

# A. Lange & Söhne

## Lange 1 Daymatic




---

**SIHH**

Tutte le anteprime  
di Ginevra

---

**Guida**

Gli antagonisti  
del Calatrava

---

**Zenith**

Nuove strategie

---

**Patek Philippe**

Il crono manuale  
di manifattura

---

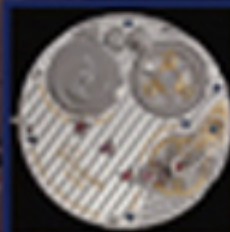
**Collezionismo**

Il 2009 in asta

---

**Esempi di Tecnica**

Glashütte Original  
Calibro 58-01



**Club**  
L'OROLOGIO  
www.orologioclub.it



ZENITH

# “LA MIA ZENITH”

*Durante i festeggiamenti del centenario del creatore del Calibro 135 di Zenith, abbiamo incontrato il nuovo CEO, Jean-Frédéric Dufour.*

DI SIMONETTA SUZZI

Nel 1948 veniva lanciato il Calibro 135 di Zenith, un movimento che presentava all'epoca caratteristiche tecniche innovative e raffinate. Tra queste, un bariletto più grande, che ne aumentava la riserva di carica, e un bilanciere sovradimensionato per garantire una migliore precisione. Pluripremiato nei diversi concorsi per la cronometria indetti dall'Osservatorio di Neuchâtel, il Calibro 135 deve dunque sicuramente il suo successo in primis a colui che l'ha creato: l'orologiaio Ephrem Jobin, che quest'anno ha compiuto nientemeno che cento anni, tra l'altro portati in modo eccezionale (quando si dice che facendo gli orologiai ci si mantiene in forma...). Un evento che la Maison ha voluto festeggiare in grande stile nella manifattura di Le Locle, cogliendo l'occasione per presentare ufficialmente una serie speciale, limitata a 100 esemplari e dedicata proprio a Ephrem Jobin, insieme al modello con il numero 100 per celebrarne il compleanno in maniera originale. Si tratta di un esemplare in oro rosa che adotta il cali-



bro Elite 689, visibile attraverso il fondello in vetro zaffiro, perfezionato nel tempo proprio grazie al contributo di Ephrem Jobin.

La felice occasione ci ha permesso di fare quattro chiacchiere con Jean-Frédéric Dufour, nuovo Presidente e CEO di Zenith dal 1 giugno 2009. Il suo background conta una lunga esperienza nell'industria orologiera, con incarichi di responsabilità in vari settori di diversi marchi, da quello commerciale al marketing, a quello manifatturiero e al management (Chopard, Swatch Group, Ulysse Nardin). Ancora fresco di nomina, Dufour ci ha raccontato le sue impressioni, i progetti e gli obiettivi di questo nuovo corso di Zenith.

*In omaggio a Ephrem Jobin, Zenith ha realizzato una serie speciale in perfetto stile anni '50, limitata a 100 esemplari in oro rosa. Al suo interno il calibro Elite 689, perfezionato nel tempo proprio grazie al contributo del longevo orologiaio. A lui, ovviamente, Jean-Frédéric Dufour ha personalmente consegnato l'esemplare numero 100. Prezzo: 9.800 euro.*

*Prima della sua nomina, qual era la sua idea di Zenith? È cambiata ora che si trova alla direzione del marchio?*

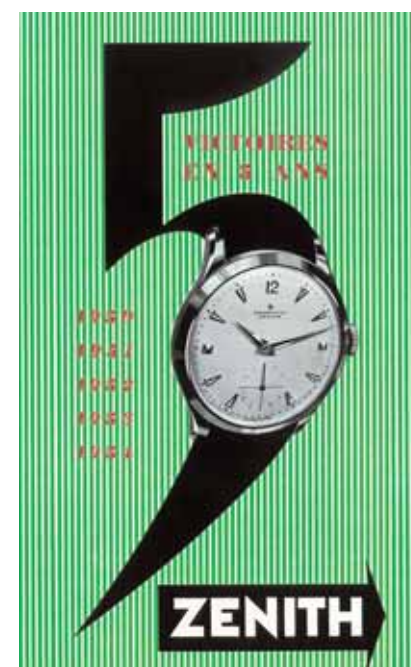
Conosco il marchio da tanti anni e ho sempre pensato che Zenith fosse una Casa di orologeria di grande livello, convizione che ho mantenuto anche dopo che ho iniziato la mia collaborazione. Ho poi avuto modo di scoprire altri aspetti molto interessanti, per esempio in merito ad alcuni vecchi calibri o ai numeri dei brevetti registrati. La storia di Zenith è davvero incredibile. Per me ogni giorno trascorso qui a Le Locle è un vero piacere, perché c'è sempre qualcosa di nuovo da scoprire. Fino a quando non lavoravo ancora per questa società era difficile riuscire a immaginare che avesse una storia così affascinante.

