

КТО-ТО ЖЕ ДОЛЖЕН ПОДДЕРЖИВАТЬ КУЛЬТУРУ ЛУТЦ БЕТГЕ, MONTBLANC



— Да, они спрашивали, и та история стала легендой. Производство наших перьевых ручек — ведь тоже непростое дело с точки зрения механики и техники. И прекрасный тому пример — наша новая перьевая ручка из коллекции Heritage. Сделать хорошую вещь всегда сложно. Но за 15 лет работы в сфере часовой механики марка Montblanc показала отличный результат. В настоящий момент у нас два часовых производства, одно из них — наша мануфактура Minerva, где трудится знаменитый в Швейцарии часовой мастер Димитрий Кабиду: он занимается разработкой и производством коллекционных часов с различными усложнениями. Думаю, именно часовое направление будет доминирующим в развитии Montblanc в будущем. Но, чтобы стать лидерами в этой области, нам потребуется еще лет 20–30.

— Есть ли какие-то предметы — духи или, например фарфор, — которые вы хотели бы видеть в Montblanc?

— Духи мы выпускаем уже на протяжении десяти лет, они предназначены для мужчин и имеют большой коммерческий успех в США, в странах Центральной Америки. Фарфор — неплохая идея, тем более он подходит под нашу философию. Это то, что может сопровождать человека долгое время, передаваться по наследству. Однако, как и любое начинание, этот вопрос требует изучения. Одно время мы думали над тем, чтобы выпускать линии мужской классической одежды, но потом решили отказаться от этой идеи. Мода, пусть и классическая, — это материя временная. А наша задача — делать «долгие» вещи.

— Вы приехали в Москву для того, чтобы наградить директора Мультимедиа Арт Музея Ольгу Свиблову, получившую премию Montblanc de la Culture Arts Patronage. Расскажите, как появилась эта премия и почему у нее французское название?

— Мы начинали делать эту премию вместе с одним французским фондом, который, правда, потом прекратил свое существование, но французское название так и осталось. Идея премии родилась следующим образом. Мы заметили, что государственное финансирование культурных программ стало резко сокращаться, бюджеты на искусство таяли на глазах. Если обратиться к истории, то можно увидеть, что многие гениальные, великие люди — Микеланджело или Моцарт — получали поддержку со стороны различных царственных покровителей — королей, царей, императоров. Сегодня такого, увы, не существует, но ведь кто-то же должен поддерживать культуру, быть покровителем, меценатом! Вот мы и решили основать премию Montblanc de la Culture Arts Patronage. Что касается Ольги Свибловой, то ее выбрало международное жюри. Но я общался с ней и хочу сказать, что это необыкновенно сильная, красивая, энергичная женщина. Она со страстью рассказывает о своем деле. Ольга Свиблова — отличный выбор.

Беседовала Екатерина Истомина



Montblanc, Heritage Collection 1912, 2013: линейка, представленная летом этого года, создана как оммаж оригинальной инновационной перьевой ручке Simpli Safety Filler, созданной в мастерских Montblanc в 1912 году. Современным специалистам немецкой марки удалось создать механизм, который позволяет одновременно контролировать процесс подачи пера и поршневого устройства заправки чернил, для активации которого достаточно просто потянуть за корпус. Корпус и колпачок Heritage Collection 1912 выполнены из черной смолы, украшены полированным клипом и кольцами с платиновым напылением. Перо ручной работы сделано из золота с родиевым напылением.



Лутц Бетге пришел работать в Montblanc в 1990 году; с 2007-го по 2013-й он был президентом этой компании. Сегодня Лутц Бетге возглавляет наблюдательный совет Montblanc и курирует культурное направление немецкого дома.

— При вас в Montblanc произошли значительные перемены. Я имею в виду запуск часов и ювелирных украшений. Как принимаются такие сложные решения в Montblanc, а также в Richemont Group, куда входит марка?

— За время моей работы в Montblanc нашей команде удалось сделать очень многое. Во-первых, была окончательно сформулирована наша идеология ритейла. Вещи Montblanc — это не просто очень качественные предметы, и это не обычные товары роскоши. Это вещи, которые символизируют жизненный успех. К тому же они остаются с человеком надолго, а порой могут сопровождать его всю жизнь. Выработка такой философии позволила нам сблизиться с клиентами, многие из них — наши преданные друзья. То, что я сейчас говорю, выглядит довольно простой формулой, но на самом деле придумать и следовать ей не так и просто. Во-вторых, мы серьезно развили компанию, запустив в производство в Швейцарии механические часы и ювелирные украшения, которые мы делаем во Франции и Германии. Решения такого уровня всегда принимаются сложно, было много скептиков, много критиков этих новых для Montblanc направлений. Критики и скептики были как в самой марке, так и в Richemont Group. Но, как видите, им пришлось отступить.

— Легенда гласит, что, когда вы в 1997 году на Женевском салоне показывали дебютные часы Montblanc, язвительные журналисты спрашивали вас: а где в часах чернила?