DIRECCIÓN HUBLOT

Jean-Claude Biver

PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIóN DE HUBLOT

Jean-Claude Biver forma parte de los pocos hombres que realmente han marcado la historia de la relojería suiza. Nacido en Luxemburgo el 20 de septiembre de 1949, emigró a Suiza con su familia cuando tenía 10 años. Inscrito en el Collège de Morges, obtuvo el certificado estudios secundarios en la Escuela de Comercio de Lausana y completó sus estudios en la Universidad de Lausana. Con su diploma de la Universidad HEC de Ginebra en el bolsillo, se instaló en Brassus. Los años vividos en el Valle de Joux, la cuna de la alta relojería, tuvieron un efecto importante en su vida. Estableció su residencia junto a una granja, que años después se convertiría en la sede central de Blancpain. Aprovechó la oportunidad que le ofreció Audemars Piguet para realizar en 1975 un año de formación completa, tras el cual se centró en el sector de las ventas y del marketing. Durante ese año se familiarizó con los diferentes aspectos del negocio y adquirió amplios conocimientos sobre el arte de la relojería. De este modo, desarrolló su pasión por la relojería y los relojeros. En 1980, dejó Audemars Piguet para entrar a formar parte de Omega como responsable de productos de oro. En este puesto, aprendió las normas y limitaciones que caracterizan el trabajo en una gran marca multinacional. En 1982, sintiéndose nostálgico de la cultura relojera del Valle de Joux, adquirió, junto a su amigo Jacques Piguet, la marca Blancpain, que había permanecido inactiva desde 1961.

Utilizando el eslogan "Desde 1735, no ha existido un reloj Blancpain de cuarzo, y nunca más lo habrá", hizo renacer la empresa de forma rápida y aumentó su volumen de ventas hasta alcanzar los 50 millones de francos suizos. En solo unos años, la marca estaba compitiendo con los nombres líderes del sector de la relojería. No obstante, en 1992, decidió vender Blancpain al Grupo SMH (que pasará a denominarse posteriormente Grupo Swatch) y entró a formar parte del equipo de gestión de Nicolas G. Hayek. Como miembro del comité de dirección del Grupo Swatch, se le encomendó la misión de desarrollar el marketing y los productos de la marca Omega, tras su vuelta a la

empresa después de un lapso de 10 años. El renacimiento de Omega resultó impresionante y se debió en parte al desarrollo de nuevos productos y a la contratación de personalidades como Cindy Crawford, Michael Schumacher, James Bond (alias 007) o Pierce Brosnan.

A finales de 2003, decidió tomarse un año sabático, pero rápidamente cambió de opinión, como hombre de acción que siempre ha sido, y pasó a ocuparse de una pequeña empresa fundada en 1980 Hublot Genève. Desde su cargo de presidente, en 2004 decidió centrar su atención en los productos originales de Hublot y desarrollar un nuevo concepto para la marca: "El Arte de la Fusión". En efecto, en 1980, Hublot ya había sido la primera firma de relojería en realizar una cierta fusión de materiales, combinando el oro y el caucho. Poniendo todo su savoir-faire y talento en el sector del marketing y en beneficio de la marca, logró la proeza de lanzar en menos de un año (en abril de 2005) un cronógrafo revolucionario: el Big Bang. Presentado en BaselWorld 2005, el Big Bang logró un éxito inmediato. Las recompensas comenzaron a llover. Desde entonces, Hublot ha experimentado un dinamismo extraordinario y un crecimiento fulgurante. Jean-Claude Biver ha sido realmente el impulsor del renacimiento (o nacimiento) de esta marca, si consideramos a día de hoy, en 2012, el camino recorrido en tan sólo 7 años de actividad. La empresa debe su fulgurante crecimiento a la desbordante energía de un presidente inigualable: En primer lugar, crecimiento económico, con un volumen de negocio que en cuatro años pasó de 25 millones a más de 200 millones de francos suizos en 2008, cuando la marca fue vendida al grupo de lujo LVMH.

Y, en segundo lugar, crecimiento físico, con la inauguración, en noviembre de 2009 y en presencia de Bernard Arnault de una nueva manufactura de alta tecnología en las orillas del lago Ginebra, en Nyon. Bajo el impulso de Jean-Claude Biver, 6000 m2 se dedican al arte relojero, al desarrollo, a la creación y a la fabricación de movimientos como el UNICO, un cronógrafo con rueda de columnas, así como de complicaciones relojeras como el tourbillón, la repetición de minutos, el movimiento de Anticitera, el movimiento Key of Time, etc.

Jean-Claude Biver, siempre preocupado por hacer de

Hublot una empresa de vanguardia en busca de los materiales high-tech más recientes y por conservar un savoir-faire puntero, ha dotado a la empresa de una auténtica fundición que produce el Magic Gold, un oro de 18 K irrayable presentado en colaboración con la EPFL a finales de 2011. Ese mismo año, Biver recompra la empresa suiza Profusion, especializada en la fabricación de componentes de fibra de carbono. Además, un departamento de galvanoplastia interno se encarga de probar constantemente nuevos tratamientos para metales.

