

«Молодым интересны традиционные ценности»

Карл-Фридрих Шойфеле о часах и гонках



MILLE MIGLIA 2019 RACE EDITION, ХРОНОГРАФ, КОРПУС ИЗ 18-КАРАТНОГО РОЗОВОГО ЗОЛОТА, ВЫПУЩЕН ОГРАНИЧЕННОЙ СЕРИЕЙ 250 ЭКЗЕМПЛЯРОВ, СОЗДАН В ЧЕСТЬ 30-ЛЕТИЯ ПАРТНЕРСТВА CHOPARD С ГОНКОЙ MILLE MIGLIA

БРЕНД Chopard уже больше тридцати лет поддерживает автомобильные ралли. Чаще всего это гонки олдкаров, но в некоторых соревнованиях участвуют современные спортивные машины. Президент компании Карл-Фридрих Шойфеле — страстный коллекционер и ценитель редких автомобилей. Каждый год он приезжает в Москву, чтобы принять участие в L.U.C Chopard Classic Weekend Rally, которое в этом году прошло уже 16-й раз.

— Первый и важный вопрос — о Baselworld: ваши личные оценки и прогнозы?

— Мы остались вполне довольны выставкой, итоги превзошли ожидания. Встречи с клиентами были весьма результативны. Пресса отлично осветила наши новинки. Понравилась организация: заметно, что Baselworld меняется. Однако вряд ли кто-то вам точно скажет, какой будет выставка после 2020 года. Мне ясно одно: такие мероприятия, как Baselworld и SIHH, важны и нужны как для индустрии, ее имиджа, так и для клиентов.

— В этом году вы представили новинку в новом материале — титалите. Этот эксперимент для вас громкий информационный повод или последовательный поиск идеального материала для часов?

— Компания всегда вела исследования в области материалов. Много лет назад мы представили титановый корпус и с тех пор продолжаем работать с этим материалом, используя разные сплавы и комбинации. В свое время мы экспериментировали с сапфиром, делая корпус для коллекции Harry Diamonds, когда это не было еще модным трендом. В минутном репетире

Chopard L.U.C Full Strike мы использовали гонги из сапфира. Получились очень необычные часы.

— Чем Chopard отличается от других брендов?

— Первое отличие — мы независимая семейная компания. Второе: мы одна из немногих компаний, обладающих уникальным опытом в производстве часов и ювелирных украшений и вертикальной интеграцией всех процессов. Таких компаний, поверьте, совсем немного. Третье: мы имеем долгосрочное видение нашего пути. На нас не давят акционеры, все решения мы принимаем в кругу семьи.

— Ювелирным направлением в компании занимается ваша сестра, Harry Diamonds ее идея. А вы не пробовали реализовать ее в мужских часах?

— В 1993 году Каролина представила коллекцию Harry Sport, которая стала пользо-

ваться огромной популярностью. Однако сама идея родилась значительно раньше. В 1976 году эта концепция была разработана для международного дизайнерского конкурса. Жюри ею заинтересовалось, и нужно было реализовать ее в часах. Сейчас это кажется удивительным, но первыми часами Harry Diamonds была мужская модель с 30 бриллиантами в корпусе формы «телевизор». Она находится в нашем музее. Знаете, многие часы того периода были раскуплены, и мы сейчас ищем их на аукционах, чтобы пополнять фонды музея.

— Исторически Chopard никогда не ассоциировался с автоспортом. Как ваше с отцом увлечение стало лицом часовой марки? Какие виды спорта вас еще интересуют и какие хотелось бы поддержать?

— В 1988 году у меня возникла идея стать спонсором известной гонки Mille Miglia, и в нынешнем году я участвую в ней уже

тридцатый раз. То есть в 1988-м Chopard стал партнером, а год спустя я лично начал соревноваться наравне со всеми. В свое время мы поддерживали и яхтенные регаты, и турниры по спорту, теннисные чемпионаты, но затем сосредоточились только на классических автомобильных гонках.

— А вы сами какой вид спорта любите?

— Я люблю спорт, развивающий выносливость: зимой это лыжи, летом велогонки. Соревнования как таковые меня привлекают скорее необходимостью работать головой, а не просто играть мышцами. Отключиться от мыслей о работе, полюбоваться пейзажем.

— Участвуя в Mille Miglia, вы выступаете приверженцем традиционных ценностей. Но чем вы заинтересуете молодое поколение?

— В этом году в Mille Miglia я участвовал с дочерью. Ей 24 года. Она была в совершенном восторге от всего — от вождения классического автомобиля, от общей атмосферы. И я видел, что гонка интересует молодежь — и как участников, и как зрителей. Mille Miglia — это важная часть культуры и истории Европы. Молодым людям интересен этот опыт, им интересны традиционные ценности. Их интересуют и механические часы, чья ценность не меняется с годами в отличие от гаджетов, которые нужно постоянно обновлять и покупать новые через год-два.

— В прошлом году Chopard ралли не состоялось из-за чемпионата мира по футболу. За какую команду вы болели?

— Поскольку я родился в Германии, то и продолжаю болеть за немцев.

— В этом году ралли проводилось уже 16-й раз. Что, на ваш взгляд, изменилось за прошедшие годы?

— В первую очередь хочу отметить качество участников ралли. Помимо увеличения числа автомобилей подавляющее большинство из них соответствует строгим требованиям, предъявляемым к коллекционным машинам. Уровень московского ралли вполне соответствует уровню европейских гонок. Это фантастика, и мы наблюдали эту эволюцию. Первые ралли собирали всего несколько олдкаров, затем стало расти их количество, а с ним и качество. Мы также приглашаем молодых коллекционеров на спорткарах — Lamborghini, Ferrari, Maserati. Нельзя игнорировать эту аудиторию, она достаточно многочисленна. Опыт организаторов Mille Miglia демонстрирует успешность такого подхода. Так что L.U.C Chopard Classic Weekend Rally растет и развивается в разных направлениях.

Беседовал Константин Старцев