*Thierry Nataf, il suo predecessore, ha dato una forte impronta personale anche al design degli orologi Zenith. Continuerà anche lei su questa linea? E che idea ha del lavoro svolto da Nataf in questi anni?*

Non mi piace formulare questo tipo di giudizi. Zenith ha alle spalle più 144 anni di storia: ha



*Jean-Frédéric Dufour, a sinistra, durante i festeggiamenti del centenario di Ephrem Jobin, creatore del Calibro 135, svoltisi nella sede di Le Locle. IN BASSO: Una pubblicità d'epoca del Calibro 135.*



attraversato due guerre mondiali, è passata attraverso la crisi del quarzo. E oggi siamo già proiettati oltre la crisi attuale. L'unico giudizio che mi sento di esprimere, per manifestare tutto il mio rispetto, è che ritengo incredibile che questa società non abbia mai interrotto la manifattura di orologi in tutti questi anni. Per quanto riguarda Thierry Nataf, lui è riuscito a portare Zenith in prima linea a livello mondiale, perché ha saputo coniugare la moda e la manifattura, che sono stati sempre considerati due elementi troppo diversi e in contrapposizione fra loro. La moda

ha l'esigenza di cambiare in continuazione, molto rapidamente, perché sono i gusti dei clienti a cambiare rapidamente, mentre la manifattura prevede investimenti e tempi più lunghi, insieme al rispetto della tradizione. Ecco perché questa è un'unione abbastanza complessa. Noi comunque intendiamo continuare a lavorare su tutti gli aspetti legati alla produzione manifatturiera.

*Come sono i rapporti con gli altri marchi del gruppo, principalmente TAG Heuer e Hublot?*

Tranne per il fatto che tutti noi facciamo parte del settore Orolo-

gi e Gioielli di LVMH, e che in passato abbiamo venduto a volte alcuni calibri a TAG Heuer, non ci sono relazioni particolari fra di noi. Abbiamo ovviamente dei rapporti molto buoni: apparteniamo allo stesso Gruppo, ma siamo tutte realtà indipendenti, molto più di quanto accada in altri gruppi.

*Voi avete un patrimonio unico: l'El Primero. Come intendete valorizzarlo nel futuro?*

El Primero è un qualcosa di favoloso. Rappresenta senza dubbio il miglior cronografo svizzero presente oggi sul mercato, e da parte nostra non possiamo assolutamente pensare di rinun-

ciarvi. Dovremo quindi trovare nuove caratteristiche, proporre forse un El Primero Evolution 2, che potrebbe essere magari un po' più grande, con una cassa un po' più larga, forse con uno scappamento ad alta frequenza supplementare... Ci sono insomma molti percorsi che stiamo iniziando a studiare per capire quale sia la direzione da prendere, anche se ovviamente è presto per incamminarci e sceglierne uno. Però è importante capire che la realizzazione di un nuovo El Primero è un'operazione a lungo termine, non un progetto della durata di pochi mesi.

*Quali sono stati i suoi primi*

*“compiti” entrando in Zenith?*

Il mio obiettivo è sempre il futuro. La prima cosa che ho fatto è stata mettermi al lavoro sullo sviluppo della nuova collezione: sono entrato a giugno e dovevamo riuscire a produrre una nuova linea entro gennaio per il Salone di Ginevra, un lasso di tempo molto ridotto per sviluppare nuovi modelli. Questo è stato il mio primo importante compito. Questi modelli faranno parte della collezione 2010. Poi ho viaggiato moltissimo per incontrare i nostri rivenditori, per confrontarmi con quelle persone che in fin dei conti conoscono questa Casa anche meglio di me, visto che alcuni di loro collaborano con Zenith da ottanta anni o anche più! Per esempio a Milano ho conosciuto una gioielleria che vende orologi Zenith fin dal 1931, Sangalli. Per loro Zenith significa veramente qualcosa di speciale e quando ne parlano riesci a sentire e percepire veramente tutta la loro passione. Penso sia molto importante capire anche le esigenze dei rivenditori.

