



I. DALLA TECNICA ALLO STILE

“Da molti anni ho studiato la possibilità di realizzare orologi che i nostri concessionari possano vendere a un prezzo minore dei nostri Rolex, ma che possano godere della stessa fiducia. Ho dunque deciso di fondare una società appositamente dedicata alla realizzazione e alla vendita di questi nuovi orologi. Questa società si chiama Montres Tudor SA”. Con questa dichiarazione, rilasciata il 6 marzo del 1946 da Hans Wilsdorf, già sulla scena dell’orologeria elvetica d’alta gamma in veste di grande protagonista, per aver dato i natali a Rolex durante il primo decennio del 1900, nasce ufficialmente non solo il marchio TUDOR, ma anche la sua strategia di prodotto e di comunicazione.

L’intuizione di Hans Wilsdorf era molto semplice, ma altrettanto geniale: all’epoca, con l’orologeria da polso nel pieno del suo primo sviluppo e in un periodo ben lontano dalle logiche di ottimizzazione delle risorse attualmente praticate in lungo e in largo dalle grandi concentrazioni finanziarie e di marche, il pubblico era ben preparato ad individuare e apprezzare un prodotto di prezzo contenuto, garantito in tutte le sue prerogative tecniche, estetiche e funzionali – nonché di distribuzione - non da una nuova entità del mercato, ma da un marchio come Rolex, che si era già imposto nel mondo intero per una produzione di qualità.

La dichiarazione di Wilsdorf non voleva e non poteva essere una semplice frase ad effetto, ma un vero e proprio impegno programmatico: tra il 1947 e il 1952 TUDOR si dedica al lancio prima del modello TUDOR Oyster e poi della linea TUDOR Oyster Prince, che realizzano il ben riuscito connubio tra precisione e affidabilità, tra stile e tecnica, tra qualità di produzione e accessibilità del prezzo, tanto è vero che in quell’epoca compaiono le prime pubblicità interamente dedicate a TUDOR, dove Wilsdorf afferma di essere orgoglioso e soddisfatto del proprio personale coinvolgimento nella nascita di quel nuovo marchio.

Natali di certo privilegiati e che fin da subito ben promettono per il futuro, quelli della marca inizialmente rappresentata da una rosa decorativa, il celebre simbolo della dinastia che regnò a lungo sull’Inghilterra, quei Tudor a cui appunto Hans Wilsdorf si è ispirato nel dare un nome di battesimo alla propria nuova impresa, ma che non l’hanno mai portata ad adattarsi sugli allori. Forte, fin dall’inizio della propria storia, di contenuti tecnici come la cassa impermeabile Oyster e l’adozione di un movimento automatico, TUDOR non li abbandona al lato funzionale in se stesso, ma li fa diventare connotazioni di stile su orologi pensati per uomini moderni e dinamici e per questo orientati e curati in questa direzione sia nelle prestazioni che nell’estetica. Accompagnato nei primi passi e ben introdotto nell’ambiente da Rolex, TUDOR molto presto si ritaglia il proprio spazio fino al totale affrancamento dal marchio con la corona a cinque punte.

A voler ben guardare, di TUDOR e di sue creazioni c’erano tracce lasciate fin dal 1926, anno in cui il marchio fu depositato dalla fabbrica d’orologeria svizzera “Veuve de Philippe Hüther” per conto dello stesso Hans Wilsdorf, che lo rilevò personalmente nel 1936 per poi dare vita, nel 1946, appunto, alla società Montres Tudor SA, ma è con le produzioni e le campagne pubblicitarie degli anni ‘50 che il marchio acquisisce definitivamente forza e personalità.

Il 1952, in particolare, vede il lancio del TUDOR Oyster Prince, accompagnato da una comunicazione stampa per l’epoca molto intensa, forte e originale, visto che non si trattava solo di rappresentare e



descrivere il prodotto-orologio, come allora avveniva nella maggior parte dei casi, ma di sottolinearne le doti di resistenza, affidabilità e precisione non solo con un ben dettagliato testo, ma anche con immagini di uomini che operavano con un TUDOR al polso in condizioni estreme, come era il caso dei duri lavori stradali o in miniera e non solo in ben più scontate - ma pur sempre efficaci banche di prova - pratiche sportive, come il motociclismo, il golf o l'equitazione. Le pagine pubblicitarie corrispondevano a reali prove sul campo dei TUDOR Oyster Prince presi a campione, come le 252 ore passate al polso di un minatore del carbone, le 30 ore sottoposte alle vibrazioni di un martello pneumatico, i mesi passati insieme ai tagliatori di pietre o agli operai addetti al fissaggio delle putrelle in grandi cantieri edili. Immagini che, insieme all'ormai scontata validità del prodotto, contribuivano a dare stile e personalità all'orologio TUDOR, tutta legata al concetto di modernità e affidabilità e lanciata ben oltre lo specifico contesto operaio in cui veniva presentato.

