

# МЫ НЕ УПРОЩАЕМ НАШИ ЧАСЫ, МЫ УПРОЩАЕМ НАШ МЕССЕДЖ ПАТРИК ПРЮНЬО, GIRARD-PERREGAUX

Мы не раз встречались с Патриком Прюньо с тех пор, как он стал руководить Ulysse Nardin. Теперь ему поручена и вторая марка, также входящая в группу Kering — старинная знаменитая Girard-Perregaux. Моему собеседнику предстоит сложнейшая задача — развивать две марки в тесном сотрудничестве, не допуская слияния между ними. У каждой должен оставаться собственный образ, связанный с ее историей.

— Поздравляю с новым назначением. Как вы отнеслись к идее возглавить сразу две большие часовые марки?

— Как видите, согласился, хотя мне кажется это трудным. Но всегда стоит попробовать.

— Как Жан-Клод Бивер в LVMH или Марк Хайек в Swatch Group?

— Да, это удачные примеры. Я намерен сделать все, что в моих силах, чтобы маркам, которые мне доверили, не на что было жаловаться.

— Как вы намерены разделить два ваших дома? Чем Girard-Perregaux будет отличаться от Ulysse Nardin?

— Это как раз просто. Марка Ulysse Nardin должна быть предельно смелой — в дизайне, сотрудничестве с художниками, в своем образе. Ну а Girard-Perregaux просто кладезь истории и мастерства. Это самая известная и старинная часовая марка группы Kering. Единообразие тут быть не может.

— Первые представления новинок двух марок на SIHH показали, что у вас единая стратегия в коммуникации. Вы даете прессе простой слоган, легкий для понимания, может быть, даже упрощенный. Но справедливо ли это по отношению к Girard-Perregaux? Вдруг оказывается, что вся их почти 230-летняя история сводится к слогану «Earth to Sky».

— Мы не упрощаем наши часы, мы упрощаем наш месседж. В любом сообщении есть много уровней, много ящичков. Кто-то вроде вас дойдет до того, что раскроет их все до последнего. Для другого важно показать хотя бы содержимое первого ящичка, ему нужно дать время адаптироваться. История Girard-Perregaux не так проста. В ней отразилась вся история швейцарского часового искусства.

— То есть вы предлагаете журналистам разного уровня — и занудным часолюбам, и залетным блогерам — один простой лозунг, чтобы потом легко его воспроизводить?

— Они должны захотеть пойти дальше — узнать историю, спрятанную за этим лозунгом! Я повторю слова моего шефа, потому что они справедливы. Глава Kering Франсуа Пино говорит, что люксовые марки должны иметь историю. Наша история — это ствол дерева, корни, ветви. Girard-Perregaux — самая древняя и славная марка группы. Старинная мануфактура в Ла-Шо-де-Фоне, прославленные модели! Пусть рассказ идет от корней, чтобы мы лучше различали листья и плоды.

— Какой вы видели свою новую марку до того, как вы пришли в Girard-Perregaux?

— Я испытывал к ней огромное уважение. Считал, что это важный памятник истории. Я не из Ла-Шо-де-Фона, но когда я туда приехал в первый раз, у меня было ощущение, что я отношусь к марке так же уважительно и бережно, как местные жители, которые знают ее с детских лет, со времен своих родителей и родителей своих родителей.

— А что вы думаете теперь?

— Про историю — то же самое. Но теперь у меня есть ощущение, что эту историю мы могли бы знать еще лучше. Изучить ее и рассказать о ней публике нам, несомненно, предстоит. А еще я вижу, каким огромным научным и производственным потенциалом обладает история. Бывшие владельцы Girard-Perregaux семья Макалузо развивали марку с большим вниманием и уважением.

— В коллекции этого года нет самых известных моделей Girard-Perregaux — турбийон с тремя золотыми мостами. Неужели вы их забросили?

— Ни в коем случае! Мы продолжим их развитие. В этом году мы постараемся показать модели с мостами не только в золоте, но и в сапфире.



— Girard-Perregaux Bridges Cosmos. Мануфактурный механизм GP09320-1098 в титановом корпусе 48 мм. Турбийон, указатель второго часового пояса с индикацией «день / ночь», ручной подзавод с запасом хода на 80 часов



girard-perregaux — просто кладезь истории и мастерства. это самая известная и старинная часовая марка группы Kering



— А линия уникальных репетиров Орега, которую развивали Макалузо, будет продолжена?

— Пока мы над этим не задумывались, но почему бы и нет, раз об этом помнят. Вообще помнить очень важно. В этом году мы представили наши сверхсложные часы Cosmos. Кстати, слоган «Earth to Sky» во многом обязан своим появлением. На их циферблате две сферы — Земля и Луна, есть изображение Земли, какой ее видят из космоса, и космоса, каким его видят с Земли. Мы сохранили горизонтальный мост и симметрию, свойственные классическим моделям Girard-Perregaux. Ради этого мы даже перенесли заводную коронку, которую обычно располагают на «3 часах», на заднюю крышку модели. И вот представьте себе, исследуя историю марки, мы нашли часы в чем-то очень похожие, с тем же названием, но созданные в 1884 году. Еще в XIX веке в Ла-Шо-де-Фоне думали о космосе. Вот вам и ответ, почему история марки — это «Earth to Sky».

Беседовал Алексей Тарханов