



JOHANN SAUTY / ZENITH

«у нас очень много
общего с миром
классических
автомобилей»
альдо магада,
генеральный
директор zenith

Zenith отмечает 150-летие в нынешнем году. Какие события будут главными?
Несколько — на мануфактуре, несколько — на локальных рынках. И, что особенно для нас важно, при нашей поддержке проходит ралли классических автомобилей.

Хотите продемонстрировать, что Zenith — классический бренд?

Да, именно классический, а не традиционный. В чем разница? Я объясню на примере сотрудничества с Rolling Stones. «Роллинги» — классика рок-н-ролла, но никак не консервативная традиционная группа. Zenith — бренд такого же порядка.

Каких новых проектов кроме ралли и Rolling Stones нам ждать?

Я пришел в Zenith относительно недавно, но мой курс не противоречит тому, что было заложено Жан-Фредериком Дюфуром. Я не собираюсь менять линейки, убирать из производства существующие и представлять совершенно новые. Но есть вещи, которые я хотел бы поменять. Так, одна из первых ассоциаций с Zenith — El Primero. Но что такое El Primero? Это механизм! Пусть и прекрасный механизм, один из лучших на рынке. Но такая ассоциация — это все равно что в паспорте была бы не фотография лица его владельца, а рентген его сердца. Идея, конечно, замечательная, но человека будет сложно узнать по такому документу. Поэтому своей задачей я вижу сделать так, чтобы наши модели стали настолько узнаваемыми, что обычный человек, услышав «Zenith», сразу представит себе определенные часы. Еще одной своей задачей я считаю упростить организацию всей коллекции: так, чтобы обычный покупатель, проходящий мимо витрины, мог бы понять, какое место занимает какая линия. Сейчас, мне кажется, у нас все чересчур сложно устроено. У нас прекрасная коллекция классических часов, но нам надо подумать, как усилить ее женскую часть и как «почистить» линейку классических мужских часов, в которой на настоящий момент слишком много модификаций. Я буду править детали — такие, как ушки крепления ремешка, сейчас мы разрабатываем более комфортные и эргономичные. Такие, чтобы часы 40–41 мм в диаметре хорошо садились в том числе и на женское запястье, ведь ни для кого не секрет, что современные успешные женщины нередко приобретают себе не адресованные женщинам маленькие часики, а классические мужские модели.

Полагаю, важную роль в реформировании бренда играют и кампании по продвижению часов Zenith.

Совершенно верно. У нас три основных направления коммуникации: первое — мануфактура, второе — Rolling Stones и третье — классические автомобили. Почему? У нас очень много общего с этим миром. Это и механика, и историческое значение, и эстетика. И, само собой, удовольствие! Его доставляет и винтажный автомобиль, и механические часы. Именно поэтому мы решили поддержать ралли классических автомобилей.

Беседовала Анна Минакова



ZENITH