

CAMINOS DE LA MECÁNICA



EDICIÓN EN ESPAÑOL

Distribución:
España & América Latina
Por www.horalaatina.com

Nº 4 2008



CHF12 / 10 euros / US\$10

- › La gran disputa entre antiguos y modernos
- › Memoire1 de Maurice Lacroix: Implicaciones
- › Patek Philippe: Diez años de la campaña "Generaciones"
- › Vacheron Constantin: Quai de l'Île, la relojería del mañana, hoy
- › La elección de Sophie: Mecánico ó cuarzo ¿les importa a ellas?

Centro Relojero



Pedro Izquierdo

C/Arganda, 41 - 28005 Madrid - Tel. 91 517 24 47 - Fax: 91 474 38 10 - info@centrorelojero.com



INVENTE
GB-2001
Pedro Gas burner / PAT. P.

Los Imperios, Reinos y Caballeros de la Mesa Relojera

Grandes imperios y esplendorosos reinos forman la mayor parte del mítico pastel de la relojería (Grupo Swatch, Grupo Richemont, Grupo LVMH, Rolex, Seiko y unos pocos independientes como Patek Philippe y Chopard) que no cesa de crecer día a día. Este statu quo se puso en evidencia con el último movimiento que ha ocurrido en este competitivo tablero de ajedrez: la



El Don Quijote de Orson Welles

adquisición de Hublot por LVMH. Mientras que esta transacción ocupó los titulares, otras operaciones menores han tenido lugar en los últimos tiempos e implican a subcontratistas que traspasan productos e inventarios de un campo al rival. Desde la perspectiva de la oferta – y desde el punto de vista del consumidor medio – da la impresión de que el mercado se está fracturando más que consolidándose. Parece estar fragmentándose en un mosaico de reinos de taifas (las Marcas), cada uno ferozmente defendiendo su territorio y su honor. La razón por la cual los consumidores perciben esta imagen – los consumidores en

general, excluyendo a los aficionados y coleccionistas – es por que se preocupan bien poco de saber qué marca pertenece a cual grupo. Tienen otros criterios para valorar a la marca: primeramente debe satisfacer su gusto y su presupuesto, tanto en términos reales como simbólicos.

Los independientes, los recién llegados y los navegantes solitarios han visto su oportunidad en estas concentraciones y buscan instalarse rápidamente en los intersticios que quedan libres. Pero una cosa es arrastrarse hasta la primera línea y otra muy distinta hacerse oír en el fragor de la batalla. Con presupuestos relativamente modestos comparados con las asignaciones para publicidad de los grandes grupos, estos intrépidos comandos intentan compensarlo con innovaciones y con diseños que puedan, aunque sea por breve espacio de tiempo, atraer las miradas hacia ellos.

En este coro desafinado, como en todo corol de ideas, encontramos cosas a mantener y cosas a descartar. No pretendemos convertirnos en jueces de lo bueno y de lo malo del sector. Debemos, eso sí, llamar la atención sobre las posibles confusiones para poder ver más claramente en la espesa niebla. Como ya sabemos, hay “innovaciones” e “innovaciones”, y no son todas lo mismo. También hay “manufacturas” y “manufacturas” y tampoco son todas lo mismo. Al leer los materiales de promoción de las diferentes marcas llegamos a la errónea conclusión de que en Suiza existen 620 manufacturas (más o menos el total de las marcas censadas).

› **Pierre M. Maillard** Editor-en-Jefe

¿Cuántos movimientos se nos presentan como “revolucionarios”? ¿Cuántos se vanaglorian de haber sido “diseñados, construidos y fabricados en la propia empresa”? ¿Que hay de revolucionario en que un fabricante adapte un mecanismo nuevo que procede de un subcontratista? ¿Es revolucionario desplazar una ventanilla de las 6 a las 3?

Durante el periodo actual de proliferación de metales exóticos, ¿cuántas de estas aleaciones “procedentes de la industria aeroespacial” no estaban ya en uso hace 150 años? Además, mientras hacemos el intento de discernir lo verdaderamente innovador de la fruslería, nos tropezamos con la inusitada vitalidad de la relojería actual; un periodo de los más prolíficos de la historia de la relojería, sólo comparable al periodo modernista que vio nacer muchos de los iconos que aún hoy día causan furor. De entre la pléyade de modelos de nuestros días, ¿alguno será un clásico el día de mañana? Solo el tiempo lo dirá. Lo que sí que sabemos es que todos los imperios y los reinos son, tarde o temprano, perecederos y que los más aguerridos militares acababan sus días como caballeros andantes.



P. M. Maillard

Nº 4/2008



EDITORIAL

1 Los imperios, Reinos y Caballeros de la mesa relojera

COVER STORY

4 La gran disputa entre antiguos y modernos

EVENTOS

16 Patek Philippe: diez años de la campaña "Generaciones"

EL CAMINO DE LA MECÁNICA

18 Memoire1 de Maurice Lacroix: implicaciones

22 Quai de l'Ille, La relojería del mañana, hoy

ACTUALIDAD

26 Viceroy y Fernando Alonso: el éxito sobre ruedas

LA ELECCIÓN DE SOPHIE

28 ¿Mecánico ó cuarzo: les importa a ellas?

GALERÍA

34 Zeno-Watch Basel: Material de coleccionista

36 Para uso y disfrute: Relojes deportivos 2008

DE CARA AL PÚBLICO

46 Pamies: Pasión e independencia

WORLD WATCH WEB

48 Informe World Watch Report: algunos resultados

LAKIN ANDA SUELTO

50 Una caja no tan fuerte

INDICE DE MARCAS Y ANUNCIANTES

52 CRÉDITOS



**MAURICE LACROIX
MASTERPIECE SQUELETTE
GOLD**

Movimiento ML 134 de Maurice Lacroix, caja de oro rosa, bisel atornillado, brazos biselados, esfera de cristal zafiro, índices aplicados a mano para las horas; agujas de las horas, los minutos y el segundo chapados en oro dorado; metalización especial de color titanio bajo el cristal de la esfera. correa de piel de cocodrilo cosida a mano con un cierre plegable o con una hebilla de oro rosa según versiones.

**Maurice Lacroix en España
Grupo Munreco**

Avda. de Bruselas, 32
Polígono Arroyo de la Vega
28108 Alcovendas (Madrid - España)
Teléfono: 91 484 80 00
Fax: 91 484 80 51
www.munreco.com

Europa Star

25 Route des Acacias
P.O. Box 1355,
CH-1211 Geneva 26
Switzerland
Tel +41 22-307 78 37
Fax +41 22-300 37 48
www.europastar.com

© 2008 EUROPA STAR

Los comentarios y opiniones expresados en esta publicación pertenecen a los autores y no necesariamente a Europastar



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 mecanismo patentado de
calendario anual muestra el día, mes y fecha
con sólo un ajuste anual. El reverso
de cristal de zafiro deja al descubierto el
movimiento de carga automática,
que como todos los relojes mecánicos de
Patek Philippe se distingue
por el sello de Ginebra. Ref. 5146G.
Tel: (34) 93 241 88 88. www.patek.com

La Gran Disputa entre Antiguos y Modernos

› Pierre Maillard

A

A nuestro regreso de las ferias de relojería de la primavera, habiendo visto tantísimos relojes, y habiéndolos tocado, sopesado, examinado y volteado de todas las formas imaginables, nos dio la impresión de que nosotros también nos habíamos transformado en un tourbillon. Los pudimos ver dobles, triples, multiaxiales, descentrados, esféricos... en fin: todo tourbillon imaginable. ¡Alto ahí, basta ya! En el fondo, todo lo que nos hacía falta era un poco de gravitación para hacernos volver a la tierra. De retorno a tierra firme, pusimos manos a la obra para separar el grano (relojero) de la paja.

¿Por donde empezar? ¿Por las piezas más extravagantes - abundantemente presentes en las ferias - o, por el contrario, por los más puros y simples ejemplares?

