

первые лица

В НАШИХ ЧАСАХ ИЩУТ ПРЕЖДЕ ВСЕГО ЭМОЦИИ РИШАР МИЛЛЬ, RICHARD MILLE



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

однажды мы сделали
самые точные часы в мире.
но чтобы продать их,
нам понадобились годы



Richard Mille
RM 16-01 Fraise
BonBon Collection

Richard Mille
RM 37-01 Kiwi BonBon
Collection

В этом году создатель одноименной часовой марки Ришар Милль ушел с Женевского салона. Марке предстоит найти новый путь для рекламы и пространства своих часов. Кажется, это не будет трудно: последние несколько лет продукцию Richard Mille берут с боем. На салоне SIHH 67-летнего француза разрывали на части журналисты и клиенты. Мы смогли поговорить с ним только накануне Базеля.

- Вы открыли бутик в Москве. Наконец-то!
- Мы давно этого хотели. Мне кажется, что в России ценят часовую культуру. Как, разумеется, и культуру вообще. У вас что ни покупатель, то эксперт, и, конечно, было важно, чтобы и мы присутствовали на русском рынке. Это заняло немало времени: мы хотели открыть безукоризненный бутик в месте, которое было бы идеальным. Вам судить, что получилось.
- Вы переходите к новой стратегии — только собственные бутики вместо продаж в мультибрендовых магазинах.
- Мы производим не так уж много часов — в этом году было выпущено чуть больше 5 тыс. Зато у нас очень разнообразные модели, мы не выпускаем большие серии. Обычных витрин для нашего самовыражения не хватает. Поэтому мы перешли к собственным пространствам, где мы можем представлять себя так, как считаем нужным.
- Почему в этом году вы покинули SIHH? Помнится, вы были рады там оказаться.

- Конечно, это был важный момент зрелости, признания — встать в один ряд с великими столетними марками. Но вот уже несколько лет мы не берем у продавцов заказы на SIHH, и в смысле бизнеса салон потерял для нас смысл. Конечно, там много журналистов. Но они все приезжают в одно и то же время и кочуют от одного стенда к другому. Мы купили поместье на юге Франции, куда сможем приглашать наших друзей. Атмосфера будет поспокойнее, чем на женевской гонке в дни SIHH.
- Вы попрощались с женевским салоном довольно забавным образом, предложив ваши «конфетки» — полные юмора часы, изображавшие пастилу и лимонные дольки. Решили подсластить уход?
- Каждый год мы старались привезти что-то необычное, и подумали, что это будет хорошим завершением истории. Нет горечи, нет обид, одна сладость. Мы были рады приехать на SIHH, а сейчас мы рады уехать.
- Однако у ваших «конфеток» была совсем не детская цена — от €160 тыс. Многие говорят, что вы чуть ли не посмеялись над клиентами: что это легкомысленно, возмутительно, недостойно истинного часового искусства.
- Клиенты лучше знают, чего они хотят. Однажды мы решили сделать самые точные часы в мире — я ведь всегда ценил точность. И мы сделали такие часы — едва ли не первый раз в истории. Но чтобы продать их, нам понадобились годы. На самом деле «истинно часовое искусство» никого не заинтересовало. Меня, если честно, это поразило — мы делали «часы Надаля» RM-27 и они улетали за секунды, а эти десять моделей продавались несколько лет. Мы побили рекорд, с коллекционной точки зрения часы были невероятны, но я понял, что люди изменились. Кстати, «конфетки», придуманные Селин Гена, все 300, уже проданы.
- Чем Richard Mille отличается от других часовых марок?
- У нас особый подход. В наших часах ищут прежде всего эмоции. Высокое часовое искусство замуровалось в башне из слоновой кости и наблюдает за миром с горных высот. Но мы должны открыться миру, иначе мы никогда не выйдем из этой башни.
- Каков «входной билет» в Richard Mille? И насколько велик спрос?
- Средняя цена наших часов — 200 тыс. франков. Каждый год мы увеличиваем производство примерно на 15%, отвечая на спрос. Рост стабильный, что помогает нам работать без стресса. В 2017 году мы сделали 4 тыс. часов, в 2018-м — уже 4,6 тыс., а в этом году собираемся сделать 5,2 тыс.
- И все равно за вашими часами выстраиваются очереди?
- Это настоящая проблема. На SIHH я встретил клиента, который сказал мне: «Ришар Милль, я вас ненавижу!» — «Как, за что?» — удивился я. — «Пятнадцать лет назад я мечтал купить ваши часы, но у меня не было денег, а теперь они есть, но купить часы я все равно не могу. Их нет в продаже».
- Ваша марка зовется вашим именем. Это же большая ответственность. Если, не дай бог, завтра вас поймают пьяным за рулем, это же ударит и по вашим часам.
- Конечно, марка зависит и от меня. Но я парень ответственный. Живу тихо, ценю простые удовольствия, вроде радости поужинать с друзьями. Я совсем не в шоу-бизнесе, и лучший комплимент мне делают, когда говорят, что я не зазнаюсь, не меняюсь.
- Каково будущее марки лет через сорок?
- Не знаю, будет ли это меня тогда беспокоить. Но, думаю, дети продолжат удивлять клиентов редкими, красивыми, изобретательными и, главное, веселыми часами.

Беседовали Алексей Тарханов и Урс Дюмаре