

# europa star

www.europastar.com



THE WORLD'S MOST INFLUENTIAL WATCH MAGAZINE ESPAÑOL



## MARCAS INNOVADORAS & NUEVOS RELOJEROS

EDICIÓN EN ESPAÑOL

Distribución  
España & América Latina  
por [www.horalaatina.com](http://www.horalaatina.com)

Nº 1 / 2007 Año 65



BASELWORLD / SIHH 2007

> **La relojería del mañana** - Las caras de nuestro 80 aniversario

## Hombres que dirigen los destinos del mundo llevan relojes Rolex

Usted conoce sus nombres como el suyo propio; ha visto sus caras miles de veces en los periódicos; ha leído las reseñas de sus vidas en centenares de artículos; los ha visto y ha oído sus voces en el cine y por televisión. Sus actos y decisiones tienen gran influencia en nuestra norma de vida. No mencionaremos sus nombres ni reproduciremos sus retratos. No es menester, porque pertenecen a la realeza, o son jefes de Estado o grandes caudillos; pero le invitamos a usted a mirar con atención las próximas fotografías que de ellos vea, a observar sus muñecas, y no solamente sus caras y sus trajes. Podrá apreciar entonces que la mayoría de ellos llevan un reloj de pulsera y lo más probable es que ese reloj sea un Rolex fabricado en Ginebra. Nos sentimos orgullosos por el servicio que los relojes Rolex prestan a hombres tan eminentes. Es innecesario decir que esos relojes funcionan con máxima precisión y seguridad.

*Todos los Rolex Datejust obtienen invariablemente un Certificado Oficial de marcha con la mención «Resultados sobresalientes». La caja Oyster, impermeable al agua, protege la máquina contra todos sus enemigos. El rotor Perpetual da cuerda completa y automáticamente; mantiene una tensión constante e igual del muelle real aumentando así todavía la precisión del reloj. La fecha aparece en la esfera, ingeniosamente ampliada por la lupa patentada «Cyclops».*



CRONÓMETRO  
SELLO ROJO  
ROLEX

**El Rolex Oyster Perpetual** es la culminación de tres triunfos de la casa Rolex. En 1910, Rolex obtuvo su primer certificado oficial de marcha para un cronómetro de pulsera. En 1926, Rolex inventó la caja Oyster, la primera caja verdaderamente hermética del mundo. En 1931, inventó Rolex el primer dispositivo rotors de cuerda automática, gracias a un nuevo perfeccionamiento, el rotor Perpetual da cuerda silenciosa y automáticamente al Oyster Perpetual, accionado por el más leve movimiento de la muñeca.



# ROLEX

Una etapa en la historia de la medida del Tiempo



CRONÓMETRO  
SELLO ROJO  
ROLEX

# Ochenta años de servicio por la relojería del mañana

Este año se celebra el 80 aniversario de Europa Star, y como suelen decir, "todavía tenemos todos nuestros dientes". Si, hace 80 años, nuestro abuelo Hugo Buchser colocó los cimientos de Europa Star. En 1927 lanzó lo que fue la predecesora de nuestra revista actual con el formato de la primera Guía de "Compradores" de Relojes, Joyas e Industrias Relacionadas. Durante aquella época, mucho antes de que nadie hubiera podido imaginar que incluso en un mundo de ciencia ficción existiría alguna vez una herramienta de comunicación y conocimiento como Internet, su guía de compradores de bolsillo, totalmente innovadora (la versión impresa del "Google" de aquel tiempo) fue una herramienta muy útil y popular en la industria.

A medida que pasaba el tiempo, esta guía se convirtió rápidamente en una revista que se distribuía por todo el mundo y se publicaba en muchos idiomas: español, inglés, francés, alemán, ruso, árabe, hindú, urdu, tailandés, japonés, chino etc. En 1960, bajo la dirección de nuestro padre, Gilbert Maillard, estas publicaciones se transformaron en la Europa Star que hoy conocemos.

Desde el principio, nuestra misión se centró en la exportación de relojes y el número de lectores estaba compuesto por los profesionales de la gran comunidad que formaba la industria relojera internacional. Durante las primeras décadas, estuvimos prácticamente solos en este cometido. Hoy existen cientos de revistas de relojería, sin embargo, Europa Star permanece exclusiva. Aunque el público general de no profe-

sionales también la valora, la revista va dirigida principalmente a los profesionales de la industria y aficionados de todo el mundo, deseosos de leer reportajes documentados e imparciales, juntos con análisis independientes, libres de toda presión externa.



Pero, si hemos durado 80 años, es sobre todo porque nosotros siempre mantenemos nuestro objetivo en el futuro. Por lo tanto, en este año de celebración, no vamos a hacer hincapié en nuestra historia, a pesar de que estamos totalmente orgullosos de ella. En vez de ello, preferimos analizar lo que está sucediendo aquí y ahora, a fin de poder descifrar mejor lo que ocurrirá mañana. Como siempre, el futuro nos aportará muchas sorpresas, porque tal como dicen "los enanos de hoy en día pueden ser quizás los gigantes del

mañana." Por esto, fieles a nuestra historia y a nuestra herencia, continuaremos ofreciendo una visión "democrática" de la relojería.

Europa Star es la única revista que cubre toda la gama de la industria relojera, aceptando a todos los participantes, desde los más modestos a los más gloriosos. Como ejemplo, este número examina las marcas emergentes, las recién llegadas a la industria formadas por relojeros jóvenes y emprendedores, algunos de los cuales serán sin duda fuerzas mayores en la industria relojera del futuro.

Otro ejemplo del espíritu "democrático" de la revista es la galería de 80 retratos que se presentarán durante este año. Esta galería incluirá a hombres y mujeres, ya sean sencillos artesanos o directores generales de grandes marcas, que actúen entre bastidores o bien en el escenario central. Estos retratos ofrecerán una selección de los participantes de la industria quienes, a su propia manera, como miles de otros, están creando la relojería de hoy, mientras colocan los cimientos del mañana. Ochenta retratos, ochenta años y seguimos contando ...



*G. Maillard P. Ricci*

# CHANEL

## J 12

PARIS. CANNES. LONDON. MILANO. DUBAI. MOSCOW  
NEW YORK. LAS VEGAS. BEVERLY HILLS. HAWAII. TOKYO. OSAKA. TAIPEI. HONG KONG

[www.chanel.com](http://www.chanel.com)



CHANEL

J12  
AUTOMATIC

## EDITORIAL

- 1 Ochenta años de servicio por la relojería del mañana

## PORTADA

- 7 de Grisogono: Siete años sensacionales

## PERFILES

- 14 Las caras de nuestro 80 aniversario:  
Denis Asch, Anne Biéler, Vincent Calabrese, Isabelle Daucourt,  
Michel Huber, Jérôme Lambert, Stéphane Linder, Dr. Henry Tay,  
Dr. Ludwig Oechslin.

## INTRODUCCIÓN

- 23 Larga vida a la nueva ola en relojería

## MARCAS INNOVADORAS Y RELOJEROS JÓVENES

- 24 H. Moser & Cie, directo a lo esencial
- 28 **Innovadores de todo el mundo:**  
Delaloye, Romain Gauthier, Hautlence, Lang & Heyne, McGonigle,  
Stepan Sarpaneva, Van der Gang.
- 34 **El tiempo pasará...**  
Cuervos y Sobrinos, deLaCour, Louis Erard, Jean-Mairet & Gillman,  
Romain Jérôme, Speake-Marin, Tellus, Franc Vila.

- 42 **Las nuevas marcas encuentran un nicho**  
Bozeman Watch Company, Cvstos, HD3, Nite, Reactor,  
Volna, Voltime, World Chronos.

## LA ESQUINA DEL DETALLISTA

- 52 Las nuevas marcas de reloj: mucho riesgo y una gran posible recompensa

## HABLANDO LIBREMENTE

- 56 Fabricado al 100% en Suiza – La conmovedora historia de Europa Star

## PUBLIREPORTAJES - ENFOQUE ANUNCIANTES

- 17 Perrelet 1777  
32 Festina Oro  
39 Grupo Munreco  
40 Orient Watch  
48 Time Force  
50 Adolfo Domínguez



### INSTRUMENTO NOVANTATRE por de Grisogono

Reloj de oro rosa de 18 quilates (47,2 x 40 mm) equipado con un movimiento mecánico automático que controla automáticamente los meses de 30 ó 31 días. Fecha grande a las 12 h, mes a las 8 h, y pequeños segundos en una subesfera las 5h. Esfera negra con diseño guilloché radial y dos índices de gran tamaño 9 y 3. Un fondo de caja de cristal zafiro muestra el familiar movimiento ennegrecido, correa de caimán o galuchat sujeta con asas articuladas.

### de Grisogono

Sede Central:  
176 bis, Route de St. Julien  
CH – 1228 Plan-les-Ouates /  
Ginebra  
Suiza  
Tel: +41 22 817 81 00  
Fax: +41 22 817 81 88  
Web: www.degrisogono.com

### Europa Star

25 Route des Acacias  
CH-1227 Ginebra  
Suiza  
Tel +41 22-307 78 37  
Fax +41 22-300 37 48  
www.europastar.com

© 2007 EUROPA STAR

Las opiniones expresadas en esta publicación son personales de sus autores y no necesariamente de Europa Star.





PATEK PHILIPPE

GENEVE

Inicie su *propia* tradición.



Nunca un Patek Philippe  
es del todo suyo.



Suyo es el placer  
de custodiarlo hasta la  
*siguiente* generación.



El legendario diseño de los años 70  
de Patek Philippe, inspirado en la portilla  
de un trasatlántico, ha evolucionado.  
Una nueva caja de gran tamaño, alberga  
un mecanismo de cuerda automático  
con indicador de la reserva de marcha,  
calendario y fases de la luna.

El Nautilus, todo un mito de la relojería,  
ha vuelto a nacer. Ref. 5712/1A.

Tel: (34) 93 241 88 88. [www.patek.com](http://www.patek.com)

# IBERJOYA

FERIA DE  
MADRID

39

Salón Internacional  
de la Joyería,  
Platería, Relojería  
e Industrias Afines  
International Jewellery,  
Silverware, Watch  
and Auxiliary Industries  
Exhibition  
13-17  
septiembre/september

2007



**LINEA IFEMA / IFEMA CALL CENTRE**

LLAMADAS DESDE ESPAÑA / CALLS FROM SPAIN  
INFOIFEMA 902 22 15 15

LLAMADAS INTERNACIONALES (34) 91 722 30 00  
INTERNATIONAL CALLS

FAX (34) 91 722 57 92

IFEMA Feria de Madrid  
28042 Madrid  
España / Spain

[iberjoya@ifema.es](mailto:iberjoya@ifema.es)

[www.iberjoya.ifema.es](http://www.iberjoya.ifema.es)



IFEMA  
**Feria de  
Madrid**



INSTRUMENTINO, 2001

# C

Cuando Fawaz Gruosi presentó su primera colección de relojes en el año 2000, y a pesar de la incuestionable originalidad del Instrumento No. Uno, muy poca gente anticipó el alcance y el éxito que la marca de Grisogono alcanzaría ya a los primeros pocos años de su existencia.

Fawaz Gruosi, formado en el diseño de joyas y objets d'art, fundó su propia empresa de Grisogono en 1993 y abrió una boutique en Ginebra. Las creaciones de de Grisogono atrajeron el interés del consumidor al presentar en sus joyas el poco reconocido (hasta aquel momento) diamante negro como también lo hizo en otros objetos cotidianos como gafas de sol y el entonces prometedor teléfono móvil. En 1997 y 1998 abrió boutiques en Londres y Gstaad respectivamente, a las que siguió una rápida sucesión de aperturas en Roma, Paris, St.Moritz, Kuwait, Moscú y Hong Kong.

La primera incursión de Gruosi en el mundo del reloj fue su creación de los relojes de joyería de Chopard, uno de los cuales fue la sumamente innovadora colección Ice Cube. Con el éxito de esta colección todavía resonando, Fawaz Gruosi tomó la arriesgada decisión de lanzarse a la producción de relojes bajo el nombre de de Grisogono.

El resto, como se dice ya es historia... de todas maneras, echemos un vistazo en orden cronológico, a los relojes creados y fabricados durante los siete años de existencia de la marca.

## 2000 - Instrumento No Uno

El primer de Grisogono marcó el nivel para todas las futuras piezas de relojería de la marca.

El Instrumento No. Uno, agradable desde el punto de vista estético combinaba la tradición con la originalidad de la forma y las complica-

# de Grisogono: Siete años sensacionales

*Una mirada a los logros de un diseñador de joyas altamente imaginativo que se aventuró en el mundo especializado y competitivo de la "haute horlogerie".*

›D. Malcolm Lakin



INSTRUMENTO NO UNO, 2000

ciones mecánicas.

Con su caja cuadrada, los lados ligeramente curvados y dispositivos articulados, el reloj tenía un indicador de segundo huso horario y, sorpresa, sorpresa, una gran apertura de fecha a las 7.30 h, una característica que hacía destacar inmediatamente este reloj. La corona era estriada, de fácil manejo con un diamante negro montado y el movimiento utilizaba un calibre modificado automático.

Con su doble esfera disponible en quince versiones diferentes, reserva de marcha de 42 horas y estanco en agua hasta 30 metros, el

Instrumento No. Uno alcanzó un éxito instantáneo, que dejó tanto a los especialistas como a los aficionados con una gran expectación por las futuras creaciones de la marca.

## 2001- Instrumentino

El Instrumentino, manteniéndose en el espíritu del Instrumento No Uno, se lanzó para satisfacer la demanda femenina. Un 15% más pequeño que su predecesor, medía 49 x 19 mm, este modelo en oro de 18 quilates, blanco, amarillo o rojo, también se podía encontrar montado con unos 718 diamantes negros o blancos y rubíes. Con su segundo huso horario y solamente los numerales de las 4 y las 8 indicados en la esfera, estaba claramente inspirado en su hermano mayor.

Equipado bien con un movimiento mecánico de auto-cordaje visible a través de la caja de zafiro o bien un movimiento de cuarzo, el reloj se distinguió también por ser el primero en presentar la correa de galuchat.

## 2002- Instrumento Doppio

El Instrumento Doppio llegó en medio de mucha fascinación. Corrían rumores de que prometía ser algo excepcional y en su primera aparición suscitó verdadera sorpresa. Presentado como "Un estilo, dos caras" poseía un ingenioso sistema de



INSTRUMENTO DOPPIO, 2002

pivote que ofrecía por un lado un cronógrafo totalmente funcional con funciones de 12 horas y 30 minutos y fecha grande a las 12 h. Al girar una pequeña rueda en el exterior de la caja a las 12 h., ésta giraba para mostrar la esfera de una segunda zona horaria que muestra las horas y minutos de forma analógica. Para ello se ha desarrollado y patentado un mecanismo especialmente integrado que consiste en dos módulos, uno para mostrar la zona horaria y la otra para ponerlo en hora. Una característica fuera de lo corriente es la de que las agujas pasan por el peso oscilante para poder dar cuerda al movimiento. Sorprendentemente, ambos lados y todas las prestaciones funcionan desde el mismo movimiento modificado de tonel único.

El Doppio mide 36 mm. x 60 mm. y tiene 18 mm. de grosor. Está fabricado en una Serie Limitada de 500 piezas en acero inoxidable y oro amarillo, rojo y blanco de 18 quilates.

### 2003 - Instrumento Doppio Tre, Instrumento Tondo

En el 2003, de Grisogono y Fawaz Gruosi aceleraron el ritmo y presentaron dos modelos nuevos: el Doppio Tre y el Tondo. El Instrumento Doppio Tre ofrece tres husos horarios diferentes, dos en un lado con la fecha grande a las 7.30 h.; la segunda esfera se muestra de la misma manera que en el Doppio a través de una rueda especial a las 12 h. y da el tercer huso horario con corrección y puesta en hora independiente.

La caja mide 36 x 60 mm. con una apertura de



INSTRUMENTO DOPPIO TRE, 2003

esfera de 27 x 27 mm. y el grosor del reloj es de 6,73 mm. El reloj va equipado con un calibre de movimiento basado en ETA con cordaje automático.

El Instrumento Tondo rompe nuevamente con la tradición relojera. Un reloj oval en acero inoxidable de oro de 18 quilates, rojo o blanco, alberga un movimiento mecánico modificado totalmente negro de base ETA, con un mecanismo de autocordaje RM 14-89. Hay un módulo de huso horario adicional con indicador de fecha y de reserva de marcha. La esfera es oval de tres niveles y mide 28,5 x 26 mm. con una numeración arábica diseñada por Fawaz Gruosi.

### 2004 - Instrumentino Acero & Diamantes, Instrumento Chrono, Lipstick.

En 2004 se lanzaron tres colecciones nuevas. La primera fue una versión del Instrumentino dirigida a un mercado superior a través del Instrumento Acero y Diamantes, que le da a este elegante reloj un aspecto más deportivo que en sus versiones de oro de 18 quilates. El reloj (29 x 49 mm.) va equipado con un movimiento ETA de cuarzo y tiene un segundo huso horario de esfera plateada, negra o marrón claro con un borde guilloché. Los accesorios flexibles llevan 36 diamantes engastados que pesan 0,40 quilates.

Seguidamente se lanzó el Instrumento Chrono, la primera incursión de Grisogono en el campo deportivo. Utilizando su ya famoso formato de caja cuadrada (33 x 33 mm.) en acero



INSTRUMENTO TONDO, 2003

inoxidable, el cronógrafo va equipado con un movimiento ETA automático ennegrecido al estilo de Grisogono. Además de las horas, minutos y decimas de segundo, hay tres contadores cronógrafos, de 30 minutos, 12 horas y segundos. Una esfera negra o plateada está disponible con agujas dauphine recubiertas de Superluminova, cristal zafiro por delante y detrás, correa de piel con hebilla desplegable. El reloj es resistente al agua hasta los 30 metros.

La tercera oferta del año fue un reloj increíblemente femenino que es más una joya que una pieza de relojería: el Lipstick. Como dice la empresa: "El nombre en todos los "labios", el Lipstick tiene dos versiones, la cilíndrica y la rectangular. El brillo excepcional que le da la montura de diamantes, zafiros esmeraldas o rubíes contra una correa fina de guilloché con un sistema de cierre doblemente asegurado, hace del Lipstick un vistoso reloj tan original como armonioso.

### 2005 - Instrumento Grande, Occhio Ripetizione Minuti, Power Breaker

El Instrumento Grande tiene una apertura de fecha muy grande que se alberga en una nueva caja en forma de rectángulo en posición horizontal. Un concepto sencillo y sobrio, el reloj (39,7 x 48,3 mm.) va equipado con un movimiento automático básico ETA con la adición de un módulo exclusivo para la gran fecha. El Instrumento Grande está disponible en acero inoxidable o en oro rojo de 18 quilates con esfera plateada, blanco roto, negro o marrón



INSTRUMENTO STEEL & DIAMONDS, 2004



INSTRUMENTO CHRONO, 2004



LIPSTICK, 2004



OCCHIO RIPETIZIONE MINUTI, 2005

con decoración guilloché, agujas dauphine con capa de Superluminova. Resistente al agua hasta los 30 metros, el reloj es una pieza maestra de discreta elegancia.

La edición limitada del Occhio Ripetizione Minuti de Grisogono otorga un estilo único a un viejo favorito: el repetidor de minutos. A diferencia de todo lo visto hasta ahora está diseñado bajo el concepto de la cámara reflex donde un mecanismo de diafragma de doce hojas se abre para mostrar el movimiento repetidor durante la duración del período de sonería, luego se cierra otra vez después de haber proporcionado una vista fugaz a esta maravilla de la mecánica.

El movimiento es un Christophe Claret de

cuerda manual movimiento Calibre Repetidor de Minutos con toque de campana catedral y un exclusivo montaje de diafragma auxiliar de Grisogono. El repetidor de minutos y montaje de diafragma se componen de 414 partes y tiene las funciones de horas y minutos, toque repetidor de horas, cuartos y minutos en tres campanas. Con unas medidas de 43,6 x 56,4 mm. y un grosor de 14,1 mm, el Occhio Ripetizione Minuti, que está disponible en oro de 18 quilates rojo, blanco o negro es un poderoso recordatorio de la originalidad de la riqueza creativa de Grisogono.

La tercera colección del año es el Power Breaker, un original reloj deportivo inspirado en las carreras de Formula 1. El reloj (54,23 x

43,33 mm) viene en varias versiones: acero inoxidable Negro PVD acabado en acero o en oro de 18 quilates rosa, rojo o "marrón brownny" (oro rosa tostado de acabado mate creado por Fawaz Gruosi para de Grisogono) y equipado con un calibre mecánico ETA de cuerda automática con un sub-montaje cronógrafo Dubois-Dépraz. El cronógrafo tiene un contador de 30 minutos y 12 horas con una aguja central de segundos y es estanco hasta los 30 metros.

