

МЫ ДАРИМ ПОДАРОК ТЕМ, КТО МЕЧТАЛ О FREAK ПАТРИК ПРЮНЬО, ULYSSE NARDIN



Ulysse Nardin
Freak X

политика и курс рубля влияют
на продажи и покупки, но мы не жалеем,
что обосновались в России

Француз Патрик Прюньо прошел школу дисциплины и ответственности в десантных частях. Расширил свои познания в часовом деле, работая в TAG Heuer, и в 2014 году отправился в Америку, чтобы участвовать в запуске Apple Watch. Два года назад группа Kering, которой принадлежит марка Ulysse Nardin, назначила его генеральным директором, а спустя год вдвое увеличила нагрузку, также доверив ему руководство Girard-Perregaux. О новых проектах Ulysse Nardin мы говорили на женевском часовом салоне.

— SINN — это только начало года, первые показы. Чего ждать от Ulysse Nardin в течение 2019-го?

— Не ждите революций. Они нам не нужны. Diver прекрасно идет, Marine пользуется успехом. Ждите инноваций в области материалов и механизмов. Дизайн мы продвинули далеко, теперь подкрепляем его техникой.

— Вы работали с американцами, которые овладели планетой. А теперь вернулись в маленькую республику швейцарских часов. Чему вы научились, в чем разница — кроме, конечно, масштабов?

— Разница в подходе, в том, что Apple многое знает о своих клиентах. Они известны, все до одного. Часовщики далеко не всегда знают, кто и что у них покупает, и даже не делают попытки узнать. Продукты Apple часто дороже, чем у конкурентов, так что здесь можно говорить о «роскоши» в электронике. Но цена часов все равно больше. И если после продажи работа с клиентом не так уж и выгодна часовщикам, то американцы делают не меньшие деньги на продаже приложений, контента, музыки, фильмов.

— Но ведь часы не могут играть музыку?

— Могут, если это минутный репетир. Но я не предлагаю копировать чужой опыт. Мне хотелось бы, чтобы покупка часов была бы так же проста, как покупка в сети эппловского гаджета. Но при этом еще и сопровождалась бы приятным человеческим общением. Благодаря мировой сети, интернету, покупатель приходит в магазин не только точно зная, чего хочет. Он спосо-

бен удивить своими познаниями продавца! Это совсем другая система работы, система отношений, чем та, что существовала в часовом деле на протяжении столетий.

— В прошлом интервью вы говорили о своем преклонении перед Girard-Perregaux и ее часовой историей. Но разве имя Ulysse Nardin не так же почтительно? В чем разница между двумя вашими марками, как вы это для себя определяете?

— Разница весьма велика. Girard-Perregaux — это прежде всего классика. Марка Ulysse Nardin должна быть более дерзкой в дизайне и необыкновенной, амбициозной в технике. Такой возродил ее из забвения харизматичный и яркий Рольф Шнайдер с помощью часового гения Людвиг Окшлина. И самое яркое выражение этого стиля, по-моему, — наша знаменитая линия Freak. Недаром мы так много с ней работаем, развивая и модифицируя необыкновенный механизм.

— Да, это неординарные и сложные часы с турбийоном, посаженным на стрелку, обходящую циферблат. Что в свое время заставило Ulysse Nardin пойти на новые технические решения, разработать принципы применения кремниевого спуска. Но в этом году вы показали «облегченный» и удешевленный Freak X. Зачем вам этот «беби-Freak»?

— Мы дарим подарок тем, кто мечтал о Freak. Нашей задачей было демократизировать прекрасные часы. Но я бы не назвал это большим удешевлением: при стоимости за €20 тыс. они остаются редкими, дорогими, эксклюзивными часами. На них большой спрос. Но нельзя сделать Freak с турбийоном за 20 тыс., потому что он слишком для этого сложен. Он будет стоить в пять раз дороже. Но теперь есть, как вы говорите, беби-Freak, пусть с гибридным механизмом, они сохраняют часть души первых Freak.

— Вы не боитесь того, что секта любителей прежних Freak придет в ярость? Вы ведь открываете в нее доступ буквально голодранцам с €20 тыс. в кармане.

— Нет, это явно разные часы. Даже визуально. Не только ценитель высокого часового искусства, для которого были задуманы первые Freak, но и любой другой увидит разницу. Я сам боялся, что люди мне скажут: «Руки прочь! Это икона!» Но даже если и икона, то живая. К тому же у нас есть идеи для того, чтобы сделать «взрослый» Freak еще сложнее, чем Freak Vision.

— У вас единственный бутик в мире. И расположен он не где-нибудь, а в Москве! Но в последние годы русский бизнес — не самый спокойный.

— Политика и курс рубля влияют на продажи и покупки, но мы не жалеем, что обосновались в России. Мы ведь работаем не только на вашу огромную страну, клиенты которой известны своей требовательностью и вкусом. Благодаря московскому бутику мы можем сотрудничать и с соседними странами, для нас это тоже очень важно.

Беседовал Алексей Тарханов