

У НАС ПРЕИМУЩЕСТВО В СКОРОСТИ

ЖАН-ПОЛЬ ЖИРАРДАН, BREITLING



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

нам не нужны многодневные и многомесячные заседания и согласования, чтобы выпустить часы, которые нам нравятся. решили и сделали



Breitling
Navitimer 01 46 mm

Вице-президент Жан-Поль Жирардан уже 22 года в Breitling и участвовал во всех этапах развития марки после того, как семья Брайтлинг продала свои именитые часы семье Шнайдер. Инженер по образованию, он гордится независимостью Breitling, его знаменитыми моделями и сам с удовольствием носит часы за штурвалом самолета: пилотаж — его хобби.

— В прошлом году мы говорили о бутике в Москве, продвинулось ли дело?

— Мы и вправду думаем о том, что этим пора заняться. Но мы в Breitling привыкли к тому, что нельзя браться за дело, пока ты не уверен, что сможешь сделать его лучше других. Бутик Breitling — это не шутка, он должен быть особенным. Хвастаться и говорить, что вот, мол, мы сейчас что-то такое сделаем, и вы ахнете, это не наш стиль. Мы сделаем и тогда сразу же пригласим вас на открытие. Так было со всеми нашими бутиками. Вы ведь их видели?

— У вас очень красивые бутики, всегда интересные с архитектурной точки зрения.

— Мы обязаны быть на своем уровне во всем, что мы делаем. С нами работает один и тот же архитектор — Ален Порта из Лозанны. Он спроектировал наш стенд в Базеле, наши заводы и наши бутики. Мы пытаемся вложить в эти здания все тот же дух Breitling, который мы бережем в наших часах. Все должно быть очень функциональным, но и красивым тоже — побеждает тот, кто лучше и в том и в другом. Дизайн — одно из наших достоинств. А чтобы делать качественный продукт, нужно качественное окружение. И никак иначе. Это относится и к архитектуре, и к искусству. Мы покупаем работы современных художников, но не для того, чтобы держать в сейфе или создавать музеи, — это вещи, которые должны украшать место нашей работы.

— У вас и вправду хорошая подборка живописи, особенно поп-арта, на стенах. Кто выбирает работы?

— В Breitling есть один человек, который решает все. Это Эрнест Шнайдер. Все, что касается эстетики, это он. Это не моя работа.

— На Базельской выставке знамениты ваши праздники. Все стремятся на них попасть — это настоящие театральные представления, бешеное веселье, которого совсем не ожидаешь от чопорных швейцарских часовщиков.

— А мы не такие! Все началось тогда, когда, устав от чинных ужинов, мы посадили гостей в два самолета и свозили на вечер в Венецию. Мы решили, что впредь надо делать бесшабашные, безумные вечеринки. Над ними работает одна и та же режиссерская команда. Сначала это был праздник только для нас, потом прибавились наши партнеры, потом клиенты, потом журналисты. И теперь у нас пять вечеров как минимум и все — с разными гостями.

— На сей раз в духе «Великого Гэтсби»? Вы бросаете деньги на ветер, как герой Фицджеральда?

— Я не имею ни малейшего представления о том, сколько это стоит. Все это координируется одним человеком, Эрнестом Шнайдером, и мы приходим, как и вы, ничего не зная о том, что нас ждет, и с таким же желанием, чтобы нас удивили. Да и, по правде говоря, нам есть чем заняться перед Базелем.

— Как давно вы работаете на Breitling?

— С 1992 года, это больше 20 лет. Типичная история швейцарского инженера. Я родился в семье, которая работала в часовой промышленности. Родители делали стрелки, циферблаты и считали, что у детей должна быть лучшая доля. В будущее часов никто не верил. Я получил диплом инженера и делал станки, потом автомобили, защитил диплом в бизнесе и — сравнительно поздно — вернулся в часовое дело. Работал в Swatch Group и отвечал за одну из фабрик группы.

— Наверное, после размеренной жизни большого холдинга не так-то легко уйти в независимую марку.

— Меня пригласил Теодор Шнайдер. Мы и раньше были знакомы, а тогда он как раз получил марку от своего отца и готовился ей управлять. Он хотел, чтобы я реорганизовал производство. Я сказал: «Попробуем, почему бы не попробовать» — и мы успели за 22 года намного больше, чем собирались.

— Breitling создал собственные механизмы. Это трудное и затратное дело. Как вы на это решились?

— Очень просто. Swatch Group уведомила нас, что прекратит поставки часовых механизмов. Они готовы были продавать только уже собранные, мы сразу же потеряли бы в гибкости. Стало ясно, что без своего механизма нам не выжить. И мы его сделали. Специально для этого построили новую фабрику. Конечно, это стоило кучу денег.

— Такова цена независимости?

— Независимые марки сейчас надо заносить в Красную книгу — это особи, которым угрожает вымирание. Их все меньше. Но я думаю, что и для них осталось место. Выживут те, у которых уже есть история и хорошие часы — как у нас. Другое наше достоинство — это наша гибкость. Мы быстрые, реагируем мгновенно, нам не нужны многодневные и многомесячные заседания и согласования, чтобы выпустить часы, которые нам нравятся. Решили и сделали.

— Но ведь в спешке можно и ошибиться, принять неверное решение, затем и устраивают эти заседания.

— Заседания устраивают для того, чтобы не принимать решений. Или переложить ответственность за них на соседей. Сейчас мир меняется очень быстро — и достоинство независимых марок в том, что у нас есть возможность, с одной стороны, быстро реагировать, с другой — никуда не спешить. Независимые марки рискуют своими деньгами, зато они не должны бесконечно отчитываться перед акционерами. То есть можно спокойно размышлять о перспективе, но действовать быстро.

— Мысли глобально, действуй локально?

— Вот именно. И это можно делать. Вы видели огромный аквариум при входе на наш стенд? Это отличная модель часового рынка. Вообще-то большие рыбы поедают маленьких. Но у маленьких есть преимущество в скорости.

— А что происходит с вашими рыбками после Базеля? С теми, что плавают в огромном аквариуме на вашем стенде?

— Нет, мы их не съедаем. Они возвращаются в море. Обогащенные опытом выживания независимых часовщиков.

Беседовали Екатерина Истомина и Алексей Тарханов