### 2006 - Grand Open Date, Uno Grande Seconde, FG One, Be Eight

El 2006 fue un año muy activo para de Grisogono según todos los estándares. Cuatro colecciones

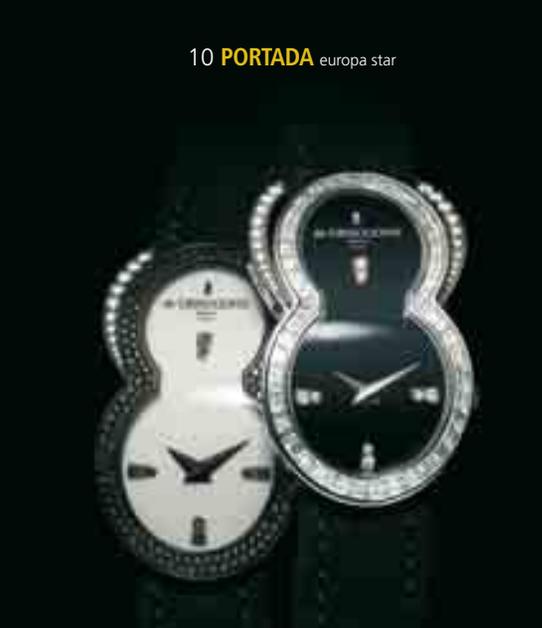
INSTRUMENTO GRANDE, 2005

POWER BREAKER, 2005

GRANDE OPEN DATE, 2006

FG ONE, 2006





BE EIGHT, 2006

altamente originales demostraron que la marca por su creatividad y singularidad tenía ya un puesto permanente en el sector de haute horlogerie.

El Grand Open Date es un medio genuinamente innovador de tomar nota de la fecha. Su principal característica son sus discos de fecha abierta que no esconden nada con respecto a su mecanismo de fecha, pero ofrece a los aficionados en relojería la posibilidad de tener algo nuevo en la medición mecánica del tiempo. El reloj de oro rosa de 18 quilates de forma rectangular (48,3 x 41,11 mm) va equipado con un movimiento automático de Grisogono GD 15-89 con funciones de horas, minutos y fecha. Esta pieza revolucionaria está disponible con o sin diamantes.

Uno Grande Seconde es una vistosa versión actualizada del No.Uno original. Las horas y minutos se indican en una subesfera a las 6 h. y la principal característica del reloj es su gran aguja central indicadora de segundos. El reloj de oro rosa de 18 quilates (33 x 57,35 mm) tiene una esfera a tres niveles: borde superior de guilloché, decoración Clous de Paris, escala de segundos cuadrada, contador de horas circular. Hay un corrector de huso horario en la caja a las 4 h, cristal zafiro por delante y detrás, una corona con un diamante negro engastado y el reloj es estanco al agua hasta los 30 metros.

El FG One es el primer reloj de Grisogono al que Fawaz Gruosi le ha dado sus iniciales. Esta pieza singular por su caja arqueada rectangular (58 x 33 mm) con corona a las 12 h va equipada con un movimiento automático ETA con un módulo adicional de complicaciones. La esfera



UNO GRANDE SECONDE, 2006

redonda superior presenta los minutos retrógrados en un arco de 230°. Impulsado por un mecanismo de salto de cambio instantáneo, la hora local aparece en la apertura de la esfera a las 12 h. Una apertura más amplia a las 6 h presenta el segundo huso horario en un color diferente impulsado por un mecanismo de cambio de hora "progresivo". Los segundos se muestran en una esfera inferior semicircular con una aguja retrógrada que se mueve en un arco de 120°, con indicador de día y noche para el segundo huso horario. El FG One denota claramente un momento determinante en la historia de Grisogono puesto que es la demostración perfecta de la maestría de la marca en la innovación relojera.

Para acabar el año con un gran éxito, de Grisogono presentó el be Eight. Sofisticadamente elegante con sus curvas redondeadas, el reloj imita la forma femenina de "hombros suaves, busto generoso, cintura fina y caderas bien formadas". Algunos observadores sugieren su semejanza con "Le Violon d'Ingres" la famosa fotografía en blanco y negro de una espalda desnuda de Man Ray, mientras que a otros les recuerda el número ocho al ser el símbolo de la armonía en la cultura china.

Cualquiera que sea tu interpretación, Fawaz Gruosi ha creado una deliciosa pieza de relojería para señoras. El reloj está disponible en varios colores de oro y va equipado con un movimiento de cuarzo y con la corona a ras de la caja a las 3h. La esfera es lacada con cuatro indicadores de hora e indica horas y minutos. El



INSTRUMENTO NOVANTATRE, 2007

reloj altamente femenino está disponible con o sin diamantes y con sus líneas fluidas realizará incluso la más fina muñeca femenina.

### 2007 - Y hasta hoy ... el Instrumento Novantatre

Hasta ahora, no se había concebido ningún modelo calendario en las colecciones de Grisogono. Sin embargo, el Instrumento Novantatre cambia esto de una manera original: la fecha grande se muestra a las 12 h, mientras que el mes aparece a las 8 h. y los pequeños segundos están en la sub-esfera a las 5 h. Huelga decir que el movimiento mecánico automático sintoniza automáticamente los meses de 30 ó 31 días. El Instrumento 93 tiene un diseño y formato típicamente de Grisogono deportivo (47,72 x 40 mm) con esfera negra con un diseño radial de guilloché y los 9 y 3 índices de gran tamaño. Un fondo de caja de cristal zafiro pone de manifiesto el familiar movimiento ennegrecido tan particular de la originalidad de la marca. Tiene correa de caimán o de piel de raya conectada a las asas articuladas con lo que queda muy bien encajado en la muñeca y lo que también es otra innovación en la historia de una de las marcas actuales más creativas.

Otro año, otra pieza de relojería sumamente innovadora. A medida que pasa el tiempo, está claro para todos que la relojería no tiene secretos escondidos y no ofrece restricciones en la búsqueda de Grisogono por combinar la belleza con las complicaciones mecánicas. <

# JAGUAR SWISS WATCH



La marca JAGUAR fue fundada en 1938 por un industrial suizo, Peter Haas, quien se esforzó siempre por crear colecciones que reflejasen las cualidades naturales más hermosas de este felino elegante y poderoso.

En 1989, el grupo Festina-Lotus, cuya sede está en Barcelona, se convirtió en el propietario de la marca y la introdujo ampliamente en varios mercados europeos. En el transcurso de los años, sacó provecho de esta implantación prometedora y desarrolló una colección de piezas prestigiosas de calidad impecable que se correspondía con los criterios más exigentes de su clientela internacional.

Durante el año 2003, el sexagésimo quinto aniversario de la marca Jaguar, el grupo decidió reestructurar esta última gracias a un nuevo posicionamiento. Ha trabajado en tres ejes diferentes: la identidad de la marca, la selección de los mercados que deberán desarrollarse y, finalmente, la línea de productos.



Las nuevas colecciones presentadas en estos años se ajustan a la filosofía de Jaguar: diseños sobrios, pero suficientemente identificables, con el fin de aportar a la marca un perfil de raza a semejanza del felino.

La nueva identidad de marca, la atención al cliente en constante mejora y las colecciones emblemáticas serán las claves del éxito previsto por Jaguar Swiss Watch.

Gracias a los más de 65 años de existencia, la marca Jaguar está presente en más de 50 países y es parte integrante de la historia relojera suiza.



**JAGUAR**  
— SWISS MADE —

a company of the Festina Group  
Festina-Casolino Watch Ltd  
2501 Bienna Switzerland

## DUAL TIME

Este reloj especial, con dos husos horarios, se caracteriza por una esfera muy original y unos detalles técnicos en la caja de una gran finura. La estanqueidad a 50 metros está garantizada por un fondo fijado por medio de cuatro tornillos. El diseño de la esfera va acorde al de la pulsera de cuero con el fin de asegurar una armonía perfecta. Este reloj va destinado a una clientela elitista que concede cierto privilegio a un diseño contemporáneo.

### J614

- Caja de acero inoxidable 316L
- Pulsera de cuero con cierre estándar
- Cristal mineral endurecido K1
- Estanqueidad 50 m
- Dos movimientos y dos coronas para el ajuste de la hora local y del segundo huso horario.
- Fondo atornillado (cuatro tornillos) con husos horarios (GMT) grabados en el fondo



## SPLIT TIME

Este modelo va equipado con dos movimientos con el fin de obtener una lectura de los minutos y de la hora por separado. La hora se indica con un disco giratorio y los minutos con una aguja tradicional. Un bisel fijado con la ayuda de cuatro tornillos y decorado "Côte de Genève" realza la caja de acero inoxidable 316L. Una pulsera de cuero provista de un cierre estándar aporta a esta pieza un toque masculino y refinado.



### J616

- Caja de acero inoxidable 316L
- Pulsera de cuero con cierre estándar
- Cristal mineral endurecido K1
- Estanqueidad 50 m
- Dos movimientos y dos coronas:  
A las nueve con indicación de las horas (disco)  
y a las tres con indicación de los minutos y segundos (aguja)
- Fondo atornillado (seis tornillos)



**JAGUAR**  
— SWISS MADE —

a company of the Festina Group  
Festina-Candino Watch Ltd  
2501 Bienne Switzerland

# Las caras de nuestro 80 aniversario

*La industria de la relojería es, por encima de todo, una amplísima comunidad de hombres y mujeres que trabajan, día a día, en imaginar, elaborar, producir, decorar, distribuir y vender relojes. Europa Star, que este año celebra su 80 aniversario, ha decidido rendir un homenaje simbólico a todos estos participantes del mundo del reloj, ya sean directores generales o sencillos artesanos, creadores o vendedores. A lo largo de este año descubriremos 80 caras entre las decenas de millares que componen esta comunidad.*

## **Denis Asch** - Relojero / detallista

Denis Asch, nacido en París, quiso desde sus años jóvenes ser un empresario independiente en el mundo de la relojería. Después de estudiar relojería en la Ecole d'horlogerie et de microtechnique de Porrentruy trabajó para una compañía de relojes en La Chaux-de-Fonds montando movimientos, después, en 1995 ingresó en Rolex para montar y regular los movimientos de esta marca. Dos años más tarde fue recomendado por Rolex al detallista Kirk Freeport de las Islas Cayman para desempeñar el cargo de relojero. Después de un par de años, Denis decidió regresar a Suiza y a



Rolex donde permaneció hasta que tomó la arriesgada decisión de instalarse por su cuenta con su propia boutique especializada: L'Heure Asch. Tardó tres meses en transformar un local de la parte antigua de Ginebra y otros cinco meses en convencer a Vincent Calabrese, Vianney Halter, Antoine Preziuso, ChronoSwiss y Eberhard que les permitiera representarlos en su especial boutique. Hoy, Denis ha añadido a su listado de marcas a Richard Mille, Hautlence, ChronoArte, Moser y Vulcain, pero como explica tranquilamente: "Tardé tres años en crear mi reputación con la boutique, y durante este tiempo tuve que convencer a cada marca que me interesaba que me permitieran representarla. A mí me interesaban ellos porque creía en sus relojes y tenía confianza en mis elecciones. Ahora" concluye con un orgullo discreto, "ellos me buscan a mí." (DML).

## **Anne Biéler** – Directora de Comunicaciones de Fondation de la Haute Horlogerie

Encabezar el departamento de comunicaciones de la FHH es solo uno de los papeles que desempeña Anne Biéler. Esta mujer carismática y multi-talenta, conocida por su sensibilidad y refinamiento, parece especialmente fuera de lugar en un mundo donde imperan la charlatanería y los discursos de marketing estrictamente planificados. Sin ninguna duda, su libertad, que es extraordinaria, encuentra sus orígenes en la envergadura de su cultura y sus intereses, que se extienden mucho más allá del mundo de la relojería. Es imposible citar en este corto espacio, todas las responsabilidades que ha cubierto durante su carrera, que empezó en 1984 con la creación de una agencia para la promoción de artistas de teatro y danza. Sin embargo, deberíamos mencionar algunos de sus periplos: la creación de un centro cultural en Portugal; la dirección artística de varios festivales; la presidencia de un forum de redes culturales del Consejo Europeo; la Dirección de Comunicaciones de Pargiani Fleurier; seguido de la misma posición en Girard-Perregaux; y también numerosos encargos que llevó a cabo por ejemplo, entre otros, en la fundación de la familia Sandoz, en la comisión Europea, UNESCO, y las ciudades de Turín y Ginebra. Anne Biéler es un ejemplo destacado de que el humanismo y la cultura funcionan bien dentro del sistema de las comunicaciones y el marketing, con la condición, claro está, de que este último entienda como alcanzar un alto nivel, lo que no es siempre tan evidente. (PM)



## **Dr. Ludwig Oechslin** – Director – Museo Internacional del Reloj

El Dr. Ludwig Oechslin es un hombre del renacimiento muy difícil de encontrar en el mundo del reloj, con un gran número de intereses además de la relojería. Después de haberse licenciado en Estudios Clásicos (arqueología, historia antigua, griego y latín) Historia, Historia del Arte y Filosofía por la Universidad de Basilea en 1976, Oechslin continuó estudiando para sacarse un doctorado en Filosofía, Historia de la Ciencia (Física Teórica) y Astronomía por la Universidad de Berna. Después, empezó su formación en relojería, recibiendo su diploma de Maestro Relojero



en 1993. Ahora, Oechslin es el Director y Conservador del Museo Internacional del Reloj de La Chaux-de-Fonds, y también parte integrante del equipo de diseño de los relojes Ulysse Nardin (que incluye Kopernikus, Kepler, Ludwig, GMT y más) así como un experto relojero muy reconocido. Nacido el 10 de febrero de 1952 en Gabice Mare, Italia, Oechslin ha efectuado una gran cantidad de investigación en la historia de la relojería y ha publicado varios libros en ésta y otras materias. (KWS)

## Isabelle Daucourt – arte en la piel

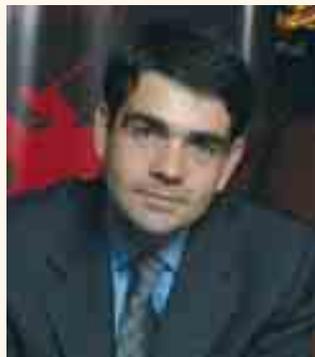
Isabelle Daucourt es una trabajadora del taller que Hermès acaba de establecer en Bienne, donde ella confecciona brazaletes de cuero. Con un guiño, esta joven mujer nos explica que su oficio es “extraordinario, increíblemente enriquecedor”. Al observar como trabaja, empiezas a entender su contagioso entusiasmo y, a partir de ese momento, nunca volverás a ver un brazaletes de piel de la misma manera.

Lejos de la banal operación mecánica, la creación de un brazaletes es un proceso complejo, al menos en este taller. Cada pieza requiere más de una hora de trabajo que incluye una serie de pasos muy diferentes: cortar, coser, lijar, planchar, amartillar, pulir, ensartar etc. Cada movimiento es meticuloso, preciso. Es la habilidad del artesano la que se demuestra en cada una de estas nobles creaciones. Daucourt aprendió su oficio en 2004 en la Escuela Boudard, creada por uno de los mejores artesanos de Francia, más tarde lo perfeccionó en Hermès. El poder trabajar en esta venerable marca francesa fue una oportunidad maravillosa para Isabelle. “Es lo mejor”, dice ella. Hace ocho o nueve brazaletes al día, cada uno diferente, cada uno único, y, cuando se va a casa por la noche, ¿qué hace esta joven? Bien, cada noche y los fines de semana, ella confecciona bolsos y ropas para sus amigos y para ella. ¡Esto es pasión! (PM)



## Jérôme Lambert – Director General de Jaeger-LeCoultre

Cuando en 2001, Jérôme Lambert tomó el mando de Jaeger-LeCoultre “la manufactura más brillante” de Suiza, su nombramiento creó unos ciertos celos en el sector. Mucha gente esperaba con impaciencia un tropezón de este joven ejecutivo que a la edad de 33 años se encontró a la cabeza de la venerable “gran dama” de la relojería. Esta empresa fue anteriormente resucitada por el carismático y muy añorado Günther Blümlein, y más tarde dirigida durante más de catorce años por Henry-John Belmont, quien se identificó totalmente con la empresa. El nuevo trabajo no era ningún regalo. Ciertamente Lambert ya poseía un buen conocimiento de los misterios de la marca, al haberse unido a la compañía diez años antes, primero como



Controller Financiero y más tarde como Director Financiero y de Operaciones. Sin embargo, el barco de Jaeger-LeCoultre con sus más de 40 oficios y 900 empleados, es uno de los mastodontes de la industria relojera, y el nuevo capitán les parecía a muchos demasiado joven. Seis años más tarde, no obstante, se ha demostrado que el grupo Richemont, que fue quien le designó a él para este cargo, tenía buenos instintos. Jérôme Lambert fue capaz de llevar nuevos colores – en términos reales y figurativos- a los productos de la empresa que eran considerados algo “protestantes”. Sin alejarse, sin embargo, de los fundamentos de la marca, Lambert triunfó al evitar el peligroso error de una estrategia basada en un solo producto, al revitalizar e impulsar enérgicamente la segunda línea de la colección Masters. Lambert fue capaz de reforzar el icono de la marca, el Reverso, profundizando en los archivos de la marca y haciéndolo más masculino en el Reverso Squadra. También, sin titubear a pesar de la gran controversia creada, lanzó una línea de tourbillons “cronométricos”, que se vendían a precios “democráticos” lo que envió olas de ira a los “lords” del sector. Hoy, está preparando lanzar una línea de relojes en el sector de Haute Horlogerie. En resumen, Lambert no ha cumplido todavía 40 años, y todo el mundo se pregunta dónde va a parar este joven. (PM)

## Vincent Calabrese – Maestro relojero

Pintoresco, abierto y provocador por voluntad propia, Vincent Calabrese es el anarquista dentro del mundo relojero, el agitador. Tan filósofo y poeta como relojero, este co-fundador de la Academia de Creadores Relojeros Independientes, nunca cesa de criticar las ideas aceptadas por la mayoría. Ferozmente independiente, su tipo de relojería, reflejada notablemente en su Spatiales (ganador de la Medalla de Oro del Salón de Inventores de Ginebra en 1977), es como no hay otro, absolutamente inconformista. Después de aprender relojería en las calles de Nápoles, su ciudad natal, nada hacía predisponer que este joven entrara en las filas del mundo relojero.

Pero fue un pionero que creó el famoso flying tourbillon en 1985, pero luego no dudó en proponer un divertido reloj de cuarzo de horas saltantes, el Commedia, en el cual se muestran las horas en forma de cuadros entre dos cortinas. Todas sus creaciones van equipadas con mecanismos realizados enteramente por él mismo, y también diseña las cajas, sin ayuda exterior. Reconocido por los coleccionistas de todo el mundo, lanzó su propia marca, más “comercial” bajo el nombre de NHC en 2004. (PM)



**Michel Huber** – Diseñador independiente

Hay tantos diseñadores como modelos que ellos crean. Algunos son vistosos, buscando atraer la máxima atención, mientras otros trabajan más modesta y pacientemente para crear objetos cotidianos de la manera más armoniosa posible. Michel Huber pertenece a esta segunda

categoría. Como ejemplo de ello, mientras todo el mundo se fijaba en la caja y la esfera, las caras visibles del reloj, Huber declaró que “le entusiasma trabajar con la pulsera, esta cosa tan compleja.” El no duda en afirmar que siente “una placer especial al hacer relojes que son sutiles en la justa medida” o “para grandes cantidades se muy bien como hacerlos”.

Nacido en Berna en 1950, Huber asistió a la Escuela de Artes Aplicadas en La Chaux-de-Fonds, donde obtuvo su certificado CFC de joyero. Hoy, trabaja en Ginebra donde ha creado un taller especializado en el diseño industrial. Huber diseñó para Ventura un reloj austero y muy “llevable”, de líneas clásicas y sin embargo alegre, un reloj que resume con gran precisión su enfoque del diseño: el Square, y que desde su creación en 1991 no ha sufrido ningún cambio. En un tiempo cuando todo el mundo proclama en voz alta sus propios talentos sobre el diseño, puede que tú mismo lleves un Michel Huber sin ni siquiera saberlo. Quizás esta es el punto fuerte de este diseñador: pasar a un segundo plano por detrás de su creación. (PM)

**Stéphane Linder** - Director de Producto

Stéphane Linder, Product Director y miembro del Comité Ejecutivo de TAG Heuer, lleva literalmente el pulso del líder mundial en el campo de los relojes deportivos. Nacido en Couvet, cerca de Neuchâtel y después de obtener su diploma en micro tecnología en la Ecole Polytechnique de Lausanne, Stéphane empezó su vida profesional como consultor de ingeniería trabajando en proyectos que iban desde una refinería de petróleo a una planta productora de botellas de plástico. Se unió a TAG Heuer en 1994 como Director de Proyectos y fue avanzando por varios departamentos: desarrollo de producción, marketing, dirección de proyectos y el lanzamiento de la línea de gafas de TAG Heuer.

