



__Roger Dubuis,
La Monegasque
in Pink Gold



__Roger Dubuis,
Velvet Diamonds
in White Gold



ственных возможностей купленной ими старинной швейцарской мануфактуры Minerva. Главный хранитель, старый мастер и мудрый часовщик «тикающей старушки» Minerva Деметрио Кабиду (интервью с ним — на стр. 83) благодарен монументальному тевтонскому дому Montblanc за осторожный патронаж и за предоставленную возможность настоящего технического и стилистического творчества. Артистическая свобода даже в суровых маркетинговых рамках, а также постоянная ставка на рекорд — это тоже верный знак Женевского салона.

Если вы не умеете (не готовы или не ставите задачи) удивлять публику, то вряд ли войдете в этот узкий женевский круг SIHH. Здесь нужно быть, например, неистовым Ришаром Миллем, близким другом великих спортсменов современности (интервью с харизматичным часовщиком — на стр. 30). Или же умнейшими изобретателями из Greubel Forsey: в Richemont Group этих молодых механиков-экспериментаторов заметили несколько лет назад и тут же помогли — вложенным капиталом и приглашением на SIHH.

Другой пример — Roger Dubuis, молодой технический мануфактурный бренд, за короткий срок сумевший построить под Женевой мануфактуру, создать и выпустить 31 калибр. В этом году в Roger Dubuis вернулся один из создателей дома — часовщик Роже Дюбуи (об этом — на стр. 85), который обещает помогать марке, переживающей ныне значительное переосмысление своей философии.

Но соцветием SIHH, конечно же, считаются сермяжные бренды — соль и перец, сила и слава часового ремесла, почтенные патриархи, которые неспешно, с достоинством ведут часовой счет уже на века. Это A. Lange & Sohne, Audemars Piguet, Baume et Mercier, Cartier, JeanRichard, Girard-Perregaux, IWC, Jaeger-LeCoultre, Officine Panerai, Piaget, Vacheron Constantin, а также Van Cleef & Arpels, ювелирный французский бренд, придумавший и запатентовавший Poetic Complications, «Поэтические усложнения», оригинальную ювелирно-часовую концепцию, подражать которой сегодня стремятся многие щепетильные французы — от Hermes до Boucheron.

Каждая из упомянутых марок всемирно и заслуженно знаменита. Любая из марок, несмотря на успехи и открытия, жаждет профессионального внимания, дружеской заботы и вообще искреннего человеческого тепла — нынешний салон 22-й, и многие его участники встречаются здесь из года в год без перерывов, кто 15, а кто и 20 лет подряд. Каждое исчезновение, каждое появление нового действующего лица означает настоящий передел мира.

В 2012-м из павильонов SIHH ушли стильные британцы из Dunhill — что греха таить, они почти уже не занимались часами, а все пытались сыграть на значительных дизайнерских заслугах прошлых лет. Ведь дому Dunhill случилось представлять отличные стильные, оригинальные часы, которые



АЛЕКСЕЙ ТАРАХОВ



__IWC, Spitfire
Perpetual Calendar
Digital Date-Month:
роотор сделан в форме
боевого британского
самолета

делал их дизайнер Джон Болт. С уходом гордых англичан, чей стенд напоминал старинную библиотеку «с привидениями» где-нибудь в поместье Хэмпшира, на SIHH образовалась вакантная полезная жилплощадь. В этом году пустующее место занял шумный пресс-центр, но понятно, что в следующем мы увидим здесь новых участников.

О том, что эти участники обязательно будут, говорит и обнародованный факт переезда: в 2013-м из Женевы в Базель переберется компания Girard-Perregaux, обосновавшаяся на SIHH при прежних хозяевах. После смерти главы Girard-Perregaux Луиджи Макалузо марка перешла к Gucci Group, которая теперь собирает все свои часовые батальоны на BaselWorld. За Girard-Perregaux последует и его младший сводный брат JeanRichard. О том, что найдут и потеряют в Базеле Girard-Perregaux и JeanRichard, нам рассказал старший сын Луиджи Макалузо, Стефано Макалузо, ныне занимающий пост CEO Girard-Perregaux (интервью с молодым президентом — на стр. 28). Одни из главных претендентов на места двух брендов — часовщики из Ulysse Nardin. Две часовые выставки — Женева и Базель — не просто сближаются (женевские марки участвуют в дополнительной программе Базеля, базельские — приезжают в Женеву, чтобы показать свои новинки, пусть и не на самом салоне, но хотя бы во время его), но и меняются действующими лицами. Базель перестраивается и растет, в Женеве масштабы скромнее, но есть собственная порода, гордость, свой класс. Будет любопытно посмотреть на них через 10–15 лет: не сольются ли однажды две ярмарки в одну, как это и было 22 года назад? Быть может, их подтолкнет к этому новый экономический кризис?

На SIHH 2012 снова, как и в 2009 году, говорили о кризисе. Финансовый кризис напоминает коммунизм: он бродит по Европе, будто классический призрак. Но цифры говорят об обратном: из кризиса 2008 года швейцарская часовая промышленность вышла окрепшей и посвежевшей, а 2011 год стал вообще рекордным по часовым продажам. И это несмотря на то, что швейцарский франк поднимался в цене на фоне падения других валют, золото дорожало, мир терял стабильность.

Конечно, огромную роль в спасении часовой промышленности играет Китай, большие ставки делаются на страны Центральной и Латинской Америки (Мексика, Бразилия, Аргентина). Но дело даже не в реальном кризисе, а воздействии этого понятия на умы. Учитывая время, которое уходит на создание новых часов, многие коллекции, разработанные в кризисных