

МЫ 235 ЛЕТ ПРОВЕЛИ В ЭТОМ ДОМЕ ЖАН-МАРК МАНСВЕЛЬ, CHAUMET



два века назад chaumet создавал французское высокое ювелирное искусство и до сих пор является сердцем вандомской площади в париже



Жан-Марк Мансвель стал генеральным директором дома Chaumet, принадлежащего группе LVMH, в 2014 году. У него огромный опыт: в течение последних десяти лет он работал для Louis Vuitton, а до этого — не меньше — для L'Oréal. Мы встретились с ним в штаб-квартире Chaumet, чтобы поговорить о коллекции Josephine и «Эфемерном музее» марки, открывшемся в ее бутике на Вандомской площади.

— Вы работали в разных компаниях, занимающихся производством luxury goods. В чем, как вы считаете, заключается специфика ювелирного производства?

— Ювелирная индустрия находится на перекрестке декоративных искусств, художественных промыслов и — в некоторой степени — модных тенденций. Специфика же — в особой ценности и редкости изделий. Ее можно описать формулой, состоящей из трех французских глаголов: etre, paraître, avoir — «быть», «казаться», «иметь». Во-первых, ювелирные изделия были и остаются частью культурного наследия. Во-вторых, они помогают нам казаться лучше и значительнее. Это украшение тела и обозначение социального статуса. И наконец, в-третьих, иметь их — значит использовать ювелирные изделия как инвестиции.

— Сменится ли с вашим приходом команда дизайнеров Chaumet?

— Нет, ни в коем случае! Во главе ее остается креативный директор Клер Деве-Ракофф, она — сокровище нашего дома.

— Что вам больше всего нравится в коллекции Josephine?

высокое ювелирное искусство и до сих пор является сердцем Вандомской площади в Париже. Изобретательность, уважение к традициям и непревзойденное мастерство — наша сущность, которую удалось пронести через века, чтобы обольщать современных женщин.

— Каковы для вас самые важные фирменные коды Chaumet?

— Тиара, отсылающая к царственному величию женщины, и синий цвет — символ величия.

— В последние годы Chaumet стал обращать больше внимания на производство сложных часов. С турбийоном, например. Будет ли развиваться это направление?

— Дом Chaumet создает ювелирные часы с 1811 года. Мы продолжим эту традицию, и все коллекции высокого ювелирного искусства будут включать ювелирные часы с часовыми осложнениями.

— Что вы думаете о новой выставке в вашем бутике — «Эфемерном музее»?

— У нас существовал музей, но он не был открыт для всех. Скорее для самых важных клиентов. Сейчас мы решили показать наши богатства новым поколениям. У нас накоплено немало шедевров, принадлежащих прошлым эпохам, и мы надеемся пополнить наше собрание новыми уникальными вещами. Это только начало. Мы будем показывать определяющие для истории ювелирного искусства Франции музейные украшения, дающие представление о технических особенностях ателье и фирменных эстетических кодах дома Chaumet. У нас в планах несколько значительных музейных выставок, но об этом пока еще рано говорить.

— Каковы, на ваш взгляд, вкусы русских клиентов и чем они отличаются от вкусов американцев, китайцев, японцев или европейцев?

— Я был в России много раз. На самом деле российский вкус близок европейскому, поскольку в наших странах похожая история развития искусства. Вы обладатели великой культуры камней и ювелирного мастерства, знатоки различных техник изготовления украшений, с такими клиентами удовольствие работать.

— Что играет более важную роль при управлении старой исторической маркой — ее миф, ее легенды, ее исторические герои или же все-таки маркетинг?

— Только все это вместе!

Беседовали Екатерина Истомина и Алексей Тарханов