Cuando en 2003 se reorganizó la empresa, Stéphane fue nombrado Product Director, trabajo desde donde supervisa a 32 personas, y que requiere su total implicación en cada fase del proyecto de la creación de un nuevo reloj, desde el concepto inicial del prototipo, la realización y el desarrollo del movimiento, la siempre importante fase de control de calidad hasta la producción final de

los relojes.



Una cara familiar y amistosa con su inconfundible brillante calva, Stéphane Linder es un regalo del cielo a los periodistas de relojería, puesto que no sólo tiene la paciencia de Job, sino también la habilidad de explicar los conceptos técnicos o detalles más intrigantes de una manera inequívoca y comprensible. (DML)

**Dr. Henry Tay** - Detallista, hombre de negocios y benefactor

The Hour Glass empezó su vida como una boutique en 1979 y se ha convertido en una red regional de veintitrés boutiques en Australia, Hong Kong, Japón, Malasia, Tailandia y más recientemente Indonesia. La Hour Glass ha recibido varios premios por su excelencia de marca y sistema de promoción de sus empleados, además apoya activamente la Fundación de la Alta Relojería (FHH) y la Academia Relojera de los Creadores Independientes (AHCI). El éxito de la compañía se debe a la combinación de su hospitalidad, su atención, su conocimiento en profundidad de los relojes, una colección de marcas



de relojes muy completa y los talentos innatos del Dr. Henry Tay.

Durante la época en que se abrió la especial primera boutique The Hour Glass, Henry Tay era un médico en ejercicio y también socio de Lee Chay & Co, uno de los primeros detallistas de relojes de lujo de Singapur. A medida que pasaba el tiempo y crecía la empresa, Dr. Henry Tay pasó del cargo de Director Ejecutivo en 1979 a Presidente Ejecutivo en 1987. Como si su compromiso original no fuera suficiente, Dr. Tay es también Director y Presidente independiente de una de las mayores agencias de corredores de bolsa de Asia, y directivo de varias empresas privadas en campos de la inmobiliaria, producción y espectáculo. En su tiempo libre, el Dr. Henry Tay es un activo recaudador de fondos para varias organizaciones benéficas. Igual que The Hour Glass, el doctor también ha recibido muchos galardones por su sentido en los negocios y su incansable trabajo para la comunidad. (DML)



## Abraham-Louis Perrelet

### HISTORIA DE UN RELOJERO BRILLANTE

#### SU DESTINO ERA UNO: CONVERTIRSE EN RELOJERO

Abraham-Louis Perrelet nació el 9 de enero de 1729 en Le Locle durante uno de los largos inviernos que se apoderan de las montañas de Neuchâtel. Las hadas, maliciosas compañeras bien conocidas en estas austeras tierras, fueron generosas cuando a su cuna se acercaron, porque le otorgaron inteligencia, clarividencia, imaginación y tacto. Por estas cualidades y su gran pasión, Abraham-Louis Perrelet será recordado para siempre en el mundo de la relojería como uno de los genios de la artesanía.

Su padre, Daniel Perrelet, era agricultor y carpintero. Durante los interminables meses de invierno se dedicaba a fabricar herramientas, algunas tan precisas que las utilizaban los relojeros.

Desde su adolescencia, Abraham-Louis estaba destinado a dedicarse a la fabricación de herramientas. Estaba convencido de lo que le depararía el futuro: quería ser relojero. Desde entonces, supo seguir el camino que le haría triunfar tanto profesional como humanamente. Innova y pone a punto una serie de nuevas combinaciones que consiguieron mejorar el funcionamiento de los guarda-tiempos. De esta manera, fue

el primero en Le Locle en fabricar relojes con escape de cilindro, de «duplex», de calendario y de ecuación. Él mismo diseñaba las «ébauches», pero también pulía los acabados, los piñones, las ruedas, los escapes y los mecanismos de remontaje de sus obras. A pesar de su joven edad, su reputación se acrecienta y muchos son los que solicitan sus consejos como experto. Se convierte asimismo en uno de los maestros relojeros más frecuentados de su época, hasta el punto de que el propio Abraham-Louis Breguet pasará por sus talleres, así como su propio nieto, Louis-Frédéric Perrelet, que se convertiría años más tarde en relojero de los reyes de Francia. Responde con perspicacia a todas las preguntas que sus colegas le formulan, incluso las más complicadas; de un simple vistazo, era capaz de encontrar todos los defectos de las realizaciones creadas por sus competidores.

Su vida entera transcurre en la residencia familiar, vinculado a su pueblo y a sus orígenes. Durante casi 80 años, se dedicó a trabajar y desarrollar sus obras de arte en relojería hasta que fallece en Le Locle en 1826.



## Louis-Frédéric Perrelet INVENTOR DEL CRONÓGRAFO “À RATTRAPANTE”

### PERRELET REPRESENTA UNA DE LAS AUTÉNTICAS DINASTÍAS AL SERVICIO DE LA RELOJERÍA

La familia Perrelet representa una de las auténticas dinastías al servicio de la relojería. Los descendientes de Abraham-Louis Perrelet, al que llamaban el «anciano», tomaron el relevo aun sin destacar demasiado, a no ser por el nieto Louis-Frédéric (1781-1854), que será recordado como uno de los maestros relojeros de su siglo y gran inventor. Se formó junto a su abuelo para continuar después en la «escuela Breguet». Se instaló en París, donde trabajaba para la Corte francesa y después para las familias reales europeas. Entre sus inventos, que comprenden desde relojes marinos hasta instrumentos de medición, cabe destacar el cronógrafo «à rattrapante», que patentó en 1827. La mayoría de las piezas de museo y de colecciones privadas que llevan la firma de los Perrelet pertenecen a Louis-Frédéric y son una referencia histórica del

arte y la maestría de la época.

Cuando en 1854 falleció, su hijo Louis –relojero del rey también él– retomó las actividades de su padre para continuar con la gran tradición familiar.

Gracias a una descendencia de numerosos relojeros la tradición de Abraham-Louis Perrelet, llamado el «anciano», se sigue manteniendo intacta incluso en el siglo XXI. Estamos orgullosos de ser los actuales herederos, y por eso respetamos esta gran tradición artesanal en todos nuestros procesos creativos e industriales.

  
**PERRELET**  
 1777  
 INVENTOR OF THE AUTOMATIC WATCH



## Hora saltante, gran segundero, automático COLECCIÓN DE CABALLERO

A través de su visión contemporánea de la relojería mecánica de gama alta, este año la casa Perrelet demuestra, una vez, más que la calidad de un producto relojero no implica necesariamente una estética clasicista para medir el tiempo.

Al contrario, este inconformismo permite ofrecer una visión diferente y atractiva, al hacer caso omiso de las barreras técnicas y dar prueba de inventiva y capacidad de innovación.

El calibre Perrelet (referencia P-191), que surge de los mejores talleres relojeros del «Valle de Joux», ofrece a este modelo de hora saltante una gran ventana colocada a las 12 h. Esta última permite visualizar la indicación de la hora que «salta» instantáneamente al pasar la aguja

minutera por el minuto sesenta.

En la línea estética de la colección actual para caballero de Perrelet, la esfera que indica los minutos está descentrada. Esto permite indicar los segundos de manera mucho más impresionante.

Este medidor del tiempo intrigante y particular está disponible en cuatro versiones de acero macizo, así como en dos versiones de oro rosa de dieciocho quilates.

Del mismo modo, se lanza una edición limitada y numerada en paladio 950 con ocasión de la feria Baselworld 2006 (ilustración). Ofrece dos versiones de esferas producidas exclusivamente para la ocasión.

  
**PERRELET**  
1777  
INVENTOR OF THE AUTOMATIC WATCH



## Repetición de cinco minutos, sonería con dos timbres, automático COLECCIÓN DE CABALLERO

Fue entre finales del siglo XVII y mediados del XVIII cuando los mecanismos llamados «de sonería» conocieron su mayor auge. En efecto, rápidamente se manifestó un especial interés por los misteriosos medidores del tiempo que, al presionar simplemente un pulsador, indicaban la hora de manera acústica. Antaño, cuando se iluminaba con velas, los relojes de bolsillo que daban la hora a petición eran muy prácticos. Saber la hora en medio de la noche ya no suponía entonces un problema.

Más tarde, en 1892, la casa Audemars-Piguet realizó el primer reloj de pulsera equipado con un repetidor de minutos. Por su gran tamaño, los mecanismos de sonería quedaron hasta entonces reservados a los relojes de bolsillo. A partir de esa fecha, únicamente unas pocas marcas y fábricas ofrecían relojes de repetición.

Decididamente inscrita en la gran historia relojera, la casa Perrelet propone este año una novedad única con esta configuración:

La repetición de cinco minutos, horas - minutos y segundos centrales, automático.

La repetición de cinco minutos de Perrelet, equipada con el calibre P-201, permite poner en marcha el mecanismo de sonería «a petición» presionando simplemente un pulsador (colocado en el eje de las ocho). Un primer timbre grave (un golpe por cada hora) da la hora, luego dos timbres dan los cinco minutos: uno grave y otro agudo (un doble golpe por cada intervalo de cinco minutos transcurridos desde que pasó la última hora).

Este reloj de pulsera de cuerda automática satisface los criterios de calidad de Perrelet, en particular, en cuanto a la estanqueidad. El volumen de sonido está garantizado por un ingenioso sistema de «reva-ciado» de la caja, que ofrece una resonancia superior a la de una caja estándar. Esta novedad exclusiva en el universo relojero se ofrece en una versión en platino 950, pero está igualmente disponible en oro rosa de 18 quilates (ilustración). Debido a la gran complejidad de fabricación del mecanismo, Perrelet sólo producirá sesenta ejemplares durante el año 2006.

Los apasionados y los entendidos comprenden perfectamente cuán difícil es ofrecer un sonido, una melodía que siga el ritmo del tiempo que pasa...

  
**PERRELET**  
 1777  
 INVENTOR OF THE AUTOMATIC WATCH



## Gran fase lunar central, fecha con aguja, automático COLECCIÓN DE SEÑORA

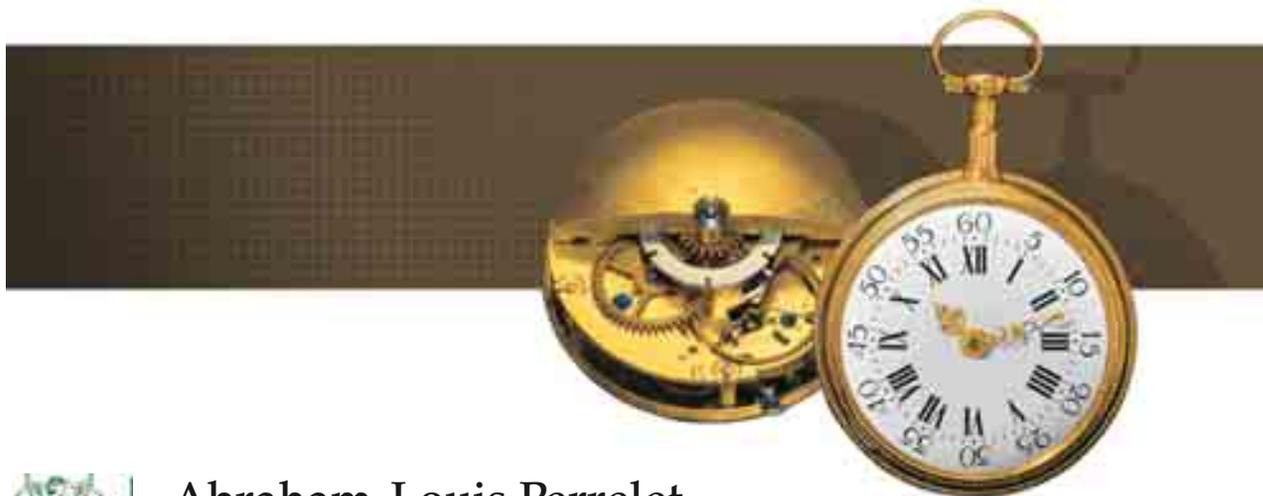
Con una oferta variada y seductora, la colección de relojes Perrelet dedicada a la mujer dispone este año de una nueva «gran primicia» espectacular. Ofrece el dominio del tiempo y el ciclo lunar en una pantalla de nácar natural con diamantes engastados, adoptando así una estética llena de encanto.

Desarrollado exclusivamente para Perrelet, el nuevo calibre P-1030 es una maravilla tecnológica. Las horas, los minutos, la fecha y las fases lunares se funden en el cielo estrellado y centelleante de diamantes que reviste la esfera. Esta colección extraordinaria está limitada a quinientas piezas (incluidas todas las versiones), durante el año 2006.

Investigador infatigable en la búsqueda mítica del movimiento perpetuo, Abraham-Louis Perrelet tuvo que pasar muchas horas reflexionan-

do sobre el sistema de cuerda automática mientras observaba, como tantos otros científicos, el ballet suntuoso de la luna. Ciclo inmutable que deja presagiar el potencial energético producido por la atracción terrestre...

Un homenaje, pues, a las estrellas y a la luna... Pero, sobre todo, un homenaje a la mujer contemporánea, sensible a los verdaderos valores, interpretada en este caso por Perrelet a través de un reloj joya excepcional. Disponible con caja redonda y con caja en forma "cousin", la colección Gran fase lunar ofrece una amplia variedad de colores de esferas, exclusivamente en nácar natural y con diamantes engastados. Toda la colección se presenta con pulsera de auténtica piel curtida (ilustración) o con pulsera de acero.



## Abraham-Louis Perrelet INVENTOR DEL RELOJ AUTOMÁTICO

“LA HISTORIA SE INTERPRETA A TRAVÉS DE LOS TESTIMONIOS ESCRITOS”

De entre todos los grandes relojeros, están por un lado los que innovan y crean mientras que por el otro están los que, con arte y paciencia, perfeccionan lo que otros han imaginado. Entre ellos se incluyen artesanos a menudo admirados. Dignos representantes de la relojería contemporánea, se incluyen también los que han conseguido alguna vez sorprender y revolucionar: se trata de los descubridores. Abraham-Louis Perrelet era uno de ellos.

Numerosos son los testimonios que atribuyen la autoría de este fabuloso descubrimiento a Abraham-Louis Perrelet. Corría el año 1777, cuando el profesor Horace-Bénédict de Saussure, uno de los fundadores de la Société des Arts de Ginebra, «emprende un viaje hacia tierras de Neuchâtel con el fin de realizar investigaciones útiles, con visitas a las fábricas de relojería y a los artesanos. Informa al comité de que el señor Perrelet, relojero de Le Locle, es el creador de un reloj de tal construcción que se le da cuerda con el simple movimiento que se hace al andar sin sacarlo del bolsillo y que ese movimiento es suficiente para que funcione durante ocho días...». En sus notas personales, Saussure también escribía «...de ahí, el señor Perrelet, el inventor de relojes a los que se les da cuerda con el movimiento del que los lleva... Se vio en la obligación de tener que modificar el primero, porque no le había añadido un mecanismo de detención y porque uno de sus relojes se le

había roto a un señor mientras iba corriendo. Ahora, no con pocas penas, consiguió integrarle un mecanismo de detención que funciona».

En lo que respecta a Frédéric-Samuel Osterwald —uno de los participantes en la elaboración de la Encyclopédie de Diderot y de Alembert— le llegó a preguntar a Jacques-Louis Perrot cuáles eran las novedades en la relojería de las montañas de Neuchâtel. Este último le contestó: «Los perpetuos objetos que llevamos inventando en nuestras montañas desde hace dos o tres años suscitan la curiosidad y no han dejado de darle fama a esos parajes. Son relojes más grandes de lo normal que se dan cuerda ellos mismos al llevarlos encima y dar unos pasos a lo largo del día. Basta caminar ocho minutos para darles cuerda para 24 horas...». En la corte de Versailles, el abad de Versailles y París, Joseph-Grellet Desprades, se mostró tan interesado por el invento que llegó a escribir 17 epístolas dirigidas al señor Osterwald.

En el siglo XX, numerosos historiadores estudiaron el rico patrimonio relojero de Suiza y exaltaron sus orígenes. Tanto para obras especializadas como para prestigiosas marcas que buscaban investigar sobre su propio pasado, los historiadores rindieron homenaje a Abraham-Louis Perrelet, reconociendo su paternidad en la invención del movimiento de remontaje automático.

# Larga vida a

## la nueva ola

### en relojería

› Pierre Maillard

# L

La relojería está en plena forma. Todo el mundo lo dice, todo el mundo lo repite. La buena salud de la industria atrae a un gran número de vocaciones y hoy en día somos testigos de un auge en nacimientos y renacimientos; y una detrás de otra van apareciendo nuevas marcas, nuevos productos, nuevos lanzamientos y relanzamientos. Esta nueva ola en la relojería se está formando con la aportación de personas todas partes del mundo y de todas las nacionalidades. Entre ellos hay muchos relojeros jóvenes y talentosos que después de haberse afilado los dientes en las mesas de trabajo de las grandes marcas, están ahora explorando los caminos de la independencia.

Muchos han pasado por la difícil pero excelente escuela de la restauración de relojes antiguos, que se ha convertido en una parte importante del sector relojero, gracias en particular al gran auge de las subastas. Al excavar en las entrañas de estos relojes antiguos, les ha sido posible a los nuevos relojeros aprender algunos de los secretos de los maestros del pasado. Han podido admirar la imaginación técnica de los relojeros del ayer y la atención que ponían en la decoración y los acabados manuales de estas primeras piezas de la relojería. Hoy, en el siglo XXI, con las últimas tecnologías y los equipos computerizados de última generación, la mayoría de los relojeros actuales de la nueva ola no se contentan simplemente en reproducir este magnífico patrimonio; ellos quieren hacer uso de su savoir-faire para que éste les ayude a ir más allá, a hacer nuevos descubrimientos.

También encontramos jóvenes emprendedores, formados en escuelas de marketing y de negocios quienes, como los profesionales experimentados, quieren crear marcas innovadoras, marcas nicho para llenar los huecos que frecuentemente quedan desatendidos por los grupos grandes. También

encontramos fuertes centros compuestos de relojeros, ingenieros y empresarios determinados a invertir firmemente en lograr un puesto permanente en el panorama relojero. El ejemplo más sorprendente en esta categoría es la nueva compañía H. Moser & Cie, con base en Schaffhausen. Nos quedamos tan impresionados de esta nueva empresa que hemos dedicado un artículo completo a su enfoque, la pureza de su diseño, su extremado ingenio y su gran elegancia. Sin que quepa ninguna duda H. Moser & Cie será uno de los grandes nombres del futuro. Esta predicción viene reforzada por la enérgica respuesta de la marca a dos de los mayores desafíos con que se encuentra la "nueva ola en relojería": fiabilidad y servicio post-venta. Solamente en estos puntos, H. Moser & Cie ha presentado unas elegantes soluciones que harán morir de envidia a las grandes marcas. La fiabilidad a largo plazo y el servicio post-venta pueden ser el talón de Aquiles de la relojería de la nueva ola, estos factores son de importancia crucial para todos los participantes, grandes y pequeños. <

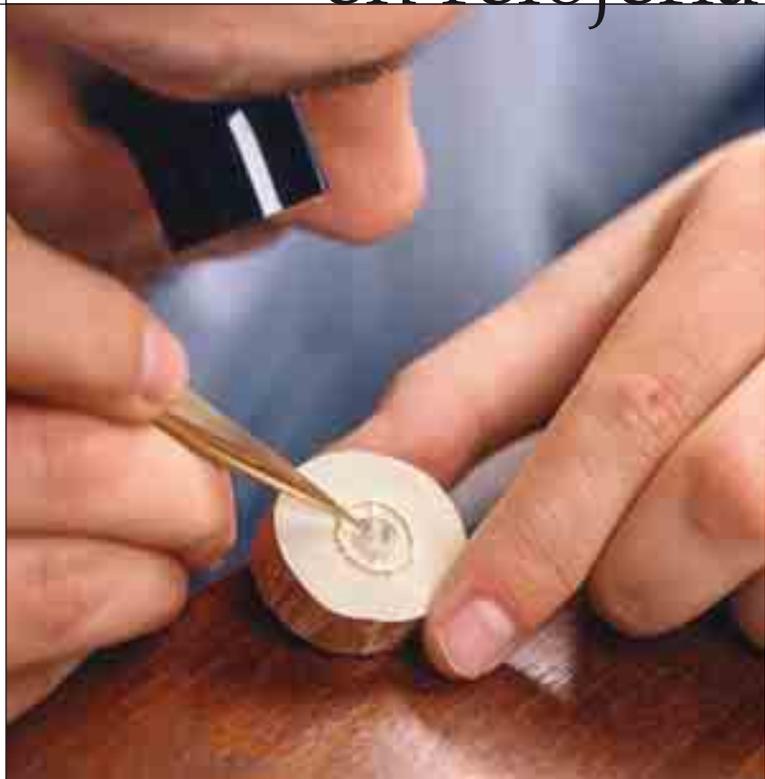


Foto: Lang & Heyne

# H. Moser & Cie, directo a lo esencial

*Entre los muchos lanzamientos de marcas de relojes que han tenido lugar recientemente una atrajo inmediatamente la atención al ganar, desde el primer año, dos de los principales galardones relojeros de Suiza. Es H. Moser & Cie.*

## ► Pierre Maillard

# L

Los relojes mecánicos presentados por esta marca afincada en Schaffhausen no son excelentes solamente desde el punto de vista estrictamente relojero (volveremos a esto con más detalle más abajo) si no que son también sorprendentes por su espléndida moderación.

