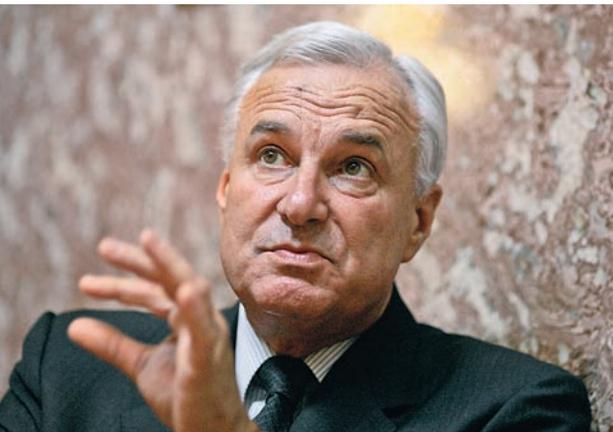


СТИЛЬЧАСЫ

февраль 2011



16__ **Бернар Форнас**
о том, как Cartier
служит часовой науке



16__ **Cartier Rotonde
Astroregulateur**



24__ В Женеве опять сверяют часы:
SIHH, **Салон часового искусства**,
прошел в 21-й раз



75__ **Rolex Learning
Center**, шедевр
Кацуо Сежимы
и Рю Нишизавы,
открылся в Лозанне



18__ **Алан Циммерман**
изучает историю
Baume & Mercier

18__ **Capeland
Baume & Mercier**
возвращается



Если старый классический американский миллиардер, наевшись ананасов с рябчиками, бежал к Patek Philippe и заказывал часы с 37 усложнениями, то нынешний классический американский миллиардер не считает нужным надеть на работу чистую тишотку, а про сложные часы знает столько же, сколько про образ маленького человека в произведениях Ф. М. Достоевского. Зачем часы, если время сейчас умеет считать даже электрическая духовка? Без часов можно обойтись — не мобильный телефон, в конце концов. Спросите у самих часовщиков, и они в этом признаются. Другое дело, что это признание прозвучит как женское «Иди и будь счастлив. Если сможешь». Часовщики делают ненужные вещи. Которые лишены практического смысла, во-первых, и, во-вторых, проигрывают в сравнении с электронными гаджетами, которые стали такими же объектами престижа, как когда-то часы. И этот престиж стоит сравнительные копейки. Цена самого дорогого ноутбука, не говоря уже об айфонах и прочих отпадах, несравнимо привлекательнее цены настоящих часов, которые никак не могут подешеветь, пусть даже на рынке сменились процессоры.

Мы живем в переходное время, когда часы из полезного прибора все стремительнее превращаются в бесполезное украшение. Можно счесть это началом катастрофы. А можно — концом целой эпохи лжи и ухищрений. Возможно, теперь часовщики должны поменять всю стратегию общения с клиентом. У них остается не так уж много козырей — история, сложность, красота и, главное, честное время, которое ими потрачено. Это время и есть мерило стоимости. Алмаз стоит дорого, потому что его создали века, часы стоят дорого, потому что за ними стоят месяцы работы. Но это должны быть действительные месяцы работы, а не маркетинговые трюки, призванные выдать тираж за продукт ручного