

ЗОЛОТО ЛУВРА

О ЧАСОВОМ САЛОНЕ BELLES MONTRES 2011 ГОДА

МАРИЯ СИДЕЛЬНИКОВА



— **Парижский часовой салон**, в отличие от своего женеvского коллеги, открыт для простой публики

Международный часовой салон в Париже Belles Montres — мероприятие молодое, которому, однако, удалось в нужное время занять нужное место. А именно, восполнить пробел и стать первым салоном не для профессионалов, но для широкой публики.

Концепция Belles Montres, кажется, лежала на поверхности: приоткрыть дверь в закрытый мир часовщиков обыкновенным любителям часов, которых с каждым годом становится все больше. Это подтверждают и основатели Belles Montres — семейная пара Алан Фо и Катрин Фо-Тобьяс. Пять лет назад, когда открывался первый Салон, они не знали, наберется ли хотя бы сотня посетителей. Но в этом году, в первый юбилей их инициативы, в залах Carousselle de Louvre уже было тесно: прогнозы обещали как минимум 13 тыс. человек. Более того, этой осенью Belles Montres уже шагнул в Шанхай — азиатский и, в частности, китайский рынок для европейских часовщиков остается главным направлением. Но первый «заморский» опыт, увы, оказался не самым успешным: сначала не согласились приехать главные часовые марки из Richemont и Swatch Group, потом разочаровали и сами китайцы. За пять дней в огромный Шанхайский выставочный центр (это бывший Дом советско-китайской дружбы) пришли чуть более 7 тыс. человек. По китайским меркам это сущие единицы. Но устроители Салона не отчаиваются и собираются на будущий год вновь идти грандиозным часовым походом на город, «где количество миллионеров увеличивается каждый день».

В парижском салоне Belles Montres-2011 приняли участие 52 часовых и ювелирных дома всех возрастов и рангов. Старшее, маститое поколение



— **Chaumet**, Dandy Metronome



— Мастер-классы — образовательная часть **Belles Montres**



— **Dior**, La D de Dior



— **Piaget**, Limelight Garden Party

почтенных марок с длинной и богатой историей представили классики Vacheron-Constantin, Jaeger-LeCoultre, Ulysse Nardin, Piaget, Cartier и Audemars-Piguet. За команду «молодых и дерзких» выступили марки Hublot и Richard Mille. И особняком стояла третья партия участников, которых организаторы нежно называют «маленькие швейцарцы», — MB&F, Vianney Halter, Peter Speake-Marin, Urwerk, Sarganeva. Это независимые производители или же совсем миниатюрные часовые дома, которые не привязаны к прошлому, традициям и не стесняются искать себя, подчас резко меняя направление.

Независимо от статуса марки — будь ты революционер или классик, максимальная площадь стенда Belles Montres ограничивается 30 м. При этом небольшое выставочное пространство должно оставаться максимально открытым. Таким образом, основатели Салона хотят оградить парижскую выставку от ассоциаций со знаменитыми швейцарскими часовыми ярмарками. На Belles Montres продажи запрещены, настаивают в один голос супруги. Но по большому счету часовщики здесь все-таки ведут изощренную предпродажную агитацию. Примерка, цены, визитки, долгие рассказы о прелестьях той или иной модели... И если представитель марки чувствует, что клиент больше не в силах бороться с желанием «сделать это немедленно», для таких случаев припасен изящный, вполне французский маневр. У входа в салон стоит новенький, сверкающий яркой краской Jaguar (автомобильный партнер Салона этого года), всегда готовый доставить потенциального покупателя в ближайший бутик или корнер марки.