En contraste con la gran profusión de los diseños exagerados que muchas marcas presentan, utilizando las formas y los materiales más ostentosos, haciendo alarde de sus "músculos" y creando múltiples ventanas donde mostrar las tripas y engranajes de sus piezas, H. Moser & Cie se desmarca. Esta compañía ofrece relojes redondos, perfectamente proporcionados, ni demasiado pequeños, ni demasiado grandes, desprovistos de ornamentación superflua, con unas líneas que llevan la noción de la pureza hasta el extremo. Estas piezas de relojería van directamente a lo esencial, mostrando las horas, minutos y segundos.

### Una magia particular

Así pues ¿De dónde viene la magia especial que emana de estos relojes? ¿Por qué nos producen la idea de que son intemporales, que no pasarán de moda, y que probablemente "enterrarán" a muchos de sus competidores más vistosos? ¿Qué es lo que crea esta magnífica elegancia natural, esta sutil distinción que atrae inmediatamente la atención?

Las respuestas a estas preguntas se pueden encontrar en la gran cantidad de detalles que resultan de un planteamiento basado en las grandes tradiciones de la relojería. Veamos la caja, por ejemplo. Es redonda, hasta aquí nada nuevo, pero

sus lados están deliciosamente tallados en arcos a cada lado de la corona, lo que le otorga una ligereza y sensualidad especiales, mientras permite un pequeño juego de luz en las superficies pulidas alternas. Pero, mientras la caja podría parecer bastante clásica, es sin embargo técnicamente muy compleja. Fabricada con no menos de 27 elementos, va equipada con siete precintos que encierran y protegen el movimiento. Un cristal zafiro de sutil redondez y antirreflejo ofrece una vista en profundidad del delicado trabajo realizado en la esfera ofreciendo una mayor legibilidad con sus agujas tridimensionales y sus indicadores facetados. Las asas ligeramente realizadas sujetan una correa de piel que se adapta perfectamente a la forma de la caja. Otro detalle importante es la corona, bastante grande pero muy elegante y de fácil manejo. En los modelos con indicador de fecha, la corona va también equipada con un mecanismo único que Moser llamó la "corona de doble tirón" (DPC). Aunque esto sea solamente un detalle, dice mucho sobre la atención que H. Mose & Cie presta a la comodidad de la persona que utiliza el reloj. Los propietarios de relojes mecánicos con indicador de fecha saben que es a veces difícil encontrar la posición exacta para ajustar la fecha, y a menudo en vez de ello se cambia el tiempo inadvertidamente. Con el DPC esto no puede suceder puesto que es necesario tirar de la corona hasta la primera parada, y entonces soltarla antes de poderla tirar otra vez para la segunda posición, que permite ajustar las agujas.

### Una importante innovación

Bajo la pureza radical pero sin embargo sensual de su apariencia, los relojes de H. Moser & Cie contienen movimientos originales (cuatro calibres mecánicos de cuerda manual de la propia casa)



Modulo central

que proporcionan una buena demostración del rigor relojero de la marca.

Esto no es el rigor por el rigor o simplemente el arte por el arte, sino que éste está totalmente concebido con el objeto de aumentar la simplicidad, la utilización, el confort, la ergonomía, la legibilidad y la durabilidad de un reloj mecánico de funcionamiento perfecto. La empresa también aborda la necesidad estratégica, e incluso imperativa, de ofrecer un servicio irreprochable.

En el centro de la noción de servicio se encuentra la innovación más importante que H. Moser & Cie es el único en ofrecer: un módulo de escape intercambiable que es común para todos los movimientos. Todos los órganos de regulación del reloj están de este modo unidos por un módulo que solo necesita ser desenroscado en dos puntos para poderlo separar e intercambiarlo.

"La idea principal detrás de esta innovación," explica Daniel W. Zimmermann, Director de Ventas y Marketing, "es la de responder eficientemente al gran desafío de hoy en día que concierne a todas las marcas que trabajan a un alto nivel mecánico en la relojería: el servicio. Sencillamente, no hay en todo el mundo suficientes relojeros formados capaces de reparar movimientos complejos. Y después de cinco o seis años en operación, un reloj necesita ser ajustado y lubricado. Básicamente, precisa un servicio completo, que puede durar semanas o incluso meses, durante los cuales los

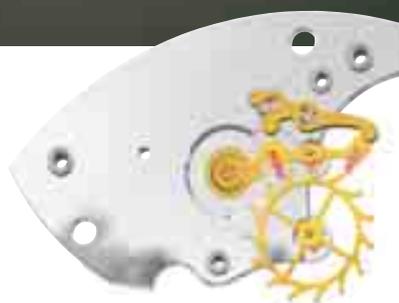


MOSER PERPETUAL 1

clientes son desprovistos de sus relojes, esto sin contar los precios que se cargan por ello. Con nuestro sistema, el cliente acude al relojero, quien desmonta el modulo de escape, lo limpia fácilmente y lubrica el resto del movimiento, luego reemplaza el modulo de escape con otro modulo previamente regulado que nosotros le hemos suministrado. Por tanto, después de esperar un rato puede volver salir, por lo general, con su reloj. En este tiempo el relojero cuida del modulo original, y lo vuelve a poner en su sitio una vez ha sido ajustado." Esta ingeniosa y debidamente patentada idea va hacer, sin ninguna duda, rabiar de envidia a muchas otras marcas de prestigio.

### Unos pequeños detalles clave

Pero la ingeniosa creatividad de los relojeros de H. Moser & Cie no se acaba aquí. También puede observarse en la manera que el propio escape ha sido diseñado y en la calidad intrínseca demostrada en varios detalles. Por ejemplo, los tornillos reguladores (0,35 mm de diámetro) del gran volante tienen muescas, evitando por tanto perder ajuste debido a las vibraciones. Otro



'Palanca dragón'



Volante

"detalle" puede verse en la delicada paleta y en la rueda de la paleta, que están fabricadas en oro, que ha sido endurecido, no con martillo, sino a base de un proceso de endurecimiento conocido como Röntgenstrahl tiefeulitographie o LIGA, que lleva al metal a 600 vickers de dureza y permite

obtener superficies verticales particularmente lisas, reduciendo por tanto la fricción entre la piedra de la horquilla de la paleta y el diente de la rueda de escape. La precisión del reloj viene facilitada por otro mecanismo llamado la "palanca dragón" que permite que la distancia entre la paleta y la rueda de escape se ajuste con gran exactitud.

Los movimientos de H. Moser & Cie están actualmente equipados con un volante Breguet Nivarox. Sin embargo, próximamente la marca fabricará sus propios espirales en colaboración con la empresa Precision Engineering, que consiguió adquirir "la receta original" de la aleación Nivatrox, cuyo inventor fue nada menos que el abuelo de uno de los principales accionistas de H. Moser & Cie, el industrial Thomas Strauman. Sin embargo, H. Moser & Cie no tiene intención de verticalizar todo su proceso de producción y convertirse en una "manufatura". Mientras que el total conjunto sus mecanismos, calibres, movimientos y cajas están diseñados y desarrollados en la casa, la marca de Schaffhausen los hace fabricar por una serie de subcontratistas, situados principalmente en la región del Jura.



MAYU



MONARD DATE



MONARD

## El calendario perpetuo más hermoso

Las muchas características de los movimientos de H. Moser & Cie se expresan particularmente bien en el emblemático modelo llamado Moser Perpetual 1. Este es simplemente el más clásico, el más evidente, el más simple y el más legible de los calendarios perpetuos jamás creados. Dos de sus características son simplemente extraordinarias: en primer lugar está la muy corta y gruesa flecha que indica los meses del año simplemente apuntando a uno de los 12 índices, cada uno de ellos correspondiente a un mes distinto; y en segundo lugar, la gran fecha saltante instantánea.

Para empezar, esta fecha tan grande no aparece en dos ventanas paralelas, sino en una sola. Por tanto la fecha, ya sea de uno o dos números, está siempre perfectamente centrada, y por ejemplo, se lee "1" y no "01".

También de manera muy interesante, el

"Calendario Flash" del Moser Perpetual 1 ofrece no solamente una fecha saltante instantánea, sino que además se ajusta hacia delante y hacia atrás en cualquier momento simplemente activando la cuerda de la corona colocada en una posición intermedia. También ofrece la particularidad de saltar directamente desde el último día del mes al primero del mes siguiente sin tener que pasar por los días de entremedio; por ejemplo, este sistema instantáneo patentado pasa del 30 al 1, del 31 al 1, y del 28 al 1, o en el caso de los años bisiestos, del 29 al 1.

La estrella que indica año bisiesto es visible por la parte de atrás del reloj, y puede ser fácilmente ajustada, si es necesario, utilizando un corrector que pasa desapercibido colocado en el lado de la caja. Esencial, puro, superlegible, desprovisto de cualquier indicación superflua (de este modo no hay ninguna indicación para el año, pero de todos modos ¿quién la puede necesitar?), el

Moser Perpetual 1, en su delicada caja curvada, es sin comparación, el reloj del año.

## Mayu y Monard

Mayu y Monard son dos colecciones al nivel más alto de la familia de relojes de la marca. La línea Mayu, con sus 38,8 mm de diámetro y 9,3 mm de grosor, tiene una aguja pequeña de segundos a las 6 h de gran diámetro, inspirada en los relojes de bolsillo y situada contra el borde de la pieza. Solamente un calibre bastante grande – 32 mm o 14 líneas – permite esta bastante extraña posición e inmediatamente diferencia este reloj del Valjoux o de otros calibres ETA. Solamente posee un gran tonel, que ofrece 80 horas de reserva de marcha, cuyo indicador es visible por detrás.

La línea Monard, con un diámetro de 40,8 mm, va equipado con dos toneles lo que proporciona una reserva de marcha de siete días. Muestra las horas, minutos, aguja pequeña de segundos, y una gran fecha a las 6 h. Con una producción de 500 piezas en 2006, 750 piezas en 2007, el objetivo a largo plazo son 5000 relojes al año. Actualmente se vende en 25 puntos de venta en 12 países.

Las piezas sólo están disponibles en oro blanco y rosa y posee un ratio precio/calidad bastante razonable (comenzando a 12.500 CHF para el Mayu básico hasta 36.000 CHF para el Moser Perpetual 1 de oro). Esta es claramente una marca a seguir. <

## ¿De dónde viene el nombre H. Moser y Cie?

Muchos pueden haberse olvidado, pero Heinrich Moser, nacido en 1805 en Schaffhausen, descendiente de una dinastía de relojeros, y relojero él mismo, emigró a Rusia a la edad de 22 años, donde rápidamente estableció un verdadero imperio en relojería bajo el nombre de H. Moser & Cie. Fundó una fábrica en LeLocle para sus propios suministros y también adquirió partes a Urban Jürgensen y Jaeger-LeCoultre.

A estas alturas, H. Moser & Cie tenía ya 70 calibres diferentes, vendía relojes a la Corte Imperial de Rusia, y también enviaba grandes cantidades de relojes a Japón, China, Persia y Nueva York. A su regreso a su nativa Schaffhausen, Heinrich Moser contribuyó en gran manera al auge industrial de esta ciudad, sobre todo con la construcción de una presa hidroeléctrica sobre el Rin, y al atraer a ella a F.A. Jones, el fundador de IWC. A su muerte en 1874, sus herederos vendieron sus posesiones en Rusia. La fábrica de LeLocle continuó produciendo movimientos mecánicos hasta 1980, cuando cerró sus puertas definitivamente. El renacimiento de H. Moser & Cie se debe a la iniciativa de un hombre, el Dr. Jürgen Lange. Él, originariamente de Alemania del Este, trabajó durante mucho tiempo en IWC antes de decidirse a instalarse por su cuenta, para ello reunió a un pequeño grupo de inversores y re-lanzó H. Moser & Cie, con Roger Balsiger, un descendiente directo de Heinrich Moser, que se convirtió en el Presidente Honorario del Consejo de Directores y Embajadores de la marca.



# VICENZA**ORO** spring

BUSINESS  
TRENDS  
VISIONS

MAYO  
**12 - 16 2007**

#### **Vicenzaoro spring**

Muestra internacional de orfebrería,  
joyería, platería, relojería, gemología

#### **Oromachine**

Exposición de máquinas para  
la orfebrería y objetos preciosos.  
Instrumentos gemológicos

[www.vicenzaoro.org](http://www.vicenzaoro.org)

  
VICENZA FAIR

THE ITALIAN  
B1

  
Banca  
Popolare di Vicenza

T +39 0444 969 111 F +39 0444 969 000  
info@vicenzafiera.it [www.vicenzafiera.it](http://www.vicenzafiera.it)

# Innovadores de todo el mundo

*El renacimiento en la relojería no viene solamente, como podríamos esperar, de la mano de los jóvenes maestros relojeros sino que también han contribuido considerablemente a éste jóvenes empresarios emprendedores y técnicos. Y hoy, ya no es más un privilegio exclusivo de los suizos, aunque el paso por Suiza y sus talleres de relojería continua siendo obligatorio para perfeccionar el oficio.*

›Pierre Maillard

## DELALOYE Y SU PROPIO "TRACTOR"



Nicolas Delaloye, nacido en Ginebra en 1970, decidió en 2003 lanzar su propia marca. Sólo en unos pocos años, este joven relojero, que se formó en la Escuela de Relojería de Ginebra, adquirió mucha experiencia fundamental. Después de trabajar en el taller de grandes complicaciones de Patek Philippe, continuó en los venerables talleres de restauración de la marca en Ginebra reparando piezas antiguas excepcionales. Seguido por una período donde trabajó junto a Roger Dubuis y François-Paul Journe, Nicolas Delaloye empezó a crear sus primeras piezas complicadas para Cédric Johner (tourbillons, repetidores de minutos, cronógrafos rattrapantes). Sin embargo en 2002, Delaloye empezó a crearse su independencia produciendo piezas para las grandes marcas en Suiza.

Como un relojero "purista" no podía concebir crear su propia marca a no ser que los relojes estuvieran equipados con sus propios movimientos. Tres años fueron necesarios para llegar a esta coyuntura: dos años de "teoría" y concepción, seguidos por un año de fabricación para presentar su primer movimiento mecánico en la primavera de 2006. Este movimiento mecánico de cuerda manual, diseñado como una base simple (horas, minutos y segundos) y ultra-fiable, presenta 72 horas de reserva de marcha, 18.000 vibraciones por hora, y es, en sus propias palabras, un "excelente tractor". Su arquitectura,

siguiendo la distinguida tradición en el arte de la relojería, con sus puentes grandes, sus monturas adornadas con piedras preciosas colocadas con tres tornillos, fue diseñado no solo para adecuarse más tarde a mecanismos adicionales (ya está trabajando en un calendario perpetuo) sino también para ofrecer grandes espacios para la decoración.

Fabricó las cinco primeras piezas casi totalmente a mano (con la excepción de los engranajes) dándoles un precioso acabado manual (biselado, fresa, diseño Côtes de Genève). Animado por el resultado, empezó la primera docena de "serie" de piezas, con una caja redonda muy clásica, muy pura y simple. Y se puso en camino hacia Baselworld. Allí, una persona se interesó mucho por su trabajo y adquirió varias de sus piezas. Delaloye se sintió tranquilo: su propia propuesta de "relojería" parecía que era valorada. Entonces supo que estaba por el buen camino.

Bienvenidos a Baselworld 2007, en el stand de la Academia de Relojería de Creadores Independientes (no tenemos suficientes palabras sobre el decisivo papel que esta asociación ha jugado al alentar a nuevos talentos y explorar nuevos caminos para la relojería), Delaloye presentará sus últimas creaciones que incluyen una línea de relojes de señora, el encantador "Les Pléiades". A pesar de todo Nicolas Delaloye es todavía perfectamente consciente de los muchos escollos que pueden aguardar a la joven marca. Sin embargo, está determinado a proceder despacio, sin pasar por alto ningún paso, mientras se mantiene artesanal y financieramente independiente.



## MCGONIGLE, UN TORBELLINO IRLANDES

¿Quién hubiera podido pensar que uno de los más bonitos tourbillons del año sería de Irlanda? Sí, este es el caso de esta espléndida pieza, invento de dos hermanos; John y Stephen McGonigle, que lleva grabada orgullosamente el término "Fabricado en Irlanda". Los dos hombres fueron a par a la relojería a una temprana edad, y después de seguir los cursos del Instituto Irlandés de Relojería en Dublín, se trasladaron a Suiza para perfeccionar su oficio. John fue a Wostep, después a Audemars Piguet, seguido de un tiempo con Christophe Claret antes de volver a casa, a Irlanda. Stephen, después de trabajar en la reparación de relojes antiguos en Londres, se unió a su hermano en Christophe Claret, seguido de periodos en Franck Müller, Breguet y British Masters antes de montar su propio taller como relojero independiente en Neuchâtel.

Así pues, entre Irlanda y Suiza, los dos hombres construyeron juntos su primer reloj - un hermoso tourbillon hecho artesanalmente en platino y diseñado y fabricado enteramente por ellos mismos. El reloj McGonigle, de cuerda manual, con una reserva de marcha de 110 horas, además de su espléndida arquitectura y sus decoraciones celtas, es bastante interesante desde el punto de vista de la relojería. Habiendo elegido prescindir de un regulador para ajustar la precisión de la pieza, tendrían que ser sumamente cuidadosos al establecer el equilibrio entre el peso del volante y la longitud del espiral. Pensando lógicamente, hicieron el cage aerodinámico, mejorando por tanto su eficiencia mientras le daban la apariencia de ligereza extrema. La esfera se trabajó en tres niveles, con dos aperturas cortadas en el cristal zafiro: una a las 6 h. que muestra el tourbillon, y otra a las 12 h. que muestra los engranajes del tonel. En el segundo nivel el puente del tonel se ha tratado con rutenio, como en el nivel inferior, obteniendo por tanto un alto grado de legibilidad (agujas azuladas e índices elevados) y una luz maravillosa en el cage del tourbillon.

La caja, delicadamente ovalada, es extremadamente expresiva, con asas llamativas y una original gran corona tallada al estilo del alfabeto "Ogham", la escritura celta que se encuentra en el logo de McGonigle. Su confirmado origen celta es también aparente en el sutil juego del grabado en el dorso del reloj. Los hermanos McGonigle han partido, indudablemente, hacia una fantástica aventura.



## VAN DER GANG, DEL ESPACIO A UN PEQUEÑO ESPACIO

El de Van de Gang es un caso ilustrativo de un camino totalmente nuevo de enfocar la producción de relojes. Esto no podría pasar en Suiza, donde las tradiciones en relojería son demasiado fuertes, pero sí que ocurrió en los Países Bajos, en la ciudad de Dokum. Al principio, Van der Gang era un fabricante de instrumentos de alta tecnología utilizados en la industria espacial y en equipos médicos. Pero su propietario, Wybe Van der Gang era también un amante de los relojes mecánicos.

En un cierto momento se preguntó: ¿Por qué no aprovechar esta maquinaria de alta precisión para hacer relojes? Al fin y al cabo, las técnicas básicas son más o menos las mismas. De su pasión y sus definitivas capacidades tecnológicas salió una colección de relojes sobrios, incluso podríamos decir "nórdicos", de formas decididamente contemporáneas. El énfasis se puso en la precisión, expresada por un dial que favorece la legibilidad. Van der Gang no trató de hacer los movimientos (que son cronógrafos automáticos Valjoux 7751) sino que prefirió concentrar se en hacer las cajas y las esferas. Las cajas, de un trabajo exquisito, están talladas de un acero especial resistente al rayado que ha sido endurecido con nitrógeno y protegido por delante y detrás con cristales zafiro algo purpúreos así mismo resistentes al rayado. Las esferas tratadas en plata son el telón de fondo perfecto para las manecillas en acero azulado, mientras que las esferas negras tienen las manecillas de rodio plateado.

Aunque todo esto no es, desde luego, nada revolucionario es una demostración muy convincente de una nueva clase de savoir-faire, lejos de las tierras suizas, que ha dado como resultado unos preciosos relojes con una perfecta claridad de expresión. Definitivamente es una marca a seguir observando.



