HUBLOT

DIRETORIA HUBLOT

Jean-Claude Biver

PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAçãO DA HUBLOT

Jean-Claude Biver é um dos raros homens que realmente deixaram sua marca na relojoaria suíça. Nascido em Luxemburgo no dia 20 de setembro de 1949, ele se mudou com a família para a Suíça aos dez anos de idade. Tendo frequentado o Collège de Morges, completou seus estudos secundários na Escola de Comércio de Lausanne, seguindo então para a Universidade de Lausanne. Com o diploma de altos estudos comerciais (HEC) debaixo do braço, instalou-se em Brassus. Os anos que passou no Vale de Joux, berço da alta relojoaria, terão um impacto decisivo em sua vida. Ele passou a residir próximo a uma fazenda, que anos mais tarde veio a ser a sede da Blancpain. Em 1975, aproveita a oportunidade única oferecida por Audemars Piguet para realizar um estágio completo, com duração de um ano, concentrando-se a seguir na área de vendas e marketing. Esse ano permitiu que Biver se familiarizasse com as diferentes facetas da profissão, adquirindo um conhecimento profundo da arte da relojoaria. Assim se desenvolve sua paixão pela relojoaria e pelos relojoeiros. Em 1980 ele deixa a Audemars Piguet e passa a integrar a Omega, como responsável pelos produtos de ouro. Nesse cargo, aprende as regras e os compromissos que o trabalho para uma grande marca internacional implica. Em 1982, com saudade da cultura relojoeira do Vale de Joux, une-se ao amigo Jacques Piguet para comprar a marca Blancpain, uma bela que estava adormecida desde 1961.

Com o slogan "Desde 1735 nunca houve um Blancpain de quartzo, e não haverá jamais", Biver logo reergue a empresa e aumenta seu volume de negócios para 50 milhões de francos suíços. Em alguns anos, a marca estava competindo com os maiores nomes da relojoaria. Mas em 1992 ele decide vender a Blancpain para o grupo SMH (mais tarde Swatch Group), unindo-se à equipe de direção de Nicolas G. Hayek. Membro do comitê diretor do Swatch Group, ele recebe a missão de desenvolver o marketing e o produto da marca Omega, empresa que havia deixado há dez anos. A renovação da Omega foi impressionante, apoiando-se

principalmente no desenvolvimento de novos produtos e no envolvimento de grandes personalidades, como Cindy Crawford, Michael Schumacher, James Bond, ou 007, e Pierce Brosnan.

No final de 2003, Biver decide tirar um ano sabático, até logo mudar de ideia, trazendo de volta à tona o homem de ação que sempre foi ao tomar as rédeas de uma pequena empresa fundada em 1980: a Hublot Geneva. Como CEO da companhia, em 2004 Biver decide colocar a ênfase no produto original da Hublot, desenvolvendo um novo conceito para a marca: "A Arte da Fusão". A Hublot já era, desde 1980, pioneira em realizar a fusão de materiais em um relógio, combinando ouro e borracha. Dedicando todo seu conhecimento e talento de marketing a serviço da marca, em apenas um ano, em abril de 2005, Biver conseguiu a proeza de lançar um cronógrafo revolucionário: o Big Bang. Apresentado no salão BaselWorld 2005, ele foi um sucesso imediato. E as recompensas vieram em cascata. A Hublot alcança assim um dinamismo extraordinário e um crescimento excepcional. E Jean-Claude Biver está na origem do renascimento da marca, e até de seu nascimento, se considerarmos hoje, em 2012, o caminho percorrido em apenas sete anos de atividade. A empresa deve seu crescimento impressionante à infindável energia desse administrador sem igual. Em primeiro lugar, crescimento econômico, já que em quatro anos o volume de negócios aumentou de 25 milhões para mais de 200 milhões de francos suíços em 2008, quando a marca foi vendida para o grupo LVMH.

Mas esse crescimento também foi físico, com a inauguração, em novembro de 2009, com a presença de Bernard Arnault, de uma nova manufatura high-tech em Nyon, às margens do lago de Genebra. Por iniciativa de Jean-Claude Biver, 6 mil m2 são ali dedicados à arte relojoeira, ao desenvolvimento, criação e produção de movi mentos como o UNICO, cronógrafo de roda de coluna, e de grandes recursos da relojoaria, como o turbilhão, a repetição de minutos, além dos movimentos Anticythère, Key of Time etc.

Jean-Claude Biver, sempre buscando colocar a Hublot na vanguarda da pesquisa dos últimos materiais high-tech, além de conservar o mais avançado

conhecimento na área da relojoaria, implementou na empresa uma verdadeira fundição. Através dela, numa parceria com a EPFL, a Hublot apresentou em 2011 o Magic Gold, um ouro 18K à prova de risco. No mesmo ano, a empresa adquiriu a Profusion, empresa suíça especializada na fabricação de componentes de fibra de carbono. Além disso, a Hublot conta ainda com um departamento interno de galvanoplastia, que não para de testar novos tratamentos para metais.

