

МЫ СРАЗУ СТАЛИ ВЗРОСЛЫМИ ПЬЕР ЖАК, DE BETHUNE



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

у нас множество своих
единственных в мире
решений в том,
что касается спусков,
спиралей и автоподзавода

Пьер Жак пришел в De Bethune в 2011 году. До этого он был одним из редакторов и издателей часового журнала GMT, потом в течение двух лет — председателем жюри Grand Prix d'Horlogerie de Geneve, он также руководил одним из главных часовых магазинов Женевы — Ambassadeurs. Теперь он нашел себя в качестве одного из руководителей молодой, но уже очень известной часовой марки.

— О De Bethune говорят не как о часовом авангарде, а как о новой часовой классике. Не странно ли для марки, основанной только в 2002 году?

— Мне кажется, это связано с тем, что марка сразу задала очень высокий уровень. Причем во всем — в механизмах, в дизайне. Никаких компромиссов, никаких скидок на молодость. Сразу как взрослые. И заявка была ни больше ни меньше установить новый эталон качества для нового столетия. Об этом и говорит надпись на нашем логотипе: L'art Horloger au XXIe Sciecle — «Часовое искусство XXI века».

— Ну хорошо, это заявленные цели, и они высоки, но что и кто помог их достичь? Мало ли прекрасных устремлений погубило, мало ли марок ограничили красивыми именами и логотипами?

— Чтобы достичь цели, нужны способные на это люди. De Bethune создали Дэвид Занетта и Дени Флажолле. У каждого из них своя история, но если вы посмотрите, они будто бы специально готовились к созданию мануфактуры.

— Кто из них важнее? Дэвид Занетта?

— Дэвид прежде всего личность, человек с огромным жизненным опытом, что иногда даже важнее его опыта делового и художественного. Он притягивает взгляды, как актер, хотя меньше всего любит актерствовать. Дэвид занимался коммерцией, автомобилями, он первый много-много лет назад стал коллекционировать наручные часы и помогал собирать их другим. Через его руки прошли все бреге, вашероны и патеки, какие только возможны. Он любит искусство, есть музеи, которые ему обязаны своими коллекциями. Он артист, художник, этим все сказано.

— Он ведь и самый старый среди вас?

— Старый? Никогда! Он самый уважаемый, но, может быть, самый среди нас молодой. Дэвид рожден в Пьемонте, в Новаре, он, как говорят у нас, «человек земли» и в то же время чрезвычайно образованный и тонкий. Он вдохновляет нас. Для него часы — главное, и борьба за качество никогда не кончается. Это его главное удовольствие.

— А как же Дени Флажолле? Это ведь второй столп марки, которая бы не состоялась без этого известного часового инженера и изобретателя.

— Флажолле работал для независимого конструкторского бюро, которое проектировало усложнения для других марок. Идеи Дени использовали в Cartier, Audemars Piguet, Breguet. В конце 1990-х компания решила прекратить свою деятельность. Занетта был одним из акционеров, и он убедил Флажолле, что пора создавать свою марку. Еще бы — Дэвид кого хочешь убедит. И конечно, Флажолле — это гений, без него De Bethune бы не было.

— А какая роль у вас?

— Служебная. De Bethune без меня был роскошным Bugatti с тремя колесами, я стал четвертым колесом и придал марке нужное направление — чуть более практическое, потому что раньше ею заправляли художники. Это великолепно, но нужен кто-то такой скучный и дотошный, как я, чтобы мотор работал и машина мчалась вперед. Артист не должен заниматься коммерцией, он должен творить. Ему, к примеру, надо работать, а не путешествовать, а я готов проводить в разъездах хоть половину года.

— Куда вам приходится ездить, где ваши главные клиенты?

— Конечно, в России. У нас три главных рынка: Россия, Сингапур и США, но мы не хотим зависеть от какого-то одного, потому что мы независимые.

— Вы журналист — и вдруг стали генеральным директором. Журналисты ведь умеют только критиковать других?

— Ну я был ненастоящий журналист, я все-таки был больше издатель, занимался незаметной частью журналистики, работал для того, чтобы мои коллеги могли писать, а мои журналы — выходить. Я давно знал Занетту и Флажолле, что называется, по службе, мы испытывали взаимную симпатию. И вот Дэвид мне предложил этот пост. Конечно, я не был к этому готов, потому что экономические основы издательства — это одно, а основы существования часовой марки — совсем другое. У De Bethune свои особенности.

— Что вы имеете в виду?

— Например, постоянная работа над техникой. У нас множество своих, единственных в мире решений в том, что касается спусков, спиралей, автоподзавода. У нас 11 собственных калибров. 15% персонала работает над их разработкой. Для такой маленькой компании, как наша, это серьезно.

— В прошлом году мы встречались с вами в Женеве, и вы сказали, что намерены удвоить производство.

— Мы его учетверили! Количество растет. Но нам предстоит остановиться, все-таки наш девиз — «меньше и лучше».

— Почему не «больше и лучше»?

— Наш предел 400–500 часов в год, максимум 600. Если идти дальше, надо пересматривать всю структуру компании. Такой тщательности работы, как у нас, не достичь при объемах в тысячу экземпляров. Если только Дэвид Занетта не решит кардинально изменить наш образ, а я в это не верю.

— Глава вашей марки — харизматик и фантазер. А если вдруг в один момент он скажет, что теперь вы будете выпускать автомобили? Или самолеты?

— Это вполне возможно, но он слишком любит часы. Марка признана в мире, нас узнали, у нас есть верные клиенты, и они понимают, что мы делаем. Теперь уже очевидно, что наши 12 лет — это только начало, даже 120 лет не предел.

— Похоже, вы верите в чудеса швейцарской медицины.

— Ну конечно!

Беседовали Екатерина Истомина
и Алексей Тарханов

De Bethune,
Dream Watch 5, 2014

