

# НОВЫЕ ВРЕМЕНА BASELWORLD ПЕРЕСТАВЛЯЕТ ФИГУРЫ



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ



— В дни открытия Базельской ярмарки в музее Fondation Beyeler проходила выставка к 80-летию **Георга Базелица**. Его «**Фрау Ультрамарин**» тоже носит часы



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

«В 2018 году мы решили — лучше качество, чем количество», — говорит директриса Baselworld Сильви Риттер. И это скорее похоже на попытку представить невыгодную реальность в выгодном свете.

Базель и в самом деле ужас: из 1,3 тыс. марок, представленных здесь в прошлом году, осталось только 700. Именно это называется в шахматной партии «потерей качества». Сократилось и время ярмарки. А это уже называется цейтнот.

Марки задумываются о рокировках — в Женеву на SIHH или и вовсе на свободные поля, где у них не потребуют столько денег. «Мы недовольны выставочным рэкетом», — повторили мне не под запись слово в слово три руководителя важных базельских марок. Игроки группы Kering уже покинули Базель ради Женевы, и это были достойнейшие марки. Говорят, что недовольство проявляют часовые гурзу господствующей на площадке Swatch Group и другие мейджоры индустрии.

Все они связаны с Базелем долгосрочными контрактами, но у многих время аренды истекает в ближайшее время. Трудно сказать, ворчит ли старая гвардия для того, чтобы и вправду уйти, или для того, чтобы остаться — но подешевле. В то же время есть марки, которые вроде бы не собираются покидать город на Рейне. «Один Baselworld стоит года путешествий», — считает ветеран Базе-

ля, глава часового подразделения LVMH Жан-Клод Бивер, и с ним согласны многие новички. Глава Messika Валери Мессика очень довольна своим огромным новым стендом. «Ничего лучше и быть не может, чтобы увидеть клиентов и журналистов со всего мира», — говорит она.

При этом сама индустрия демонстрирует скорее признаки подъема. С января продажи идут вверх. За зиму достигнут рост 12,9%, что теоретически может обещать такой же удачный год, как 2014-й, когда швейцарцы продали часов на 22 млрд франков.

Пока Европа колеблется, ее место снова занимают Азия и Америка. По данным Федерации часовой промышленности Швейцарии, продажи в Китае и США увеличились больше чем на 25% по сравнению с прошлым годом. На самом деле подробную статистику ведут только швейцарцы. Но поскольку, кроме японцев и немцев, других часов на рынке, считайте, нет, цифры вполне универсальны.

Проблема лишь в том, где теперь будут производиться продажи: в Базеле, в Женеве, в Париже — или где-то в совсем другом, виртуальном мире. Посмотрим на итоговую таблицу этого шахматного турнира, уже сто лет ведущегося по «швейцарской системе», но превратившегося в игру на выбывание, в следующем году.

Алексей Тарханов