In questo quadro, un episodio significativo è la partecipazione di 30 orologi TUDOR Oyster Prince alla spedizione scientifica britannica in Groenlandia, organizzata dalla Royal Navy nel 1952.

Gli anni '60, sulla scia del successo tecnologico e d'immagine raccolto con la partecipazione alle esplorazioni sui ghiacci, vedono il marchio TUDOR impegnato in un progetto per la messa a punto di un orologio professionale subacqueo che potesse ufficialmente entrare nella dotazione militare: dal 1964 al 1966 viene prodotto il TUDOR Prince Submariner US Navy, mentre all'inizio degli anni '70 (e fino al 1984) verrà realizzato il modello Marine Nationale, ufficialmente adottato dalla Marina Nazionale Francese.

Per TUDOR inizia l'epoca degli orologi di stile e di concezione più tecnica, ispirati a professioni ritenute pericolose e per questo dotati di un'accurata funzionalità per modelli subacquei, con datario o con cronografo che siano - e di uno stile che emana forza, sicurezza e - ancora una volta - affidabilità. Così come emana una perfetta padronanza della propria missione dai testimonial scelti per la campagna pubblicitaria del TUDOR Prince Submariner o del TUDOR Prince Date-Day dell'epoca, personaggi non conosciuti dal grande pubblico, ma proprio per questo di più facile immedesimazione e fotografati con nome e cognome e con addosso l'attrezzatura professionale di soccorritore subacqueo - ad esempio - oppure di ingegnere minerario o di pilota di rally.

Nel 1970 viene realizzato un modello che si distingue particolarmente per lo stile e la tecnologia, il cronografo TUDOR Oysterdate.

Lo spirito di questo modello anticipa, in un certo senso, l'attuale collaborazione di TUDOR con Porsche Motorsport in qualità di "Timing Partner", ben rappresentata dalla gamma Grantour esposta per la prima volta in occasione di Baselworld 2009, anno in cui per TUDOR si è completato, con nuove serie di orologi e la campagna pubblicitaria "Designed for Performance. Engineered for Elegance.", il totale ripensamento della marca. Passato attraverso i modelli degli anni '80 che, con l'appoggio in comunicazione di sorprendenti dettagli delle armature degli antichi cavalieri, continuavano a sottolineare il concetto di resistenza e davano valore al cambiamento del logo dalla rosa allo scudo. Riposizionamento del marchio che, insistendo ancora una volta sul connubio tra prestazioni e stile, continua coerentemente con le novità del 2010.



II. L'EVOLUZIONE DELLA SPECIE

Al simbolo grafico, che generalmente accompagna il nome del marchio sui quadranti degli orologi, è sempre stata data molta importanza per ovvie ragioni d'immagine. Non sfugge a questa bella regola nemmeno TUDOR che, anzi, ha dedicato all'evoluzione del proprio logo particolari attenzioni, trasformandolo nel corso del tempo in base a precise esigenze di comunicazione.

Le primissime produzioni degli anni '20 e '30 riportano semplicemente la scritta TUDOR, come in una sorta di certificato di nascita, mentre esistono anche rari esemplari con il nome del marchio TUDOR associato a quello di Rolex, in perfetta corrispondenza con il fatto che inizialmente era Rolex a garantire la qualità tecnica ed estetica di TUDOR, successivamente elaborata dal marchio in maniera autonoma.

E' verso il 1936 che appare per la prima volta un simbolo grafico, rappresentato dalla delicata rosa dei TUDOR, la dinastia che ha lungamente regnato in Inghilterra e da cui il marchio prende il nome, inserita in uno scudo, come a simboleggiare l'invincibile unione della forza con la grazia.

Nel 1947, immediatamente un anno dopo il lancio ufficiale di TUDOR, rimane sul quadrante - insieme al nome del marchio - la sola rosa, andando così a sottolineare tutta l'eleganza e lo stile di TUDOR, mentre dal 1969 e fino ai giorni nostri, una volta acquisiti definitivamente i requisiti di un'estetica di tipo classico e con la produzione marcata TUDOR che si sposta sempre più sul versante tecnico, la rosa esce dallo scudo, lasciandolo campeggiare in bella vista sul quadrante come insuperabile simbolo di resistenza e affidabilità.