La primera impresión fue que las muchas docenas de "prototipos" presentados dominaban las conversaciones en los corrillos que se formaban en los pasillos de BaselWorld, del SIHH y de los grandes hoteles de Ginebra, donde algunas de las marcas independientes exhibían sus productos. Estos "relojes" - aún asumiendo el riesgo de llamar a algunos de ellos "relojes" - sin duda han marcado un punto de inflexión en la historia de la relojería. ¿O es este fenómeno un simple punto de partida del universo de la relojería tal y como lo conocemos?

¿Quiénes son aquí los conformistas?

Tenemos todo el derecho a hacernos esta pregunta tras haber examinado tantos objetos



unidades exhibidas, que sentimos un cierto alivio - incluso nos calmó - cuando un relojero nos mostró un reloj elegante, ortodoxo, clásico, bien proporcionado e impecablemente acabado. Llegados a este extremo, estos relojes fueron una bendición para nuestros pobres ojos irritados.

De hecho, se trata de dos conceptos de relojería radicalmente distintos, que van más allá de la medida del tiempo y que son polos completamente enfrentados. ¿Estamos asistiendo a la reposición en clave relojera de la histórica "disputa entre antiguos y modernos"? La respuesta no es fácil de adivinar ya que, en este caso, los "modernos" no son necesariamente los que podíamos suponer y los "antiguos" son, a veces, aquellos que muestran el mayor grado de vanguardismo.

Un breve repaso a la historia nos puede aportar luz sobre la situación presente. En la famosa "Querelle des Anciens et des Modernes" (Disputa entre los antiguos y los modernos, la pugna artística y literaria que se encendió alrededor de 1690 en la Francia de Luis XIV), los "modernos" querían eliminar las

tradiciones del pasado substituyéndolas por nuevas formas de expresión artística a mayor gloria de su soberano, el Rey Sol. A pesar de las apariencias, los "modernos" eran, de hecho, los más conformistas y reaccionarios de los dos grupos. En el otro bando, los "antiguos", bajo el disfraz de la defensa de los cánones clásicos, a menudo disimulaban una feroz crítica al régimen político absolutista.

En cualquier situación dada, sin disponer de la necesaria perspectiva, no resulta sencillo determinar el verdadero conformismo de una época: no siempre lo encontramos donde se supone que debe estar. ¿No son los más conformistas aquellos que insisten en diferenciarse, por su originalidad, a toda costa? ¿No estamos presenciando hoy un nuevo conformismo medido por la extravagancia? También podríamos afirmar que este es un conformismo de nuevos ricos. ¿Por qué? En su mayor parte, estos "relojes" escandalosos que se vendieron en cantidades de unas pocas docenas a precios superiores a los cientos de miles de euros, acabaran en las muñecas de los pocos multimillonarios que surgen a diario en el planeta.

Más allá de las apariencias

A pesar de todo, este paralelismo debe ser establecido con cautela ya que las cosas suelen ser siempre más complicadas de lo que parecen. Ejemplos de "antiguo" y "moderno" se entremezclan alegremente incluso entre los productos de un mismo fabricante. Por eso, intentaremos escarbar bajo la superficie e intentaremos clasificar a nuestros relojeros en una de estas tres categorías: "Relojería Clásica Preciosa", "Vanguardia en la Relojería" y "Más allá de la Relojería". Nos hacemos cargo de que estas tres divisiones se solapan frecuentemente y que hay relojeros que militan en campos opuestos simultánea-



mente. Dicho de otro modo, a veces hallamos a un "antiguo" en el bando "moderno" y a veces encontramos un "moderno" que funciona como un "antiguo".

A modo de ejemplo ilustrativo, vamos a comparar dos relojes aparecidos en los salones de primavera, ambos elegidos por poseer determinados atributos, y que aparentemente están en posiciones antípodas del espectro. A mi izquierda, categoría "antiguo", el repetidor de minutos Souveraine de François-Paul Journe; y a mi derecha, categoría "modernos", un OVNI, el DeWitt WX-1. Opinen,

señores: ¿cual es más revolucionario?

Répétition Minutes Souveraine contra WX-1

Contrariamente a todas las apariencias y a pesar de todos los comentarios que nos hemos tenido que oír, el más revolucionario es el Répétition Minutes Souveraine de Journe, una maravilla mecánica que ha accedido a territorio relojero inexplorado hasta la fecha. Con su consistente y decidida exploración de los cimientos de las formas más clásicas de la Alta Relojería, Journe ha

REPETIDOR DE MINUTOS SOUVERAINE de F.-P. Journe

expandido las fronteras del imperio relojero a base de integrar un repetidor de minutos en un movimiento de apenas 4 mm de grosor. Ha conseguido acomodar una gran complicación de 301 piezas en el espacio que ocupa un simple calibre de armado manual. Para conseguir esta hazaña, Journe diseñó un original sistema de correderas y martillos cuya configuración ocupa un mínimo espacio. Además, puso un timbre plano, ya empleado en su Grande Sonnerie y lo montó bajo la esfera en vez de alrededor del movimiento, como se hace habitualmente. De este modo no solo consiguió más espacio para la mecánica sino que además obtuvo un sonido potente y cristalino. Siguiendo su lógica particular, que premia la funcionalidad y la eficacia cronométrica y, en este caso concreto, la calidad de sonido, Journe decidió usar una caja de acero (tiene mejor rendimiento acústico) para acomodar su repetidor de minutos extra-plano. Para obtener mayor estabilidad energética, colocó dos barriletes en paralelo que proporcionan 56 horas de funcionamiento ininterrumpido. Las formas de la caja, los materiales y la



WX-1 por DeWitt



arquitectura del movimiento trabajan en conjunto con una sola finalidad. En otras palabras, no hay nada injustificado. Como dice el mismo Journe, "Cuando uno ejerce la relojería, uno no hace de escultor mecánico. La juguetería no es mi profesión."

Para aquellos que, a pesar de todo, se sienten atraídos por las esculturas mecánicas o los juguetes para niños mayores (y niños ricos, porque la factura asciende a 400.000 euros), no hace falta que busquen más, que aquí está el WX-1 de DeWitt. Según Jérôme DeWitt, este portentoso reloj es en realidad "un tipo diferente de reloj y es algo más que un reloj. Es una obra de arte contemporáneo que confiere una nueva dimensión al universo de la relojería."

No podríamos concebir una aproximación más opuesta a la de François-Paul Journe. El objetivo manifiesto de DeWitt no tiene nada que ver con la continua mejora de las prestaciones relojeras. Al contrario, busca construir un objeto multidimensional cuyo objetivo

último no es hacer relojería de precisión, ni tan solo dar o hacer sonar la hora. Esta pieza va más allá de la relojería convencional. Viene a ser una especie de ultrarelojería.

¿El objetivo de los "modernos" es desligar al objeto de su función? El concepto del WX-1 disocia efectivamente la exhibición de la información – horas y minutos – del motor de movimiento, que está ubicado a un lado, verticalmente, bajo una especie de caparazón que se puede deslizar hacia afuera para mostrar los cinco barriletes, el tren de engranajes, el carro del tourbillon y el dispositivo de armado del resorte. Es prácticamente imposible describir detalladamente esta "obra de arte contemporánea" (como la llaman sus creadores: Jérôme DeWitt y el arquitecto francés Jean-Michel Wilmotte, quien

Cuádruple tourbillon de diferencial esférico
por Greubel & Forsey

aportó sus dotes de arquitecto al proyecto). El bastidor – aquí no podemos hablar de una simple caja – del WX-1 es una estructura arquitectónica a mitad de camino entre el Nautilus del Capitán Nemo y una nave nodriza de la Guerra de las Galaxias. Con sus 370 piezas de titanio, aluminio anodizado y oro rosa, el reloj solo pesa 191 gramos, pero deben descartar intentar pasar por un detector de metales aeroportuario con el reloj puesto a no ser que quieran ir a pasar las vacaciones a Guantánamo. El WX-1 se entrega con una peana de sobremesa, inspirada en la Torre Eiffel, que lo convierte en un reloj de despacho.

