

# У НАС ЕЩЕ ПОКОЛЕНИЯ ВПЕРЕДИ ЖЕРОМ ЛАМБЕР, ГЛАВА MONTBLANC

МЫ МОЖЕМ  
рассчитывать  
на роль лидера  
на всех мировых  
рынках



Montblanc, Homage  
to Nicolas Rieussec,  
2014



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

Жером Ламбер покинул в прошлом году швейцарскую деревушку Сантье, где находится старинная часовая мануфактура Jaeger-LeCoultre, и переехал в Гамбург, где находится штаб-квартира марки Montblanc, которую он отныне возглавляет. С его приходом ожидаются важные перемены в часовой программе этой второй по объемам производства марки в группе Richemont после Cartier. Единственным русскоязычным корреспондентом, которому он согласился дать интервью, стал корреспондент “Ъ-Стиля”.

— Вы француз, долгие годы живший в Швейцарии. Теперь вас отправили в Германию. Не устали от перемен?

— Часовое производство Montblanc все-таки расположено в Швейцарии, так что я часто возвращаюсь сюда. Германия — замечательная страна, но особый мир по сравнению с остальной Европой. Гамбург — особый мир по сравнению с остальной Германией, а Montblanc — особый мир посреди Гамбурга. Это я быстро понял.

— И как вам живется посреди Гамбурга?

— Как обычно. Я там с конца августа, много работы, начинаю понимать, что надо делать и что из этого в первую очередь.

— Что же вы делаете?

— У Montblanc наметились явные успехи. Теперь их надо сделать постоянными. Марка движется к зрелости, это лучший и самый интересный для меня момент, когда я уже внутри Montblanc, но еще помню, как все это выглядит снаружи.

— Все-таки по сравнению с «Большим домом» в Сантье Montblanc — ребенок в часовом деле.

— По годам это может и так, но когда я пришел в Jaeger-LeCoultre, легендарный «Большой дом» находился в самом начале больших перемен. Он только что оправился от кризиса и встал на ноги. Он уже добился успеха, но это тоже был новый успех, который надо было подтвердить.

— Короткая часовая история Montblanc удивительна, их нельзя не уважать, они многого добились, а им ведь сначала никто не верил.

— Да, мы сделали невероятные вещи, и очень быстро. Montblanc сейчас важный игрок в часовом деле, который заслуживает внимания не только по объемам производства, а они очень велики, но и по технике. Сейчас очень важный момент, момент создания кодов марки, того, что станет впоследствии ее технической и художественной сущностью.

— Когда вы принимали предложение возглавить эту вторую важную часовую марку в вашей жизни, вы уже понимали, чего ей не хватает?

— Я полагал, что она должна прежде всего еще больше утвердиться в часовом деле — это раз, сомнения надо оставить в прошлом — это два. Сейчас это уже не тот Montblanc, который совершал первые робкие шаги. Словом, нам предстоит поверить в свои силы и возможности. Надо иметь собственную гордость, и это очень важно. Мы можем рассчитывать на роль лидера на всех мировых рынках. Нужна стратегия — активная, узнаваемая и ясная, чтобы занять место, которое нам принадлежит по праву среди тысяч часовых марок, которые могут существовать сегодня.

— Догадываюсь, вы не хотите сделать из Montblanc второй Jaeger-LeCoultre.

— Ни в коем случае, прежде всего потому, что один Jaeger-LeCoultre уже есть и второго не надо. И так достаточно марок, которые ему подражают. Стратегия со-ру-па-сте здесь была бы просто проигрышной. Нет, традиции разные, организация разная, все во всем разное, но вот амбиции, креативность и восхищение техникой, желание удивлять своими достижениями, побеждать в изобретательности — вот это стоило взять с собой.

— Как проходит совместная работа со швейцарской мануфактурой Minerva, которая несколько лет назад стала частью Montblanc?

— Все лучше и лучше. Minerva важна для нас стратегически и технически, она привнесла свои 150 лет истории, дала нам глубину и традицию.

— Много в марке было сделано при прошлом директоре Лутце Бетге. Каким вы видите Montblanc Жерома Ламбера?

— Вы спрашиваете меня о странных вещах. Посмотрите вокруг, посмотрите на другие марки — их судьба никогда не была связана с одним человеком. Марки долговечнее людей, люди приходят и уходят. Быть может, моя роль была заметна в Сантье, потому что многое произошло в последние 15 лет, но многое и было подготовлено поколениями моих предшественников. У часового Montblanc еще поколения впереди.

— Какие же основы вы заложите на поколения вперед?

— Любовь к красоте часового дела. Новые и новые амбиции — постоянное желание расширять границы, не быть скучной маркой, живущей только за счет уже достигнутого. И делать все это не ради маркетинга, а ради удовольствия.

— А какие будут поставлены границы? Можно ли ждать, скажем, двойной турбийон Montblanc?

— Главное — сила предложения. Почему нет? У нас есть клиенты, у нас есть бутики по всему миру.

— Раньше говорили, что люди, которые любят ручки Montblanc, будут покупать и часы. А теперь?

— Теперь я думаю, что марка может опираться на свои часовые образы и успехи и работать с часовой клиентурой, эти категории клиентов параллельны. Ведь и правда, все смотрят на часы и пишут все.

— У вас хороший почерк?

— Нет у меня почерк, как говорят, докторский. Очень отражающий мой темперамент. Он не гладкий, а очень размашистый, рубленый.

— А ваш часовой почерк?

— Вот он более взвешен, он связан с традицией, но так же энергичен, потому что за ним — история новой марки, ее будущее, сюрпризы и открытия.

Беседовал Алексей Тарханов