

Limelight Tropical Flowers
Secret Montre, **Piaget**Polo Tourbillon Relatif
Yachting Inspiration,
PiagetMaster Compressor
Diving Pro Geographic
Navy SEAL's,
Jaeger-LeCoultre

© HENRI GILBERT MORVAN ALAN



Часы еще не пробили кризис

ИТОГИ XIX САЛОНА ЧАСОВОГО ИСКУССТВА В ЖЕНЕВЕ

Екатерина Истомина и Алексей Тарханов

В ЯНВАРЕ в женеvском выставочном комплексе Palexpo завершил свою работу XIX Салон часового искусства (Salon de la Haute Horlogerie, SIHH). Все восемнадцать славных предыдущих лет, с тех самых пор, когда блистательные часовые и ювелирные марки, подконтрольные влиятельной Richemont Group, покинули «народную» часовую выставку в Базеле, женеvский «салон отверженных» был, пожалуй, одним из самых показательных luxury-шоу в мире. Так, SIHH, небольшой город в стиле ар-деко, устроенный в седьмом павильоне Palexpo с допуском по «узким» спискам, на протяжении дня показывал предметы, чья стоимость непринужденно перемахивала планку в миллион франков, а вечером привлекал избранных на soïree, «голливудских» parties и чопорных ужинов на уединенных виллах в районе Колоньи, был цитаделью роскоши, помпезной, непобедимой, бескомпромиссной.

В 2009 году салон представлял интерес не только из-за своих неизменно драгоценных премьер. Были и еще две причины. Первая — частная, специфическая, которую могли оценить только те, кто много лет навещал женеvский салон в апреле, сразу же после Базельской выставки. SIHH впервые за все время своего существования состоялся не в апреле, а в январе. И невероятно выиграл: вечной усталости после выставки в Базеле не было, и премьеры запоминались лучше, и никто не спал на презентациях, и интервью с часовщиками и ювелирами принимали вид осмысленного разговора. Как заметил в этой связи остроумный президент Jaeger-LeCoultre Жером Ламбер: «Я помню, как раньше приходили по три человека на интервью. Один из всех сил держал диктофон, второй еле-еле задавал вопросы, а третий просто спал, уронив голову на мой стол. И я понимал, как страшно уставали после Базеля люди. Сейчас все по-другому».

Вторая причина — это, конечно, глобальный финансовый кризис. Уже в декабре Женева была полна панических слухов: мол, на часовых мануфактурах идут ужасные увольнения, продажи падают. SIHH должен был дать ответ: как же будет выглядеть ныне главная luxury-витрина мира? Будут ли заметны гримасы мирового кризиса? В городке ар-деко ничего не изменилось: клубника, десерты, лимузин-сервисы, шампанское, экзотические красавицы на reception desk. В личных беседах президенты марок (их на SIHH представлено 16 штук) выражали сдержанный оптимизм: дескать, вверенным им домам не впервой переживать войны и кризисы — переживем и этот.

Но один явный признак беспокойства был. Речь идет о выставке при входе в павильон SIHH, посвященной борьбе с часовыми и ювелирными подделками. Слоган для нее был выбран шокирующий: «Fake watches are for fake people» («Часы-подделки для поддельных людей»). Две видных организации — Fondation de la Haute Horlogerie и Fondation de l'industrie Horlogerie — выступили со специальным обращением, в котором особо отмечалось, что финансовый кризис — это время, когда продажи подделок швейцарских часов через интернет возрастут многократно. Обе организации поклялись общественности создать базу данных, где будут фиксироваться все участники гигантской преступной цепочки — от изготовителей до перевозчиков и продавцов.

Кризис пока почти никак не повлиял на новый ассортимент часов и ювелирных украшений. Секрет прост: многие марки не успели скорректировать тенденции, ведь эскизы и механизмы обычно проектируются как минимум за 1,5 года до их презентации. Впрочем, в некоторых трендах первые антикризисные меры уже поблескивают.

Черная полоса

Часы с черным корпусом и черным циферблатом можно было найти почти на всех стендах главных марок. Отлично нарисованные www.tc Shadow Girard-Perregaux, брутальные Baume & Mercier Riviera Magnum XXL, темные, как вода в порту, Panerai Luminor Regatta и дизайнерские карбоновые серии культовой модели Audemars Piguet Royal Oak.

Что же тут странного, спросите вы? Этот цвет вечен актуален: даже тогда, когда манекенщик в черном не выводят на подиумы (как это было в прошлом сезоне), всякий уважающий себя архитектор или дизайнер носит черное. Это цвет надежный, торжественный и многофункциональный: хоть свадебный, хоть похоронный. Но вот часы только сейчас научились облачать в безукоризненно черную одежду.

Проще было сделать корпус из платины, чем нанести на металл ровное, глубокое и главное долговечное покрытие. Над этой проблемой технологи мучились годами. И вот, наконец, прорыв. Радикально улучшились привычные покрытия, появилась техника напыления тончайших алмазных слоев, защищающих цвет, вошел в силу матово-черный карбон, блеснула керамика. Часовые дизайнеры радуются этому как дети, они дошли до того, что стали чернить даже белое золото (как Максимилиан Бюссер в новом варианте HM N°1) или сочетать с черными деталями алмазные паве и багеты. А когда им говоришь о провокативности сочетания чуть пластилинового на вид карбона и бриллиантового багета вокруг циферблата, улыбаются и говорят: «С химической точки зрения это одно и то же, что тот карбон, что этот».

Гости из прошлого

Винтаж рассчитан не только на любителей классики, уставших от абстракцизма современных дизайнеров. Историческая модель