

РОССИЯ ОЧЕНЬ ВАЖНА ДЛЯ НАС ЖАН-КРИСТОФ БАБЕН, BVLGARI



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

не так важно побить очередной рекорд, как выразить в часах квинтэссенцию современной элегантности

Жан-Кристоф Бабен, возглавив Bvlgari, сумел объединить работу ювелиров и часовщиков, дизайнеров и механиков. Сейчас марка готовит важнейший русский проект — выставку исторического наследия римских ювелиров в Московском Кремле.

— Что вы собираетесь показать на выставке в Москве?

— Наши самые знаменитые украшения и часы. Кремль благодаря своей Оружейной палате и Алмазному фонду в определенном смысле дворец ювелирного искусства. Это не только политический символ, это один из богатейших и прекраснейших музеев мира. И ювелирные изделия нашей римской марки, которая всегда была близка к художникам, актерам, к людям культуры, окажется там в замечательном культурном контексте.

— Сколько вещей вы привезете в Москву? Больше или меньше, чем на вашу выставку в Токио?

— Если я не ошибаюсь, около трех сотен. Это очень большая выставка, уж точно больше, чем выставки западных ювелирных брендов, которые уже проходили в Кремле. Размер сделает эту выставку и самой важной из всех, что когда-либо устраивала Bvlgari.

— Это вещи из вашего собственного собрания?

— Девяносто процентов, я думаю, но остальные, так бывает на всех выставках, нам дают коллекционеры. Они готовы на месяц или даже на несколько расстаться с предметами, которые хранят у себя. Мы получим от них примерно 20–30 вещей.

— Вы привезете в Москву ваши новые часы, поставившие очередной мировой рекорд тонкости, — Octo Finissimo Tourbillon Automatique?

— Я очень привязан к линии Octo и радуюсь нашим рекордам. Это уже четвертый. Вы помните, как нам удалось сделать самые тонкие автоматические часы? Мы воспользовались микроротором, утопленным в механизме, чтобы уменьшить толщину. Теперь, чтобы перейти к еще более тонким часам, мы разработали периферийный ротор, который вращается вокруг основного механизма. Это объясняет, почему диаметр увеличился с 40 мм до



42 мм, это позволило уменьшить толщину с 5,25 мм до 3,95 мм. Ну а от того, что часы больше в диаметре, они выглядят еще тоньше. И не забудьте добавить к самым тонким в мире автоматическим часам еще и турбийон, самый тонкий в истории часового дела.

— Неужели вы на этом не остановитесь? Куда же тоньше?

— Наша задача прежде всего привлечь внимание к тому, что мы умеем. Сначала речь идет о техническом совершенстве модели. Но есть и более широкая задача — выдвинуть на первый план всю линию Octo. Речь не только о часах особенной формы, геометрических, восьмиугольных, но и о часах особенно тонких, часах интегрированных, у которых браслет, корпус и кольцо циферблата сделаны из одного и того же материала. Но вне зависимости от того, ставим мы рекорды или не ставим, часы Octo — квинтэссенция современной элегантности. Кроме того, они очень итальянские.

— Ваши часы можно носить. Сверхтонких часов было немало, и даже потоньше ваших, однако надеть их было невозможно — слишком уж они были хрупкими.

— Да, для этого мы и работаем. Взгляните на наш минутный репетир. Он выглядит четко, скромно, это часы, которые можно носить постоянно, в отличие от многих минутных репетиров, которые предназначены для особых случаев, а чаще — просто для сейфа. Наши Octo очень легкие, эргономичные. Они в корпусе из углепластика, но в них достигнут прекрасный резонанс. Он сравним с резонансом часов, сделанных из золота. В общем, для меня не так важно побить очередной рекорд тонкости, как выразить в Octo квинтэссенцию современной мужской элегантности.

— А женщины носят Octo?

— У нас нет статистики, потому что когда женщина приходит к нам и покупает Octo, это может быть подарком для мужчины, а мужчина может подарить Octo женщине. Но мы видим, что женщины носят эти часы. Наши Octo не типично женские, но, может быть, время типично женских и типично мужских часов проходит.

— Довольны ли вы своей работой в России?

— Это рынок, которому мы в последние два года уделяем особое внимание. У нас два бутика в Москве, а теперь есть бутик и в Санкт-Петербурге. С точки зрения процентов продаж Россия уступает Соединенным Штатам и, конечно, Китаю, но она важна для нас. И наши продажи из месяца в месяц растут. Если так будет продолжаться, в ближайшие годы вы войдете в первую десятку наших клиентов.

— Меняется ли ситуация на рынке с приходом новых поколений клиентов?

— Если смотреть на статистику продаж наших хитов B.zero1, Diva, Serpenti, то разница есть, но она не так велика, как кажется. А если мы возьмем часы Lvcea, то не думаю, что сорокалетняя женщина и двадцатилетняя девушка отнесутся к ним по-разному, что одна к сердцу прижмет, а другая к черту пошлет. Вопрос скорее в коммуникации, чем в самом объекте. Вы приходите в мир, который требует диалога, — и марка должна дать такую возможность.

Беседовал Алексей Тарханов