Para dar cuerda a los cinco barriletes se precisan unos pocos segundos con la ayuda de una herramienta electrónica que se inserta en una de las dos chimeneas del lateral de la caja, como dos reactores. La otra abertura nos permite una visión lateral del tourbillon vertical.

Con el WX-1 nos hallamos más allá de los confines del universo conocido (la relojería tradicional) donde las leyes para juzgar este tipo de objetos son obviamente diferentes. El hecho de que encuentren este reloj fascinante o repulsivo no tiene la menor importancia. Lo que sí que es importante es que el WX-1 cuestiona el partido de los "modernos". Yendo más allá de las normas de la relojería y acercándose al "arte", ¿no se convierte en una cuestión de futilidad o, más aún, de vanidad? ¿O es una especie de homenaje subconsciente a la vacuidad de nuestros tiempos?

Tourbillon Urbi et Orbe

Tras esta pregunta tan peliaguda, continuaremos con el recorrido por las ferias. Y, oh!, aquí llegan los tourbillons en masa. Estos dispositivos se han vuelto tan corrientes últimamente que casi podríamos compararlos a un



ZERO-G de Zenith

pariente pobre. Entre los tourbillons encontramos de nuevo la "Disputa entre los antiguos y los modernos", que enfrenta el planteamiento de una marca como Greubel Forsey, por ejemplo, al de Zenith con su Zero-G (gravedad cero) de tourbillon giroscópico, o Concord con su C1 Gravity Tourbillon, entre otros.

Como en el caso de Journe, el objetivo de Robert Greubel y Stephen Forsey es mantenerse en la senda de la relojería al tiempo que

se adelanta en la cuestión artística tan lejos como sea posible. "Nuestra aventura comenzó con nuestro rechazo a aceptar la declaración de nuestros maestros que insistían en que "en relojería ya se ha hecho todo lo posible", nos explica Stephen Forsey. Su rechazo a creerse que la ciencia de la relojería no tenía progreso posible sirvió de base al enfoque adoptado por este dúo de relojeros. Quieren trasladar las fronteras más allá sin caer en lo superfluo, en busca de la

cronometría óptima, el progreso técnico y la calidad de diseño. Para estos dos hombres, estos objetivos van interconectados, de forma natural, y como resultado de ello han surgido una serie de piezas significativas: el Doble Tourbillon de 30°; el Tourbillon Inclinado de 24 segundos (diseñado para neutralizar desviaciones operativas); el Cuádruple Tourbillon Diferencial Esférico, que multiplica por dos la prestación de los dos órganos reguladores; y el próximo Tourbillon Diferencial de Equivalencia, que suministrará una fuerza constante a los órganos reguladores.

Mientras que los esfuerzos de Greubel y Forsey se centran en la investigación fundamental, también queda de manifiesto el deseo de alcanzar una perfecta maestría en cuanto a las formas. Una pureza estética coherente va íntimamente ligada a la idiosincrasia de la pieza. Sus relojes, bellos y llevables, aparecen regularmente, sin concesiones al marketing. Probablemente pertenecen a los "antiguos", pero este par de talentos se sitúa claramente entre los más "modernos" de los relojeros de hoy día.





CARROUSEL por Blancpain

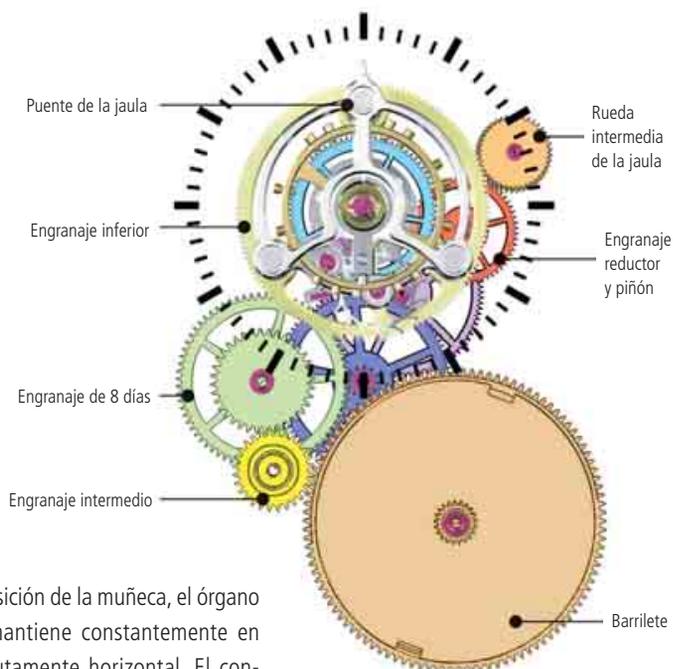
En clara oposición al planteamiento paciente y constante adoptado por Greubel y Forsey, se hallan los tourbillons “modernos” de Zenith (Zero G) y Concord (C1 Gravity). Con todo lo sorprendentes que puedan ser estos tourbillons – han conseguido superar muchos obstáculos técnicos – su efectividad práctica queda por demostrarse. (A este respecto, nos gustaría ver organizarse una competición cronométrica exclusivamente para tourbillons.)

Tras ver el Zero-G de Zenith girando en todas las direcciones posibles no puedes sino pensar que el reloj en cuestión es sencillamente deslumbrante. Su moderna caja multicapa Defy Xtreme está hecha de materiales novedosos, como el cristal Hesalite, la fibra de carbono, el aluminio y el titanio ennegrecido. La jaula giroscópica – de 166 componentes – va montada en juntas de cardán, como las usadas en los antiguos cronómetros marinos, lo que le permite girar interminablemente al más mínimo movimiento. Mientras que todo parece moverse en todas direcciones depen-

diendo de la posición de la muñeca, el órgano regulador se mantiene constantemente en posición absolutamente horizontal. El conjunto del sistema funciona gracias a un ingenioso invento patentado por Zenith, que une los planos horizontal y vertical mediante un engranaje cónico con dentado en espiral que invierte y compensa los movimientos del bastidor.

En el Concord C1 Tourbillon Gravity se utiliza el mismo concepto de unir los planos vertical y horizontal aunque de una manera algo diferente. Los “alquimistas” de BNB Concept desarrollaron este calibre especialmente para Concord. Fieles al estilo “moderno” en la activación de las funciones, en este reloj el tourbillon está ubicado en posición vertical en la periferia de la esfera y de la caja, haciendo que parezca que está exento del mecanismo al que, no obstante, está conectado mediante un piñón perpendicular. Adherido al carro del tourbillon de aluminio-litio, que rota una vez por minuto, encontramos un aro negro de aluminio con los números impresos que indica los segundos. Al desplazar el tourbillon al lateral de la caja se puede abrir la esfera multicapa para ubicar los indicadores de las diversas funciones: hora, minuto, reserva de marcha, índice de fiabilidad y cronógrafo ratrapante.

La terminología paramilitar utilizada por Concord para describir su tourbillon delata las intenciones de la marca por conquistar el



mercado. ¡Pónganse firmes, aar! Entre los términos empleados encontramos “desafiante, vanguardia, estratégico, insolente, autoritario, marcial, asedio, conquista”. Por si fuera poco, describen el reloj como “al borde de la locura, anticonvencional, reformista convencido, adelantado a su tiempo”. ¡Descansen, aar!

Cuando uno habla de reforma, debe ser cuidadoso al precisar el significado del término y cuál es el objetivo de la reforma. Debemos también preguntarnos si estos tourbillons son aún tourbillons, en el sentido estricto de la palabra, tal y como la estableció Breguet. Según esta patente centenaria, la rotación de la jaula del tourbillon, que contiene el péndulo y el escape, va comandada por un único juego de engranajes y gira en el plano del eje de oscilación. El eje de la jaula móvil está así alineado con el eje del péndulo. Como se ve, este no es el caso en algunos de los ejemplos que vimos.

