
REUTERS

__Самый богатый человек Франции владелец люксового холдинга LVMH **Бернар Арно** собирает не часы, а часовые марки


АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

__Президент Hublot **Жан-Клод Бивер** взял в свои руки все часовые марки LVMH


GPHG

__**Жан-Фредерик Дюфур** сменил звезду Zenith на корону Rolex

сывается, не бывает, не участвует. Их пиар-служба расскажет о теннисе, гольфе, программе поощрения молодых талантов, но собственно о часах не скажет даже под пыткой. Можно по пальцам пересчитать журналистов, побывавших в ее цехах, в то время как конкуренты раскрывают объятия и рады, когда о них пишут, Rolex предпочитает подписки о неразглашении. На вопрос о реальных цифрах и планах менеджмент отвечает дежурной шуткой: «Я скажу, но потом мне придется вас убить», и в этой шутке лишь доля шутки.

Другие марки находятся в постоянном поиске, меняют размеры, материалы, механизмы, здесь же придерживаются английского правила: «нет новостей — хорошие новости». Знаменитый корпус Rolex Oyster сохраняет узнаваемые черты с 1926 года, и название «Устрица» как нельзя лучше говорит о дружелюбии и открытости марки.

Они сделали то, о чем мечтают маркетологи всего мира,— имя «Ролекс» (кстати, придуманное, как говорят, по звуку заводной головки) означает именно часы и именно такие. У них нет турбийонов и репетиров, в большинстве часов стоит базовый механизм с тремя стрелками, и при этом их часы — золотая валюта, будь они из золота или из стали. «“Ролекс” он и в Африке “Ролекс”,— сказал мне однажды знаменитый часовой журналист, отставной военный, искатель приключений Стефан Чешка.— У тебя кончаются деньги, ты снимаешь с руки “Ролекс”, его возьмут всюду».

Три человека возглавляли Rolex на моей памяти. До 2011 года — Бруно Мейер, после — 67-летний Джан Рикардо Марини: это были истинные люди Rolex, звучавшие не громче заводной головки, публика насилу знала их лица. Маркой с изображением короны они правили в тишине.

45-летний Жан-Фредерик Дюфур — человек другого поколения, один из главных часовых медиаменеджеров. С того самого момента, когда он был назначен главой марки Zenith, он был у всех на виду и охотно делился новостями, на которые под его руководством марка была щедра. Его предшественник Тьерри Натаф едва не угробил старинное 150-летнее швейцарское предприятие, превращая его в эфемерно-модный бренд, Жан-Фредерик Дюфур вернул классику и привел Zenith в зенит. Когда в ноябре 2013 года я вручал ему главный приз часового конкурса в Женеве, он был счастлив как спаситель знаменитой марки.

Меж тем не с нее он начинал. Ему пришлось поработать в Chopard, Ulysse Nardin, а также в принадлежащих Swatch Group марках Blancpain и Leon Hatot. Именно в Swatch Group он встретился с нынешним главой часового подразделения французского люксового холдинга LVMH, к которому относится и дом Zenith, человеком атомной харизмы — Жан-Клодом Бивером. С тех пор Бивер числит его своим учеником.

Возможно, ученику надоело опять ходить под учителем, и он ушел в большую жизнь, в Rolex. Тем не менее Жан-Клод Бивер прокомментировал уход главы одной из основных марок LVMH к главному конкуренту вполне достойно: «Это гениально для него. Он садится на трон швейцарской часовой промышленности. Звезда — символ “Зенита” — привела его к короне, символу “Ролекса”». Посмотрим теперь, кто кого изменит — Дюфур “Ролекс” или “Ролекс” Дюфура.


JOHANN SAUTY / ZENITH

__**Альдо Магада** принял Zenith из рук Дюфура с благословения Бивера

## Звезда переменчивая

Зенитовский символ — это звезда. Причем не падающая, а восходящая. Место Дюфура пустовало недолго. Холдинг LVMH, которому принадлежит не только Zenith, но и Bvlgari, TAG Heuer, Hublot, позвал для руководства маркой Альдо Магада, 56-летнего швейцарца, давно известного в часовых кругах менеджера вторых ролей. Что совершенно не упрек. Не секрет, что на вторых ролях в марках и предприятиях чаще всего находятся самые дельные и разумные люди.