En cuanto al marketing, la constancia y la coherencia de Jean-Claude son tan notables como su gusto por cuestionar las ideas recibidas, tal y como demuestra asimismo su estrategia: "Llegar hasta donde se encuentre el cliente potencial". Así, Jean-Claude Biver ha sido el primero en llevar una marca de lujo al mundo del fútbol. En 2008, Hublot se convirtió en el cronometrador oficial del Manchester United, así como de la Eurocopa de la UEFA. En 2010 la casa se convirtió en el primer reloj oficial y cronometrador oficial histórico de la FIFA y de las dos próximas Copas del Mundo de fútbol, justo después de haber sido elegido reloj oficial de la Fórmula 1. Dos golpes maestros que ofrecen a Hublot una visibilidad mundial excepcional. La marca presta asimismo su apoyo al Museo Oceanográfico de Mónaco y el Yacht Club de Mónaco, presididos por S.A.R. el Príncipe Alberto II de Mónaco, el Real Club Náutico de Palma, con su presencia en las regatas de la Copa del Rey de España o incluso el polo, el baloncesto estadounidense o el golf a través de las principales competiciones.

Jean-Claude Biver ha creado además con Hublot un club cerrado de embajadores que va más allá del deporte, todos ellos auténticas leyendas vivas en su disciplina, con los que la marca trabaja mano a mano en un gran número de operaciones en favor de organizaciones benéficas: Jet Li en las artes marciales y el cine, Diego Maradona el Manchester United en el fútbol, la familia Senna en la Fórmula 1, Dwyane Wade y los Miami Heat en el baloncesto estadounidense, Maria Riesch y Dario Cologna en el esquí, etc. ya que "el vínculo reside en compartir. " Si no comparte, se empobrecerá. Hublot tiene la oportunidad y debe poder devolver una parte de su éxito".

Gracias al impulso de Jean-Claude Biver, Hublot también es la primera marca de lujo en haber lanzado una televisión en Internet (Hublot TV) y en explorar sin cesar nuevos escaparates interactivos revolucionarios. Comercialmente, la red de boutiques exclusivas y de distribuidores autorizados explota a partir de 2007-2008 hasta alcanzar en la actualidad 550 puntos de venta y cerca de 40 boutiques exclusivas en las direcciones más prestigiosas de todo el mundo (Ginebra, la Place Vendôme de París, la Madison Avenue de Nueva York, Miami, Beverly Hills, Las Vegas, Cannes, Saint-Tropez, Berlín, Moscú, Varsovia, Praga, Singapur, Shanghái, Pekín, Hong Kong, Dubái, Abu Dabi, Kuala Lumpur, etc.), cuyo concepto de acondicionamiento ha sido replanteado recientemente con el célebre arquitecto neoyorquino Peter Marino.

Finalmente, Jean-Claude Biver ha demostrado su empeño en que Hublot entrara a formar parte de la Fundación de la Alta Relojería. Anclada en su tiempo y evolucionando siempre al frente de nuevos desafíos tecnológicos y de la investigación fundamental para los nuevos materiales, Hublot sigue unida al savoir-faire tradicional con relojes que llevan la huella de los maestros relojeros de mayor talento. La marca expresa ahí también el Arte de la Fusión entre cultura relojera y desarrollos técnicos de vanguardia, entre pasado y futuro… puesto que "no rompemos con el pasado, sino todo lo contrario, le rendimos homenaje conectándolo con el futuro" concluiría Jean-Claude Biver, presidente de Hublot.

En lo que se refiere a reconocimientos, Jean-Claude Biver recibió en 2005 el premio "Best Design" por el Big Bang en el Grand Prix d'Horlogerie de Genève. A comienzos de 2007, Jean-Claude Biver fue nombrado "Best watchmaking manager" y "Best communicator" en una encuesta realizada entre periodistas del sector de la relojería y conducida por la revista Business Montres y fue invitado a la FT Luxury Summit de Las Vegas. A finales de 2007, obtuvo el 5º puesto en los premios "Entrepreneur of the Year", organizados por Handelszeitung, una publicación semanal suiza en materia de economía. La clasificación, elaborada por 100 periodistas de economía, situaba además a Biver en el

top ten de los empresarios suizos. En noviembre de 2008, fue galardonado con el premio "CEO of the Year" en los premios "Premier watches, jewellery and pens awards", celebrados en Bahréin. En 2008, la revista suiza PME Magazine lo coronó como "Leader of the Year". El 2009 comenzó en la misma línea para Jean-Claude Biver, que fue elegido "Man of the Year" por la revista italiana Orologi da Polso, las revistas francesas Revue des montres y Business Montres y la revista suiza GMT. Ese mismo año, participó en diferentes conferencias internacionales como el World Economic Forum de Milán (donde tomó la palabra inmediatamente después del Presidente Clinton), el Nikkei IMD Economic Forum de Tokio y las conferencias HSM de Madrid y Lisboa. En el año 2010, fue nominado a los Swiss Awards y recompensado en Londres por los grandes logros obtenidos con Hublot en los famosos premios Walpole Awards for Excellence. Tuvo el privilegio de asistir a la conferencia HSM de Egipto y recibió el Gaia Award 20 10 en la categoría Entrepreneurship (concedido en 2008 al Sr. Hayek) en Suiza, así como el Jury Special Award en la categoría Luxury and Creation Talents en París. En 2011, recibió un Caesar Award en Bucarest por "su carrera en conjunto y sus cualidades como hombre de negocios visionario y genio del marketing".