

СЛОЖНЫЕ ЧАСЫ ДЛЯ НАС НЕ САМОЦЕЛЬ ПЬЕРО БРАГА, GUCCI MONTRES



— Ваша новая коллекция Grip должна встраиваться в общую художественную концепцию Gucci?

— Разумеется. За дизайн, в том числе и часов, в Gucci отвечает наш креативный директор Алессандро Микеле. Для нас очень важно, чтобы все выпускаемые нами вещи соответствовали единой концепции, несли единую идею Gucci. А сделать это можно, только если за создание всех вещей будет отвечать один дизайнер.

— Неужели Алессандро Микеле кроме платьев, сумок, ювелирных украшений рисует еще и часы? Как у него хватает времени?

— Даже то, что не создается им, все равно попадает ему на стол — он должен изучить каждое изделие и, возможно, переделать его. Да, часы — это отдельная история. Взгляды часовщика, отвечающего за механизм, и дизайнера могут не совпадать. И моя задача состоит именно в том, чтобы привести все это к общему знаменателю.

— Марка Gucci первая придумала «модные» часы, теперь вашему примеру следуют многие модные марки.

— Мы начали в 1970-х, когда идея часов-аксессуаров еще не овладела умами. А с 2000-го мы стали не просто заказывать подписанные нами часы, а делать их сами.

— В группе Kering, куда входит Gucci, есть несколько выдающихся часовых предприятий. Почему вы все равно покупаете калибры у посторонней вам Swatch Group?

— Я понимаю, что вы имеете в виду. Считается, что уважающий себя производитель часов должен создавать механизмы самостоятельно. Но механизмы

принадлежащей Swatch Group марки ETA дают возможность сделать часы более доступными. Благодаря их ценам у нас есть шанс закрепиться на рынке с часами Grip, которые стоят около €1,5–2 тыс. Однако мы ничем не ограничены и можем двигаться вперед и создавать модели с куда более сложными механизмами.

— И вы сделаете такие часы?

— Увидим. Сложные часы для нас не самоцель. Наша стратегия развития предусматривает сближение с ценителями высокого часового искусства, но и от часов-бижутерии мы не намерены отказываться.

— Сколько сейчас стоят часы Gucci?

— Начиная с €700–800 и заканчивая €25 тыс. В целом же у нас есть минимальная цена — это €0,7–1 тыс., и назначается она преимущественно на модели из линии G-Time. Мы также разрабатываем часы, которые должны стать нашей опорой в будущем — их цена будет начинаться с €1,2 тыс. и доходить до €1,6 тыс. Механические часы стоят у нас от €1,5 тыс. до €2,5 тыс.

— Ценовая категория от €700 до €1,5 тыс., пожалуй, самая конкурентная на рынке часов. Почему клиенты должны выбрать Gucci?

— Потому что Gucci — это Gucci, и мы можем предложить покупателю не какие-то часы, пусть даже и красивые, а часы прославленного итальянского дома. Наши часы покупают либо те, кому нравится наша марка в целом, либо те, кто хочет иметь часы, которые сделаны чуть иначе, чем у часовщиков. Ведь сегодня часы — это не просто приспособление, показывающее время. Это аксессуар, такой же предмет моды, как любая часть нашего повседневного гардероба.

— Gucci Montres — последние представители Kering Group на Базельской ярмарке. На следующий год вы вернетесь туда или группа окончательно прощается с Базелем?

— Зависит от дат проведения и от концепции Baselworld. Но, как мне кажется, часовым производителям вроде нас не очень-то важны такие выставки. Да, полезно иметь некое общее событие, где все коллеги встречаются. Таким был Базель. Но часовой индустрии важнее поддерживать отношения между производителями и продавцами. И если, например, модные дома действительно нуждаются в неделях моды, то часовщики сейчас все больше концентрируются на развитии собственных сетей сбыта. Для нас главной остается возможность прямого общения с потребителем. К чему городить на выставках целые замки? Неужели просто для того, чтобы показать свои часы? Мне кажется, что лучше пригласить клиентов к себе домой, наши идеи куда лучше прозвучат в родных стенах.

— Дома и стены помогают?

— Знаете, как в футболе, домашние игры всегда успешнее.

Беседовали Алексей Тарханов и Кирилл Сарханяни

сегодня часы — это не просто приспособление, показывающее время. Это аксессуар, предмет моды, как и любая часть нашего гардероба



— Gucci Gucci Grip в позолоченном корпусе



— Gucci G-Timeless Automatic

Три года назад Пьеро Брага возглавил Gucci Montres, часовое подразделение Gucci, самой успешной из марок группы Kering. Одной из его задач стала художественная интеграция часов с логотипом марки в общий стиль, за который с 2015 года отвечает креативный директор Gucci Алессандро Микеле. Корреспонденты «Стиль. Часы» встретились с Пьеро Брагой в здании музея марки во Флоренции.