## LANG & HEYNE, ORTODOXIS SAJONA

Puesto que A. Lange & Söhne y Glasshütte han llevado las cartas de nobleza (¡y qué cartas!) a la prestigiosa relojería sajona, este rincón de la tierra se ha convertido en un refugio para el tipo de relojería más clásica y tradicional que nunca ha existido.

En este linaje de excelencia podemos colocar a Marco Lang, nacido en 1971. Desde el año 2000 ha estado a la cabeza de la pequeña (de 30 a 40 relojes al año) pero excelente manufactura Lang & Heyne. Lo mejor de la relojería sajona puede encontrarse en sus relojes, como por ejemplo el Calibre 1, con su arquitectura sumamente clásica, grandes piedras preciosas con sus monturas de oro colocadas con tornillos azulados, su cuidadoso acabado, y el indicación muy original del ángulo del sol a las 12 del mediodía sobre el ecuador (de lo cual dependen las estaciones del año), montada en un disco terrestre cloisonné

El Calibre IV es un magnífico reloj de pulsador único, rueda de pilares (sutil mecanismo visible en el reverso), movimiento cronógrafo que permite regular los minutos y segundos con una manecilla central.

Este trabajo atractivo del arte de la relojería se expresa visualmente en las cajas redondas de asa triple, todo en un estilo mezcla de clásico y un ligero toque de barroco que les da la vistosidad sajona. Los nombres de las diferentes piezas de Lang & Heyne evocan la historia de la realeza de Sajonia con nombre como "Friedrich August 1", "König Johann", "Moritz of Saxony" e incluso "King Albert".

## STEPAN SARPANEVA, EL ESPÍRITU FINLANDÉS

Stepan, el hijo del famoso diseñador de joyas, Pentti Sarpaneva, sintió predilección desde una edad temprana por la relojería. Después de diplomarse en 1992 de la Escuela Finlandesa de Relojería en Tapiola, seguido de experimentar en varios oficios diferentes, abandonó su país nativo para instalarse en Suiza. Después de atender clases complementarias en Wostep, fue contratado por Piaget en La Côte-aux-Fées, donde trabajó durante dos años y medio en el servicio post-venta. Esto le dio la oportunidad de trabajar en un número diferente de modelos y perfeccionar sus habilidades. Desde allí, volvió a pasar otra vez algún tiempo en Wostep donde siguió cursos sobre complicaciones en relojería. Luego entró a trabajar para Parmigiani (donde conoció a otro finlandés, Kari Voutilainen, quien más tarde también se convirtió en independiente), seguido de períodos en Vianney Halter y finalmente Christophe Claret.

Con su experiencia acumulada en altas complicaciones, Sarpaneva decidió en 2003, crear su propio taller y su propia marca en Finlandia. Desde entonces, ha trabajado en modelos originales, utilizando como base calibres mecánicos suizos, que el reconstruyó a su manera. Sus cajas son extremadamente esculturales, poderosas y muy originales, y muestran su gusto pronunciado hacia la búsqueda del diseño, característica de lo finlandés.

Se han presentado varios modelos, todos diferentes, sin embargo todos con una personalidad muy acusada: líneas marcadas como si estuvieran talladas brutalmente de una masa de acero, e índices geométricos. Sus movimientos también son innovadores. Por ejemplo, las ruedas de escape están tratadas especialmente con diamante con el objeto de reducir su fricción; la masa oscilante del modelo Komentaja tiene la forma de una turbina; la masa oscilante también se hace visible a través de la tapa de fondo que ha sido cortada en forma de espiral, creando un efecto calidoscopio. Pero su último desafío, ejemplo de las ambiciones innovadoras de Stepan Sarpaneva, representa un cruce de dos mundos, la electrónica y la haute horlogerie para ofrecer un pieza de relojería experimental capaz de medir la aceleración. De alguna manera, Sarpaneva ha inventado una nueva función, demostrando que la renovación en relojería también puede venir del Lejano Norte.





## HAUTLENCE, EMPRENDEDORES MECÁNICOS

Renaud de Retz y Guillaume Tetu, los dos fundadores de Hautlence, son símbolo de una nueva "raza" de empresarios emprendedores en la relojería, que no vienen de las mesas de trabajo sino de las filas de grandes grupos del lujo. A pesar de que todo empezó con una apuesta (¿por qué no fundamos nuestra propia marca? se preguntaron estos amigos una noche), su profundo conocimiento de las técnicas de marketing les ha permitido establecer los cimientos de una verdadera marca, y no solamente de un éxito efímero.

Puesto que ellos no son relojeros, decidieron no concentrarse en la creación de complicaciones extraordinarias, sino ofrecer en cambio a los aficionados de los relojes mecánicos una nueva manera de leer el tiempo. Actuando prudentemente en su primer modelo, presentado en 2005, combinaba un cierto clasicismo de la caja con una manera totalmente nueva de mostrar el tiempo. Sacando provecho del entusiasmo por los mecánicos, ellos enfatizaron los elementos de transmisión (tales como una especie de biela) creando al mismo tiempo un montaje mecánico muy poético. Al ser esta primera pieza bien recibida en el mercado, les permitió construir los cimientos de una buena red comercial y continuar su aventura en esta misma línea.

Su último modelo, el HLS 04 y 06, va un poco más lejos que el original. Es muy moderno, desde el punto de vista visual, y presenta una caja muy contemporánea combinando acero negro resistente a las rayadas con oro blanco, una pulsera de caucho, una esfera en tres dimensiones con manecilla saltante sobre un disco "ahumado", los segundos se muestran en un pequeño disco satinado, y la manecilla retrógrada de segundos en una biela. Es un pequeño mecanismo mecánico, espléndido y sin embargo festivo, que augura un buen futuro para Hautlence, una marca que ganó la apuesta de crear un nombre, una identidad en un nicho diferente a todos.

## ROMAIN GAUTHIER, CNC Y ALTA RELOJERÍA

El camino recorrido por Romain Gauthier es también atípico, y testifica su propio camino particular de hacer relojes. Romain Gauthier, nacido en 1975 es de formación constructor de máquinas y herramientas de precisión y programador y operador de CNC. En 1999, mientras trabajaba para uno de los principales fabricantes de relojes, empezó a soñar en crear su propio reloj y ¿Por qué no? También su propio movimiento. Extremadamente paciente y metódico, y siendo consciente de ello, además de su competencia técnica necesitaba adquirir agudeza empresarial, por lo que se matriculó en una escuela de negocios con el objeto de hacer un Master (que lo obtuvo en 2002, con una tesis final dedicado a su "business plan" para su propia futura empresa).

Trabajó en secreto en los diseños de su propio movimiento, que contiene dos características principales: una corona de cuerda bajo la caja que puede ser activada sin necesidad de quitarse el reloj, y una esfera descentrada hacia arriba. Siguió tres años, de cálculos, de diseños, hasta que finalmente pasó a la fabricación de las partes componentes que las fabricó en una máquina CNC prestada por un amigo. En la fase final, un relojero montó las partes para dar vida al movimiento. Hoy, después de todos estos años de trabajo con el asesoramiento de Philippe Dufour, Romain Gauthier puede por fin dar a conocer sus relojes. ¡Y qué bonitos relojes!

Prestige, su primera colección, se compone de relojes redondos de 41 mm de diámetro, hechos en oro rosa o blanco, o platino, con esferas de guilloché de oro trabajado a mano, cristal zafiro, y fondo de tapa de cristal. El movimiento de cuerda manual presenta una reserva de marcha de 60 horas, 28.800 vibraciones por hora, y una ingeniosa corona de cuerda horizontal que, colocada delicadamente bajo la caja, puede ser activada por la persona que lo lleva. Cada reloj se monta a mano individualmente y es firmado por el relojero que lo hace. No puede haber ninguna duda, esta marca ha empezado muy bien su largo camino.



# FESTINA ORO

## Sólo el Tiempo es aún más valioso

Gracias a sus más de 100 años de experiencia como fabricante de relojes de alta calidad, la marca Festina empezó en 1999 a producir su propia línea de relojes de oro bajo el nombre "Festina Oro".

Dentro de sus parámetros de ofrecer la mejor calidad, la mayoría de los relojes Festina oro de 18 k llevan diamantes de una pureza y un color que enriquecen cada pieza.

Los movimientos usados y seleccionados se montan según los estándares más altos y en conformidad con la tradición relojera Suiza.



El oro pulido siempre ha fascinado las culturas antiguas como los Incas y a los Egipcios. El oro era el símbolo del sol y de la vida. Desde hace millones de años, el sol era venerado por su esplendor. Ponerse un reloj de oro, significa también llevarse una pequeña parte de la belleza mítica que entorna este astro, la magia del oro se mantiene eterna.

## Gold Colletion

Reloj Señora	Caja con diamantes
Analógico	Cierre oculto
Mov. ETA 280.001	3 ATM
Oro de 18 k	Movimiento cuarzo
Cristal de zafiro	

FO 320



## Gold Colletion

---

Reloj Caballero	Cristal zafiro
Cronógrafo	Fondo roscado cristal mineral
Mov. Valjoux 7750	Correa cocodrilo
Oro de 18 k	3 ATM
Calendario y semanario	Automático



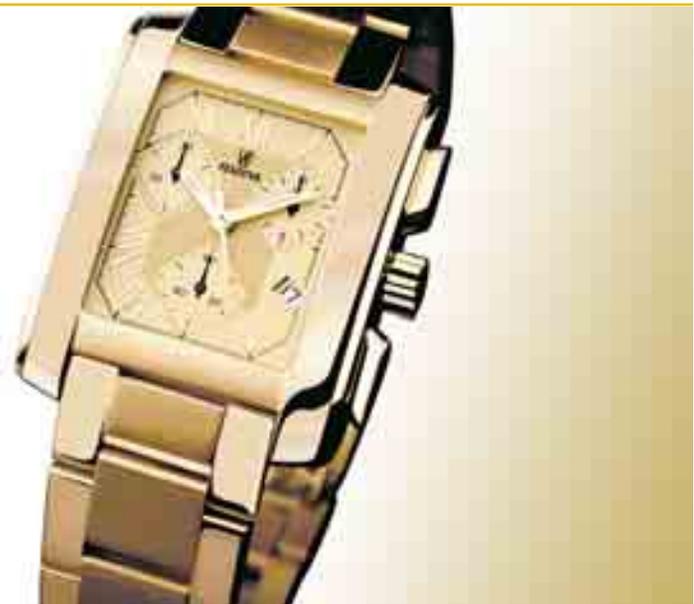
FO 666

---

## Gold Colletion

---

Reloj Caballero	Cristal zafiro
Cronógrafo	Cierre oculto
Mov. ETA 251.471	3 ATM
Oro de 18 k	Movimiento cuarzo
Calendario	



FO 655

---

# El tiempo pasará ...

►D. Malcolm Lakin

*Breve informe sobre algunas de las marcas de relojes lanzadas o re-lanzadas recientemente, y sobre como responden en los mercados internacionales.*

## DELACOUR



Si uno espera el momento más inapropiado para lanzar al mercado una nueva marca de reloj, no lo podría haber hecho mejor que deLaCour. Su primera colección se presentó en BaselWorld 2003 cuando el SRAS (síndrome respiratorio agudo severo) creaba el caos y todo el mundo vivía pendiente del inicio de la guerra de Irak. No era pues el momento ideal para que esta marca de relojería, hasta el momento desconocida, ofreciera su reloj "enorme". Pero estos elementos estaban más allá del control de la marca. Sin embargo, lo que sí controlaban, y muy seriamente, era cada uno de los elementos que componen sus relojes: la técnica, el diseño, el confort y la individualidad de cada reloj.

## CUERVOS Y SOBRINOS

La primera tienda de Cuervos y Sobrinos se abrió en La Habana, Cuba, en 1882, y durante muchos años vendió la mayoría de las importantes marcas suizas: Patek Philippe, Rolex, Longines y Omega. Más tarde comenzó a producir su propia marca de relojes Cuervos y Sobrinos que se manufacturaban en La Chaux-de-Fonds, se importaban a Cuba y después se re-exportaban por todo Norte América y Sudamérica. Cuando Castro subió al poder, el negocio de relojes de la compañía básicamente murió.

En 2003, el nombre de la marca lo tomó un grupo con base en Lugano, Suiza, que utilizando los documentos originales de Cuba, resucitaron los relojes de la marca que volvieron a vivir con una apariencia más moderna y con nombres como Robusto Buceador, Esplendidos Dualtime y Torpedo Chronograph.

Máximo Rossi, el Director Ejecutivo de la marca, confirmó recientemente que desde el relanzamiento de la marca Cuervos y Sobrinos ha habido un crecimiento muy positivo en cuanto a producto y distribución geográfica,

Los relojes deLaCour han sido desde su inicio, fabricados en series limitadas, utilizando únicamente los mejores artesanos y relojeros. Cada pieza está montada enteramente a mano y algunos elementos del reloj son únicos, como las esferas hechas con madera o con hojas de tabaco Havana. Para un perfecto acabado, los relojes están pulidos manualmente y cada esfera lleva las palabras "individually crafted" ("hecho a mano individualmente").

El Bichrono fue el primero de las creaciones "enormes" de deLaCour, un cronógrafo doble de vanguardia equipado con dos movimientos automáticos cronógrafos ETA. Desde entonces, la marca ha presentado relojes innovadores y vistosos que van desde el Quantième Perpetual Parabolique al Bitorubillon grande complication y al sensacional sonoro Répétition Minute que vemos aquí, fabricado como un instrumento musical utilizando un movimiento único y una pieza de bronce de 500 años de antigüedad de una campana de una aleación de cobre y estaño descubierta en una fundición de Suiza.

Con 67 puntos de venta en todo el mundo, el año pasado se vendieron 2.500 relojes deLaCour, lo que supuso un 35% de crecimiento sobre el año anterior, con estos resultados, la marca continua ahora en el mismo camino de la originalidad de sus movimientos, una artesanía superior y un aspecto único.

En el próximo BaselWorld se presentará el "Night Flight" de deLaCour, un reloj excepcional que ha sido diseñado especialmente para viajeros: cuatro husos horarios para las cuatro esquinas de la tierra, con dos funciones cronográficas para dos acontecimientos simultáneos, pero independientes.

¡No sorprende que la marca utilice su eslogan "Desde mañana" para sus creaciones!

\* Un artículo de deLaCour "Hacerlo en grande con "Outsize" apareció en Europa Star 1/2004.



TORPEDO CHRONOGRAPH

Reloj de acero inoxidable (44 mm) equipado con un Calibre Dubois-Dépraz 2073 basado en un movimiento ETA 2892. Horas, minutos, pequeños segundos, cronógrafo con 12 horas y registro central de minutos, indicador de 24 horas, pulsímetro y taquímetro.

pero prefiriendo no divulgar cifras de ventas, Máximo Rossi, nos comenta "...el volumen de ventas está creciendo cada año y en particular, tenemos unos objetivos muy ambiciosos para el 2007."

En los próximos 24 meses, la marca ofrecerá un apoyo consistente a los mercados claves existentes, en lugar de expandirse más lejos geográficamente. Para Cuervos y Sobrinos, los mercados claves en Europa son Italia, España y Rusia, con una atención especial puesta ahora en Suiza, el mercado doméstico de la marca. En el extremo Oriente la marca funciona bien en Japón, Hong Kong Taiwan y los países del Sudeste asiático, lo mismo que en China. Sin embargo, el mayor mercado de Cuervos y Sobrinos está en Estados Unidos.

Diseñado elegantemente, en oro de 18 quilates o acero inoxidable, los relojes tienen esferas de varios colores sofisticados y ofrecen complicaciones interesantes con movimientos mecánicos Dubois-Dépraz y CyS. Una marca poco conocida en el concurrido mundo de la relojería, pero que se merece una atenta observación aunque sólo sea por su "Alma latina y corazón suizo."

\*Cuervo y Sobrinos fue mencionado en "Y el espectáculo sigue ... y sigue ... y sigue..." en el Resumen de Ferias, Europa Star 3/2005

## LOUIS ERARD

Fundada originalmente en 1931, Louis Erard se volvió a lanzar en 2003 después de un período de relativa inactividad. Basándose en un meticuloso estudio del mercado general de la relojería, Alain Spinedi, director de la empresa, decidió posicionar Louis Erard en una categoría muy específica: relojes mecánicos de Haute Horlogerie a un precio a razonable. El resultado ha sido que la marca Louis Erard se ha creado para sí misma un nicho ideal fabricando relojes de hombre de entre los 600 y los 2.500 francos suizos- aunque en la reciente introducción de modelos de oro de 18 quilates los precios fluctúan entre los 4.750 y 5.950 francos suizos. Las primeras colecciones de la marca captaron rápidamente la atención de los consumidores y para el año 2006, las ventas ya habían incrementado un 45% sobre el año anterior.

Los objetivos de Alain Spinedi para el presente son reforzar la presencia de la marca y continuar desarrollando su presencia en otros mercados. Al demostrar unos excelentes resultados, tanto creativos como comerciales, en el breve período de su nueva vida, Louis Erard está por fin cosechando la recompensa de ser un fabricante de relojes mecánicos digno de crédito.

\*Un artículo más completo sobre Louis Erard, "Louis Erard y el Espíritu del Tiempo" apareció en Europa Star 6/2006.

### LES ASYMÉTRIQUES

Modelo de señora en acero inoxidable (40,30 mm) equipado con un movimiento automático ETA 2895-2. Esfera de nácar ligeramente descentrada, bisel con 66 diamantes montados, cabujón de ónice montado en la corona, estanco al agua hasta 50 metros.

### LES ASYMÉTRIQUES

Reloj de acero inoxidable (40,30 mm) con un movimiento automático ETA 2895-2. Esfera ligeramente descentrada con indicaciones de horas, minutos, segundos y fecha. Estanco al agua hasta 50 metros.

### LES ASYMÉTRIQUES

Cronógrafo en acero inoxidable (40,30 mm) equipado con un movimiento automático ETA 7750. Indicaciones de la esfera ligeramente descentradas, estanco al agua hasta 50 metros.



### ROBUSTO TRICALENDOGRAFO Y LUNAR PHASES

Reloj de acero inoxidable (43 mm) equipado con un movimiento Dubois-Dépraz Calibre 9000 basado en un movimiento ETA 2892-A2. Horas, minutos, segundos, día, fecha, mes y fases de la luna completas. 42 horas de reserva de marcha, estanco al agua hasta 100 metros.

### ESPLENDIDO MONOPULSANTE GOLD – Edición limitada

Reloj de oro rosa o blanco (37 x 47 mm) equipado con un movimiento de cuerda manual Manufacture Calibre CyS 2450. Cronógrafo de botón único – 30 minutos y 60 segundos – funciones de horas, minutos y segundos. 42 horas de reserva de marcha, cristal zafiro delante y detrás, estanco al agua hasta 30 metros.



## JEAN-MAIRET & GILLMAN

En el año 1999, César Jean-Mairet fundó la empresa Jean-Mairet & Gillman para ofrecer a los aficionados a los relojes ediciones limitadas de 25, 50, 100 ó 500 piezas según el reloj fuera de acero inoxidable, platino o de oro amarillo, blanco o rosa.

Relojero de formación, César Jean-Mairet tiene un vínculo con la relojería que data de los años 1700 con la familia Mairet, y de un pasado no tan distante con sus tatarabuelos Robert Gillman y Carolina Bovet. Con su pasión por los relojes, estableció rápidamente la marca en España, Moscú, el Oriente Próximo y Turquía, añadiendo importantes puntos de venta en Asia después de la primera aparición de la marca en BaselWorld 2003.

Existen tres colecciones exclusivas: Around the World, Sports y Careée. Cada colección tiene su propio carácter y ofrece algunas piezas clásicas y algunos relojes mecánicos de señora, todos creados utilizando una fina artesanía tradicional y excelentes movimientos mecánicos de nombres tan prestigiosos como Dubois-Dépraz, Jaquet y Piquet.

Hoy Jean-Mairet y Gillman funciona muy bien con un 50% de incremento en ventas sobre el año anterior. Los mercados de Rusia y Asia continúan creciendo, el mercado francés se ha consolidado y ha abierto mercado en Suiza, Japón y el Reino Unido. Estados Unidos, el resto de Europa y los países árabes son los mercados donde se establecerá en un futuro previsible.

En cuanto a los relojes, este año se presentarán varios

modelos nuevos, que incluyen un cronógrafo monopoussoir, un tiempo universal, un nuevo reloj deportivo de señora, un modelo de reserva de marcha y un calendario perpetuo tri-retrógrado.

\*Un artículo de introducción de Jean-Mairet & Gillman "Un elegante tributo al reloj mecánico" apareció en Europa Star 4/2004.

### CHRONO SPORT

Caja de acero inoxidable (42 mm) con un movimiento cronómetro automático JMG 2006RAC/8162 COSC. Fecha grande a las 12 h, contadores de 30 minutos y 60 segundos, cronógrafo de rueda de pilares, 48 horas de reserva de marcha, cristal zafiro delante y detrás, correa de caucho.

