

У НАС НА РУКАХ МНОЖЕСТВО КОЗЫРЕЙ АНТониО КАЛЬЧЕ, SOWIND GROUP



— Girard-Perregaux,
Tri-Axial Tourbillon,
2015

Итальянец Антонио Кальче — опытный часовой менеджер. Он работал в принадлежащих группе Richemont марках Piaget и Panerai. Наши читатели помнят его как главу марки Coty. Кальче специалист не только в менеджменте, но и микромеханике и в организации часового производства. В самом начале года группа Kering назначила его главой принадлежащей ей Sowind Group, в которую входят такие замечательные часовые марки, как Girard-Perregaux и JeanRichard. Первое интервью русской прессы Антонио Кальче дал корреспондентам «Стиля-Часы».



— Как вы отнеслись к предложению возглавить Sowind Group?

— Я достаточно долго занимаюсь часами, чтобы понять, какие удивительные возможности передо мной открываются. Sowind Group — это нечто особенное. Это не просто часовые марки, к тому же очень именитые, это современное и мощное производство механизмов и деталей, которое обеспечивает нам строчку в высшей лиге часового дела.

— Раз в сферу вашей ответственности входит вся Sowind Group, вам придется вникать в тонкости сосуществования Girard-Perregaux и JeanRichard.

— Повсюду, где мы сможем соединить ресурсы, мы это сделаем, но только таким образом, чтобы это не нанесло никакого ущерба независимости и имиджу каждой из марок. Очень важно, чтобы Girard-Perregaux и JeanRichard были разными часами, безумием было бы сделать их вариантами одного и того же базового механизма. Индивидуальность каждой марки мне очень дорога.

— Последние годы было ощущение, что в развитие JeanRichard вкладываются, его ведут вперед, а Girard-Perregaux удерживают на прежнем уровне, в то время как раньше главной маркой в группе была именно она.

— Girard-Perregaux — это часы Haute Horlogerie, JeanRichard — все-таки несколько более доступные. Флагманской маркой группы останется Girard-Perregaux, потому что она дает нам больше всего возможностей для развития. Это самая традиционная из наших марок, она всегда присутствовала на часовом горизонте. Я несколько не хочу сказать, что JeanRichard будет теперь забыта или что мы будем ее тормозить в ее и вправду впечатляющем подъеме. Но надо быть реалистами. У нас есть великая большая марка и младший брат, который растет, так сказать, не по дням, а по часам. Мы будем внимательно развивать обе марки, они прекрасно дополняют друг друга.

— Какими вы видите ваши ближайшие задачи?

— Качество развития марки — вот главный критерий, у меня нет ни намерения, ни задания быстро заработать деньги. Я вступаю в игру, в которой у меня на руках множество козырей. И мы будем играть осторожно и выигрывать новые, потому что такова карточная игра.

— А ваш джокер — это Selita, производитель механизмов и комплектующих?

— Selita — прекрасный поставщик, который будет продолжать — в основном для JeanRichard — нам служить в той степени, в какой нам только понадобится. Потому что сейчас Girard-Perregaux — это настоящая мануфактура.

Я был чрезвычайно впечатлен тем, что там увидел, а я ведь не новичок, а человек, пришедший с производства. Я был поражен качеством постановки дела и мастерством тех, кто там работает. — Вы будете развивать мануфактуру Girard-Perregaux?

— Она уже очень развита. И я не из вежливости говорю о своем восхищении. Вы знаете, в последние годы слово «мануфактура» мы слышим на всех углах — там мануфактура и здесь мануфактура, клиенты выслушивают все это машинально, как обязательную программу. Сейчас нам надо объяснить и продемонстрировать, что мы одна из немногих реальных, а не самопровозглашенных мануфактур.

— И вам поможет музей Girard-Perregaux?

— Я убежден, что каждый глава марки в ответе за наследие, которое ему вручили. У нас нет права портить то, что сделали наши предшественники. В этом же и состоит ценность старинной компании, это и отличает нас от остальных. Посмотрите на часовщиков, которые создают сейчас новые марки, какие усилия им приходится прикладывать, чтобы достичь того, что у нас уже есть.

— Какие у вас отношения с другими марками Kering, с Boucheron или с Ulysse Nardin? Что дает вам группа Kering?

— На прошлой неделе я пожал двести сорок пять рук, я встретился с каждым из наших сотрудников за четыре дня. И каждому сказал, что будущее Girard-Perregaux обеспечено именно потому, что она в группе Kering. Это необыкновенная группа, которая дает нам средства для развития марки. А что такое средства? Это раз-

деление опыта. Мы регулярно проводим встречи со всеми руководителями марок. Мы делимся друг с другом нашим опытом, нашими находками, мы помогаем друг другу на новых рынках. Мне ли не понимать силу группы, когда в течение многих лет я бился один и ни на кого не имел возможности опереться.

— У Girard-Perregaux почти нет бутиков, только два: один в Нью-Йорке, а второй в Гштаде. У вас нет желания открывать новые бутики — может быть, в Москве?

— Я во многом предпочитаю работу с мультибрендовыми магазинами. Ну а если мы поставим задачу усилить присутствие марки и захотим открыть монобренды, мы сделаем это с помощью наших партнеров. И только так. Знаете, если ваши партнеры приходят к вам с предложением открыть бутик, это означает, во-первых, что между вами есть доверие, а во-вторых, что ваши часы пользуются успехом.

— Что нам ожидать от Girard-Perregaux в Базеле?

— В коллекции Girard-Perregaux не хватает нескольких важных звеньев. Этим мы и займемся. То, что есть, сделано на высоком уровне и достойно только похвал. Но столпы коллекции нужно подпирать. Я приведу вам лишь один пример, вы знаете наш турбийон с тремя золотыми мостами. Ведь эти три моста — настоящий символ нашего дома. Я не буду говорить больше, но представьте себе целую линию на основе «трех золотых мостов».

Беседовали Екатерина Истомина и Алексей Тарханов

главный критерий —
не быстрые деньги,
а качество развития марки