

МЫ МНОГОЕ ПЕРЕСМОТРЕЛИ

ЖАН-МАРК МАНСВЕЛЬТ O PERSPECTIVES DE CHAUMET



COURTESY OF CHAUMET



___ Кольцо Labyrinthe, белое золото, изумруд, агат, оникс, бриллианты



___ Колье Skyline, желтое золото, изумруды, бриллианты



___ Кольцо Lux, белое золото, коралл, аквамарины, топазы, бирюза, бриллианты



___ Кольцо Skyline, желтое золото, бриллианты



___ Кольцо Labyrinthe, розовое золото, перламутр, жемчуг южных морей, бриллианты

«Кто бы мне сказал еще полгода назад, что мы будем представлять коллекцию в прямом эфире! — снимая петельку микрофона, говорит генеральный директор Chaumet Жан-Марк Мансвельт. — Но я рад, что мы разговариваем в офлайне и без масок». Разговор шел о новой коллекции высокого ювелирного искусства Perspectives de Chaumet, работе в кризис и перспективах ювелирной отрасли.

В Perspectives de Chaumet шесть глав, каждая из которых отсылает к архитектуре — от оммажа итальянскому Ренессансу до деконструктивизма нового века. Почему?

Тема коллекций у Chaumet всегда связана с историей дома. Некоторые главы — обновленные версии наших классических украшений или повторяющиеся мотивы. Как, например, в Mirage. Другие — совершенно новые, в духе сегодняшнего дня. Так, глава Ondulation отсылает нас к современной архитектуре, к деконструктивистским зданиям Фрэнка Гери и Захи Хадид. Смотришь на них и восхищаешься, как технически возможно сделать такое. Так же и с ювелирными произведениями Chaumet. Тема архитектуры возникла совершенно естественно: в этом году мы открыли после реставрации наш исторический особняк на Вандомской площади...

...и через две недели ввели карантин, все закрылось на два месяца, а после открытия Париж остался без иностранных туристов. Каким был этот период для вас?

Мы закрылись даже на несколько дней раньше официального карантина. У нас уже был горький опыт в Гонконге, в какой-то степени мы были готовы. Всех сразу перевели на удаленную работу, и летом только половина всех сотрудников вернулись в офис. Первыми вышли ювелирные мастера, они и во время карантина приезжали, когда были срочные заказы.

Зидите ли вы положительное влияние этого кризиса на отрасль?

Кризис позволил ювелирным украшениям занять особое место. Внезапность и масштабы пандемии стали для всех шоком. Многие в этот период переосмыслили свои отношения со временем. Вневременные категории вышли на первый план. А ювелирное искусство — сектор, который наиболее четко представляет время. Длительность здесь во всем — от поиска камней и производства до жизни украшения, передающегося из поколения в поколение. Украшения связывают времена и хранят память. Для Chaumet это особенно важно — в 2020 году мы празднуем 240 лет!

Как изменился спрос во время карантина?

Ювелирные украшения превратились из красивого подарка в поддержку, символ надежды. Желание уделить внимание стало главным мотивом

покупок, и мы заметили это не только во Франции, но и в других странах. Сложилось потребление другого характера, не сезонное, не по коллекциям и модам, а более глубокое и осознанное. Я не говорю, что дела идут отлично, все-таки магазины были закрыты по всему миру в течение двух месяцев. Зато после открытия на некоторых рынках мы зафиксировали невероятный скачок продаж, который превзошел самые смелые ожидания.

Считается, что кризис ускорит цифровые переходы — все продажи окончательно уйдут в онлайн. Что вы об этом думаете?

Я не считаю, что онлайн-продажи займут важное место. Да, их будет больше, чем раньше, но незначительно. Я уверен, что произведения высокого ювелирного искусства — это как живопись или скульптура: с ними должен быть контакт. Драгоценности нужно держать в руках и чувствовать. Украшения, где только впечатляющие выходные данные — вес, цвет, — это тоже хорошо. Но украшения Chaumet рассказывают историю, поэтому так важен собеседник, с которым можно поделиться эмоциями. Многие наши клиенты пока не хотят покидать своих домов, поэтому в каждой стране мы выбрали один флагманский магазин, куда можно позвонить, и мы доставим украшение на дом. Но это не e-commerce, а персональный клиентский сервис.

Какие еще изменения вы бы отметили?

Доходы клиентов упали, и мы многое пересмотрели. Сократили количество новых запусков, сосредоточились на самых важных вещах. Клиенты сегодня готовы скорее инвестировать в классику, чем в новые произведения, поэтому классические вещи — наш приоритет. Авиакомпании говорят, что им нужно как минимум два года, чтобы восстановить график полетов на докризисном уровне, поэтому очевидно: на возвращение иностранных туристов в Париж прямо сейчас рассчитывать не стоит. Сегодня все команды сосредоточены на работе с местными клиентами. Тяжелый период тяжел для всех, но он позволяет меняться, а не крутиться на одном месте.

Беседовала Мария Макарова