ПРИНАДЛЕЖАТЬ К LVMH — ОГРОМНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО
СТЕФАН БЬЯНКИ, TAG HEUER

У Стефана Бьянки, как говорят французы, «двойная фуражка». Он не только командует маркой TAG Heuer, но и руководит всем часовым подразделением LVMH — он координатор почти всех собравшихся в Дубае генеральных директоров.



TAG HEUER

__TAG Heuer
Carrera 160 Years
Silver Limited Edition,
автоматический
хронограф
с мануфактурным
механизмом Heuer 02
с 80-часовым
запасом хода
в стальном корпусе
39 мм, задняя крышка
с гравировкой
«One of 1860»



GABRIEL DE LA CHAPELLE

lvmh помогает нашим часовым маркам получать лучшие пространства для магазинов, лучшие цены на рекламу, дает возможность разрабатывать революционные, прорывные технологии

— Zenith, Bvlgari, Hublot и, конечно, TAG Heuer приехали в Дубай. Но ведь не только они делают часы в LVMH. Где же Dior или Louis Vuitton? Что это? Бунт? Анархия?

— Нет, не анархия, просто у нас было слишком мало времени на подготовку Watch Week. SIHH, который ожидался в январе, перенес свои сроки ближе к Базельской ярмарке, и это оставило такую временную пропасть между началом года и апрелем, что мы только развели руками: «Ну хорошо, они так решили, а нам-то что делать?» Тогда мы условились провести эту встречу в Дубае. Но, например, TAG Heuer в то время уже подготовилась к другим презентациям. Вот почему TAG Heuer здесь представлена, но мы не показываем новинок. И если завтра Louis Vuitton захочет участвовать в Watch Week, она будет принята с распростертыми объятиями. Но каждый вырабатывал решение исходя из своего собственного расписания, собственных пожеланий, собственных возможностей. Это выставка, а не всеобщая мобилизация.

— Что дает часовым маркам принадлежность к LVMH? Только преимущества? Или есть и недостатки?

— Принадлежать к LVMH — огромное преимущество. Это позволяет нашим часовым маркам получать лучшие пространства для магазинов, лучшие цены на рекламу, дает возможность разрабатывать совершенно революционные, прорывные технологии. Мы можем думать не только о коротких дистанциях, от чего страдают все независимые часовщики. Наш тыл прикрыт. Нам не надо бояться продажи, потому что наши марки уже стали частью LVMH и больше не продаются! Недостатки? Я их не вижу. А вы видите?

— Помню, как резко было изменено направление развития TAG Heuer, марки, которая была очень сильна в механике и инновациях. Было ощущение, что ее искусственно загоняют в позицию «младшего брата» в часовой группе.

— Возможно, но это была не стратегия LVMH, а конкретные менеджерские решения. Сейчас TAG Heuer решительно возвращается к своим истокам, к механике, к мотоспорту. Нашим партнером стала команда «Формулы Е» Porsche. Сами понимаете, Porsche — это икона автомобильного мира. Марка, близкая нам, ведь самая знаменитая модель Porsche зовется Carrera. Это и название легендарной гонки Carrera Panamericana, и имя нашей замечательной часовой линии, появившейся в начале 1960-х. Часы, которые у меня на руке,— из лимитированной серии TAG Heuer Carrera 160 Years Silver. В самом скором времени вы увидите перемены в нашем курсе и наши революционные новинки.

— А как организована совместная работа, обмен технологиями в часовом департаменте LVMH?

— Мы с моими коллегами работаем вместе. Так было при подготовке нынешней Watch Week — и не только в часовом департаменте, который я возглавляю. Bvlgari, например, в него не входит, но присутствует в Дубае и даже принимает нас в своем отеле. Инженерные отделы открыты соседям. Когда появляются новые технологии, каждая марка может их взять и приспособить для своих нужд. Например, графеновые спирали — сегодня их использует TAG Heuer, завтра их может использовать Hublot или любая другая марка, входящая в группу LVMH.

— Какова ваша роль в часовом департаменте LVMH?

— У меня двойная ответственность, я вплотную занимаюсь TAG Heuer и координирую все марки. Моя задача в качестве патрона часового подразделения — стараться, чтобы марки обменивались опытом и технологиями. Все, что придумывают одни, должно служить и другим. Моя цель — найти связи между марками, чтобы они могли помогать друг другу и способствовать славе соседей, не поступаясь при этом своими собственными интересами.

— Скажем, Zenith по-прежнему будет поставлять El Primero своим коллегам по группе?

— Конечно, как она это сейчас и делает. Zenith по-прежнему будет делиться механизмами с Hublot и Bvlgari. Что же касается стратегии, генетического кода, отношений с ритейлерами, каждая марка полностью независима. И у каждой есть своя стратегия, которую мы совершенно не стремимся заменить какой-то общей стратегией часового подразделения.

— Можете ли вы представить, что LVMH купит какую-нибудь новую часовую марку, которая окажется под вашим руководством?

— Представить можно все, но я, признаться, не вижу, чего, какого типа часов нам не хватает. Если однажды LVMH придется купить другую марку, она должна будет дополнять те марки, которые мы имеем, а не вступать с ними в бессмысленную конкуренцию.

Беседовал Алексей Тарханов