El carrusel se incorpora al baile

En un intento de establecer este debate (de paso les diré que la inmensa mayoría de los compradores de tourbillons pasan olímpicamente de esta controversia), el anarco-relojero Vincent Calabrese – que se mudó con



todos los trastos a Blancpain – ha creado no un tourbillon sino un carrusel. Sin querer entrar en muchos detalles técnicos, solo les diré que el carrusel, inventado en 1892 por el danés Bahne Bonniksen, se distingue del tourbillon en que está acoplado al barrilete mediante dos trenes de engranajes distintos: uno para la transmisión de energía y otro para la función de recuento. En caso de que un tourbillon se detenga provoca la detención de todo el reloj y eso no sucede con el carrusel. La novedad en el carrusel de Blancpain es el desarrollo de un sistema que asegura la rotación de la jaula en 60 segundos, cosa que no sucedía en carruseles anteriores.

El relojero danés creó el carrusel con el objetivo de conseguir un nivel de precisión comparable al de un tourbillon y que fuera más sencillo de fabricar. Luego resultó que el dispositivo era de producción muy compleja y fue paulatinamente abandonado.

En el caso del carrusel de Blancpain, este dispositivo no dirime el debate entre iniciados, ya que no solo completa un giro en un minuto, cosa reservada hasta ahora a los tourbillon, sino que su péndulo también está en el centro de la jaula, exactamente como en un tourbillon.

Muy probablemente este dispositivo abrirá

nuevas sendas de investigación, y Blancpain no ha dudado en anunciarnos la llegada de una nueva familia de medidores horarios fundados en esta tecnología.

Alejamiento de la relojería

Con el carrusel aún estamos dentro de la categoría de relojería pura, tanto da si es antigua o moderna o ambas cosas a la vez. Esto está años luz de las actividades de alguien como Romain Jérôme quien ocupó los titulares con su Day & Night Double Tourbillon, una máquina con dos jaulas que funcionan alternativamente. Desarrollado por BNB Concept (¡Oh cielos, Ellos de nuevo!), Romain Jérôme reinterpretó este invento para crear un guardatiempos excepcional que no indica la hora. Desprovisto de todos los indicadores básicos, como hora, minutos y segundos, deja espacio disponible para dos periodos alternativos de doce horas.

Su explícita reclamación de “alejamiento de la relojería” parece estar en sintonía con las demandas del mercado, a juzgar por la confesión de Jérôme, de que había recibido pedidos por más de 300 millones de euros en su minúsculo stand de 32 metros cuadrados en BaselWorld, para sus controvertidas unidades Titanic DNA que se comercializan desde hace tan solo cinco meses.

DOBLE TOURBILLON DAY & NIGHT por Romain Jérôme

El éxito, al menos en cuanto a notoriedad, del Day & Night Tourbillon (que solo conserva síntomas de actividad mecánica reminiscente de la relojería y que está desprovisto de funciones cronométricas) es paradigmático como un cierto punto de inflexión en la relojería. Animado por consideraciones de marketing es, en mi opinión, el más claro signo de que se está formando una burbuja en la relojería.

Bajo esta misma influencia descubrimos un gran número de marcas jóvenes en las ferias de primavera, que se están embarcando en la misma dirección: grandes piezas que muestran en su exterior los más distintivos signos de la modernidad – formas audaces, combinación de materiales inusuales, funciones superlativas, vistas de la mecánica, tridimensionalidad de las esferas, una predilección por el oro rosa y el negro – cuyo objetivo es el extremo superior del mercado – tourbillons, cronógrafos ratrapantes, repetidores de minutos, calendarios perpetuos – y que reclaman para sí mismos pertenecer a la vanguardia de la relojería, aunque solo lo sean en cuanto al precio ya que la gran mayoría vende sus piezas en la escala de las cinco a seis cifras.

Cuando la vanguardia está tan abarrotada y omnipresente nos preguntamos si se trata realmente de la vanguardia o si no es el grueso de las fuerzas y, por tanto, un ejemplo de conformismo de moda. Mientras sea posible, debemos ensalzar las virtudes que animan a la relojería actual, pero también debemos distinguir entre lo que es genuinamente creativo de lo que es, a todas luces, una tendencia generalizada, una moda al fin y al cabo.

Lúdico y Poético

Las piezas más lúdicas y poéticas no siempre son las más imaginativas, aunque hay excepciones a esta regla. Un ejemplo de esto último es el muy sorprendente Opus 8 de Harry Winston. Este Opus 8 es producto de una imag-



inación sin restricciones, cuya función última es indicar la hora y los minutos (más exactamente: los cinco minutos más próximos).

En el Opus 8 la hora se muestra, como por arte de magia, mediante números digitales (por ejemplo, las 20:00 horas se expresa como 08 PM). A petición (mediante un pulsador deslizante), la hora aparece y puede ser leída en relieve en una pletina que unos segundos antes parecía absolutamente plana mostrando tan solo un repetitivo diseño. Ver aparecer el número en tres dimensiones es una experiencia simplemente mágica.

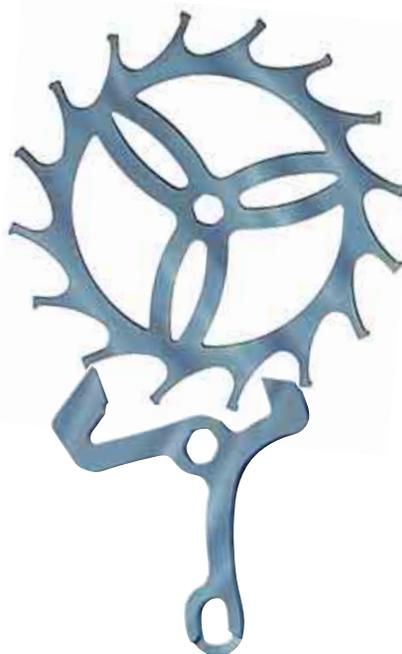
En cuanto a los minutos, estos se muestran en una escala vertical del lateral de la caja, graduada a intervalos de cinco minutos donde un indicador salta de un intervalo al siguiente. No diremos que sea la precisión absoluta, pero sí diremos que, a pesar de las apariencias, el conjunto es absolutamente mecánico.

Este hito tecnológico se debe al entusiasmo creativo de un relojero periférico, Frédéric Garinaud. Graduado en la Academia Naval francesa con formación como mecánico de a bordo, asistió a los cursos del conservatorio de artes y oficios de Lyon y se convirtió en un especialista de la galvanoplastia. Garinaud se estableció en la relojería en 2001 cuando entró en Renaud & Papi, el "laboratorio" de Audemars Piguet, donde fundó, en 2005, la célula de especialidades relojeras (Cellule des

Spécialités Horlogères). Su frescura relativa comparada con el peso de la tradición, sin duda le permitió trabajar desacomplejado. Un hombre del siglo XXI (nació en 1971), presentó unas propuestas de relojería muy influenciadas por el pop-art. Su Opus 8 recuerda a la pantalla de una televisión con números de segmentos que parecen grabados en una pletina que evoca las primeras pantallas digitales.

De hecho, el Opus 8 obtiene su inspiración en el

ESCAPE PULSOMAX de Patek Philippe



OPUS 8 por Harry Winston

Pin Art, aquel juguete para ejecutivos en los que se obtiene una imagen tridimensional mediante una tupida matriz de agujas metálicas. El Opus 8 es un ejemplo del segmento de la relojería lúdica que se materializó gracias al empleo de la tecnología más avanzada. A este respecto, recordamos también las últimas creaciones de De Grisogono que ya comentamos en números anteriores. Así que, no debemos negarnos el placer de disfrutar de este tipo de relojes. La relojería puede resultar graciosa y, a la vez, repleta de diversión técnica.

En cuanto a la ludicidad –y, porqué no, poesía– podemos mencionar de pasada una realización encantadora de Hermès, el Grandes Heures. No se trata de un reloj de gran complejidad técnica pero sí que aporta una gran novedad funcional en cuanto a la manera de leer la hora: subjetiva y ultrapersonal. La distancia, alrededor de los confines de la esfera, que separa los indicadores de las horas no mantiene los acostumbrados intervalos regulares sino que varían en función de aquellas horas que tienen mayor importancia para quien lleva el reloj. Ejemplo: mientras que las doce están donde suelen estar, la una está a



 ESCAPE CONSTANTE de Girard-Perregaux

las dos, las dos a las cuatro, luego las 3, 4 y 5 se amontonan hasta llegar a las 6, etc., como si quisiéramos que estas horas de trabajo pasaran más deprisa.

