__**TAG Heuer,** Carrera Cara Delevingne Edition, 2015: новая модель культовых часов марки Carrera, созданная специально для Кары Делевинь. 41-миллиметровый корпус из стали с покрытием из карбида титана, украшенный 72 белыми или черными бриллиантами общим весом в 1 карат. На оборотной стороне — выгравированная надпись «TAG Heuer Cara Delevingne Edition» с чеканной головой льва

самой Мишель Родригес, известной по роли боевой подруги Вина Дизеля из франшизы «Форсаж».

Однако главные романы Делевинь крутит не с актерами и актрисами, а с кино. Снявшись в эпизодической роли княгини Сорокиной в «Анне Карениной» Джо Райта, она вошла во вкус. В 2015 году выйдет сразу три новых фильма с ее участием: «Тюльпанная лихорадка», «Пэн» и «Бумажные города», в последнем ей даже доверили главную роль.

А недавно Кара еще и запела. Впрочем, модели пели и до нее. Наиболее удачный пример здесь — Кейт Мосс, выступавшая дуэтом с Дэвидом Гилмором и неплохо звучавшая в клипе Primal Scream. Недаром Кару считают преемницей этой богини героиновой красоты. Кара действительно в чем-то повторяет путь Мосс, и, как поет в своей песне наш Тимати, «она как Кейт Мосс, она как rock-n-roll, если достану патроны, она зарядит ствол». Для пущего сходства две красотки снялись вместе в рекламе аромата классического британского бренда Burberry. Дома Делевинь хранит коллекцию из десяти гитар, на которых периодически бренчит на камеру. Певческие задатки у нее отмечали Рита Ора и Рианна, с которыми модель водит дружбу. Из-за принцессы R&B Рианны Кара Делевинь однажды даже подралась с Наоми Кэмпбелл.

На большую же сцену Делевинь вывел Фаррелл Уильямс, с которым она спела дуэтом композицию «CC the World» из лагерфельдовского фильма «Реинкарнация» на официальной вечернике дома Chanel в Нью-Йорке. Свою харизму Делевинь успешно монетизирует: ее состояние оценивается более чем в миллион фунтов. Причем Кара способна заработать даже на своих бровях: наращивание бровей «как у Кары» стало тенденцией в ведущих клиниках пластической хирургии.

В середине января этого года портфолио Кары Делевинь пополнилось еще одной прекрасной сделкой: британская красавица хулиганка стала лицом швейцарской часовой марки TAG Heuer. В этом новом важном качестве Кару Делевинь представил публике великий Жан-Клод Бивер, начальник всех часовых брендов холдинга Бернара Арно LVMH. Молодая и свежая барышня должна помочь TAG Heuer завоевать молодежь и особенно девушек. Женские часы сейчас достигают в общем объеме продаж 37%, Жан-Клод Бивер метит в 50%.

ПРЕДОСТАВЛЕНО TAG HEUER

«кара — это сегодняшний tag heuer» жан-клод бивер, lvmh

— Почему вы выбрали Кару Делевинь новым лицом TAG Heuer?

— Потому что она как мы: дерзкая, смелая, не такая, как все. Она другая — это девушка с сильным и ярким характером. Она современная, авангардная, смотрит в будущее и ассоциируется с будущим.

— Вы хотите изменить имидж TAG Heuer, сделать его моложе?

— Нет, мы не хотим меняться, мы хотим укрепить наш имидж. Люди очень быстро стареют. Но марка не может себе этого позволить, она должна сохранять молодость и каждые пять-десять лет восстанавливать контакт с будущим. Я старею, и это нормально. Но марка не имеет на это право. Она должна быть вечно молодой и идти в том направлении, в котором шла пять-десять лет назад. Она должна оставаться в прежней форме, в тонусе. Мы хотим ассоциироваться с будущим, хотим быть модными. Возьмем, например, Синди Кроуфорд: она красавица всех времен, но ей за 40, поколение 20-летних ее уже не знает, она для них неизвестный персонаж. Она им неинтересна. А Кара интересна, и таким образом мы говорим с нашими клиентами на одном языке. Мы стараемся быть с ними на одной волне, как бы сегодня сказали.

— То есть вы ориентируетесь на 20-летних?