### CONTINENTES MONOPOUSSOIR

Caja de oro de 18 quilates (43 mm) con un movimiento mecánico JMG 2006 MP/5000. Cronógrafo de rueda de pilares con contadores de 30 y 60 minutos, reserva de marcha de 42 horas, dial de opalina.



## SPEAKE-MARIN

Peter Speake-Marin, inglés, estudió en Suiza en la escuela WOSTEP de Neuchâtel, ingresó en Watches of Switzerland en Oxford y después en Londres, seguidamente trabajó en una compañía de antigüedades supervisando la sección de relojes antiguos.

Más tarde, Peter ingresó en Renaud & Papi en Suiza donde durante cuatro años trabajó en complicaciones y en ese tiempo fue comprando maquinaria de relojería "... como una forma de asegurarme el futuro, y de este modo comencé a fabricar mis propias piezas." Presentó sus primeros relojes en el stand de AIHH de Basilea en 2003 y para el 2004 ya había vendido alrededor de 100 piezas. El año siguiente Peter Speake-Marin había desarrollado su propia red de distribución y fabricó y vendió 150 relojes con varias complicaciones.

En 2006 creó su segundo reloj para Harry Winston, un tourbillon de cuerda automática de 44 mm en Zalium® llamado Project Z3 y empezó a trabajar en piezas únicas que requerían grabados y esferas lacadas. También ha sacado una nueva línea de relojes de 42 mm en oro de 18 quilates y acero inoxidable. Los relojes de Speake-Marin van desde un modelo sencillo de tres agujas a un tourbillon y desde un magnífico repetidor de minutos a un calendario perpetuo con fases de la luna. Los precios, dependiendo de los materiales y las complicaciones van de los 12.000 a los 450.000 francos suizos.



### FIGHTING TIME

Caja de platino con capas plegadas de mokame gamé en plata y oro blanco de 18 quilates, dragones plateados en rodio, perforados y esculpidos a mano, ojos con diamantes montados. Los dos dragones se encaran en sentido contrario a las agujas del reloj para dar la impresión de movimiento. Esfera grabada y formada por Kees Englebarts, agujas azuladas en acero inoxidable, movimiento automático, cristal zafiro delante y detrás. Pieza única.

La marca Speake-Marin ha tendido un crecimiento lento pero metódico puesto que Peter Speake-Marin tiende a trabajar solamente con gente de su mismo parecer, sin embargo, sus creaciones están hechas para durar, tanto a nivel técnico como en cuestión de moda . . . simplemente son intemporales.

\*Un artículo en profundidad sobre Speake-Marin "Speake-Marin: crea algo que la gente quiere" apareció en Europa Star 1/2006

#### QUANTIÈME PERPETUAL CALENDAR

Reloj de acero inoxidable (42 mm) con esfera en oro de 18 quilates, agujas azuladas de acero, movimiento mecánico automático, cristal zafiro delante y detrás.

#### PICCADILLY

Caja en oro rojo de 18 quilates (42 mm) equipado con un movimiento automático. Esfera de esmalte blanco con numerales arábigos, agujas azuladas de acero, cristal zafiro delante y detrás.



## ROMAIN JÉRÔME

Romain Jérôme se fundó en 2004 cuando varios profesionales del golf reconocieron que había cabida para un genuino reloj de golfista y fabricó su primer reloj de "nicho", el Hole in One Golf Counter. Este reloj de pulsera mostraba la puntuación del jugador en los 18 hoyos, permitiendo a los jugadores seguir su propio progreso a lo largo del campo, contar los golpes jugados en cada hoyo y sumarlos a todo el proceso. Diseñado estéticamente para presentar símbolos golfistas, como palos, tees y bolas de golf, la marca se estableció rápidamente en este nicho de mercado.

El Hole in One (42 mm) de oro rosa o blanco de 18 quilates va equipado con un movimiento de cuerda automática Calibre RJ92. Tiene reserva de marcha de 42 horas, esfera en Clous de Paris plateado, o nácar blanca o negra. El reloj es estanco al agua hasta 30 metros, y se presenta con una correa de cocodrilo cosida a mano en varios colores. La edición limitada está disponible en 99 piezas en cada color de oro.

Desde entonces Romain Jérôme también se ha introducido en el sofisticado nivel relojero de los tourbillon con su "Honor Tourbillon" (42 mm) disponible en oro de 18 quilates rosa o blanco y equipado con movimiento

La Joux Perret de cuerda manual personalizado con un cierre de puente invisible. La esfera es de media estructura con el tourbillon a las 6 h, una reserva de marcha de 90 horas, también está disponible con un bisel montado con diamantes. Es de edición limitada de 9 piezas por color de oro.

Existe también el 5000 G Cronograph en oro rosa o blanco de 18 quilates, equipado con un movimiento automático Calibre RJ94 con esfera de Clous de Paris plateada o nácar blanco o negro. También de edición limitada, de 99 piezas por color de oro.

Para las señoras está el reloj Precious Marvel (38 mm) montado en diamantes en oro rosa o blanco y con movimiento automático con 42 horas de reserva de marcha. Estanco al agua hasta 30 metros, estas elegantes piezas están también limitadas a 99 piezas por color de oro.

Después de su éxito en el Próximo Oriente donde el pedido original de relojes se cuadruplicó, Yvan Arpa (ex de Hublot y de Richemont) y Bernard Gautier (ex Hublot) se están preparando para BeselWorld 2007 con dos nuevas familias de producto.

\*Un artículo de presentación de Romain Jérôme "El Golf Master Time de un recién llegado: Romain Jérôme" apareció en Europa Star 3/2005



---

## FRANC VILA

---

Fundada en 2004, Franc Vila lanzó su primera colección de relojes mecánicos complicados sumamente limitada en BaselWorld 2005.

Siendo desde su temprana niñez un apasionado de los relojes, a medida que pasaba el tiempo, Franc Vila se dio cuenta que “necesitaba un reloj no sólo técnicamente perfecto, sino también construido bajo los más altos estándares de calidad y que reflejara el espíritu contemporáneo. Nosotros vivimos ahora, en nuestro tiempo, y nuestros relojes deberían ser contemporáneos, pero respetuosos de la tradición y la exclusividad, el principio característico del lujo, además de la excelencia. “Por tanto, empecé a pensar en crear mi propio reloj, pero sólo para mí y mis amigos. Inicialmente mi idea era no venderlos, incluso ahora diseño mis relojes para satisfacer mis necesidades y mis gustos – los que afortunadamente corresponden a los deseos de mis clientes. Nunca he diseñado un reloj para satisfacer las necesidades de mis clientes. No puedo y no lo haré. Sólo hago relojes que me gusta llevar a mi mismo,” explica Franc Vila.

Nacido en España, con oficinas en Ginebra, el objetivo de Franc Vila es crear relojes innovadores y exclusivos, pero que tengan una relación con el pasado... tal como Vila lo dice: “Cuando empecé a diseñar mi reloj tenía un pie en el pasado y uno en el futuro”.

En lo que concierne al futuro de la marca de Franc Vila, el propio relojero la ve siendo siempre de producción limitada debido a la complejidad, la gran cantidad de trabajo manual y su insistencia inflexible hacia la más alta calidad. Sin

embargo, habiendo dicho esto, a partir de este año se lanzarán cinco modelos utilizando movimientos de algunos de los mejores fabricantes de movimientos avanzados, de estos, cuatro incorporarán un tourbillon equipado con un repeticionador de minutos con sonido catedral, uno cronógrafo con un único botón, y otro con un segundo huso horario.

Franc Vila mantendrá una distribución de puntos de venta muy selectiva y, a corto plazo, abrirá su propia boutique en el centro histórico de Ginebra.

*\*Un corto artículo sobre Franc Vila apareció en Europa Star 3/2005*



FVa 12-9A CHRONOGRAPH QUANTIEME ANNUEL AUTOMATIC  
Reloj « Esprit Unique » Grand Sport en acero extremo DieHard en negro. Movimiento de cuerda automática, calendario anual y función cronógrafa, esfera de nácar y guilloché, correa de cocodrilo, cristal zafiro delante y detrás, estanco al agua hasta 100 metros.

---

## TELLUS

---



Los relojes Tellus (empresa fundada en 1926) están diseñados por Hovel Chenorhokian y distribuidos por la empresa Hexagone que se fundó en 2005. Nacido en una familia armenia que se mudó a Líbano, el padre de Hovel aprendió relojería gracias a uno de sus hermanos y entonces decidió abrir su propio negocio para distribuir marcas suizas como IWC, Blancpain, y Breitling en el Próximo Oriente. En 1975, el estallido de la guerra civil en Líbano ocasionó el colapso del negocio de su padre y Hovel, junto a su hermano, ambos nacidos en Líbano, interrumpieron sus estudios y se refugiaron en Francia. A finales de los años 70, con el crecimiento de los movimientos de cuarzo y el

inicio de la revolución de los consumidores por la que los relojes se convirtieron en un accesorio de moda, Hovel y su hermano siguiendo la tradición familiar fundaron un pequeño negocio de distribución de relojes en Francia que desde entonces ha despegado y crecido hasta los 80 empleados actuales.

La primera creación propia de Hovel fue la colección Moog de relojes de señora con una variedad de correas multicolores de fácil intercambio. Hovel creyó que el concepto de “intercambio” de correas podía claramente ampliarse y cuando aceptó el reto del diseño de los relojes Tellus, se le ocurrió aplicarlo a los elementos acoplados a la caja del reloj, por lo que estos podían intercambiarse dando por tanto al reloj una apariencia completamente diferente. Tellus se lanzó el año pasado en BaselWorld. Las primeras entregas ya se han realizado ahora en Francia y también en países lejanos como Dubai, Kuwait y Australia.

El verano pasado, mientras estaba de vacaciones en Groix, una isla de Bretaña, Hovel Chenorhokian se paseaba por un mercado local cuando un artista que vendía esculturas vio su reloj Tellus y empezó a comentar cosas sobre el reloj con él. El artista lo encontró fascinante e insistió en comprárselo allí mismo. Hovel estuvo sin reloj durante el resto de las vacaciones, pero suponemos que él espera que esta pequeña anécdota sea un anticipo de lo que pasará comercialmente...

---

### PARENTHÈSES

Variaciones de un tema... relojes con un movimiento automático ETA 2824 con una caja intercambiable (42 ó 46 mm), de acero inoxidable con o sin diamantes a PVD negro y oro de 18 quilates con o sin diamantes. Cristal zafiro delante y detrás, estanco al agua hasta 30 metros.

---

# GRUPO MUNRECO

Munreco desarrollará nuevas líneas de negocio, abrirá tiendas franquiciadas y acometerá un ambicioso plan de expansión internacional



Munreco, tras la entrada en su accionariado de Banco Madrid, refuerza su liderazgo y pone en marcha un ambicioso plan de desarrollo.

Munreco acometerá nuevos planes de desarrollo, abrirá tiendas propias y expandirá sus marcas en otros mercados, especialmente en EEUU y Asia, con especial presencia en Nueva York y Tokio. También ampliará su penetración a nivel europeo: París, Roma y Londres, al igual que en los países del Este, como Polonia o Hungría, que desde el 2005 se han convertido en un mercado de grandes posibilidades para el sector.

Tras más de 30 años de trabajo constante, Juan Palacios ha hecho del Grupo Munreco una marca de referencia mundial que apuesta por renovar y actualizar el producto, estableciendo un fuerte lazo con la moda y siempre manteniendo una apuesta decidida por la calidad.

Munreco, considerada la empresa puntera dentro del sector relojero español, comercializa marcas propias como Viceroy, Viceroy Fashion, Sandoz (creada en Suiza en 1870) y es distribuidora en exclusiva de Maurice Lacroix. Sus marcas cubren los distintos segmentos y son los líderes indiscutibles en sus diferentes gamas.

Munreco sobrepasa el millón de relojes vendidos cada año. Con más de 4.500 puntos de venta y 8 delegaciones repartidas por toda España, sus marcas se exportan a 30 países.

Siguiendo con la estrategia de innovación que siempre ha caracterizado a la compañía de Juan Palacios, la empresa da un paso más en su estrategia de desarrollo. Munreco, con su marca Viceroy, abrirá tiendas propias y franquiciadas por todo el territorio nacional y desarrollará su propia línea de complementos. La primera tienda acaba de ser inaugurada en Madrid, en la calle Serrano 51. Esta apertura dará lugar a otras, tanto a nivel nacional como internacional, ampliando su actual red de ventas.

Según Juan Palacios, "con la entrada de Banco Madrid en su accionariado, el Grupo Munreco desarrollará un sólido proyecto de internacionalización". Para Palacios, el reto al que tendrán que hacer frente las empresas de su sector de cara a su expansión internacional, implicará: ofrecer un producto propio y con personalidad. Presentarlo al mercado con seriedad y de una forma atractiva. Siempre manteniendo dos parámetros: calidad y calidad".

# Presentación de ORIENT WATCH CO., LTD.



**O**rient Watch Co., LTD. se fundó en julio de 1950 en Tokio como fábrica de relojes de pulsera. Sus orígenes se remontan a 1901 cuando Shogoro Yoshida, el fundador, abrió una tienda de relojes al por mayor en Ueno, uno de los distritos comerciales del centro de Tokio. Durante más de 50 años desde su fundación, la empresa ha promovido con vehemencia la marca ORIENT en todo el mundo a través de un despliegue de marketing global intensivo. Para el mercado japonés se concentran en sus prestigiosas líneas de relojes mecánicos de alta calidad, tales como el "Royal Orient" que garantiza a sus clientes la satisfacción de poderlo disfrutar durante muchos años.

Para los mercados internacionales han introducido diferentes líneas de relojes, tales como el "World Time 2005 Edition" y "Orient Star Retro-Future collection" que representan sus estándares actuales de tecnología sofisticada. Además, su tecnología de micro-precisión, cultivada durante los 50 años de experiencia en la fabricación de relojes, les ha permitido expandir el ámbito de sus actividades a otros segmentos industriales como son los productos relacionados con la tecnología informática que incluye componentes de impresoras, osciladores de cuarzo, galletas de silicio y otros aparatos electrónicos.

La compañía tiene el propósito de proseguir en su trayectoria de perfeccionamiento de su tecnología de precisión y reforzar su competitividad en cuanto a los costes, para poder incrementar su facturación en productos de alto valor añadido. Para hacer frente a la implacable competencia del mercado, la compañía proseguirá en su empeño en hacer más sólida su estructura en los tres segmentos centrales del negocio: relojes, productos relacionados con la tecnología informática y aparatos electrónicos.

## Historia de la compañía (ORIENT WATCH CO., LTD.)

- 1950** Se funda ORIENT WATCH CO., LTD (bajo el nombre de Tama Instruments Co., Ltd.) y empieza la producción.
- 1951** Tama Instruments Co., Ltd. cambia su nombre a ORIENT WATCH CO., LTD.
- 1955** Se cierra el primer contrato de exportación de relojes a China.
- 1958** Se cierra el contrato de exportación de relojes a Irán.
- 1959** Se cierran grandes contratos anuales de exportación a Estados Unidos y Canadá
- 1960's-70's** La red de ventas y servicio internacionales se expande a 70 países en todo el mundo.
- 1986** Se funda Akita Orient Seimitsu Co., Ltd. en la prefectura de Akita, Japón.
- 2001** SEIKO EPSON CORP. se convierte en accionista del 52% de ORIENT WATCH CO., LTD.
- 2003** Se funda el Centro Técnico Orient con el objetivo especializarse en la creación y preservación de las tecnologías de los relojes mecánicos, en la prefectura de Akita, Japón.



Fabrica en 1970

## Temas Comerciales

- 1951** Se lanza la primera marca de relojes "Orient Star".
- 1967** Lanzamiento de la colección de relojes automáticos ultra delgados "ORIENT Finess" utilizando Cal. 3900 (grosor: 3,9 mm)
- 1970** Se lanza "ORIENT TENBEAT" con movimiento automático de 10 pulsaciones Cal.9980.
- 1971** Se desarrolla un fiable movimiento automático base Cal. 46940, que mejorado y modificado, ahora se fabrica como las series Cal. 46 (46943 y su familia de calibres)
- 1970's-80's** Se desarrollaron y presentaron varios calibres nuevos analógicos y digitales de cuarzo.
- 1997** Se desarrolla un nuevo movimiento automático original con indicador de reserva de marcha.
- 2000** Lanzamiento del Automatic Power Reserve World Time, Millennium Edition.
- 2003** El modelo "Orient Star" de cuerda manual y plata maciza recibe el Premio de Oro del Reloj Standard del Año de Japón.
- 2004** Lanzamiento de "ORIENT World Time, 2004 Edition". El Centro Técnico Orient desarrolla un nuevo movimiento automático delgado de gran exactitud Cal. 88700 y se lanza en la colección de alta gama "Royal Orient".
- 2005** Lanzamiento de "ORIENT World Time, 2005 Edition". Lanzamiento de la colección "Orient Star, Retro-Futuro" con un diseño totalmente innovador.

## Perfil de la Empresa

- Nombre Comercial: ORIENT WATCH CO., LTD.
- Dirección de la sede principal: 4-4,2-Chome, Soto-Kanda, Chiyoda-ku, Tokio, Japón
- Fecha fundación: 13 de julio de 1950
- Capital: 1.1937.000.000 yen japonés
- Red de Ventas y Servicio: Sobre 70 países en todo el mundo
- Producción y Distribución de Relojes: Más de 2.000.000 de piezas al año
- Facturación total de Ventas: Más de 34.000.000.000 yen japonés

(aproximadamente sobre los 220.000.000 euros)

### • Actividades empresariales:

- ① Producción y Venta de relojes de pulsera
- ② Producción y Venta de equipos de procesamiento relacionados con impresoras
- ③ Producción y Venta de unidades oscilantes de cuarzo y productos relacionados



YFH04001D

**AIRPLANE CONCEPT**



YFHAB001H

**CAR CONCEPT**

# ***OrientStar***

**MOTORCYCLE CONCEPT**



YFH03002M

**CAMERA CONCEPT**



YFH02001B

**ORIENT WATCH CO., LTD.**

4-4, 2-Chome, Soto-Kanda Chiyoda-ku, Tokyo, JAPAN  
[www.orient-watch.com](http://www.orient-watch.com)

# Las marcas nuevas encuentran un nicho

*Para que una marca nueva pueda existir en el mundo competitivo de la relojería actual, ésta tiene que encajar dentro de un nicho. La mayoría de las marcas nuevas con algún poder de subsistencia encuentran alguna necesidad que no ha sido resuelta por las marcas actuales y se presentan con el objetivo de satisfacerla. En este artículo vamos a presentar una serie de marcas que han identificado una necesidad y están encontrando la medida del éxito.*

## › Keith W. Strandberg

### Reactor – relojes deportivos profesionales

La marca de relojes Reactor, dirigida por su presidente Jimmy Olmes ha llegado a ser conocida como la marca con muchos entusiastas de relojes duros, y de buena presencia fabricados para resistir los deportes extremos. La misión de Reactor es, de hecho, construir relojes que aporten el mejor

rendimiento en los deportes, sin reparar en el precio. “Con esta misión en mente, todas las decisiones que hemos tomado hasta la fecha han sido evaluadas bajo este objetivo,” explica Olmes. Los relojes Reactor se utilizan duramente, así pues Olmes tiene que asegurarse que sus relojes resistirán todo aquello a lo que se tengan que enfrentarse.

Reactor se centrará en consolidar la imagen de su marca. “Queremos continuar desarrollando un estilo diferente,” puntualiza Olmes. “Yo no quiero

hacer lo mismo que hacen los demás. La última cosa que la gente necesita es un gran reloj que tenga el mismo aspecto que cualquier otro reloj del mercado. Uno de nuestros objetivos es ser diferente en la inspiración y en el diseño. Tenemos algunos temas comunes: asas de gran tamaño, tornillos de tipo Allen, gruesos eslabones en tira, dígitos y agujas de gran tamaño, y más. Aportamos un estilo muy particular y esto realmente es una ayuda. A los detallistas y clientes les

CAPTURE por HD3



### HD3 – Jorg Hysek y su grupo de expertos en diseño

HD3 es la segunda marca que ha desarrollado Jorg Hysek, después de la marca de su mismo nombre que recientemente ha abandonado. Hysek empezó como diseñador independiente de algunos de los relojes más conocidos de todos los tiempos: el Marine de Breguet, el Kirium de TAG Heuer, el Shanta de Ebel, el AD 2000 de Dunhill y muchos más. Luego empezó su propia marca y diseñó algunos relojes increíbles, como el V-King, el V-King Tourbillon, el X-Ray, el XX-Ray etc. En febrero del 2006, Jorg Hysek, el diseñador, cortó oficialmente sus relaciones con la marca Jorg Hysek y rápidamente empezó HD3, una marca de relojes que creará piezas de relojería muy limitadas, de diseño avanzado y complicadas.