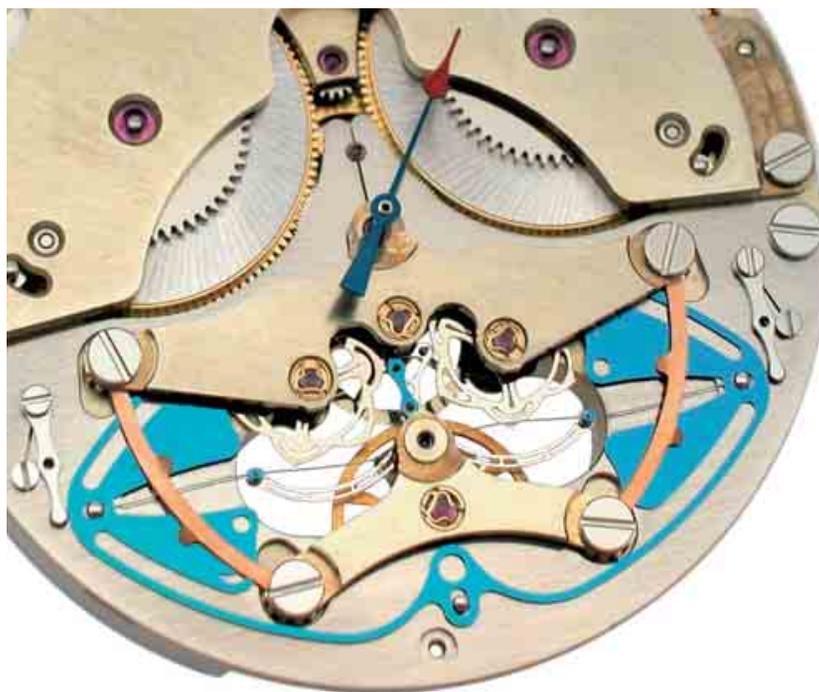
La contraseña: Silicio

Si nos alejamos de estos tiernos y poéticos ejemplares y nos acercamos a cuestiones más prácticas y tecnológicas, nos tropezamos con harta frecuencia con una palabra que es una especie de “ábrete sésamo” de la relojería actual: el silicio. Nos lo encontramos en Ulysse Nardin, en Chopard (en un nuevo movimiento de alta frecuencia), en Frédérique Constant, en Girard-Perregaux y en Patek Philippe.

Pero es que ahora se ha traspasado un umbral, hemos pasado de la simple utilización del silicio como material sustitutorio a la creación de nuevas geometrías de escape como en el caso de Patek Philippe e incluso más allá, al desarrollo de un concepto totalmente nuevo de escape como ha hecho Girard-Perregaux.

Durante una concurrencia y muy técnica confer-

 REFERENCIA 5450P de Patek Philippe



encia de prensa, la unidad de investigación avanzada de Patek Philippe presentó su tercera innovación, el escape Pulsomax. Los principios en los que se basa el escape Pulsomax son similares a los del escape clásico suizo de levas pero con la ventaja añadida de que mejora las prestaciones gracias a la optimización del funcionamiento mediante nuevos diseños y geometrías. Las nuevas levas están cortadas, o mejor dicho, creadas mediante un proceso de grabado iónico reactivo profundo (DRIE) que permite el mecanizado de componentes de Silinvar (material patentado obtenido de silicio puro sometido a un proceso, patentado a su vez, de oxidación en vacío con propiedades de compensación de temperatura), en un segundo plano horizontal. Estas nuevas levas ya no necesitan que se les monten paletas de rubí. Las paletas se ha integrado en la propia leva cuya completa geometría ha sido rediseñada (cada una de las paletas posee una forma específica). La leva interacciona con una rueda de escape totalmente nueva, fabricada también en Silinvar, y que tiene 16 dientes en vez de los 20 habituales. El proceso de corte DRIE permite la fabricación de piezas únicas, minúsculas y de formas precisas con unas tolerancias que son la mitad que en las piezas fabricadas mediante

procedimientos tradicionales.

El resultado, según los expertos de Patek Philippe, es una mayor transmisión de energía al péndulo; mejora de la eficiencia gracias al isocronismo mejorado (Patek Philippe reivindica un 30 por ciento de mejora en la reserva de marcha, con lo que un reloj con reserva de 48 horas seguiría latiendo aún otras 14 horas); y proporciona significativas mejoras en la fiabilidad a largo plazo y sin uso de lubricantes.

Este escape (el primero en ser 100 por 100 Patek Philippe, una tranquilidad para el espíritu independiente de la compañía) equipará a la tercera generación de relojes bajo la marca “Patek Philippe Advanced Research”. Producidos en series limitadas de 300 unidades bajo la referencia 5450, portarán una caja en platino, movimiento automático, calendario anual, fases lunares e indicador de reserva de marcha.

El Escape constante

Girard-Perregaux siguió un camino aún más atrevido, desligado de la mejora del probado escape suizo de levas. Al contrario, el objetivo de la marca fue la creación de un escape totalmente nuevo y original a la vez que increíble. El resultado ha sido el escape con-



CREDOR TORQUE RETURN por Seiko

stante. Su diseño cabe calificarlo de revolucionario puesto que parte de una arquitectura radicalmente diferente del escape suizo – y de cualquier otro escape – y su principio de funcionamiento es completamente diferente. Para entender como funciona, recuerden de su infancia aquellos juguetes, casi siempre ranas, que saltaban cuando se ejercía presión en una lengüeta metálica curvada. Con la presión, la lengüeta se deformaba y, al liberarla, impulsaba la rana que daba un gran salto adelante. En el escape constante, una hoja biestable permite la distribución de la energía con una amplitud y una frecuencia constantes hasta el agotamiento de la reserva de potencia. Más fina que un cabello humano, la hoja se ha obtenido mediante el proceso de grabado del silicio (DRIE). Está integrado en el bastidor que lo soporta y en conjunto forman el resorte del escape. Este resorte actúa como un microacumulador de energía. A cada alternancia del oscilador acumula su energía y luego la libera, pasando de un estado estable a un segundo estado metaestable (como la lengüeta de la rana, para entendernos).

El sistema es capaz de liberar impulsos de fuerza constante, lo que permite una amplitud y frecuencia también constantes a pesar

de las diferencias en la potencia recibida. Al diseñar su nuevo invento, los relojeros de Girard-Perregaux debieron, obviamente, replantear la arquitectura y la geometría de todo el escape. La rueda de seis dientes del escape, la leva de accionamiento, la leva de detención y la doble pletina se han dispuesto en una forma totalmente inusual. Con su nuevo escape, Girard-Perregaux aspira, a largo plazo, a obtener unos resultados sin parangón en cuanto a precisión cronométrica.

Volviendo a nuestra analogía de los “antiguos” y los “modernos”, observamos que Girard-Perregaux, Patek Philippe y Ulysse Nardin son tres grandes “antiguos” que están en plena vanguardia y que ésta no se limita a cuestiones cosméticas ni se aparta del arte relojero; al contrario, estas compañías se sumergen muy profundamente en las fuentes de la relojería.

Belleza y tecnología japonesas

A su manera, un histórico como Seiko (un “antiguo” de 1881) también escarba en las raíces del arte de la relojería. En este caso, la marca nipona hace confluír la vanguardia de la investigación cronométrica (el movimiento Spring Drive) con las más respetables tradi-

ciones en ornamentación. El éxito del Spring Drive Sonnerie ha demostrado que Seiko puede ofrecer una alternativa japonesa a la alta relojería suiza y, en este caso, el lento tintineo pseudobudista de la campana y la original decoración del movimiento con motivos japoneses, parecen confirmarlo.

