

ДНИ НЕЗАВИСИМОСТИ CHOPARD ПРАЗДНУЕТ 155-ЛЕТИЕ АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ



— Семья Шопар



— Луи-Улисс Шопар
(справа) с семьей



— Колье High Jewellery из золота с рубеллитами, аметистами и шпинелью

Карл-Фридрих Шойфеле, сопresident Chopard, невозмутим и вежлив, как германский профессор. Но и он едва не подскакивает на месте, услышав мой вопрос: «Довольны ли вы, что ваша семья полвека назад купила Chopard?» Карл-Фридрих смотрит на меня как на сумасшедшего. Только то, что мы знакомы уже лет пятнадцать, спасает меня от немедленной расправы. Мой собеседник берет себя в руки.

«Мои родители очень рисковали, — говорит он, — но благодаря их настойчивости и таланту не только они, но и мы с сестрой заняты прекраснейшим в мире делом. Кроме того, не погибла замечательная часовая марка. Chopard была спасена, и теперь мы собираемся отпраздновать 155-летнюю годовщину дома, который мы бережем уже больше полвека».

У Chopard — серия юбилеев. В 2013 году — полвека со времени покупки, в 2015-м — 155 лет с момента основания марки. Семья Шойфеле и Шопар познакомились в 1963 году, когда Карл Шойфеле, отец моего собеседника, немецкий ювелир из Пфорцхайма, стал искать себе швейцарского партнера, который мог бы взять на себя производство механизмов для часов. При необходимости он был готов партнера купить — таков был тогда тренд, швейцарские мануфактуры меняли хозяев, дешевые кварцевые часы разоряли потомственных механиков.

Карл Шойфеле и его жена Карин в итоге выбрали марку Chopard, существующую с 1860 года. Она была основана Луи-Улиссом Шопаром в деревушке Сонвилле в горах Юра, потом перешла к его сыну Поллю Луи Шопару, потом к внуку Поллю Андре, который перенес ее производство в Женеву. Марка по-прежнему оставалась в руках семьи, но, как и многие другие старинные часовые предприятия, находилась не в лучшей форме — в

1960-х в ней работало всего пять мастеров. Семидесятилетний Поль Андре был бы рад избавиться от тяготившей его ответственности, но не хотел продавать дело случайному человеку. В Карле Шойфеле он увидел профессионала, который не погубит отцовское и дедовское наследие. Шойфеле были столь же внимательны. «Посетив женевскую мануфактуру и увидев пожилого господина Шопара за своим станком напротив окна, я понял: наши предприятия просто созданы для сотрудничества. После получасовой беседы я убедился в правильности сделанного выбора», — вспоминал потом Карл Шойфеле.

Покупка L.U.C. Chopard была для известных германских ювелиров сродни сделке, которую заключали в Средневековье при покупке земель, дававших право на корону. Но как и тогда, принять корону было первым шагом, вторым — ее не потерять. Карл и Карин Шойфеле не подвели старика Поля Андре, они сделали все для того, чтобы дело швейцарских часовщиков продолжило существовать и имя Шопар не потерялось в горах, как это произошло на рубеже 1970-х с десятками других имен.

Прежде всего они стали развивать ювелирные часы, то, что было им понятнее и ближе. Одной из главных находок марки стала линия «плавающих бриллиантов» Harry Diamonds. Впервые в истории ювелирного искусства часы оказались украшены бриллиантами, не закрепленными в оправе, а свободно скользящими по циферблату. Это легко сказать, но чрезвычайно трудно добиться того, чтобы камни, помещенные между двумя прозрачными дисками, свободно перемещались и не царапали сапфировое стекло. Эффектная дизайнерская идея здесь, как всегда у Chopard, была поддержана серьезной работой инженера.