющих богатое наследие.

Марка Zenith являлась компанией с одним из самых эксклюзивных активов: это была полноценная мануфактура с производственным комплексом, способным создавать механизмы собственного производства, имеющая богатое наследие, несколько флагманских механизмов со своей уникальной историей и феноменальный потенциал развития в глазах новых лидеров. Несколько групп стремились приобрести мануфактуру, но холдинг LVMH победил.

Группа компаний LVMH намеревалась покорить мир с помощью марки Zenith и, в частности, занять уверенные позиции на американском рынке. Тем не менее, с одним из предыдущих владельцев возник конфликт, а именно с радиокорпорацией Zenith Radio Corporation, которой принадлежали права на название «Zenith» на территории Америки. В 2001 году после переговоров группа получила право использовать бренд в Соединенных Штатах в обмен на материальную выплату за право использования одноименного бренда. Марка Zenith смогла вернуться к покорению мира.

Присоединяясь к этой авторитетной группе, которая отлично владела правилами маркетинговой войны, марке Zenith необходимо было научиться находиться в центре внимания – как и положено новой знаменитости – и тем самым оправдать значение своего фирменного символа, звезды.

Обосновавшись в городе Ле-Локль, новое руководство изучило всю ценность этого неограниченного алмаза и решило расположить марку Zenith на верхней ступени пьедестала. Слово «невозможно» было вычеркнуто из словарного составляющего мануфактуры: бренд Zenith должен был ярко сиять на небосводе, чего бы это ни стоило.

Уже легендарному механизму El Primero суждено было стать еще более желанным – и еще более ценным. Именно под эгидой группы компаний LVMH механизм El Primero встретил появления более сложных часовых усложнений: в 2004 году механизм был оснащен турбийоном Grande ChronoMaster XXT Tourbillon, ставшим результатом трех с половиной лет исследований и разработок. Он стал первым высокочастотным турбийоном на рынке. Впоследствии появилась модель Grande ChronoMaster XXT Perpetual Calendar с вечным календарем, а в 2005 в модели Class Traveler появился минутный репетиер, создание которого сопровождалось 30 патентами. Наконец, в 2007 году мануфактуре Zenith удалось объединить турбийон и вечный календарь в одной модели линии Academy. У механизма El Primero явно не было пределов возможностей.

Начиная с 2003 года размер калибра претерпел некоторые модификации и вышел на первый план. Сердце EL Primero стал виден не только сквозь заднюю крышку из сапфирового стекла: теперь его можно было рассматривать непосредственно на руке владельца часов через специальное отверстие циферблата. Каждый раз, когда владелец часов El Primero смотрел на часы, он мог увидеть, как сердце его часов «бьется» в ритме 36 000 полуколебаний. Модель, получившая название ChronoMaster Open, полностью оправдывала данное ей имя. Механизм становился настоящей звездой во всех смыслах слова.



В 2004 году была представлена версия часов для женщин. Она получила название Star Open и была оснащена окном на циферблате в форме сердца. Марка Zenith не сомневалась, что женщины 2000-х годов хотели носить часы, которые бы выражали их индивидуальность, а не то, как рисуют себе образ женщины часовые мастера. Настало их время: теперь они могли приобрести часы, созданные специально для них, которые бы демонстрировали их покупательную способность и власть. Точно так же, как и практичность в полюбившемся им стиле джинсов бойфренда, женщинам нужны были часы, на которых показания времени не теряются за яркостью розового перламутрового циферблата, обрамленного безелем с бриллиантами. Они хотели сиять по-другому. Мануфактура Zenith предоставила им такую возможность в 2005 году, выпустив оснащенную турбийоном модель, разработанную специально для женщин, – Starissime.

Марка Zenith прекрасно понимала – или, по крайней мере, интуитивно чувствовала – всю сложность наступающего века. Термин «глобализация», впервые произнесенный на форуме в Давосе в 1993 году, в полном объеме приобрел значение в начале XXI века. Мы вступили в эпоху высшей степени самопознания, вызванную появлением так называемых «социальных сетей». Социальная сеть Facebook появилась в феврале 2004 года. Конечно, она не была столь влиятельна, какой она стала в следующем десятилетии, но, тем не менее, уже тогда чувствовалось начало ее триумфа и влияния как на отдельных людей, так и на все человечество. Пользователи теперь могли делиться тем, что им нравится как сообществу, и нередко оказывалось, что людей особенно привлекает необычное и из ряда вон выходящее. Марка Zenith – это бренд, который выдержал испытание смены эпох, все время совершенствуя себя. Это поистине «материал грез» («the stuff of dreams»)*

* Уильям Шекспир, *Буря*, 1610-1611.