

ЦЕНУ ДОЛЖНА ОПРЕДЕЛЯТЬ ЦЕННОСТЬ ЧАСОВ АНТониО КальЧе, GIRARD-PERREGAUX



— Girard-Perregaux
Laureato Skeleton
Ceramic в корпусе
42 мм из черной
керамики с мануфак-
турным механизмом
GP01800-0006

важно иметь такой продукт, который
станет проводником вашей soft power



— Girard-Perregaux
Repetition Minutes
Tri-Axial Tourbillon
в титановом корпусе
48 мм, механизм
с ручным подзащитом
GP09560-0001

Итальянец Антонио Кальче возглавляет марку Girard-Perregaux, которая вместе с JeanRichard входит в состав Sowind Group, принадлежащей группе Kering. Опытный часовой менеджер и инженер, он работал в Piaget и Panerai, в течение многих лет руководил Согим и вот уже второй год привозит Girard-Perregaux в Женеву на SIHH.

— Вы вдохновитель Laureato — коллекции, которая остается вашим бестселлером.

— Laureato стала важной частью истории нашей компании. Впервые она была запущена в 1970-е годы. Это время нескольких похожих друг на друга часов. Если вы помните, сначала были Royal Oak у Audemars Piguet, затем наши Laureato, потом Nautilus у Patek Philippe. И вот что интересно: мы запустили обновленную коллекцию Laureato в апреле прошлого года, но у нас есть ощущение, будто бы мы работаем над ней уже лет десять. Эта коллекция по-настоящему успешна.

— Похоже, что с Laureato вы сумели заполучить новых клиентов.

— Да, это так. Наша новая коллекция привлекла молодых клиентов. Сейчас, когда вы слышите Girard-Perregaux, вам на ум тут же приходит Laureato. Эта коллекция занимает значительное место в жизни компании. Важно иметь такой продукт, который станет проводником вашей «soft power».

— Но вы же продолжите совершенствовать часовую технику?

— В 2017 году я нанял много людей в наш центр исследований и разработок. Сегодня изобретательность инженеров очень важна для любой часовой марки. Мне кажется, что в последние годы многие из нас были недостаточно креативными. А потому столкнулись с трудностями. Все говорили о терактах, слишком сильном швейцарском франке, слишком слабых ценах на нефть...

— Но это не оправдания, скорее отговорки.

— Конечно! Почему, к примеру, Gucci смогла втрое увеличить продажи за последние три года? Потому что люди все равно приобретают люксовые товары. Но часовая индустрия оказалась неспособной заинтересовать клиентов, она стала менее привлекательной. Мне кажется, проблема и в том, что мы не особенно продвинулись в брендинге, организации выставок и общении с клиентами. В какой-то момент клиенты просто перестали понимать посыл часовых марок. В начале 2000-х было действительно важно объяснять и рассказывать людям о материалах, о механизмах, об умениях и навыках. Но сегодня все эти разговоры уже не «цепляют» молодых. Такой формат общения не подходит для миллениалов, людей младше 35 лет. Если мы не сможем адаптироваться под молодое поколение, вскоре мы просто останемся без клиентов.

— Еще одна проблема, с которой столкнулись часовщики, это проблема цен.

— Да, на самом деле эта проблема волнует нас уже давно. Возьмем, например, индустрию моды: клиенту теперь незачем покупать пиджак за пять, шесть, восемь тысяч франков. Потому что через год мода на него пройдет, и точно такой же пиджак будет стоить в разы дешевле. Я считаю, что цену должна определять ценность часов. Нельзя творить все, что вздумается. Нельзя действовать в стиле «я мануфактура и устанавливаю любые цены, какие захочу». Поэтому в основе цены на Girard-Perregaux — качество товара и сила марки.

— Расскажите, как у вас обстоят дела с вашим наследием, «золотыми мостами» и турбийоном.

— В этом году Girard-Perregaux действительно достигли огромного прогресса в высоком часовом искусстве. Мне кажется, что мы создали как никогда сложные часы. Это минутный репетир с турбийоном. В этих часах мы сумели совместить большое количество осложнений. Еще мы выпустили современную модель Esmeralda — скелетон на трех мостах. Эта модель создавалась с ручной гравировкой, что требует 200 часов работы.

— Вы собирались делать часы без «великих осложнений», но с «золотыми мостами».

— И мы их сделали. Наша стратегия — расширить ценовой диапазон для моделей с технологией «золотых мостов». В этом году мы добавили две модели. Они дарят возможность нашим клиентам приобрести часы с «золотыми мостами» по очень привлекательной цене. Например, за счет того, что вместо турбийона в них используется большой балансир.

— У вас есть лимитированные модели часов, выпускаемых по случаю важных для дома дат. В частности, часы, посвященные запуску первого спутника Земли. Какие у вас планы?

— На 230-летие дома? Послушайте, у меня в запасе еще два-три года. Но у нас уже есть кое-какие наработки. Например, мы хотим усовершенствовать нашу модель Constant Escapement, но ее вы увидите не раньше, чем придет время.

Беседовали Алексей Тарханов и Кирилл Сарханянц