Además de las ediciones limitadas Spring Drive Moonphase y Spring Drive Chrono, cuyos diseños y decoración refinados representan una notable mejora, Seiko presentó en el sancta sanctorum de su nuevo y espectacular stand en BaselWorld, un Spring Drive redondo, pequeño y maravilloso. Lamentablemente, este reloj de cuerda manual y caja de platino solo estará a disposición de los clientes de Japón. Los relojeros del Micro Artists Studio de Seiko solo pueden producir cinco unidades del reloj por año. Su magnífica e inmaculada esfera está hecha de porcelana tradicional Muritake sobre la que se pintan a mano los indicadores horarios. Para agregar una pincelada de modernidad, se han litografiado dos dígitos de grandes dimensiones que solo aparecen sutilmente dependiendo en cómo incide la luz sobre la esfera. Al voltear el reloj, nos impresionó la belleza de la decoración del movimiento. Los acabados son absolutamente perfectos. Hasta se ha pulido el interior del barrilete para reducir las fricciones. El único elemento que no se ha pulido a mano es el resorte principal. Los rubíes no han sido moldeados sino tallados. Entre los puentes, casi podemos imaginarnos un riachuelo que fluye entre parterres de flores.

En cuanto a los aspectos técnicos, la rueda de deslizamiento que acciona las manecillas, que se desplazan sin el más mínimo titubeo, ha sido optimizada. El centro es de aluminio para hacerla lo más ligera posible mientras que el exterior es de oro de 18 quilates para hacerlo más pesado. Se alcanza una reserva de potencia de 60 horas gracias a un sistema de

intercambio de par que facilita que el exceso de par sea devuelto al resorte del barrilete. Cuando el par alcanza un umbral de mínimos, una lengüeta detiene todo el sistema. De nuevo, la invención técnica trabaja respetuosamente con la maestría relojera, sin nada superfluo ni gratuito y siempre a fin de bien.

A. Lange & Söhne se pone en hora

Puede observarse también un planteamiento similar por parte de A. Lange & Söhne, una marca que con su Cabaret Tourbillon ha sorprendido a todo el mundo. Unos pocos años atrás, cuando Europa Star, bastante antes que otros medios, empezase a cuestionar científicamente la utilidad del tourbillon en un reloj de pulsera, algunos medios clamaron al cielo. Nos acusaron de querer matar a la gallina de los huevos de oro (desde entonces esta prolífica ave de corral ha ido poniendo muchas y muchas docenas de huevos de oro).

La tasa de precisión que aporta el tourbillon a un reloj de pulsera ha sido siempre motivo de disputa, aún a sabiendas de que todo el mundo sabía que el dispositivo no era totalmente preciso. Pero A. Lange & Söhne planteó la pregunta que nadie antes se había hecho: "Si los relojes con tourbillon son tan precisos, ¿porqué no ha inventado nadie todavía un dispositivo que permita parar instantáneamente el tourbillon para poder ajustar la hora al segundo exacto?"

La marca alemana respondió brillantemente a su propia pregunta, concretamente con el primer mecanismo de detención de segundos que nunca se haya integrado en un movimiento con tourbillon. Descartada la opción de detener mecánicamente la jaula del tourbillon entera, lo que causaría una disminución fatídica de la amplitud, los relojeros de A. Lange & Söhne optaron por un mecanismo que detuviera directa e instantáneamente el volante dentro de la jaula, preser-

vando así la energía potencial del resorte del péndulo durante el proceso de detención. La teoría parecía buena pero, ¿y la puesta en práctica?

Su solución no es fácil de describir, pero básicamente consiste un resorte de paro con dos brazos disimilares con forma de "v". Cuando se tira de la corona se engrana el muelle y sus dos brazos vienen a descansar sobre el volante, frenándolo en seco. Este freno está montado en una bisagra de modo que aunque uno de los tres pilares de la caja del tourbillon (que sigue girando) pase bajo uno de los dos brazos de freno, el otro brazo seguirá ejerciendo fuerza sobre el volante. La curvatura del muelle de frenado se definió de forma empírica durante una larga serie de pruebas. Sus dos extremos se doblan de manera que evita cualquier posibilidad de activación no intencionada durante la marcha. Tan pronto como se libera el freno, el volante retoma inmediatamente su oscilación.

Por vez primera en la historia de la relojería podemos ajustar un tourbillon al segundo exacto. Un verdadero alarde de precisión el de este dispositivo que equipa al soberbio Cabaret Tourbillon de cuerda manual de doble barrilete con reserva de marcha para cuatro días. Está disponible en caja de platino u oro rosa.

Destreza genial

Una exhibición equivalente, combinando calidad y gusto, nos la ofrece Patek Philippe en su Grande Complication que incorpora un repetidor de minutos, calendario perpetuo mediante ventanillas, y tourbillon en la parte posterior del movimiento. La marca ha añadido además un indicador de fases lunares y un indicador de día o noche también en ventanilla.

La gran elegancia de esta pieza reside en su evidente contención y ortodoxia, ofreciendo una asombrosa legibilidad y fun-

REFERENCIA 5207 de Patek Philippe





L.U.C. XP por Chopard

como la gran palanca, están ambos pendientes de ser patentados.

Retorno al clasicismo

Aparte de la excepcional pieza antes mencionada, la visión de la colección actual de Patek Philippe fue una especie de antídoto a la exuberancia que pudimos encontrar durante las ferias de primavera. La búsqueda del más alto nivel de equilibrio, las proporciones más armoniosas, el mayor refinamiento en los acabados, todo ello conforma los parámetros por los que la marca define su visión del clasicismo. En otras palabras: la intemporalidad.

El retorno al clasicismo es una de las mayores paradojas de la oferta relojera de hoy día. Esto era evidente en muchos de los fabricantes quienes podían proponernos auténticos relojes-rompecabezas al tiempo que seguían manteniendo otras piezas más sutiles, refinadas y elegantes en su catálogo. Un buen ejemplo de ello es Zenith. Junto a sus piezas más Xtreme, Thierry Nataf también presentó una serie de encantadores relojes

cionalidad. Su característica más notable es el cambio instantáneo de las indicaciones del calendario al llegar la medianoche exacta. El mecanismo complejo del calendario perpetuo compuesto de 212 piezas se diseñó como un módulo para otro calibre, el R TO 27 PS y que ahora se ha convertido en el R TO 27 PS QI.

En el núcleo de este calibre, un resorte proporciona la energía necesaria para mover el reloj durante 48 horas, incluyendo los cambios en el calendario, indicados no por manecillas sino por discos, lo que requiere mucha más energía. El control del cambio instantáneo y colectivo de los discos viene asegurado por una gran palanca mandada por una cremallera de cuatro niveles que trabaja en conjunto con una leva de meses y un posicionador de la leva de años, que a su vez está conectado a otras levas de transmisión mediante brazos articulados.

Un sistema de dos muelles, de idéntica fuerza pero contrapuestos, controla la

potencia variable requerida para cambiar las indicaciones, dependiendo de la duración de los meses y de si el año es bisiesto o no. Este dispositivo complejo, así

MASTER GRANDE ULTRAPLANO por Jaeger-LeCoultre



 EL RELOJ DE MARÍA ANTONIETA por Breguet



dentro de su colección Class, de enorme ortodoxia. Muestran hora, minutos y segundos sobre un decorado "clou de Paris" de perfectas proporciones. "Estamos retornando a los clásicos, reinterpretándolos con ligeros toques de modernidad," nos cuenta Nataf.

La tendencia hacia una vuelta a la simplicidad y ortodoxia relojera se notaba especialmente en bastantes fabricantes, como Chopard que, con su superelegante L.U.C. XP de esfera de pizarra combina finura (caja de 6,8 mm en oro blanco o rosa), prestaciones (doble barrilete con 65 horas de reserva de marcha) y funcionalidad automática (rotor descentrado para obtener la delgadez deseada).

La misma brillantez en términos de delgadez y clasicismo la hallamos en Jaeger-LeCoultre con su minimalista Master Grande Ultra Thin. El calibre automático 896 presenta un péndulo de inercia variable y cojinetes cerámicos para un grosor de tan sólo 3,98 mm.

