Перо века
О 110-ЛЕТНЕМ ЮБИЛЕЕ КОМПАНИИ MONTBLANC

Натела Поцхверия

ОТПРАЗДНОВАТЬ свое 110-летие немецкая компания Montblanc решила в Нью-Йорке. У неподготовленного человека непонятная на первый взгляд связь таких разных географических объектов — Германии, Монблана и Нью-Йорка — должна вызвать много вопросов. Но на деле все просто. 110 лет назад три основателя компании Montblanc приехали в Нью-Йорк из Гамбурга, чтобы посмотреть, насколько далеко шагнул технический прогресс в Штатах. Изучили, вдохновились, вернулись в Гамбург и создали первую ручку Montblanc. Не было бы этой поездки в Нью-Йорк, возможно, не было бы и ручек. И неизвестно, чем тогда Горбачев подписывал бы указ о собственной отставке.

Для журналистов в Нью-Йорке придумали чрезвычайно интересную программу. Среди прочего — выставка Джексона Поллока в MOMA. Экспозиция начинается с особой работы художника, которую он создал, выдувая ртом канцелярские чернила из трубочки прямо на холст. Тонкую иронию и связь с Montblanc журналисты оценили. Но главной целью поездки был официальный прием и ужин.

Торжество устроили на 62-м этаже Рокфеллер-центра. Среди гостей (помимо журналистов) — знаменитости, включая друзей и послов дома — Хью Джекмана и Шарлотту Казираги, и любимые клиенты со всего мира. Немного помучив гостей австралийским английским, Джекман рассказал трогательную историю о том, как пытался назначить своей жене свидание в день их десятой годовщины именно здесь — в ресторане на 62-м этаже Рокфеллер-центра. Правда, свидание так и не состоялось из-за напряженного съемочного графика. Жене пришлось идти на ужин с Мег Райан, а Джекман оправдывался: «Знай, дорогая, в тот день я очень старался, чтобы мы попали именно сюда, но обстоятельства оказались сильнее». Впрочем, Джекман не забыл, что в центре внимания сегодня все же не он, а Montblanc, и в конце своего выступления представил гостям юмористическую короткометражку о 110-летней истории дома. С самим собой в главной роли, разумеется.

Гвоздь программы — юбилейные новинки (о них чуть позже). Сначала о декорациях на площадке. Все гости собирались в комнате в красно-черных тонах, больше похожей на отель в стиле ар-нуво и лабораторию, заставленную книжными стеллажами, одновременно. Под джазовые импровизации живого оркестра гости гуляли между стендами и не могли оторвать глаз от новинок.

Специально к юбилею были выпущены уникальные часы Montblanc Villeret Tourbillon Bi-Cylindrique 110 Years Anniversary, особая коллекция кожаных изделий Meisterstuck Soft Grain и лимитированная серия пишущих инструментов Rouge & Noir — в переводе «Красное и черное». Во-первых, в честь классики французской литературы, романа «Красное и черное», а во-вторых, объясняет генеральный директор Montblanc Жером Ламбер,— это тонкий намек. «Не ошибетесь — если поставите и на красное, и на черное одновременно. И на Montblanc, соответственно. Когда-то на этом строилась вся рекламная кампания бренда».

Сейчас, говорит Ламбер, дом продолжает развивать все три ключевых направления своей деятельности — пишущие инструменты, часы и кожаные изделия, выпускает запонки, поддерживает культурные проекты, в частности, помогает Государственному Эрмитажу реставрировать важные музейные ценности. Последние 25 лет дом активно инвестирует в искусство и художников, планирует создавать свой собственный музей современного искусства на мануфактуре (к слову, коллекция, которой владеет бренд, оценивается в несколько миллионов евро).

Cronos Premium, ТЦ «Этажи», ул. Белинского, 63