

первые лица

МЫ НЕ БУДЕМ ВЫПУСКАТЬ ЧАСЫ МАССИМИЛИАНО ПОЛЬЯНИ, VERTU



ЮРИЙ МАРЬЯНОВ

Vertu for Bentley, 2014: корпус из рифленого титана, задняя панель украшена гильошированным рисунком, который напоминает рисунок на приборных панелях Bentley; отделка — натуральная телячья кожа с ромбовидными стежками классического оттенка Bentley. Сервисы Vertu — Concierge, Dedicated, Certainty, а также специальное приложение Vertu for Bentley, через которое владелец смартфона получает доступ к эксклюзивному контенту Bentley. Кроме того, для смартфона были разработаны стилизованные 3D-часы, фирменная 3D-анимация и заставки для рабочего стола. Vertu for Bentley выпущен серией в 2000 экземпляров

Генеральный директор Vertu Массимилиано Поляни в 2014 году был признан британской версией журнала GQ самым стильным бизнесменом года. До прихода в компанию Vertu он отвечал в холдинге Nestle за развитие бренда Nespresso.

— Вы часто бываете в Москве. С чем это связано?

— Формально цели моих поездок в Москву были совершенно разными: это и вечеринка российской версии журнала GQ, и премьера нашей новой флагманской модели Vertu Aster, и торжественный ужин в честь специальной серии Vertu for Bentley. Но со стратегической точки зрения мои поездки — это общение с клиентами Vertu, дилерами марки, а также прессой. Общение совершенно необходимо. Современный генеральный директор, особенно управляющий компанией, связанной с luxury goods, обязан знать большинство пользователей своего продукта. И это не просто светское общение, хотя и оно необходимо. Это способ понять, над чем работать дальше, что получается хорошо, а что пока не очень. Клиенты всегда дают нам обратную связь. Только они могут рассказать нам, каков продукт в повседневной жизни. Как он работает, как себя ведет. Поэтому я привык слушать окружающих, это помогает в работе. К тому же мне всегда хочется быть ближе к командам Vertu, которые трудятся в разных странах мира.

— У вас крайне напряженный график. Сегодня вы в Москве, а завтра — в Риме, послезавтра — в Шанхае.

— Это и есть обычная жизнь современного бизнесмена или менеджера. К такой подвижной работе я успел привыкнуть еще в Nestle. Без дальних поездок невозможно хорошо изучить рынок. Никакие маркетингологи и исследования не помогут, если вы не видели, предположим, магазин в Москве, Милане или Шанхае собственными глазами.

— Можно ли говорить о разнице во вкусах русских клиентов Vertu и ваших покупателей из стран Ближнего Востока или Азии?

— Компания Vertu является интернациональным luxury-брендом, наша продукция предназначена всем рынкам, и мы не делаем национальных исключений. Но разница во вкусах есть, она в деталях. Русские клиенты в последние годы стали выбирать менее броский, более классический дизайн: речь идет, к примеру, о цвете кожи для отделки. «Русский» смартфон Vertu — это предмет классического толка.

— Считаете ли вы операционную систему Android действительно удобной?

— Да, конечно, из большой тройки операционных систем — iOS, Windows и Android — последняя мне кажется оптимальной. Это открытая система, которую можно индивидуализировать. И та версия Android, которая внедрена в наши смартфоны, была предназначена именно под Vertu.

— Многие компании занимаются расширением бизнеса. К примеру, несколько лет назад швейцарские часовщики TAG Heuer и Ulysse Nardin стали выпускать мобильные телефоны. Не собирается ли Vertu выпускать часы?

— Насколько я знаю, опыт TAG Heuer и Ulysse Nardin не оказался успешным: выпуск их мобильных телефонов прекращен. Так что нет, Vertu не будет делать часы. Кроме телефонов мы выпускаем разве что колонки и наушники.

— Вы, работая в Nestle, много лет жили в Лозанне. Успели ли вы полюбить швейцарские часы?

— Я родился в Милане, одной из столиц мировой моды, поэтому интерес к одежде, часам и аксессуарам у меня появился практически со школьной скамьи. Для итальянцев это обычно. Я ношу Rolex, так как считаю эти часы и удобными спортивными, и в то же время светскими. Rolex вообще очень хороший выбор для тех, кто много путешествует. Эти часы всегда выглядят уместно — и в поездке, и на совещании, и на вечеринке. Еще у меня в коллекции есть модели Patek Philippe и Audemars Piguet, которые я надеваю по особым случаям. А еще Longines, это подарок отца. Они до сих пор исправно ходят, несмотря на солидный возраст.

— Какие продукты Vertu главные в 2015 году?

— В 2014-м мы выпустили Vertu Aster, легкий смартфон, предназначенный по большей части для новых пользователей. Он остается главным нашим продуктом и в 2015 году. Кроме того, мы запустили коллекцию Vertu for Bentley, уже представлена первая линейка — в две тысячи экземпляров. В рамках партнерского проекта, о начале которого мы объявили в прошлом году, будет сделано еще четыре версии Vertu for Bentley, — по одной серии в год.

— Bentley — великий автомобильный бренд Великобритании. Нет ли у Vertu идеи совместного проекта с кем-нибудь из представителей британской fashion-индустрии? И, кстати, есть ли у вас серии, посвященные Британии?

— Смартфон Vertu, производство которого расположено в графстве Хемпшир, и сам по себе британский продукт. Но мы поддерживаем британские культурные проекты, например, Фестиваль британского дизайна в Шанхае, который организован британским fashion-советом с участием принца Гарри. Специальные серии смартфонов, разработанных вместе с британскими fashion-дизайнерами, в планах ближайшего будущего.

Беседовала Екатерина Истомина