

«ДУМАЕМ НАД СЕРЬЕЗНОЙ ЖЕНСКОЙ КОЛЛЕКЦИЕЙ» ХУАН-КАРЛОС ТОРРЕС, VACHERON CONSTANTIN

Vacheron Constantin — классическая жене́вская часовая мануфактура, эталон высокого швейцарского часового бизнеса. Vacheron Constantin входит в состав влиятельной Richemont Group, однако каким-то удивительным, непостижимым образом эта марка всегда выглядит старым семейным бизнесом, где власть передается по наследству. Между тем Vacheron Constantin, чья историческая реплика получила Приз публики на Grand Prix de Geneve, вовсе не музейное дело — здесь следят за современным временем. Так, например, новое здание мануфактуры в предместье Женевы построил Бернар Чуми — разумеется, в свойственном знаменитому архитектору стиле.

— Господин Торрес, примите наши поздравления в связи с тем, что ваша модель Historique Ultra-fine 1955 получила очень почетный приз публики в рамках «Золотой стрелки». Вы довольны тем, что ваши традиции так высоко оценены?

— Конечно, но часовые традиции ничего не стоили бы без тех часовщиков, которые год за годом их развивают и совершенствуют. И вот за них я особенно рад.

— Новое здание мануфактуры производит впечатление. Трудно было работать с Бернаром Чуми?

— Мы быстро договорились друг с другом. Я даже не ожидал. Другое дело, что мы-то боссы, нам нужно лишь набросать все и обсудить в целом. Мне сразу понравились его идеи. Туговато было нашим командам — все ведь нужно было согласовывать. Там, где Чуми и его люди видят архитектуру, я и мои люди видим мануфактуру! У него — архитектура, дизайн, у нас — технические пространства. У него — свет, у нас — лампочки, как говорится. Так что о технических деталях было очень трудно договориться. Но зато теперь мы обитаем в настоящем архитектурном произведении.

— Vacheron Constantin — старое часовое дело. Как вам удастся и сегодня выглядеть так, будто вы все здесь не команда, подобранная хедхантерами, а семья?

— Такова философия. Я хочу сказать, что если философия марки — это живая, реальная вещь, то и все составляющие этой философии выглядят естественным образом. Мы, например, не завод. Мы не промышленный гигант. Мы делаем золотые и платиновые часы, и их у нас не так и много. Мы не гонимся за оборотами, нам важно качество, а оно не дается в спешке. Вот и складывается из всего перечисленного почти семейное дело. Потом, у нас особенное отношение к клиентам. Вы, конечно, скажете: а, мол, кто из больших марок не говорит, что у них особые отношения с клиентами? Все! Но у нас, например, в азиатских фирменных магазинах наши клиенты хранят свои коллекционные часы. Как будто дома. Они приходят к нам, смотрят, что-то забирают, приносят снова. Мы для них и есть часовой дом. Не в плане марки.

— Вы можете тогда в чем-то отказать клиенту?

— Можем. У нас есть такая опция, когда клиент заказывает часы по собственному вкусу. Вот уж где, кажется, можно всякого придумать. Тут золото, а тут добавим еще платины. Здесь лак, а тут — бриллианты. Красота! Но рядом с клиентом в этот момент всегда сидит наш сотрудник, чаще всего это дизайнер, который в нужное время скажет твердое «нет»: а вот так, господин хороший, не будет. Почему? Потому что фантазия клиента иногда может не соответствовать кодам и принципам марки. Мы создаем часы Vacheron Constantin, помеченные нашим мальтийским крестом, с нашим механизмом внутри. И мы не можем ставить свои калибры и знаки отличия на то, что не выглядит как истинный шедевр Vacheron Constantin.

«нам нужно не просто переиздать
наши великие модели. нам важно
превзойти их»



— Возмущаются ли клиенты? Мол, я плачу — как хочу, так и верчу.

— А смысл? Клиент ведь хочет наши часы, не другие. Он ведь приобретает наше мастерство, наш стиль покупает. Нет, люди соглашаются, конечно. Мы же не хотим им дурного. Потом, всегда же можно достичь компромисса.

— Сейчас очень популярны винтажи и часовые реплики. Почему вы остановились в этом году именно на двух исторических ультратонких моделях, так понравившихся в итоге публике?

— Нам было интересно представить не только новую версию старых часов, но еще и усовершенствовать техническое усложнение, а именно тонкость механизма. То есть показать не только оболочку, но и начинку. Мне кажется, что мы справились как с эстетикой, так и с механикой. Вообще, наше обращение к истории несколько отличается от подобных обращений других марок. Для нас, например, важны и артистизм, и, как я уже сказал, техническая сторона. Не просто переиздать, но и превзойти.

— Почему у вас нет большой женской коллекции? Ее, на мой взгляд, не хватает в линейке Vacheron Constantin.

— Мы серьезно думаем об этом. И не спешим — дайте нам еще два года. Дело в том, что в последние годы почти кардинально поменялась и сама идеология женских часов. Ведь как было раньше? Бриллианты! Отлично, у нас есть выдающиеся часы серии Kalla и производные от нее. Если часы женские, рядовые, на каждый день, то раньше это автоматически означало бы часы, где обязательно есть кварц. Сейчас женщины предпочитают существенные с механической точки зрения модели, не уступающие по техническому значению мужским часам, то есть простые бриллианты или обычный, пусть и качественный, кварц уже не в теме. На разработку такой линии, которая была бы фирменной — именно нашего, Vacheron Constantin, производства, дизайна и качества, — нужно время. Но вот вы, я уверен, дождетесь именно своих, женских, чудесных, прекрасных ваш-роновских часов. Я вам обещаю.

Беседовала Екатерина Истомина