Unas pocas flores no hacen verano, pero esta tendencia manifiesta y reaccionaria de retorno a los clásicos, a los "antiguos", se identifica con el arte de la simplicidad y la pureza de líneas. Está en completa contradicción con los relojes "Hummer", objetos que



vienen ocupando las portadas de los medios de comunicación especializados en relojería. Esperemos que esta tendencia prefigure un cambio tranquilo en la dirección de la industria relojera.

Absolutamente Retro

¿Puede ser uno de estos cambios de dirección la manifestación de la tendencia "retro" que continúa ganando adeptos? Tiene similitudes con la industria automovilística donde hemos visto volver al Mini y al Fiat 500. ¿Veremos un neo-2CV?

Tras el gran éxito de TAG-Heuer con el neo-Monza, le siguió Jaeger-LeCoultre con el neo-Polaris hasta que IWC fue más allá cuando, para conmemorar su 140º aniversario, apostó por reinterpretar seis de los modelos más significativos de la marca.: el Pilot de 1936, el Portugués de 1939, el Ingeniero de 1955, el Aquatimer de 1967, el Da Vinci de 1969 y el Portofino de 1984.

En un extremo-extremo de la tendencia "retro" está Nicolas Hayek que reconstituyo de la nada el famoso reloj de María Antonieta, la fabulosa obra maestra de Breguet. Deberían haber visto a Hayek en la presentación de su obra en BaselWorld, saltándose el milimetrado protocolo y deambulando entre el gentío como un rockero, rodeado de guardaespaldas, mostrando el reloj a sus sobreexcitados fans.

El más esperado reloj de los salones de primavera era, en realidad una reedición, o más exactamente una extraordinaria recreación, fiel en todos sus detalles al original y que ni tan siquiera va a ser puesto a la venta. Según Nicolas Hayek, "Es imposible por ahora hacer un cálculo de su valor, sencillamente: no tiene precio." explica Hayek.

Fue un instante triunfal, cuando los "modernos" alcanzaron la mayor gloria retornando a los "antiguos". Es paradójico, pero es sabido que las paradojas, en la relojería, son abundantes. <

Patek Philippe: Diez años de la campaña “Generaciones”

Tras su paso por París, Ginebra y Milán, hemos podido disfrutar en el incomparable marco del “esféric” de Barcelona de una intensa y extensa exposición con las fotografías originales que han protagonizado la campaña “Generaciones” de Patek Philippe, a lo largo de los últimos 10 años.

› **Carles Sapena**



Generaciones-Esféric-Barcelona foto: Luis Gimenez Mutto

E

Esta exposición de 25 fotografías de gran formato de fotógraf@s de categoría internacional como Peggy Sirota, Peter Lindbergh, Jeanloup Sieff, Mary Ellen Mark, Marden Smith y Ellen Unwerth ilustra el trabajo de toda una década de esta exitosa campaña de la manufactura Ginebrina llevada a término por la agencia Leagas Delaney y supervisada personalmente por Tim Delaney, presidente de la compañía y creativo de la campaña, por Philippe Stern presidente de la manufactura y su hijo Thierry.

La campaña “Generaciones” se ha convertido ya en un clásico de la publicidad relojera

El madiraje afortunado entre los valores de la marca tales como la tradición artesana la longevidad y sobre todo la transmisibilidad del lujo con una acertada plasmación gráfica de las emociones inherentes al encuentro de generaciones en el núcleo privado de la familia, han dado lugar a una campaña modélica, que ha sabido evolucionar de una man-

era sutil con un mensaje provocador... realmente un Patek Philippe nunca es tuyo, pero lo realmente tuyo, lo emocionante y sugerente, es custodiarlo para transmitirlo a la próxima generación. Es decir transmisión frente a posesión, custodia frente a propiedad. Este mensaje tan sencillo como intangible ha sabido reflejar de una manera precisa la peculiaridad de esta firma sólida e independiente arropada con imágenes sencillas de una sorprendente potencia visual i emocional potenciada por el nítido y poderoso lenguaje de la fotografía en blanco y negro.

Menos es más sería la conclusión de esta sinergia modélica entre relojería y publicidad, y que tal vez tendría que hacer reflexionar a más de un departamento de publicidad y marketing respecto a los medios y los resortes que durante los últimos años se han volcado y utilizado para comunicar a la industria relojera con su público.

Por otra parte también he de manifestar la satisfacción de Europastar por haber participado como soporte, desde el primer momento y desde hace ya 10 años en la transmisión de esta campaña de un inusual valor para toda la industria. ◀



Peggy-Sirota-2003



Mary-Ellen-Mark-1998



Peggy-Sirota-1996



Jeanloup-Sieff-1998



Peter-Lindbergh-2005



Marden-Smith-1997

Memoire1

Implicaciones

El pasado 11 de septiembre pudimos por fin ver, tocar y hasta cierto punto comprender el Memoire1 de Maurice Lacroix después de dos años de curiosidad, ansiedad, sorpresa y por supuesto continuas dilaciones debido a la ambición del reto técnico y conceptual planteado

›Carles Sapena

S

Sería ocioso insistir en las características técnicas de este revolucionario producto, perfectamente desveladas de la mano de nuestro redactor en jefe, Pierre Maillard en nuestro número anterior.

Es evidente que la firma que lanzó su primer reloj en 1975, ha efectuado una revolución meteórica; desde el Masterpiece Double Rétrograde del año 2003, pasando por el Masterpiece Lune Rétrograde con su fijación de placas de tres cuartos hasta el lanzamiento, ¡por fin! Del Memoire1 presentado en Baselworld 2008, la ya prestigiosa manufactura a dado una nueva vuelta de tuerca a la evolución de la industria relojera.

La fortaleza de su proyecto reside en una idea tan simple como ambiciosa: convertir las complejidades técnicas de realización, en un producto bello y sencillo a la vez.

Esta idea básica, desarrollada por el "Atelier", auténtica célula de I+D de la manufactura ha implicado una sinergia extraordinariamente positiva con otras células de desarrollo que se están creando al abrigo de otras activas firmas relojeras.

Es evidente que la nueva evolución de la industria pasa por la colaboración, los gastos de inversión en nuevos desarrollos, en nuevos

materiales y en conceptos avanzados de lo que ha de ser la nueva relojería del futuro, son inasumibles por una sola manufactura, ni siquiera por un solo grupo empresarial, por poderoso que este sea, y además, la misma idiosincrasia de los maestros relojeros actuales, hacen imposible la realización de proyectos importantes si no existe un espíritu de investigación más allá de los "colores" de una marca.

Una vez más, la industria relojera Suiza, se está adaptando a los nuevos tiempos al calor de una palabra mágica: colaboración.

En Madrid, y de mano de Sandro Reginelli, product manager de Maurice Lacroix pudimos entrever el futuro de la industria, y también constatar la pujanza de una marca que como Maurice Lacroix, ha sabido posicionarse en corto tiempo en la vanguardia técnica y conceptual del sector.

El reto que asume Maurice Lacroix no es sencillo, y menos lo es, plantear que nos hallamos ante la primera realización física de varios ambiciosos proyectos que ya están en marcha, y desde ya hace bastante tiempo.

Tras la incorporación de Martin Bachmann como consejero delegado y Marc Glaser como director de operaciones, ya a partir del próximo primero de noviembre, este triunvirato directivo promete dar un fuerte impulso a esta nueva concepción de la industria, que sin duda, tendrá consecuencias en la evolución futura del sector. <



Memoire1

la belleza estética del continente en contraste con la fúria mecánica de su contenido, que alberga 600 piezas de tecnología pura



Derecha: Sandro Reginelli Brand Manager de M.L. a la izquierda Martin Bachmann CEO de M.L.



