

## Женский корпус | "Le temps des femmes"

Author: Надя Мишустина, [Женева](#) , 08.04.2009.



Она пробила «стеклянный потолок» швейцарской часовой индустрии, став первой независимой женщиной-часовщицей. Жизель Руфер, президент и основательница марки Delance.

|  
Présidente et créatrice des montres Delance, Giselle Rufer est la première femme à devenir maître horloger indépendant.

"Le temps des femmes"

В средние века считалось, что хозяином времени был Бог. Он завел мировые часы, он их и остановит. С тех пор как часы перебрались с церковей на запыляемые, часовым делом управляют мужчины. Они создают механизмы и корпуса, руководят большей частью часовых компаний, то есть определяют и моду и дизайн и технические тенденции рынка. Швейцарская часовая индустрия – это главный мужской бастион в западном мире. В Женевской Гильдии часовщиков, основанной в 1601 году, не было независимых женщин-часовщиц. А теперь есть. Жизель Руфер с маркой часов для женщин Delance.

Инженер по образованию, Жизель основала компанию в 1994 году. Она по-прежнему ведет бизнес из своего дома в швейцарском Маколине, местечке недалеко от Бьенна-Билля с населением 615 человек. В Delance работает 29 мастериц, которые производят в среднем 300 пар часов в год по цене от 1, 400 до 80, 000 евро.

В мире высокого часового искусства - haute horlogerie - есть несколько женщин, которые пробили «стеклянный потолок» и занимают высшие позиции. Натали Вейсетт, исполнительный директор De Witt, Каролина Гроузи-Шойфеле, вице-президент Chopard. По данным отчета организации, наблюдающей за развитием швейцарской часовой индустрии (Convention Patronale Suisse de l'Industrie Horlogere), женщины добиваются успеха в PR, маркетинге или креативном дизайне часов (Магали Метрайле - креативный директор Jaeger LeCoultre, Арлетт Эмк, директор в Swatch Group), но не в области сверхточной инженерии.

Большинство компаний, включая Swatch и Rolex, принимают на работу женщин-инженеров. Школы, где обучают часовому мастерству, также привлекают маленький, но стабильный процент женщин. (Женщины составляют примерно 20% студентов). Но на часовых предприятиях даже дипломированные женщины работают, в основном, в отделах сборки, тестирования, ремонта или за столом секретаря - на низкооплачиваемых позициях, а не на уровне принятия решений.

Жизель решила пойти иным путем. «Я хотела создать часы для женщин, сделанные женщинами». Женскими считаются ювелирные часы, которые смотрятся как изящные украшения (Van Cleef and Arpels, Cartier), а также fashion часы (Chanel, Dior, Gucci). Есть другая тенденция - миниатюризация мужских механизмов. Иными словами, традиционные механические марки, созданные великими часовщиками (Blancpain или Girard-Perregaux) делают для женщин мини-версии мужских часов, которые, по словам Жизель, они «обсыпают ложками блесков и драгоценных камней».

Задача Руфери была очень непроста - сделать функциональные часы, внутри которых была бы серьезная техническая начинка (ETA 976.001 кварц или механика Piquet 8.10), но с узнаваемо женским внешним видом.

Ради этого для всех часов Delance был придуман знаковый корпус - ромб с двумя переплетающимися спиралями. Ромб символизирует жизнь и процветание, завиток спирали на вершине (12 часов) - женское начало, а кабошоны драгоценных камней в основании корпуса (6 часов) - мужскую силу, энергию.

«Мужчины и женщины по-разному относятся ко времени. Мужчинам нужно смотреть на секундомер, делать все последовательно. Женщины живут в другом ритме. Они могут делать несколько дел одновременно. Я хотела сделать сложные часы, которые отражали бы всю сложность женской жизни».

Из-за трагической гибели отца, когда Жизель было 14 лет, она вынуждена была оставить школу, чтобы помогать матери прокормить семью. Замужество в 22 года позволило ей продолжить учебу: она закончила художественную студию в университете Берна, а затем инженерный факультет в Бьенне, став первым в Швейцарии дипломированным компьютерным инженером. Способности Жизель привлекли грандов часового бизнеса, и в 1987 году 41-летнюю женщину пригласил концерн SMH (будущий Swatch Group) для запуска новой линии детских часов Flik-Flak. Через три года Жизель работала в Omega, создавая новые женские коллекции, однако ее мечтой оставалась полная независимость. Поэтому в 50 лет Жизель бросила свою работу, записалась на шестимесячный курс по предпринимательству, научилась составлять бизнес-план и начала обращаться в банки за кредитом.

«Никто не хотел давать мне ни одного сантима. Банкиры просто ухмылялись». Не желая признавать поражение, Жизель Руфер обналичила свой пенсионный фонд, взяла в долг у друзей и собрала достаточно капитала, чтобы представить свою первую коллекцию часов - 50 пар в 1995 году.

Наша газета: Вы начали свой бизнес в 50 лет. Обычно, это не тот возраст, когда начинают что-либо новое.