BREVE CRONOLOGIA

1926 - registrazione del marchio "The Tudor" da parte della maison "Veuve de Philippe Hüther" per conto di Hans Wilsdorf

1936 - Hans Wilsdorf rileva personalmente il marchio "The Tudor"

1946 - costituzione della società "Montres Tudor SA", il 6 marzo, a Ginevra

1947 - lancio del modello TUDOR Oyster

1948 - prime pubblicità interamente dedicate a TUDOR

1952 - lancio della linea TUDOR Oyster Prince

1957 - lancio del modello TUDOR Advisor

1964 - produzione per soli due anni del modello TUDOR Prince Submariner US Navy

1969 - lancio del modello TUDOR Prince Submariner e TUDOR Prince Date-Day



1970 – lancio del cronografo TUDOR Oysterdate

1971/1977 – TUDOR Oysterdate Chronograph

1977/1996 – TUDOR Oysterdate Chronograph (Automatic-Chrono Time)

1991 – lancio della gamma TUDOR Monarch

1996/2006 – TUDOR Prince Date Chronograph (Automatic-Chrono Time)

1999 – lancio della gamma TUDOR Hydronaut

2007 – rilancio internazionale del marchio TUDOR con nuovi prodotti e con una nuova campagna di comunicazione

2009 – presentazione della nuova gamma TUDOR Hydronaut II, TUDOR Hydro1200, TUDOR Glamour e TUDOR Grantour. Inizio della collaborazione con Porsche Motorsport in qualità di “Timing Partner” e lancio della campagna “Designed for Performance. Engineered for Elegance.”

2010 – lancio del nuovo modello TUDOR Heritage Chrono e TUDOR Glamour Double Date



III. IL NUOVO CORSO

Il 2009 è stato per TUDOR l'anno del definitivo ripensamento del marchio e di una decisiva svolta, sia per quanto riguarda la nuova identità dei prodotti, sia per la strategia di comunicazione che è stata trasferita nel competitivo mondo dell'automobilismo sportivo, a fianco niente di meno che di Porsche Motorsport.

Dopo aver vissuto per molti anni sull'onda del successo raccolto fin dalla sua nascita tra pubblico e critica, TUDOR ha recentemente avvertito la necessità di affermare, con maggior forza che in passato, la propria identità, decisamente moderna e tutta basata sul sottile equilibrio tra prestazioni e eleganza. Ecco allora una gamma totalmente nuova di prodotti e l'avvicinamento alla casa automobilistica di Stoccarda, con la quale TUDOR ha trovato la possibilità di condividere percorsi stilistici e tecnologici, nonché di collaborare – dal 2009 e per gli anni a seguire – sul fronte delle prestazioni in qualità di "Timing Partner" di Porsche Motorsport, che organizza e gestisce tutte le gare delle vetture da corsa Porsche.

In particolare, TUDOR ha scelto di affiancare la casa automobilistica di Stoccarda nella "Supercup", dove si corre al volante di vetture Porsche 911 GT3 Cup Type 997, tutte identiche e derivate dal modello Porsche 911 Carrera.

Il target di riferimento per TUDOR è stato individuato in un pubblico giovane e dinamico, sicuro delle proprie scelte e senza nulla ostentare al polso, contento di indossare strumenti del tempo che vadano a sottolineare caratteri di eleganza e sportività, stile e alte prestazioni di cui quel pubblico è già di per se stesso depositario. Uomini e donne con una grande e quotidiana consuetudine al dialogo con la bellezza, una nuova generazione perfettamente in grado di riconoscere e fare propri oggetti le cui prestazioni ne trascendono il semplice concetto d'uso trasformandoli in beni emozionali colmi di seduzione.

Ecco allora, per quanto riguarda più precisamente il prodotto, che una delle collezioni storiche di TUDOR, l'Hydronaut II, nel 2009 si è arricchita di un orologio con datario e di un cronografo con dettagli ispirati al mondo della nautica, dando vita a un nuovo modello molto tecnico, l'Hydro 1200, subacqueo fino a 1.200 metri e dotato di valvola per l'espulsione dei gas che si possono infiltrare nell'orologio durante le immersioni. Questa gamma dichiaratamente sportiva è stata accompagnata, nel rinnovato repertorio TUDOR, da una collezione di gusto vintage, ispirata allo stile degli anni '60, non a caso denominata Glamour e formata da orologi di elegante classicità, con data o con data e giorno e disponibili con differenti versioni di quadranti, casse e cinturini.

