

— Вы любите говорить о том, что вам удалось окружить себя настоящей гвардией, лучшими в мире сотрудниками и единомышленниками. А те, кто не разделял ваши идеи? Вам приходилось увольнять людей?

— Да, в последние годы у меня был такой опыт, и он очень тяжелый. Я понял, что нельзя уволить только одного человека. В его лице ты увольняешь десятерых, потому что у него есть друзья, семья, дети. Каждое увольнение это социальное разрушение десяти жизней. Ну, можно это делать по-разному, объяснять, компенсировать, не унижать. Я похвалил себя тогда, что был разборчив при приеме на работу. Отбор нужен заранее, чтобы потом избежать крови и стресса.

— Вы бываете несправедливы?

— Да, бываю, но никогда это не случается специально. Я могу быть несправедлив по незнанию, невнимательности, неосторожности. Многие люди специально несправедливы и кичатся этим, я стараюсь таким не быть. Я этого стыжусь.

— Как вы собираетесь жить после отставки и что будут делать без вас Hublot, Zenith и TAG Heuer?

— Прежде всего это не отставка, я не на пенсии. Моя задача — как у инструктора по вождению. Вспомните, что в Hublot с 2012 года директором является мой ученик и товарищ Рикардо Гвадалупе. Разве марка от этого потеряла связь со мной? Точно так же будет с Zenith, где после нескольких лет неуверенности появилась определенность и главный стержень — часовая



конфуций говорил, что только мертвая рыба плывет по течению. Если я себя уважаю, я плыву куда хочу и работаю с теми, с кем хочу

— Легко ли прошла покупка?

— Я позвонил Крокко. Мы давно были знакомы, он продавал Blancpain в Италии и Испании. Мы встретились в Лугано, где он живет. Он сказал, что хотел бы пригласить меня на должность гендиректора, дать большой процент от будущих прибылей и продать за символическую сумму 20% акций. Потом я решил купить 100%, и владелец назвал цену, которая не соответствовала, на мой взгляд, цене марки. Она соответствовала тем деньгам, которые потратил на нее Крокко и хотел вернуть. Я сказал ему, что не готов оплачивать все глупости, которые были сделаны до моего прихода. И он вынужден был с этим согласиться, ведь марка тогда была похожа на корабль, готовый утонуть, и вода уже подходила к палубе. Так что либо Hublot получала новую жизнь, либо она исчезала.

— Новую жизнь вы ей обеспечили. Но ведь для этого пришлось ее изменить до неузнаваемости. Создать вашу концепцию «фьюжен» и необыкновенную линию Big Bang.

— Это было необходимо. Мы начали добавлять марке узнаваемости и легитимности, мы построили для нее мануфактуру и не одну, мы поженили ее с самыми известными и крутыми людьми в мире. Она связана с гонками на Ferragamo, с чемпионатом мира по футболу, с рок-группой Depeche Mode, с лучшими художниками, спортсменами, музыкантами. Я считаю, это была первая марка эпохи перемен, которые сейчас атакуют нас со всех сторон.

— Я всегда спрашивал себя, как вы выбираете людей и события для Hublot? Художник Орлинский, футболист Пеле, Depeche Mode — это же ваш выбор. Почему не Олафур Элиассон, или Маурицио Каттелан, или Ай Вэйвэй, которые связаны с LVMH через художественный фонд Бернара Арно. Казалось бы, бери — не хочу.

— Каким бы большим ни было меню в ресторане, я выберу только то, что я люблю. Конфуций говорил, что только мертвая рыба плывет по течению. Если я себя уважаю, я плыву куда хочу и работаю с теми, с кем хочу. Разве плохо получается?

— Всех волнуют перемены, происходящие на Базельской часовой ярмарке. Останутся ли марки LVMH на Baselworld?

— Мы обсуждали это с Rolex и Patek Philippe и решили, что в 2019 году останемся и посмотрим, насколько новое руководство готово к переменам, которые предстоят. От этого будет зависеть наше участие в будущих ярмарках.

— А если обрушится вся система салонов?

— Часовщики могут жить и без салонов. К примеру, ушедшая из Базеля Swatch Group имеет 18 марок. Они могут решить, что поедут в Россию. И там у них будут клиенты. А потом в Гонконг, потом — в Майами. Точно так же могут поступать гиганты рынка вроде нас или Rolex. Появится новый Базель в Гонконге для Азии. В Южной Америке для Южной Америки. Один для Северной Америки, Мексики, Канады — в Майами или в Нью-Йорке. Один в Южной Европе, один в Северной. Пять Базелей по три дня. Всего каких-то 15 дней! Разве не самонадеянно говорить: «Мы такие важные в Швейцарии, приезжайте в Швейцарию»? Может быть, надо наоборот — приезжать к клиентам?

традиция. Мы начали добавлять новые механизмы, но не просто механизмы, а такие же революционные, каким был прославивший марку лучший хронограф XX века El Primero. Сначала мы сделали El Primero II, а потом принципиально новый Zenith Defy Lab. С такими механизмами развитие обеспечено на десятилетия вперед. Ну и TAG Heuer, из которой мы, не поступившись ни одной страницей ее истории, сделали марку значительно более молодую, энергичную, не ломающуюся под давлением. Все это будет продолжено, хотя и без моего ежедневного участия. За мной останется общее направление, мой опыт востребован, я не раз это доказывал.

— Нельзя не поверить, ведь в течение вашей карьеры вы разбудили спящую мертвым сном Blancpain, помогли Omega и заново создали Hublot. Эта марка теперь прочно ассоциируется с вами.

— Человека, который придумал марку Hublot, зовут Карло Крокко. Это было здорово сделано — золотые часы на тонком резиновом ремешке. Не все это понимали. Помню, как во время моей работы в Audemars Piguet осуждали эти часы, которые, конечно, имели в прародителях Royal Oak: «Кому нужен кварц и резиновый браслет? Дешевка!»

— Но вы же так не думали, раз купили Hublot?

— Я сразу почувствовал, что у этих часов есть будущее. Я говорил себе: «Блин, ну почему у Крокко не получается развить марку?» И в разговоре с одним моим очень умным приятелем мы пришли к формуле, которой не хватало: это марка, из которой можно сделать Swatch для очень богатых. Такие же модные часы, но совершенно на другом ценовом, качественном и концептуальном уровне. Таких часов не хватало на рынке, часовое дело у нас было скучным-прескучным. И в 2004 году, покинув Blancpain, я решил купить Hublot.

Беседовал Алексей Тарханов