HD3, que significa High Definition Trilogy (Trilogía de Alta Definición), es una extensión de la casa de diseño de Hysek, Team Styling y la colaboración de tres diseñadores: Hysek, Valerie Ursenbacher y Fabrice Gonet. Estas tres personas han trabajado juntas en varios proyectos durante 15 años y Hysek está realmente satisfecho de volver a un entorno que alimenta su espíritu creativo. Según Hysek, diseñar un reloj es muy difícil y para ello es vital trabajar en el sitio adecuado. “Cuando empezamos a diseñar, el mayor problema era presentar algo que no existiera,” explica Hysek. “Tienes que poder ser libre, algunos días se te ocurren muchas ideas y diseños buenos, mientras que otros días no se te ocurre nada. Desde el primer dibujo tienes que ir decidiendo si algo es bueno o no lo es, e ir modificando hasta llegar al producto final. Las ideas no vienen del pensamiento técnico, sino que es más una sesión de brainstorming. Por ejemplo, el Idalgo estuvo en desarrollo durante un año y medio. Hay mucha evolución durante el proceso de diseño.”

Hysek, Ursenbacher y Gonet intercambian ideas constantemente, ayudándose unos a otros. También tienen sus propios proyectos personales, uno de los elementos claves de HD3: todos los diseñadores tienen sus propios relojes en una trilogía de creación de producto. Para el primer ciclo de producto, Hysek hizo el Idalgo, Ursenbacher el Capture y Gonet el Raptor.

“Cada año tendremos producto nuevo,” explica Hysek. “HD3 es una marca muy creativa, no ofreceremos solo una caja para ir haciendo el mismo reloj cada vez. Ya estamos trabajando ahora en nuevos conceptos de reloj.”

“Podemos hacer cualquier cosa,” continúa Hysek, “No seremos una gran empresa donde tengamos que necesitar dinero de inversores, los clientes tienen que pagar por adelantado y nosotros asumimos el coste del desarrollo. Solo somos cinco personas en la oficina, así pues nuestros gastos son racionales. Sólo empezamos la producción cuando tenemos un pedido.”

IDALGO por HD3

Jimmy Olmes



PHOTON, FLUX, MC², FALLOUT y CRITICAL MASS de Reactor

gusta la calidad, todo el mundo piensa que tienen un buen precio, y llama la atención”.

El núcleo de la línea de productos de Reactor se mueve entre los 150 y los 300 dólares, mientras que la línea especializada varía entre los 500 y los 3.500 dólares. Cualquier pieza por encima de los 1.000 dólares contiene diamantes.

Definitivamente, Reactor es una marca en auge, intransigente en su atención al detalle y con todos los elementos que precisa un verdadero reloj deportivo de gran rendimiento. Olmes se asemeja un poco a un científico paranoico, ya que pone sus relojes a prueba a base de “torturarlos” para asegurarse de que sean los más duraderos, los que contienen los más funciones y los mejor funcionamiento entre los relojes deportivos del mercado. La buena noticia para los amantes y compradores de relojes es que Olmes no transigirá en la calidad de los relojes Reactor.

### World Chronos: leer el tiempo del mundo sobre la marcha

Cualquiera que viaje, ya sea por negocios o por placer, sabe lo difícil que es seguir la pista de la

hora que es en diferentes ciudades del mundo. Keith Herbert, Presidente de Twenty-First Century Watch Corporation, no es relojero, de hecho, hasta hace cuatro años ni siquiera estaba involucrado en la industria de la relojería. Simplemente es un hombre que vio una necesidad que no estaba cubierta.

“Me encantan los relojes y pensé que un reloj serio, de fácil manejo que pudiera marcar la hora de todo el mundo sería algo que la gente utilizaría,” explica. “Yo viajaba mucho y necesitaba un reloj de hora mundial. Busqué entre todos los relojes del mercado pero no había nada fácilmente intuitivo por lo que tenía serias dificultades en entender como utilizarlos. Un día, acababa de volver de Europa y leyendo la revista InSync y me frustré con los relojes que había en el mercado. Empecé a hacer esquemas de un reloj de horario global que pensé que podría funcionar.

“La idea me vino en unos 20 minutos, me estalló en la cabeza,” continúa. “Yo sabía que lo que había diseñado era diferente. Si no hubiera sido diferente, no habría pensado en hacerlo.

Herbert intentó salir al mercado con su idea por el camino convencional, acudió a Basel con el objetivo de que una gran compañía le apoyará el con-

cepto e hiciera su propia versión de él. Pero, sin embargo, encontró cierta resistencia: la gente de la industria relojera no crían que esa idea fuera a funcionar, no creía que lo que Herbert proponía fuera posible. “Me di cuenta entonces que a no ser que lo hiciera yo mismo, este proyecto no se llevaría a cabo,” dice Hebert “Enonces empecé a buscar un relojero para convertir mi sueño en realidad y así es como conecté con Miros Bapic.”

Bapic es el director general de Leschot SA, una pequeña compañía relojera de Neuchâtel, Suiza. Herbert le mostró la idea, Bapic creyó que se podía realizar, y se pusieron en ello. El reloj World Chronos no era fácil de diseñar ni de fabricar. El reloj utiliza un fiable movimiento de base, pero efectuaron modificaciones en todas las partes del movimiento para conseguir lo que Herbert quería mostrar en la esfera. El reloj World Chronos tiene elementos que no tiene ningún otro reloj: una rueda de huso horario giratorio, una línea de nuevo día, una línea de fecha internacional, ventanas para dos fechas y dos días, ya que por ejemplo, en algunas ciudades será lunes, cuando en otras estarán todavía en domingo.

“Rediseñamos todo lo que contiene el reloj,”

WORLDTIME por World Chronos





Relojes submarinistas soviéticos de Volna

dice el relojero Bapic. “La mayoría de los componentes no existían en ETA, así que los tuvimos que fabricarlos nosotros mismos.”

El resultado es un reloj que es teóricamente de uso infalible. “Cuando viajas de una zona horaria a otra, no tienes que cambiar tu reloj, sólo tienes que mover la aguja de las horas sobre la ciudad a donde has llegado,” dice Herbert. “No necesitas saber la hora que es allí, porque tu reloj estará en la hora correcta.”

[www.worldchronos.com](http://www.worldchronos.com)

### Volna - El reloj de los submarinistas rusos

François Candolfi, el director general de Volna, supo al entrar en ese mundo que su compañía tenía que ser diferente para poder triunfar en la industria de la relojería actual. “Para nosotros, la manera de presentarnos era ofrecer realmente un nuevo concepto, algo muy diferente de lo que tenían los demás,” explica. “En mi opinión, la mayoría de las marcas nuevas no tienen una verdadera

visión de futuro o estrategia. Para nosotros, existen tres pilares esenciales en nuestra marca: tener un buen producto, que sea diferente, tener una imagen inconfundible, y ofrecer legitimidad histórica a la marca.”

Candolfi ha desarrollado una visión y un plan para los próximos diez años. Cuando se reúne con distribuidores y detallistas, primero dedica un tiempo a hablar de la visión de la marca y después les muestra el producto. “Tener una visión para el futuro de la marca es de una gran ayuda con los

CHALLENGE CHRONO por Cvstos

### CVSTOS: mezcla de alta tecnología y lujo

Cvstos, comenzó en noviembre de 2004 de la mano de Sassoun Sirmakes (hijo de Vartan Sirmakes de Franck Muller). La empresa es una combinación de dos segmentos muy diferentes dentro de la industria de la relojería. “Vi que en el mercado había un vacío en cuanto a relojes de alta tecnología y de lujo”, explica. “Había una demanda y no existía otra marca. Cvstos es diferente debido a su diseño, la concepción del mecanismo, el aspecto que tiene y los materiales que utilizamos. Es una manera nueva de hacer las cosas, realmente no puedes comparar este reloj con otros relojes tradicionales.”

Sirmakes crea su colección con su diseñador, luego escucha atentamente a sus distribuidores y detallistas, ajustando su oferta. Empezar una nueva marca no es nunca fácil, pero Sirmakes ha tenido hasta ahora un gran éxito.

“Para salir al mercado debes tener productos nuevos,” señala Sirmakes. “Ahora estamos formando una sociedad con los coches Pagani. Hacemos este tipo de sociedades con compañías de coches porque esto nos ayuda a despuntar. Estamos lanzando un nuevo proyecto, el Concept S, que es como un super reloj, con dos nuevos calibres fabricados por Franck Muller, que presentaremos en nuestra exposición de Ginebra el año que viene.”

[www.cvstos.com](http://www.cvstos.com)





### **Volttime: intercambiable**

Volttime, iniciada en 2003, capitalizó inmediatamente en la novedad de su diseño de reloj modular. “Mi mujer y yo trabajábamos para otras empresas y decidimos empezar nuestra propia compañía,” dice Stefan Varak, presidente de Volttime. “Pensamos que para nosotros no sería suficiente empezar sin una idea patentada.”

“La gente quiere novedad y quieren productos nuevos,” continúa él. “Empezamos a tener pedidos inmediatamente y empezamos a trabajar con los mejores detallistas. El principio de todo no fue difícil, pues la idea fue muy bien recibida, pero fue más importante asegurarnos que sacaríamos nuevos modelos regularmente.”

El concepto de los relojes Volttime es fácil de entender por los clientes una vez se les ha mostrado de que se trata, para esto, Volttime ha producido una película corta que se distribuye a los comerciantes. Lo siguiente para Volttime es continuar innovando, presentando nuevos relojes dentro del mismo concepto. “Ofrecemos a los propietarios de relojes Volttime la posibilidad de mejorar y modernizar regularmente su reloj,” continúa Varak. “La gente puede comprar en cualquier momento diferentes piezas. Somos una empresa pequeña, es vital que tengamos algo diferente. No podemos competir con las grandes marcas y los mismos relojes que todo el mundo. Nosotros llevamos al mercado algo que el mundo relojero no tiene.”

[www.volttime.ch](http://www.volttime.ch)

Adriana y Christian Karembeu, Embajadores de Volttime

detallistas,” comenta. “Cuando podemos sentarnos con ellos y explicarles el concepto, casi siempre acabamos trabajando juntos.”

Volna es una marca nueva, dispuesta a hacer el primer envío de relojes en marzo de este año a Estados Unidos, Singapur, Asia, Europa y países del Oriente Próximo.

“Ya no es suficiente tener un buen producto y un buen marketing, realmente tienes que ofrecer algo diferente,” dice Candolfi. “En cuestión de marcas, no queríamos ser otra marca con historial suizo,

queríamos centrarnos en Rusia, así pues, escogimos los relojes de los submarinistas soviéticos y con los más emblemáticos nos inspiramos para la idea a nuestra marca. A pesar de estar inspirada en relojes rusos, Volna fabrica sus relojes en Suiza, a un precio de entre 4.900 a 7.250 francos suizos.

[www.volna.ch](http://www.volna.ch)

### **Bozeman Watch Company Estilo Montana**

Christopher Wardle, Presidente y Director general de la Compañía de Relojes Bozeman y colec-

cionista de relojes, decidió hace varios años que quería hacer sus propios relojes. “Pensé que ahora muchos relojes se alejan de los diseños clásicos,” dice. “Como coleccionista siempre valoré las primeras piezas hasta los años 60 y 70. Empecé Bozeman Watch Company solamente por mi aprecio al arte de la relojería y por querer hacer algo único.”

Hubo un tiempo cuando las empresas americanas como Hamilton y Elgin eran los líderes mundiales de la industria relojera, pero hace tiempo que esto

SMOKEJUMPER y SIDEWINDER por Bozeman Watch Company





MX10-009 de Nite

ha cambiado. "Me pregunto por qué no ya no hay empresas americanas y esto me entristece." Dice. "Yo empecé la compañía en el 2003, con mi socio Patrick Ayoub, un diseñador industrial que siente pasión por los relojes. Me di cuenta que podía mezclar el romance del Oeste Americano con el arte de la relojería. Presentamos nuestro primer reloj a finales del 2004".

Wardle no prevé que Bozeman se convierta a corto plazo en un gran productor de relojes. De hecho, Bozeman ni siquiera trabajará con los detallistas en un futuro previsible, sino que vende sus relojes en su propia tienda, a través de su número de teléfono gratuito y en la página de internet de Bozeman Watch Company. "Queremos continuar creando y ser más especiales en nuestros diseños, estilos y aspectos técnicos," asegura. "No queremos crear una línea de relojes demasiado grande. Existe un valor en permanecer pequeños y controlar como se presentan nuestros productos en el mercado. Creemos que, por ahora, podemos manejar el volumen desde un sólo lugar, nuestra tienda. En el futuro, podríamos trabajar con algunos clientes internacionales.

"Creemos que ahora mismo no estamos preparados para extendernos hacia otros detallistas," continua. "Tratamos con clientes que quieren llevarse un poco de Montana a sus casas, apelamos a un estilo de vida, a alguien que aprecie el espíritu del Oeste americano y quiera algo único." Wardle calcula que Bozeman producirá unos 500 relojes este año. Su plan es continuar haciendo relojes automáticos, diseñados en Montana utilizando movimientos ETA. Los relojes de la colección Bozeman varían en precio de los 3.800 a los

7.100 dólares, pero ya está planificado introducir una edición limitada en piezas de oro blanco y rosa que se tendrá el nombre de Stockman y que se venderá a unos 19.000 dólares al detalle.

"En el futuro nos gustaría fabricarlo todo en Montana," añade Wardle. "Nuestra esperanza es poder conseguir que un día sean fabricados completamente en los Estados Unidos. Probablemente no haremos nuestros movimientos a partir de cero, porque no vemos ninguna razón a querer reinventar la rueda. Por ahora, estamos encantados con lo que hacemos y no nos preocupamos de mucho más."

[www.bozemanwatch.com](http://www.bozemanwatch.com)

### **NiteWatch – relojes deportivos de tritio que no aceptan compromisos**

Nite Internacional distribuía anteriormente los relojes Traser de Suiza en el Reino Unido y a resultas de este éxito, la compañía decidió empezar su propia marca, Nite, centrándose en diseños modernos.

"Queríamos ser los dueños de nuestro propio destino, con nuestra propia marca," dice Andy Youings, Director de Marketing de Nite Internacional, "Conocíamos el mercado y entendíamos de relojes. Intentamos hacer el mejor tritio que podemos. Utilizamos cristal zafiro extra grueso, clavijas extra largas, y cajas fuertes y duraderas. Queremos que sea lo máximo posible de fuerte y duradero."

Cuando las Fuerzas Armadas del Reino Unido escogieron el MX10, que lleva un número de inventario de la OTAN, realmente dio a conocer a Nite al mundo. Ahora mismo el mercado más

grande de Nite es el Reino Unido, pero la empresa tiene distribuidores en Japón, Suecia, Alemania y Australia/Nueva Zelanda.

"Queremos expandirnos en el mercado deportivo y el militar," dice Youings. "Efectuamos mucha venta directa y trabajamos con detallistas militares en el Reino Unido. También estamos haciendo muchos progresos en las tiendas de actividades al aire libre."

La mayoría de los relojes de Nite son estancos al agua hasta los 200 metros y los diseños son duros y bonitos. "El diseño del reloj es lo que nos hace destacar," dice Youings, "La mayoría de las otras marcas tienen un aspecto muy militar y son de hecho muy similares en cuanto a diseño de modelo a modelo. Nosotros hemos tratado de aprovecharnos de los beneficios de la tecnología del tritio, pero poniendo principal atención al diseño, para tener un atractivo más amplio. La gente que quiere esta tecnología también quieren llevar un reloj bonito en su muñeca."

"En el Reino Unido, encontramos mucha gente que conoce la tecnología del tritio," continua Youings. "Aunque en Suecia y Japón la gente no está tan familiarizada con ella. Tenemos que pasar por el proceso de educar a la gente sobre el producto, como funciona, cuales son los beneficios y demás".

Con la nueva colección, que va a ser presentada este año, la empresa utiliza movimientos suizos, para mejorar de la imagen de la marca "El mercado quiere particularmente movimientos suizos, así pues, esto es lo que ahora proporcionamos," nos comenta Youings.

[www.Nitewatches.com](http://www.Nitewatches.com)



# BASELWORLD

THE WATCH AND JEWELLERY SHOW  
APRIL 12-19, 2007

WHERE BUSINESS BEGINS AND TRENDS ARE CREATED

[www.baselworld.com](http://www.baselworld.com)

2.100 Exhibitors | 94.000 Buyers | 2.500 Journalists | 100 Countries

The World's leading Watch and Jewellery Show | Basel | Switzerland | Phone +41 58 206 25 25 | [visitor@baselworld.com](mailto:visitor@baselworld.com)

*ms*  
messe schweiz

# Time Force

El 2007 comienza con fuerza para Time Force con el lanzamiento de importantes novedades, dirigidas fundamentalmente a un público joven. Entre ellas, destacaremos la versión Junior de la colección Rafael Nadal, que tanto éxito de ventas ha cosechado en su versión senior. Se trata de diferentes modelos en configuraciones multifunción o estándares en 3 agujas. Llevan la firma del N° 2 mundial en la tapa de cierre y van decoradas con colores de moda.



Siguiendo con la ampliación de las colecciones más emblemáticas de la marca, destaca las nuevas creaciones de la colección de Pau Gasol para señora, con dos relojes de caucho cuya caja va pavonada en rosa o en amarillo, siendo fiel reflejo de las tendencias del sector que se inspiran en ambos colores, con una clara ambientación revival fruto de tiempos pasados de esplendor para dichos materiales nobles.





Así mismo se presentan colecciones pensadas para los más jóvenes, por edad o espíritu como son la Sprint o la Raptor, que destacan por sus rasgos informales y con una clara personalidad "casual", muy desenfadada y fresca que hará las delicias de los consumidores que buscan diferenciarse sin por ello caer en la extravagancia o en el radicalismo.



Sin duda, la marca Time Force, que ha conseguido ocupar un hueco importante en el sector relojero español, después de la impresionante campaña publicitaria desarrollada en los últimos meses del año pasado, va a continuara pisando fuerte el acelerador durante este año con continuas novedades que irán viendo la luz a lo largo del año.

# Adolfo Domínguez

La marca gallega, que distribuye con notable éxito en España el Grupo Valentín, se esta posicionando como un estandarte de elegancia y estilo moderno y actual pero respetuoso con los gustos y tendencias de un consumidor exigente pero que valora y aprecia los relojes muy ponibles en cada momento y ocasión.

Recientemente se acaban de lanzar unas novedades, que llevan el nombre de poblaciones gallegas- como toda la colección de Adolfo Domínguez Watches- pensadas para la Primavera que próximamente va a comenzar, y que reflejan la singularidad de dicha estación con todo el carácter y personalidad de la marca.





Son creaciones que enamoran a primera vista por la sencillez de sus líneas y por el encanto de sus formas y que sorprenden por sus precios al alcance de un público muy amplio que sabe apreciar el valor añadido de una creación firmada por el diseñador que una vez tuvo la osadía de afirmar que "la arruga es bella".

# Las nuevas marcas de relojes - mucho riesgo y una posible gran recompensa

*Las marcas nuevas son una espada de dos filos para las tiendas de relojes. Por un lado, las marcas que tienen éxito pueden hacer despuntar un comercio y crear la base para un futuro de éxito, como sucedió con los comerciantes que tenían Breitling o Panerai cuando eran marcas totalmente desconocidas y pueden atestiguar de las ventajas de aceptar el reto de un desconocido. Pero también existen las historias de terror de marcas que han salido al mercado intentando ponerse el mundo por montera, para después desaparecer sin dejar rastro, dejando a los comerciantes en el aire.*

› Keith W. Strandberg

## C

¿Cómo puede conocer un detallista la diferencia entre una marca con verdadero potencial y otra que está condenada al fracaso?

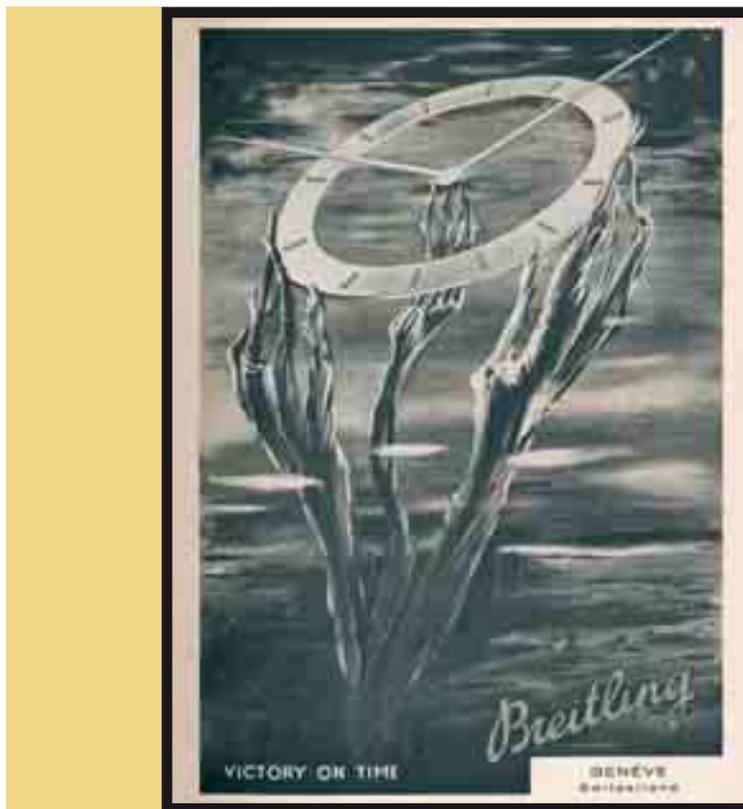
Desafortunadamente, saberlo no es nada sencillo, para ello no existe ningún test y no se puede aplicar ninguna fórmula, sino que con frecuencia se trata de analizar, investigar y utilizar el instinto. Ciertamente, no es ésta la manera más científica de llevar a cabo un negocio, pero es la única forma en la que se puede hacer.