— Да, от 20 до 30 лет. Мы не хотим нагонять время или молодиться, не в этом дело. Каждые десять лет вы должны говорить с теми, кто приходит на рынок. С новым поколением покупателей нужно находить общий язык. Те, кому сегодня 20, десять лет назад вообще ничего не слышали про TAG Heuer. И наша задача объяснить им, кто мы. Кара — это сегодняшний TAG Heuer.

— Вы сами ее выбирали?

— Ее выбрали мои дети. Им от 15 до 35 лет, они идеальные покупатели TAG Heuer. Как-то мы ужинали в Nobu в Лондоне, и в ресторан пришла Кара Делевинь, она сидела за соседним столиком. Вы не представляете, что творилось с моими детьми. «Ты видел? Видел?» — дергали они меня. Но я, естественно, ничего не видел, так как совсем не знал Кару. Ну, сидит какая-то девушка рядом — ничего особенного. А для них она звезда и кумир, для них она — будущее. Я немедленно принял решение предложить ей стать лицом нашей марки.

— И вас не смущает, что она рекламирует, например, массовый бренд одежды Topshop?

— Нет, тем лучше. Это тоже молодая аудитория. Она работает и с Chanel, и с DKNY. Меня это не смущает.

— Какие часы TAG Heuer она должна носить?

— Те, которые ей нравятся,— хронограф TAG Heuer Formula One, 41 мм, из стали и белой керамики с бриллиантами.

— Как сегодня меняется TAG Heuer?

— Мы не меняемся, с 1860 года мы остаемся авангардным брендом, модным брендом. И когда модель становится старше, мы берем тех, кто помоложе. У нас была Камерон Диас, теперь — Кара Делевинь. Поколение меняется — это нормально.

— Где будет марка через десять лет?

— TAG Heuer входит в пятерку ведущих часовых марок Швейцарии. Мы хотели бы оказаться в тройке, быть еще более влиятельными и прибыльными. Одна из главных задач, которая перед нами сегодня стоит — это привлечь новое поколение, молодых предпринимателей между 25 и 40.

— TAG Heuer планирует развивать i-Watch?

— Конечно, сегодня невозможно игнорировать новые технологии. Мы не можем ограничиваться выпуском традиционных часов и не замечать, что происходит вокруг. TAG Heuer — это авангардная марка, поэтому мы должны выпускать и высокотехнологичные часы.

— Как вы думаете, высокие технологии вытеснят высокое часовое мастерство?

— Нет, они его дополнят. Как фотография не убила живопись, а телевидение — театр. Я думаю, что в итоге они объединятся и будут не конкурентами, а партнерами. Технологии будут продвигать мастерство, а мастерство — технологии. То, что молодые люди носят у себя на руке i-Watch, говорит о том, что у них вырабатывается привычка носить часы. Вот увидите, им захочется иметь настоящие, серьезные модели.

— Какая позиция у TAG Heuer относительно других часовых марок LVMH и в целом на рынке?

— Это пятая крупнейшая часовая марка в Швейцарии, в группе LVMH она номер один. Вторая — Hublot, третья — Zenith. TAG Heuer находится в относительно доступной категории. Например, часы Hublot в десять раз дороже TAG Heuer. Поэтому мы и называем TAG Heuer доступным люксом.

— Почему генеральный директор TAG Heuer Стефан Линдер покинул свой пост?

— Не знаю, спросите у него. Наверное, он хотел заняться чем-то еще. В конце концов он провел в компании 20 лет. Мог устать.

— Кто сегодня руководит компанией?

— Я исполняю роль временного CEO TAG Heuer, но для меня ничего не изменилось, потому что это часть моих обязанностей на посту президента LVMH Watches.

— Временный — это надолго?

— Два дня, три недели, четыре месяца, пять лет — не знаю. Время покажет.

— Вы назначили генеральным директором Ги Семона, который долгие годы руководил исследовательским отделом TAG Heuer.

— Да, но мы никуда не торопимся. У марки есть генеральный директор, рано или поздно найдется и CEO. Одно вам могу сказать точно: это будет свой человек, знающий компанию, со стороны я никого брать не буду. Другой вопрос, нужен ли компании CEO, если уже есть генеральный директор. Кстати, свою деятельность на посту главы исследовательского отдела Ги Семон продолжит.

Беседовала Мария Сидельникова

«кару выбрали мои дети. им от 15 до 35 лет, они идеальные покупатели tag heuer»