Do ponto de vista do marketing, a constância e a coerência de Jean-Claude Biver são tão notáveis quanto seu gosto por questionar as ideias prontas, como se pode ver por sua estratégia: "Ir aonde estão os clientes potenciais". Ele foi o primeiro a ligar uma marca de luxo ao futebol. Em 2008, a Hublot tornou-se Official Timekeeper do Manchester United e do campeonato europeu. Em 2010, a empresa tornou-se o primeiro Official Watch e Official Timekeeper da história da FIFA,mantendo o título para as duas próximas Copas do Mundo de futebol, logo após ter sido escolhida como Official Watch da Fórmula 1. Dois golpes de mestre que proporcionam à Hublot uma visibilidade excepcional, em escala mundial. A marca também apoia o Museu Oceanográfico de Mônaco e o Yacht Club de Mônaco, presididos pelo Príncipe Albert II de Mônaco, o Clube Náutico Real de Palma, estando presente nas regatas da Copa del Rey na Espanha. Até o polo, o basquete e o golfe contam com a presença da Hublot em suas grandes competições.

Jean-Claude Biver, junto com a Hublot, criou ainda um clube exclusivo de embaixadores que vão além do mundo do esporte, todos verdadeiras lendas vivas de suas áreas, com os quais a marca trabalha lado a lado em vários projetos de caridade: Jet Li nas artes marciais e no cinema, Diego Maradona e o Manchester United no futebol, a família Senna na Fórmula 1, Dwyane Wade e o Miami Heat no basquetebol, Maria Riesch e Dario Cologna no esqui etc. Pois «criar laços é compartilhar. Se você não compartilha, você se empobrece. A Hublot tem tido sorte e tem o dever de retribuir parte de seu sucesso».

Ainda por iniciativa de Jean-Claude Biver, a Hublot também foi a primeira marca de luxo a lançar um serviço

de televisão on-line (a Hublot TV) e melhorar continuamente a exploração de novas e revolucionárias exposições interativas. Do ponto de visa comercial, a rede de lojas exclusivas e revendedores autorizados explodiu em 2007-2008, atingindo hoje 550 pontos de venda e quase 40 lojas exclusivas, nos endereços de maior prestígio do mundo (Genebra, Paris Place Vendôme, Nova York Madison Avenue, Miami, Beverly Hills, Las Vegas, Cannes, Saint Tropez, Berlim, Moscou, Varsóvia, Praga, Cingapura, Xangai, Pequim, Hong Kong, Dubai, Abu Dhabi, Kuala Lumpur). O conceito de planejamento e ambiente de suas lojas foi recentemente todo reformulado, através do trabalho da estrela nova-iorquina da arquitetura Peter Marino.

Finalmente, Jean-Claude Biver quis que a Hublot se tornasse membro da Fundação da Alta Relojoaria. Ancorada em seu tempo e evoluindo sempre na direção de novos desafios tecnológicos e da pesquisa fundamental para a criação de novos materiais, a Hublot não abre mão do conhecimento tradicional, produzindo peças que trazem a marca dos mais talentosos mestres relojoeiros. Ainda aí, a empresa exprime a Arte da Fusão - entre cultura relojoeira e desenvolvimento técnico de vanguarda, entre passado e futuro -, pois, como poderia concluir Jean-Claude Biver, CEO da Hublot, «nós não rompemos com o passado, pelo contrário, nós o homenageamos, conectando-o ao futuro».

E a Hublot pode assim enumerar o reconhecimento recebido. Em 2005, Jean-Claude Biver recebeu, pelo novo cronógrafo Big Bang, o prêmio de melhor design do Grand Prix de Horlogerie de Genève. No início de 2007, foi nomeado «Melhor administrador relojoeiro" e "Melhor comunicador relojoeiro", em uma pesquisa realizada junto a jornalistas pela revista Business Montres, sendo ainda convidado para a Conferência FT Luxury em Las Vegas. No final de 2007, Biver foi o 5o classificado para o prêmio «Empresário do ano» organizado pelo Handelszeitung, semanário econômico suíço – a classificação realizada por cem jornalistas econômicos colocam-no entre os dez maiores empresários do país. Em novembro de 2008, ele foi eleito «CEO do ano» no Premier watches, jewellery and pens awards do Bahrein. Em 2008, ele foi coroado, pela revista mensal suíça PME

Magazine, «Líder do ano». O ano de 2009 trouxe a mesma sorte para Jean-Claude Biver, eleito «Homem do ano» pela revista italiana Orologi da Polso, pelas revistas francesas Revue des montres e Business Montres , e pela revista suíça GMT. Nesse ano ele também participou de diversas conferências internacionais, como o Fórum econômico mundial de Milão (falando logo após o Presidente Clinton), o Fórum econômico Nikkei IMD de Tóquio e as conferências HSM de Madri e Lisboa.

Em 2010, Biver foi indicado ao Swiss Awards, e premiado em Londres por seu trabalho na Hublot pelo famoso Walpole Awards for Excellence. Ele também teve o privilégio de assistir à conferência HSM no Egito, recebendo o prêmio Gaïa 2010 na categoria Espírito empreendedor (concedido ao falecido Hayek, em 2008) na Suíça e o Prêmio Especial do Júri no Talentos do luxo e da criação em Paris. Em 2011, recebeu um Caesar Award em Bucareste pelo «conjunto de sua carreira e seus talentos de homem de negócios visionário e gênio do marketing».