*Avete intenzione di apportare qualche cambiamento ai vostri canali di distribuzione?*

Forse qualche piccolo ritocco, ma a livello globale non abbiamo intenzione di cambiare nulla. La nostra distribuzione a livello globale è molto articolata: in alcuni Paesi abbiamo delle filiali, in altri ci affidiamo ai nostri agenti, però tutto funziona molto bene. Possiamo contare su ottocento negozi, tutti di primissima categoria. Forse in qualche Paese potremo pensare di aumenta-

*Un esemplare che adottava il Calibro 135, dotato di bilanciere sovradimensionato, molto importante ai fini di una maggiore precisione. La precisione cronometrica del Calibro 135 ne ha limitato la fabbricazione, riservando l'esclusivo movimento ai modelli di alta orologeria.*

re il numero di punti vendita, però fondamentalmente è già un buon sistema di distribuzione.

*Aprirete anche nuove boutique?*

Dipende tutto dalle opportunità. Non posso decidere di aprire delle boutique da solo, quindi sarà necessario trovare i partner giusti. Forse l'anno prossimo apriremo qualcosa a Hong Kong...

*Cosa vuol dire per lei, oggi e in Zenith, realizzare degli orologi di manifattura?*

Per me “manifattura” non è solo una definizione, ma rappresenta anche uno spirito. E lo spirito della manifattura è quello di riuscire a proporre ai propri clienti dei prodotti che abbiano una vera sostanza, un reale valore aggiunto, anche emozionale, perché senza questa componente gli orologi sono inutili. Per rendere concrete queste idee, dunque, è importante affermarsi anche come fabbricanti restando sul mercato per moltissimi anni e avendo alle spalle quindi una lunga storia, perché è questo che significa manifattura, no? Il

mio lavoro è quello di rendere le persone felici quando hanno deciso di spendere del denaro per comprare un nostro prodotto. E per riuscirci devo essere innanzitutto in grado di realizzare orologi eccellenti: sappiamo realizzare movimenti, li produciamo ormai da più di cento anni, abbiamo creato più di trecento diversi calibri... Ma oltre a tutto questo dobbiamo essere in grado di dare un valore aggiunto a livello emozionale, legato al prestigio del prodotto che proponiamo, all'affidabilità, ai prezzi richiesti, ai materiali usati, alla storia e alla tradizione di alcuni dei nostri pezzi. Per questo penso che la manifattura sia un concetto globale, che non è riconducibile solamente alla fabbricazione effettiva di tutte le parti di un orologio. Manifattura vuol dire ovviamente produrre le parti di un orologio, ma anche riuscire a comunicare un'emozione positiva, che renda le persone felici.

*Per quanto riguarda la nuova collezione, avete un modello di punta?*

In linea generale direi le collezioni da donna, ma senza indicare un prodotto specifico, puntando sulla semplicità, che corrisponde poi a quella che è la mia idea di manifattura: meno appariscente, semplice all'apparenza, ma con un valore intrinseco. Ovviamente, poi, un orologio deve essere comunque attraente per il pubblico. E questo vale sia per gli orologi da donna che per quelli da uomo, ma nel caso dei femminili è ancora più importante: l'orologio deve essere bello e, preferibilmente, anche riconoscibile...

*Ci saranno sempre tante collezioni?*

No, le ridurremo in modo drastico: passeremo da 800 a 131 modelli. È più che altro una scelta di ristrutturazione. Prima avevamo modelli molto diversi tra loro: ChronoMaster, Defy, Port-Royal, Defy Xtreme, Baby Doll, e così via. Ora invece proporremo un unico mondo, all'interno del quale ci saranno quattro collezioni. Il primo passo sarà l'Elite, poi l'El Primero con il cronografo, a seguire la linea più sportiva, ossia la Defy e infine l'Academy, per gli orologi complicati. Anche i nomi cambieranno: potremo avere, per esempio, un “El Primero ChronoMaster Open”, mentre prima si sarebbe chiamato “ChronoMaster Open El Primero”. L'elemento più importante però è El Primero e il minimo che possiamo fare è dedicare almeno una collezione a questa nostra leggenda.

*Concludendo, lei sa che tutti gli appassionati di Zenith si aspettano molto da lei?*

Sì, ma riesco ancora a dormire la notte (ride, n.d.r.). È davvero una grande pressione, però sono ancora sufficientemente tranquillo, se così si può dire...

*Indirizzi a pag. 130*



*Il Calibro 135, lanciato nel 1948, si è aggiudicato numerosi premi per la cronometria durante i diversi concorsi indetti dall'Osservatorio di Neuchâtel, cinque dei quali sono stati vinti in anni successivi, dal 1950 al 1954.*