Жизель Руфер: А я накапливала опыт! Вы бы видели реакцию моих друзей. Как?! В таком возрасте?! Бросить хорошую позицию?! и ради чего?! У меня двое взрослых детей, дом, два образования, годы работы. Разве мало? Но на самом деле, я не искала приключений на собственную голову. Просто поняла, что делать то, что я по-настоящему хочу под вывеской другого бренда, пусть даже такого мощного как Omega, было невозможно. Мне понадобилось немало смелости, чтобы осознать, что я могу полностью реализовать свой потенциал, свои знания, таланты, умения именно играя по собственным правилам, имея свой собственный бизнес. А в остальном, это просто time-management. Если правильно распорядить свое время, можно преуспеть, даже когда ты не очень молода.

Философия вашей компании гораздо шире, чем производство часов. Ваша миссия – помочь женщинам реализовать себя. Вы считаете, что это актуально. Женщинам нужна помощь?

Считается, что гендерная ситуация изменяется к лучшему, если число женщин достигает «критической массы» в 30%. Но у нас в Швейцарии, помимо патриархальной инерции, которая тормозит рост числа женщин на руководящих позициях, есть еще и внутренний фактор. Он связан со специфическим, «военизированным» складом бизнес-культуры: на уровне принятия решений находятся мужчины, имеющие воинский ранг, и они принимают на работу своих «братьев» по армии. Сейчас, к счастью, для молодых ситуация начинает меняться. Смотрят на MBA, а не на то, с кем ты служил в армии.

Но остается еще и психологический «стеклянный потолок». Женщины часто хотят что-либо начать, у них есть идея или желание, они говорят «Я хочу сделать то и то», а в ответ слышат: «Нет, у тебя не получится, зачем тебе, ты не сможешь». И даже если она будет умной и пропустит это негатив мимо ушей, в подсознании все равно сидит голос сомнения, который подрывает ее веру в себя. Вот я и хочу этот голос изменить. Я всегда говорю женщинам – вы все можете. Реализуйте себя по полной! Я далеко не богата, но я в состоянии помочь. Вот, например, в 2008 году Delance стала одним из спонсоров 41 Шахматного фестиваля в Биле. Его победительницей стала 16-летняя россиянка Елена Таирова. Я имела большое удовольствие вручить ей главный приз - наши часы.

Вы говорите «наши» часы?

Моя компания – это, по сути, три человека в центральном офисе и 30 мастеров (29 женщин и один мужчина), каждый из которых работает у себя дома и отвечает за свой этап сборки – одна делает ремешки, другая циферблат, третья веб-сайт и так далее. Так в часовом бизнесе многие компании работают, мы не исключение. Но при этом все эти люди – моя команда. Они работают не на меня, а вместе со мной. И поэтому даже их должность называется не sous-traitant (подчиненный), а co-traitant

или co-equipier, товарищ по команде.

В чем отличие часов Delance от женских моделей, которые производят гранд-компании?

Раньше считалось, что Бог сначала создал мужчину, а потом женщину. Так рассуждали и производители часов. Сначала создавали мужские часы – с вечным календарем или другими техно-примочками, затем их тестировали, минимализировали, обсыпали драгоценными блестками и предлагали женщинам. Мужчинам – часы, а женщинам – часики. Считалось, что женщинам не свойственно разбираться в особенностях разных калибров и платин. Им позволялось разбираться в часовых механизмах не больше, чем в моторе своей машины, то есть вообще не разбираться. Вы не представляете, сколько раз у меня спрашивали «А ваши часы – водостойкие?» Будто если часы сделала женщина –они побрякушка. Не тут-то было. В часах Delance можно нырять на глубину до 30 метров.

Вы сделали специальные часы «со смыслом» для Хилари Клинтон?

Я принимала участие в конференции женщин-руководителей в Вашингтоне, где выступала Хилари Клинтон. Это было в 2007 году, в самом начале ее президентской кампании. Женщины со всего мира, которые собрались тогда в зале, страстно ее поддерживали. Энергия была просто потрясающая! Я придумала для Хилари особенные часы, как символ перемены в ее жизни. Напротив цифр 7 и 8 мы составили из бриллиантов изображения колеса, традиционного символа перемен. И я сама вручила ей часы.

Все модели Delance можно персонализировать. Можно выбрать особенные камни, символику, узор, чтобы отметить определенный этап в жизни – рождение ребенка, любовь, перемены. Часы Delance – это талисВУман, а не талисман!

Я с любопытством изучала истории послов вашей марки, среди которых и Ширин Эбади, лауреат Нобелевской премии. Есть женщины- лидеры, режиссеры, художницы... Кто может стать вашим послом?

Каждая женщина, которая носит наши часы, может при желании стать послом марки. Я верю в способность каждой женщины реализовать себя. Нет ничего такого, чего бы она не могла сделать. Главное – в себя поверить.

Больше узнать о марке вы можете на сайте <http://www.delance.com>.

[Женева](#)

---

**Source URL:** <http://www.nashagazeta.ch/news/style/zhenskiy-korpus>