

первые лица

# НАШИ ВЕЩИ НЕ МОГУТ УСТАРЕТЬ СИРИЛЛ ВИНЬЕРОН, CARTIER

\_\_ Cartier Revelation  
d'une Panthere



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ



54-летний француз Сирилл Виньерон с 1997 года был директором Cartier в Японии, затем возглавлял японское представительство всей группы Richemont. В 2005-м он стал директором Cartier в Европе, потом, в 2014-м, отправился в Японию в качестве президента представительства LVMH. В 2017 году Сирилл Виньерон вернулся в Cartier — на сей раз в качестве генерального директора, он сменил на этом посту Станисласа де Керсиса.

— У Cartier многое связано с Россией и русской историей. Не так давно вы сказали: «Мы — парижский, но в чем-то и очень русский дом». Возможно, именно открытость разнообразным национальным культурам сделала Cartier глобальным?

— Cartier — многонациональная марка, открытая миру. У нас была общая история с Россией, но также и с Индией, Китаем и многими другими странами. Все национальные влияния, воздействия, очарования сплавлялись в горниле парижского ювелира.

— Наверное, здесь можно говорить не только об истории, но и о современности. Без этого нельзя быть открытыми нынешнему миру.

— Важное свойство Cartier — не устанавливать границы между культурами, временами, видами искусства. Это особенно важно для нас при поддержке культурных инициатив, как это было сейчас с московской премьерой «Анны Карениной» Джона Ноймайера в Большом театре.

— Как вы реагируете на изменения, которые сейчас происходят? Ваши бывшие клиенты стареют, надо находить общий язык с молодым поколением, обживать социальные сети, искать новых посредников...

— Эти изменения кажутся мне не такими уж разрушительными, как о них думают. Cartier один из домов, который имеет глобальную, универсальную силу. Это сила эмоций. И они принадлежат всем культурам и всем поколениям, они не связаны с историческим периодом и не ограничены какой бы то ни было клиентской группой. Они обращаются к главному, поэтому дизайн наших вещей проходит сквозь времена. Наши вещи не могут устареть. Мы показывали молодым людям наши часы Tank. Мы спрашивали: «Как давно они появились?» Они отвечали: «Лет пять назад, может, десять... Сто лет?! Не может быть!» Или, например, наш Juste un clou, наш «Гвоздь». «Три года?» А ведь он появился пятьдесят лет назад.

— Что же тогда нужно менять Cartier? Вы ведь не хотите сказать, что все уже сделано?

— Еще недавно мы стремились сделать слишком многое сразу. Сейчас мы более осторожны. И стараемся не отставать от времени. Это всегда было важно для семьи Картье — наш главный магазин на Рю де ля Пэ первым среди французских ювелирных магазинов получил когда-то электрическое освещение. Надо говорить с новым поколением тем языком, который их

cartier — один из домов, который имеет глобальную, универсальную силу. Это сила эмоций

трогает, но который при этом свойственен нам. Не впадая ни в детство, ни в кризис среднего возраста.

— И тогда двери откроются?

— Многие традиционные ценности не то чтобы недоступны для понимания. Но тут есть одна проблема: они требуют времени. Молодежь не хочет его тратить, она хочет немедленного понимания, вещей, которые можно мгновенно освоить. Она живет в быстром электронном мире. Но ведь если вы хотите оценить живопись, нужно время. Если вы хотите понимать оперу, балет, классическую музыку, нужно время. И потом вам будет трудно перейти, например, от «Пиковой дамы» Чайковского к «Воццеку» Альбана Берга. Нам надо сделать так, чтобы люди не жалели времени на знакомство с Cartier. Ювелирное искусство очень долгое, нужно года два, чтобы сделать удивительную вещь, нужны годы, чтобы укрепить отношения с клиентами и чтобы воспитать продавцов, так же, как и ювелиров для наших мастерских. И самый короткий срок — это два года, средний — пять-десять лет, а самый длинный — вся жизнь. В электронике короткий век — это месяц, средний — год, а два года — это вечность. В итоге мы живем в двух разных временах.

— Cartier — это дом мужской или женский, часовой или ювелирный?

— В самой природе ювелирного дома много женского. У нас не так уж много мужских украшений. Зато наши часы принадлежат еще и мужчинам — и самым знаменитым мужчинам. Наш символ — пантера, но она бывает и самцом, и самкой. У нее нежный мех и грациозные повадки, но это хищник, опасный, с когтями.

— Хорошо, мы знаем немало женщин с когтями. И немало талантливейших женщин. Под руководством Кароль Форестье, например, в последние годы были созданы сверхсложные механизмы Cartier. Что происходит с департаментом Haute Horlogerie Cartier?

— Он продолжает работу. В Женеве на SIHH только что были представлены прекрасные часы с двойным турбийоном. Но также и вещи с более сильной эстетической составляющей — такие как Revelation d'une Panthere с рисунком пантеры, складывающимся из золотых шариков. Мы будем развивать механизмы не только ради технического, но и ради эстетического совершенствования. Так всегда было в Cartier, и наши шедевры Haute Horlogerie должны следовать этой логике.

Беседовал Алексей Тарханов