Non ultima, la gamma Grantour, formata da un orologio con datario e da un cronografo, è ispirata alle vetture Gran Turismo, un legame con il mondo dei motori sottolineato non solo da certi dettagli estetici come la lunetta d'acciaio laccata in nero, che ricorda la strumentazione di bordo e i cinturini in cuoi perforato, di vocazione sportiva, ma anche da quell'iniziativa che, qualificando TUDOR come "Timing Partner" di Porsche Motorsport, gli offre partecipazione e visibilità sui circuiti dove corrono le vetture da competizione della casa automobilistica di Stoccarda e che ha trovato un coerente sviluppo anche tra le produzioni TUDOR del 2010.



I nuovi orologi presentati da TUDOR in occasione di Baselworld 2010 effettivamente approfondiscono e ampliano le tematiche già avviate durante l'anno precedente, insistendo sul concetto di raffinata eleganza abbinata alle alte prestazioni, dove, come per tutti gli oggetti depositari di valore emozionale, forma e funzione si integrano perfettamente. Con il nuovo corso di TUDOR viene dunque definito uno stile riconoscibile per la sua accessibile ricercatezza, dove gli elementi relativi all'uso di un orologio non vanno a discapito della sua migliore estetica e – viceversa – dove l'estetica non ne sminuisce l'impiego pratico. Un delicato gioco d'equilibrio in cui la seduzione estetica e la piacevolezza d'uso rappresentano l'interfaccia del design e della tecnicità, il tutto all'insegna dell'affidabilità, secondo la migliore tradizione del marchio.

Dalle questioni di principio, TUDOR passa alla pratica con la nuova gamma TUDOR Glamour Double Date e TUDOR Heritage Chrono.

Nel primo caso si tratta di una rinnovata interpretazione del concetto di classica eleganza, già presente lo scorso anno con i modelli TUDOR Glamour Date e TUDOR Glamour Date-Day e che si basa su una raffinata rivisitazione del gusto anni '60. Il tutto si traduce in un sensuale orologio da uomo con cassa tonda di generose dimensioni (42 i millimetri del diametro) e caratterizzata da una lunetta disposta su due livelli, mentre il quadrante è protetto da vetro zaffiro bombato e si distingue per le originali lancette a foglia scheletrate e per la presenza di un originale datario dotato di doppia finestrella e sormontato dal tipico scudo, l'attuale logo di TUDOR, che sostituisce l'indice delle ore 12. Si fa notare anche il contatore dei piccoli secondi, lavorato a cerchi concentrici e con stampata una rosa stilizzata, ispirata al logo dei modelli TUDOR d'epoca, un tocco di raffinatezza e al tempo stesso un segno di continuità nella tradizione di marca. Molte le varianti di cassa, bracciale e quadrante, tutte impermeabili fino a 100 metri e animate da un movimento meccanico a carica automatica.

Nel caso del TUDOR Heritage Chrono si tratta invece di un'ulteriore esplorazione della gamma più propriamente sportiva di TUDOR, già iniziata lo scorso anno con le serie Hydronaut e Grantour e direttamente ispirata al mitico cronografo TUDOR Oysterdate degli anni '70, precorrendo così un ideale mondo di riferimento che oggi – con la collaborazione di TUDOR con Porsche Motorsport in qualità di "Timing Partner" – è diventato realtà. Molti i riferimenti stilistici e tecnici all'universo delle competizioni automobilistiche, a cominciare dalle aerodinamiche proporzioni e dall'accentuata aggressività del design, passando per la presenza della funzione cronografica – per la misurazione dei tempi brevi – e per gli elementi di protezione della corona e dei pulsanti. Il quadrante – grigio, nero oppure nero e grigio – è poi giocato su un effetto tridimensionale e ha dettagli evidenziati in arancione, ricordando molto da vicino gli essenziali cruscotti delle Porsche, un tipo d'estetica cui concorre anche la lunetta graduata girevole in alluminio anodizzato. L'originale grafica dei quadranti è direttamente derivata dall'Oysterdate degli anni '70, mentre la cassa si è chiaramente adattata all'attuale gusto sportivo, portando il diametro dai 40 millimetri del modello originale ai 42 millimetri del nuovo TUDOR Heritage Chrono. Novità anche per quanto riguarda la sistemazione al polso, possibile tramite un solido bracciale in acciaio con chiusura di sicurezza o con un inedito cinturino in tela nera, grigia e arancione con una fibbia ispirata alle cinture di sicurezza delle automobili d'epoca.

Un nuovo corso, quello di TUDOR, iniziato nel 2009 e che trova una coerente continuità non solamente guardando al futuro, con le novità del 2010 e con quelle degli anni a venire, ma anche ricordando un passato di marca sempre dedita alla ricerca del migliore equilibrio tra le prestazioni e l'eleganza dei propri orologi.