МНЕ СНОВА ЗАХОТЕЛОСЬ СДЕЛАТЬ ЧАСЫ СТИВЕН ВЭБСТЕР, STEPHEN WEBSTER

__Stephen Webster,
часы Stephen Webster
by Tiret, 2014

__Stephen Webster,
брошь Fly by Night
Collection, 2013

В этом году знаменитый британский ювелир Стивен Вэбстер представил не только несколько новых драгоценных собраний класса high jewellery, но и часовые модели — Stephen Webster by Tiret.

— Это уже не первая ваша попытка создать собственные часы. С чем она связана?
— Мне снова захотелось сделать часы! Вот и все. Мне кажется, что модели с романтичными бабочками получились очень достойными. Это стильные, привлекающие взгляд вещицы.
— Почему за вдохновением для новых ювелирных линий вы обратились к родной стране? Откуда эти патриотические настроения?
— Здесь нет ничего общего с патриотизмом. Вся коллекция рассказывает о том, что значит быть британцем. Об этом размышляли Уильям Блейк и Чарльз Диккенс, The Kinks и The Smiths, поэты, художники, рок-музыканты. Просто эти идеи никто не пытался выразить в драгоценностях. И вот я решил воздать почести британской истории, культуре, кухне, музыке и, конечно, чувству юмора. И начал с образа великана Альбиона — героя многих произведений Блейка.
— В чем же суть Великобритании? И как вы ее выразили?
— Во-первых, это фазаны, на которых любили охотиться короли. Коллекция Magnipheasant получилась очень пестрой: в колье мы собрали все цвета радуги, кажется, даже за пределами спектра. Аметисты, гранаты, розовые турмалины, голубые топазы, перидоты, цитрины — всего не перечислишь. Цветные камни имеют огранку «маркиз», которую вручную делают специально для меня. Во-вторых, Дэвид Боуи и его песня «Lady Stardust» — она дала название одной из коллекций. Украшения графичного дизайна с острыми углами, ломаными линиями и палитрой деграде из цветных сапфиров. Наконец, еще одна линия — Stargazer — появилась благодаря рецепту известного английского пирога с рыбой. За этот пирог, он называется Stargazy, мой друг-повар стал шефом года в Великобритании.
— Вам было важно, чтобы все линии были объединены общей темой?
— Да. У нас всегда было много успешных идей, например Crystal Haze, на которую мы ставили и которая долго оставалась символом и сутью нашей марки. Но этот символ превратился в технику, которая встречается во многих коллекциях, а мы хотели «централизовать» нашу продукцию. Для этого надо было предложить что-то более сильное, эмоциональное, зрелищное. Ведь сама по себе техника не имеет такой ценности, как крупный бриллиант или россыпь цветных камней. Это просто красивый эффект, который мы изобрели и пользуемся им. Так что в этом году мы здорово продвинулись вперед.
— Чем новая коллекция отличается от предыдущих?
— Мы начали движение в сторону высокого — кутюрного — стиля. Нам кажется, что это правильное направление, что у нас есть такие клиенты и что мы готовы идти вверх. Мне нравится работать с красивыми камнями отличного качества — когда-то я мог об этом только мечтать. Но у нашей марки много украшений начального ценового уровня, и в некоторых странах мы продолжаем работать с демократичными коллекциями. Одновременно мы очень хотим рассказать миру о том, что Stephen Webster может быть и домом высокой ювелирной моды.
— Этот кутюрный подход требует новых дорогих материалов?
— Несомненно. Цветных камней и бриллиантов. И отказаться от бриллиантов здесь невозможно — они придают тот самый блеск, благодаря которому украшение становится сокровищем. Цветные камни мы покупаем по всему миру: опалы — в Австралии, танзаниты — в Танзании, изумруды — в Замбии, жемчуг — на Таити, цветные сапфиры — в Африке, шпинели — в Танзании и Намибии. Если людям нравится мой дизайн, он может быть воплощен в любых камнях — опалах, бриллиантах, сапфирах, жемчуге.
— Будущее принадлежит большим группам или независимым ювелирам?
— Думаю, большим группам. Большинству людей нравится быть похожими друг на друга и не нравится отличаться. Но всегда будут клиенты, которые хотят чего-то особенного. Ювелирные украшения вносят разнообразие, рассказывают историю — это совсем не пара туфель. В ювелирном деле есть место для индивидуальности и изобретательности, но этого пространства с каждым годом все меньше — слишком велико давление на рынок больших люксовых групп. Тем не менее в ювелирный бизнес приходят новые имена, хотя попасть внутрь индустрии очень сложно. Даже если я решу продвинуть кого-то, потребуется слишком много усилий, чтобы он стал частью профессионального сообщества. Такой сумасшедшей конкуренции в ювелирном бизнесе не было никогда.
— На каком рынке Stephen Webster наиболее успешен?
— Пожалуй, в русскоговорящих странах — этот рынок очень большой. Ближний Восток и Америка, где мы только начинаем, быстро растут. Я никогда не говорю «нет» новым рынкам, но концентрируюсь на развитии тех точек и мест, что уже есть. Сейчас у нас всего девять бутиков, скоро откроется еще один — в Баку. Но монобрендовый магазин — следствие вашего успеха. Для развития бизнеса больше подходят корнеры. Это вроде бы твое личное пространство, но под прикрытием. Куда лучше иметь свой корнер в большом прекрасном универмаге, в ЦУМе, например. У покупателей всегда есть повод туда зайти.

Беседовала Нина Спиридонова