Muchos comerciantes aceptan el hecho de que haya marcas que llegan y luego desaparecen y aunque sean incluso reacios a tomar marcas nuevas, muchas veces no se pueden permitir no hacerlo, ya que sus clientes esperan ver productos nuevos cada vez que entran en la tienda.

“No aceptamos nuevas marcas sin un examen minucioso y un estudio de nuestro mercado,” dice Marion Halfacre, de Tradicional Jewelers (Newport, California, EEUU). “Cuando pensamos que un producto sería una buena adición a nuestro catálogo, que es algo diferente, estamos muy contentos de añadirlo a nuestras líneas. Las marcas nuevas pueden generar mucho entusiasmo y atraer clientes a la tienda, que pueden incluso ver la mercancía existente de una manera diferente.”

### Los peligros de las marcas nuevas

El entusiasmo y la gran novedad ayudan ciertamente a dar impulso a la industria de la relojería, pero al mismo tiempo, las nuevas marcas de



¿Habrías apostado por el futuro de Breitling basándote en este anuncio de 1952 en Europa Star?

relojes pueden ser difíciles de vender y sumamente caras de comercializar. En los últimos diez años, ha habido tal flujo de marcas nuevas en relojería que algunos detallistas están hastiados y adoptan una actitud de “ver y esperar” cuando se trata de decidir entre aceptar o no una nueva marca. Tantas marcas de relojes han llegado y han desaparecido, dejando a los comerciantes con un producto inmovilizado y clientes insatisfechos al no poder conseguir servicio en relojes

que no funcionan, que los detallistas, justificadamente, son recelosos a la hora de comprometerse con una nueva marca de relojes precipitadamente.

“Las nuevas marcas no tienen historia y nadie las conoce,” dice Amit Handa, vicepresidente de ventas de relojes selectos de Alpha Omega Jewelers (Boston, Massachusetts, EEUU). “Ya es bastante duro con las marcas que son bien conocidas. Yo pienso que es bueno tener una

selección, pero cuando tienes demasiada variedad puedes confundir al cliente.”

Casi cada detallista ha salido escarmentado de una historia con una marca que ha quebrado. “Yo ya me he quemado en el pasado y algunas marcas no se han portado correctamente, éticamente hablando”, dice Jurg Kirchofer, de Kirchofer Haute Horlogerie (Interlaken, Suiza). “Pero esto no me detendrá a la hora de tratar de ayudar a otros. Con las marcas nuevas lo hacemos diferente, sin dañar las relaciones que ya tienen éxito de negocio existentes— los recién llegados deben encontrar su nicho de mercado.”

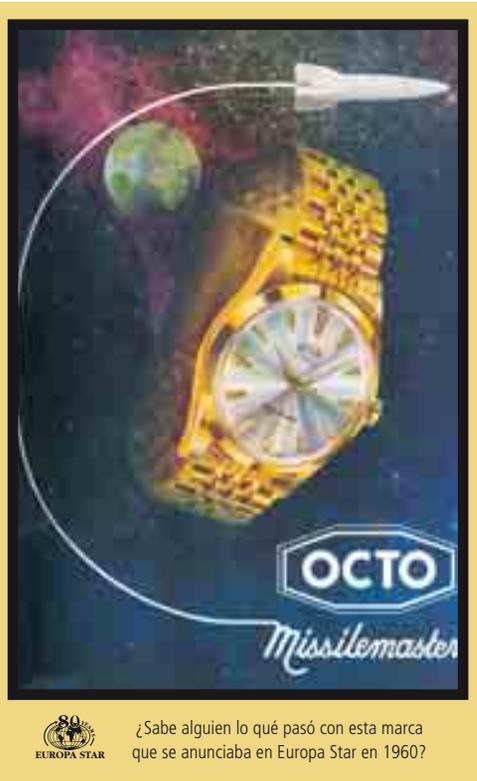
Siempre existe un riesgo al intentar algo nuevo, “Al tomar nuevas marcas, nosotros somos muy cautelosos debido a que si no se venden bien, te quedas con un inventario muerto del que al liquidarlo sólo recuperarás muy pocos centavos de cada dólar invertido,” admite Denis Boule (Dallas, Texas, EEUU). “Por otro lado, si puedes crear una relación significativa con una marca puede darte muchos años de gratificación”.

“Yo soy muy cauteloso con las nuevas marcas de relojes,” admite Ray Grenon de Grenon de Newport (Newport, Rhode Island, EEUU) “Hay muy poca cosa que no se haya hecho ya. Me pregunto por qué esta marca sale al mercado y qué es lo que ofrece que no se ofrezca ya en el mercado. Muchas marcas no poseen los recursos para hacer la publicidad suficiente y crear una conciencia de la marca. Siempre es embarazoso cuando un cliente te pregunta sobre un reloj que compró hace un par de años y le tienes que explicar que ya han quebrado.”

### La recompensa

Si escoges la nueva marca apropiada para involucrarte y ésta empieza a despuntar, puede llegar a ser un gran éxito. Algunos comerciantes piensan que es parte de las obligaciones de los detallistas estar abierto a nuevas ideas y ofrecer una oportunidad a las nuevas marcas.

“Yo acepto continuamente nuevas marcas porque me gustan las innovaciones tecnológicas y los elementos de diseño de los relojes,” argumenta Jurg Kirchofer. “Muchas de las innovaciones provienen



de los pequeños recién llegados pequeños. Considero que los comerciantes tienen la responsabilidad de ayudar a llevar al mercado las pequeñas nuevas marcas.

“Por lo general es más difícil vender una marca nueva que una ya establecida,” continúa. “Pero la satisfacción también es mayor cuando puedes considerar que has sido parte del crecimiento de ciertas marcas.”

El camino más rápido que tiene un comercio de perder negocio es ofrecer siempre los mismos relojes. Cuando los clientes entran por la puerta de una tienda esperan ver productos nuevos y fascinantes, relojes que no han visto nunca antes, nuevas marcas, nuevos modelos y más. Si todo lo que ven son los mismos relojes aburridos que ya vieron la vez anterior, podrían muy bien darse media vuelta y salir.

Hoy en día, la lealtad a una tienda es efímera. Seguro que muchos detallistas tienen un grupo central de clientes fieles que continúan volviendo, pero si se lanza un nuevo reloj de moda y no lo tienes en la tienda, el cliente que quiere este reloj irá con toda seguridad a otro sitio que si lo tenga.

Para los comerciantes de locales físicos, la amenaza de Internet, donde la compra sólo depende de un clic, no ha sido nunca tan importante el mantenerse al filo de la van-

guardia en el negocio de la relojería. Hoy, muchos clientes parecen saber más sobre los nuevos productos que los detallistas, por lo que se hace más difícil que nunca poder sorprenderlos.

Marion Halfacre recomienda a los comerciantes “estudiar seriamente tu mercado, inspecciona los competidores en tu territorio, y asegúrate de que la nueva marca participará en una campaña de publicidad y marketing para promocionar la nueva línea.”

La divulgación de un nuevo reloj es una propuesta costosa en cualquier parte del mundo, por lo tanto es importante que la nueva marca de reloj tenga el respaldo financiero suficiente para poder causar sensación. Existen ciertos clientes que siempre están buscando una marca nueva de relojes, algo que no tengan sus amigos, pero la mayoría de los clientes van a las tiendas buscando marcas de las que ya han oído hablar antes.

### Maneras de minimizar el riesgo

No hay ninguna forma de tener una tienda de relojes sin correr algo de riesgo. El momento de protegerte contra las nuevas marcas es antes de firmar en la línea de puntos.

“Escoge tus marcas con mucho cuidado,” aconseja Boule. “Asegúrate si es posible conseguir un programa de intercambio o hacer un período de prueba con un entendimiento claro de cómo acabar la relación si el producto no se vende.”

Jurg Kirchofer anima a los detallistas a dar una oportunidad a las marcas nuevas. “Los comerciantes tienen que ser más valientes y recordar que al principio puede ser como en un combate de boxeo: el primero que da, da dos veces,” dice. “En nuestra nueva tienda tenemos un área especial reservada para las marcas nuevas.”

Cada año, sin falta, se lanzarán al mercado nuevas marcas. Algunas de ellas triunfarán. Muchas de ellas no.

No hay una manera absoluta de determinar cual es cual. Si fuera tan fácil, todo el mundo sería capaz de hacerlo, por tanto el detallista inteligente que puede escoger las marcas adecuadas posee una indudable ventaja. <

# 2007 Celebrate with us! Europa Star 80 years of international watch publications

Become an international member  
Subscribe & participate  
to our get-together April Basel party

Premier in the global watch industry since 1927

**europa star**  
www.europastar.com

**Managing Director:** Philippe Maillard

#### EDITORIAL

Editor-in-Chief: Pierre M. Maillard • pmaillard@europastar.com  
Senior Editor: D. Malcolm Lakin • mlakin@europastar.com  
International Editor: Keith W. Strandberg • keiths821@aol.com  
Managing Editor: Sophie Furley • sfurley@europastar.com  
Asst. Publisher: Nathalie Glattfelder • nglattfelder@europastar.com

#### EDITORIAL SPAIN

Editor: José María Sapena • europastarspain@gmail.com

#### CONTRIBUTORS

• Italy: Paolo de Vecchi • Germany: Gerhard Claussen • France: Antoine Menusier  
• UK: Michael Balfour • Asia: Aravind Vidyadharan • Australia: Martin Foster  
• Russia: Vyacheslav Medvedev • Portugal: Miguel Seabra • Rumania: George Gisca  
• Art & Techniques of Watchmaking: Jean-Claude Nicolet

#### ART

Alexis Sgouridis • asgouridis@europastar.com  
Dummy: Fonderie Grafix, Geneva

#### MARKETING & CIRCULATION PRINT/E-MEDIA

Marketing & Circulation Director: Nathalie Glattfelder • nglattfelder@europastar.com  
Audit Manager: Jocelyne Bailly • jbailly@europastar.com

#### PUBLISHING & PRODUCTION PRINT/E-MEDIA

Production Director: Francine Papaux • fpapaux@europastar.com  
Advertising Manager: Laurence Chatenoud • lchatenoud@europastar.com

#### ADVERTISING / INTERNATIONAL SALES MANAGERS

Switzerland / Italy / US: Casey K. Bayandor.  
Tel: +41 22 307 78 37 Fax: +41 22 300 37 48 • cbayandor@europastar.com  
Europe & International: Nathalie Glattfelder.  
Tel: +41 22 307 78 37 Fax: +41 22 300 37 48 • nglattfelder@europastar.com  
Spain: Grup Star Barcelona. Tel/Fax: +34 93 416 13 20 • europastarspain@gmail.com  
Asia: Maggie Tong.  
Tel: +852 9658 1830 Fax: +852 2527 2728 • maggietong@europastar.com  
Ukraine: Sergiy Kuzmenko  
Tel: +38 044 205 4089 Fax: +38 044 205 4099 • skuzmenko@karavan.ua

#### ACCOUNTING

Business Manager: Catherine Giloux. Tel: +41 22 307 78 48 • cgiloux@europastar.com  
Credit Manager: Alexandra Montandon. Tel: +41 22 307 78 47 • amontandon@europastar.com

#### NEWSPAPERS AND MAGAZINES

Europa Star - Europe - International - USA & Canada - China - España - Ukraine  
National Jeweler, Couture International Jeweler

#### INTERNATIONAL TRADE SHOWS

Couture Collection & Conference USA, Signature Salons, JA New York

**Europa Star head office:** VNU Business Media SA, Route des Acacias 25,

CH-1227 Geneva - Switzerland

Tel +41 22 307 78 37, Fax +41 22 300 37 48,

<http://www.europastar.com>

Subscriptions / Help Desk: jricher@europastar.com • Website: <http://www.europastar.com>



#### Nielsen Business Media

President & CEO: Ronald J. Inhoff

Chief Operating Officer: Doug Foweraker

Chief Financial Officer: Kim Miller

Senior Vice President, Human Resources: Michael Hayes

Senior Vice President, Travel, Performance & Marketing Services: William J. Connor

Senior Vice President, Film & Performing Arts: John Houlton

Senior Vice President, News & Lifestyle: John Kinsler

Senior Vice President, Corporate Development & Planning: Thomas Proctor

Senior Vice President, Retail: David Luchner

Senior Vice President, Media Strategy & Technology: Tom Neill

Senior Vice President, Marketing & Media: Michael E. Parker

Senior Vice President, Building Design: Joe Ramon

Senior Vice President, Content Services: Mary Kay Smith

Vice President, Learning & Events: Howard Applebaum

Vice President/Publisher, North Life Sciences Media Group, LLC: Jeffrey Decker

Managing Director, North Life Sciences Media Group, LLC: Jeff Miller

Vice President, Corporate Communications: Deborah Porter

Copyright 2007 EUROPA STAR

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form without the written permission of Europa Star.

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación sin la autorización escrita de Europa Star.



# Fabricado al 100% en Suiza

## La conmovedora historia de Europa Star

1927



En relojería, la etiqueta “Fabricado en Suiza” ha sido objeto de toda clase de usos y abusos. A pesar que desde los tiempos de la Obertura de Guillermo Tell existe una ley sobre lo que se considera y no se considera de Fabricación Suiza, la industria del reloj no consiguió crear una vaga definición sobre ello hasta el 23 de diciembre de 1971. Más tarde fue modificada en una ordenanza del 27 de mayo de 1992, que hacía ligeramente más severas las regulaciones anteriores al estipular, más o menos, que como mínimo el 50% del valor total de los componentes de los movimientos debía ser fabricado en Suiza, dejando suficiente margen para que los fabricantes pudieran producir bastantes partes y piezas esenciales en países de bajo coste. Así pues, me guste o no, muchos de los llamados relojes suizos pueden ser muy bien bastardos, lo mismo que algunos jefes que podría nombrar, pero esto es parte de otra historia.

trabajaran para Europa Star. Como suele suceder, el matrimonio siguió su propio destino cuando Suzy se casó con un italiano, Lisbeth con un alemán y la querida Doris salvando por fin el honor, se casó en 1952 con un joven chico suizo de nombre Gilbert Maillard.

Siendo siempre el autocrático chauvinista, Hugo nombró inmediatamente a Gilbert director gerente de Europa Star puesto que era el único hombre suizo en la familia. Después despidió a los otros dos maridos “extranjeros”.

Gilbert y Doris Maillard, siguiendo los caprichos de la naturaleza, engendraron a Pierre en 1954, a Philippe en 1956 y a Anne-Laure en 1959. Pierre se casó con Derirée, italiana, Anne-Laure se casó con Athanase, griego, y Philippe con su inteligencia infinita se casó con Annelies, suiza de habla romanche (un honor conferido a únicamente al 1% de la población de Suiza) del cantón Grisons. Tal como lo explica Philippe Maillard, “Pierre era el inteligente, pero se casó con una italiana. Yo me casé con una chica suiza y por tanto fui nombrado Director Gerente. Mi padre se convirtió en Presidente y a Pierre le nombró Jefe de Redacción. Básicamente el camino a convertirse en Director Gerente en Europa Star depende de quien sea más suizo en el entorno de la familia.”

Philippe Maillard tiene dos hijos, Serge (21) y Luca (19), pero no está claro quien asumirá el mando de Europa Star porque que no sólo son estos chicos demasiado altos para meter sus piernas bajo la mesa de despacho de su padre, sino también porque sus novias actuales tienen algún ADN extranjero no identificado en su estuche de maquillaje.

Europa Star es una revista suiza y siempre ha sido dirigida por un ciudadano suizo. Se diseña en nuestras oficinas suizas, la imprime Kundig, uno de los mejores impresores de Ginebra que casualmente es propiedad de un suizo de Friburgo, la encuaderna Mayer & Souter otra empresa muy suiza y finalmente se envía a los suscriptores a través de los sumamente eficientes Servicios Postales suizos.

Como se puede observar, Europa Star es tan suiza como el schüblig, pero tiene menos calorías y por lo tanto es mejor para tu corazón. La única anomalía es esta página. Normalmente debería estar escrita por un suizo, pero como Europa Star no podía encontrar ningún suizo suficientemente estúpido para contar esta crónica de orgullo nacional, esta historia 100% suiza ha sido escrita por un hombre de habla inglesa que nació en Escocia, tiene ascendencia rusa, lleva pasaporte británico y vive en Suiza.

Mi única característica compensadora, parece ser, es que tengo ¡no una, sino dos ex-mujeres suizas!

2007



El fundador de Europa Star y el actual Director Gerente.

Sin embargo, a diferencia de muchos relojes, la revista que tienen en sus manos es, sin ningún lugar a dudas, 100% de fabricación suiza. Europa Star cumple este año ochenta años; si, correcto, ocho cero – ochenta, y este extraordinario logro de ser la revista de relojería de más influencia en el mundo no ha ocurrido por casualidad, ha ocurrido porque su fundador fue un xenófobo chauvinista. Déjenme explicarlo.

El creador de Europa Star, Hugo Buchser, que era tan suizo como el bircher muesli, decidió en 1927 adentrarse en el mundo editorial. Por su amor a conocer países extranjeros y a sus gentes, además de su amor por todo lo suizo, viajó por todo el mundo divulgando el evangelio relojero en un tiempo cuando el total de las exportaciones de relojes suizos era prácticamente lo mismo que el precio de subasta hoy en día de un Patek Philippe de los años 30.

Entre sus viajes por Sudamérica, India y el Extremo Oriente, Hugo tuvo tiempo de casarse con una señorita muy suiza llamada Mary Studeli de la compañía de relojes Roamer (Mayer & Studeli) y entre los lentos viajes en barco por China, las burbujeantes fondues y el buen vino blanco suizo en Ginebra, aumentó la familia con tres hijas: Doris, Suzy y Lisbeth.

En el tiempo que las tres niñas alcanzaron la mayoría de edad – y de los desposorios - nuestro autocrático Hugo insistió en que todos los prometidos



**D. Malcolm Lakin**  
Senior Editor



1953



# ZENITH

**PRECISIÓN ASTRONÓMICA**

CONCESIONARIO EXCLUSIVO PARA ESPAÑA:

**COVISA**

COMERCIAL VIVES, S. A.

BARCELONA

MADRID

PLAZA MEDINACELI, 4 - TELÉFONO 21 66 95

ÁLVAREZ DE CASTRO, 23 - TELÉFONO 24 72 42



# Octavo concurso anual de precisión... ...sexto triunfo Omega

Pruebas de precisión únicas en el mundo: \*



En el concurso de precisión de 1952, en el Observatorio de Ginebra, Omega triunfa en la categoría de los relojes de pulsera, en la que la lucha es más ardua y el éxito más significativo. Es al reloj de pulsera, en efecto, al que el hombre moderno pide una precisión siempre más perfecta.

Ocho concursos desde 1945, cada vez más difíciles y más disputados; seis victorias siempre más convincentes de Omega, que en 1952 no solamente presenta el reloj más preciso, sino que consigue un resonado éxito de conjunto al clasificar seis cronómetros entre los siete primeros.

Esta constancia en la superioridad no es el resultado de una feliz coincidencia; es el fruto de esfuerzos incansables que alienta a Omega para aproximarse siempre más a la perfección y para justificar en todo momento y en todas partes lo que ya el mundo entero le ha concedido: la confianza.

En el Observatorio del National Physical Laboratory, en Kew-Teddington, Inglaterra, Omega tiene desde hace veinte años el único record de precisión.

\* Todos los resultados mencionados han sido logrados en la categoría de relojes de pulsera en los Observatorios de Ginebra y de Neuchâtel.



# OMEGA



OMEGA HA GANADO LA CONFIANZA DEL MUNDO

30<sup>m</sup>  
m

CONCESIONARIO EXCLUSIVO:

ROBERTO CARBONELL BLASCO - Avda. José Antonio, 7 - MADRID — Fontanella, 7 - BARCELONA