



# МЫ НИКОГДА НЕ КОПИРУЕМ, МЫ ИЗОБРЕТАЕМ

## СИРИЛЛ ВИНЬЕРОН, CARTIER

COURTESY OF CARTIER



**— Cartier**  
Prive Tank Asymetrique  
с мануфактурным  
механизмом 1917 MC

Мы не отказываемся от сложных часов, любая сложность доступна нашим инженерам и нашим часовщикам, но нам нужно, чтобы это было усложнение, свойственное Cartier



**— Cartier**  
Pasha de Cartier,  
механизм  
с автоподзаходом  
в корпусе желтого  
золота 41 мм  
с заменяемыми  
кожаными  
ремешками



**— Cartier**  
Maillon de Cartier  
в корпусе  
розового золота  
с 401 бриллиантом  
на 8,37 карата.  
Кварцевый механизм,  
водонепроницаемость  
до 30 м

В начале марта, когда салон Watches & Wonders в Женеве еще не потерял надежду на открытие, марка Cartier собрала в Париже ближайших друзей, чтобы показать им свои новинки. В парижской штаб-квартире группы Richemont первое представление вел сам глава Cartier Сирилл Виньерон, журналисты смогли задать ему несколько вопросов.

— Был момент, когда Cartier ставила часовые эксперименты и выпускала концептуальные часы ID One, ID Two. Специальная часовая группа работала над сверхсложными моделями на вашей мануфактуре в Ла-Шо-де-Фоне. Похоже, для вас теперь важнее не сложность сама по себе, а стиль.

— Стиль для Cartier первостепенен. Мы изменили наш взгляд на инновации. Вы говорите об ID. Интересный концепт, но его было очень сложно реализовать. Мы предпочли более прагматичный подход. Наши клиенты ожидают от нас красоты, точности и качества. Часы должны быть удобными, чтобы их легко было носить, менять, чтобы они не требовали какого-то особого к себе отношения. Поэтому мы скорее думаем о том, чтобы вещи Cartier были красивыми, стильными, долговечными. Мы не отказываемся от сложных часов, любая сложность доступна нашим инженерам и нашим часовщикам, но нам нужно, чтобы это было усложнение, свойственное Cartier, — как это было, например, с «летающим» турбийоном в «таинственных» часах.

— Сейчас Cartier лидирует по объемам производства не только в группе Richemont. В зависимости от страны, в которой присутствует дом, это второй или третий самый продаваемый часовой бренд. Мы обсудили качество, но как вы справляетесь с количеством?

— Наша задача — обеспечивать клиентов по всему миру. Огромная проблема, между прочим, столь же важная, как часовое творчество. Мы работаем над цепочками доставки, операционными базами, покрывающими огромные территории, одна из них, например, расположена в Нью-Йорке, а другая — в Шанхае. Мы открыли еще одну в Токио. Мы пытаемся как можно чаще

встречаться с клиентами, чтобы понять, чего они от нас ожидают. Мы мониторим социальные сети: и более общие, и региональные вроде WeChat в Китае. Мы используем искусственный интеллект, стараясь предугадать желания людей, — кстати, это работает.

— Как вы используете искусственный интеллект и кто им занимается в Cartier?

— Cartier всегда был брендом пропорций и точности. И в дизайне, и в маркетинге. По прошлым покупкам часов можно вычислить новые тренды, вовремя нащупать свободные ниши и выгодные рынки. Искусственный интеллект позволяет нам следить за тем, что говорят о нас наши клиенты, и адаптироваться к их предпочтениям. Загляните в нашу лабораторию в швейцарском Фрибуре, там много интересного, там вам много чего расскажут, но, конечно, не все — есть у нас и секреты.

— Чего только не было в истории Cartier. Вам не надо ничего изобретать, за 173 года все было сделано.

— Правильно ли я понимаю, что вы спрашиваете: «Если вы продолжаете прославлять ваши „иконы“, значит ли это, что у вас не хватает фантазии на новые формы?» Вы знаете, что мы никогда не копируем, мы изобретаем. Мы пытаемся по-новому интерпретировать нашу классику. Среди недавних примеров — обновленная Panthere de Cartier, которая имела огромный, даже неожиданный успех. В числе новинок, которые мы готовили для Watches & Wonders, Maillon с системой интегрированного браслета — это абсолютная новинка, хотя и в духе Cartier. Мы вернули Pasha de Cartier, но тоже с такими формами, которых не было раньше, в том числе со скелетонном и циферблатом с движущимися бриллиантами. Среди новинок, конечно, и наш Tank Asymetrique, часы в форме ромба. Они были в истории Cartier, но посмотрите, как они современны именно сейчас.

— Может быть, сейчас современны соединенные часы?

— Технология — это отлично, но ее не может быть слишком много. Мы не стремимся на рынок соединенных часов — это скорее территория Apple и Samsung. Нам это не так интересно. Чтобы преуспеть в мире переноса, нужно прежде всего оставаться верными самим себе.

— Большинство представленных вами часов — женские?

— В центре внимания Cartier, конечно, женщины. При этом сейчас граница между «мужским» и «женским» в моде, часах, ювелирном деле все больше размывается. Мужчины носят украшения, женщины — крупные мужские часы. Старинное определение «дамские часы» даже звучит как-то глупо. Сегодня часы отца может носить и дочь. Это не значит, что все продукты теперь замышляются как «унисекс», нет, просто каждый самовыражается по-своему. В наших часах много и мужского, и женского — а вы уж сами выбирайте, чего вы хотите.

Затисал Алексей Тарханов