INFANTRY VINTAGE CHRONO

Swiss Made quartz chronograph movement • Allows 1/10th of a second short time measurement • **Telemetric scale** • 44mm diameter stainless steel (316L) case • **Vintage military olive** colour dial • Water resistant to 100 meters (10 ATM / 330 feet) • Scratch-resistant, triple-coated anti-reflective sapphire crystal • **Very legible time in darkness** with its luminescent hands, numbers and dots • **3-year warranty** • Ref. 241287

Inspired by the ingenuity of the Original Swiss Army Knife



VICTORINOX

SWISS ARMY

WWW.VICTORINOXSWISSARMY.COM





RAMON

Vacheron Constantin Quai de l'Ile, la relojería del mañana, hoy

› Pierre Maillard

Paladio y Titanio



E

En el coro que forman las grandes marcas que componen el sector de la Alta Relojería, Vacheron Constantin ha sido durante largo tiempo el apóstol de la tradición. Su imagen ha sido verdaderamente irreprochable a pesar de que la marca ha sido considerada siempre un poco conservadora, con un aspecto de gran dama (fundada en 1755!) un poco trasnochada. Pero últimamente su imagen ha ido cambiando, sin prisas pero sin pausas, y con la inauguración en 2004 de sus nuevas instalaciones fabriles en Plan-les-Ouates, cerca de Ginebra, con su audaz arquitectura ultramoderna, se ha consumado un rápido reposicionamiento en la imagen de la marca. Más discretamente, los talleres de Vacheron Constantin en el valle de Joux han crecido en poderío y talla y se han convertido en verdaderos laboratorios de investigación y desarrollo de movimientos. Y, por supuesto, los propios productos de la firma han sido

protagonistas principales en la transmutación de la imagen pública de Vacheron Constantin. Juan Carlos Torres y su equipo se han esforzado denodadamente para diferenciar y clarificar la oferta de la marca, la cual, hay que admitirlo, estaba una pizca confusa en el pasado. Los productos se concentran ahora alrededor de cuatro columnas principales, cada una con su propia identidad: la línea Patrimony, la línea Malte, las colecciones de caja circular y las colecciones de caja tonneau. Aparte de reenfoque la oferta, la marca ha iniciado también un cierto número de proyectos especiales. En conmemoración del 250º aniversario de la marca en 2005, Vacheron Constantin presentó los modelos de su colección Tour de l'Ile que, con sus 16 complicaciones representa un alarde de competencia en el campo de la relojería. En 2007 la compañía causó un gran impacto con su reconocida serie de relojes de la colección Les Masques. Tan originales como bellas, las unidades de la colección

son paradigmas del buen hacer técnico y de la artesanía más tradicional, combinando microcultura tridimensional con las más novedosas tecnologías: renderizado 3d, grabado al láser, micrometalización de textos en cristal de zafiro, etc. Esta colección mostraba además una nueva forma de presentar la hora en la esfera, con un juego de transparencias del movimiento, todo ello con un aura de misterio y fascinación.

Palabras Clave: Personalización, Servicio, Seguridad

Con la presentación este año de su nueva colección Quai de l'Ile, que anticipa muchos aspectos de la relojería futura, Vacheron Constantin ha encontrado el verdadero motor de su exitosa revitalización. El apelativo Quai de l'Ile hace referencia a la dirección histórica de la marca en Ginebra. Adelantándose a sus competidores, la marca se adentra a toda máquina en la relojería del siglo XXI. Esta notable evolución se observa

Oro Rosa y Titanio



mejor en los nuevos conceptos que afloran en la colección Quai de l'Île. Se han tenido en cuenta todos los aspectos relevantes en un producto de alta relojería y se centran no tan solo en prestaciones innovadoras sino que también se concentran en las opciones – por vez primera a tan alto nivel de exigencia – de personalización del reloj y en garantizar un novedoso sistema de mantenimiento y seguridad. Esta perspectiva tan original y vanguardista persigue satisfacer las expectativas de los clientes más exigentes en cuanto a exclusividad.

La interiorización de estas expectativas ha llevado a Vacheron Constantin a establecer una relación más estrecha y activa con sus clientes, ofreciéndoles atención personalizada a un nivel único en el universo de la alta relojería. La relación entre el cliente y la marca se ha convertido en el centro de atención desde que los relojes pueden fabricarse de acuerdo con los deseos y gustos del cliente. En cierta forma, se ha modernizado el concepto de los tradicionales “cabinotiers” de Ginebra, relojeros de antaño que fabricaban relojes personalizados bajo pedido. Así que, mientras el espíritu de los “cabinotiers” pervive en la colección Quai de l'Île, las técnicas empleadas durante el proceso de personalización son radicalmente del siglo XXI.

Configure Usted su propio reloj

Para diseñar su propio reloj los clientes pueden acudir a uno de los 100 puntos de

venta en todo el mundo (de un total de 500), que son quienes tienen la potestad de vender los Quai de l'Île. Una vez en la tienda, le mostrarán al cliente un ordenador con tableta gráfica interactiva en el que podrán crear virtualmente su propia versión de su futuro reloj. Le asistirá un empleado especialmente entrenado para ello, mostrándole algunos ejemplos de entre las casi 400 combinaciones posibles (sin contar las variaciones de tipo y color de correa). Así, el cliente podrá configurar y contemplar la imagen virtual del reloj de su elección.

Este nuevo tipo de personalización es posible gracias a las muchas combinaciones que permiten los diversos componentes del reloj: la caja puede despiezarse en varios elementos, la esfera puede ser de tres colores - gris, blanco o negro -, la mecánica puede presentar distintos acabados y la correa presenta múltiples posibilidades de elección y, además, el fondo de la caja puede grabarse al gusto del cliente. Es muy importante destacar que Vacheron Constantin se compromete a fabricar y entregar el reloj person-

alizado dentro de un plazo de tiempo razonablemente corto.

Una caja formada por piezas combinables

Uno de los puntos clave en esta estrategia de personalización es, indudablemente, la caja y la carrura. De aspecto muy vistoso, audaz y fluido, la caja se basa en la forma de cojín y tiene una parte central compuesta de siete piezas: los dos flancos laterales, los dos pares de cuernos, las dos piezas entre cuernos y la placa de soporte del conjunto. Independientemente de estos siete elementos, la caja de 41 mm está formada por un cuerpo principal interno más el bisel, el fondo y la corona; todos ellos en varios acabados combinables. La personalización del reloj se centra en tres grupos de elementos que completan la caja: el núcleo de la caja (cuernos, entre-cuernos, tapa), el bisel, los flancos laterales y el fondo de la caja y, además, la corona.

Para cada uno de estos grupos Vacheron Constantin propone tres metales diferentes: oro rosa, titanio y paladio (el núcleo de la caja siempre en titanio). Es posible, por tanto, hacer un



reloj completamente en oro rosa, titanio o paladio. Pero también es posible combinar los metales de forma que, por ejemplo, los cuernos y el bisel sean de oro rosa y los flancos en paladio; o los cuernos en titanio, el bisel en oro rosa y los flancos en paladio... o cualquier otra combinación que deseen.

La oferta de combinaciones no se detiene aquí. Las espectaculares esferas de la colección Quai de l'Île están disponibles en tres colores diferenciados con sombreado oscuro o claro. Por lo que respecta a los movimientos, se han desarrollado dos exclusivamente para esta ocasión: el Quai de l'Île día-fecha más reserva de marcha y el Quai de l'Île fecha, cada uno propuesto en dos acabados diferentes: rodio (claro) o rutenio (oscuro). Si combinamos la esfera con el acabado del movimiento obtenemos tres versiones diferentes para cada uno de los movimientos: un aspecto grisáceo como resultado de combinar una esfera oscura sobre un movimiento rodado, un aspecto pálido combinando una esfera clara con un movimiento rodado y un aspecto muy oscuro a base de combinar una esfera oscura con un calibre ruteniado.

Esferas totalmente innovadoras

Las esferas son un elemento especialmente innovador y sofisticado de los relojes Quai de l'Île y se merecen que nos fijemos un poco más en ellos. A simple vista ya nos intrigan y sorprenden. Mientras que son perfectamente legibles nos ofrecen un sugerente juego de transparencias y profundidades, alternando efectos en relieve con elementos que se esconden o revelan según el ángulo de visión adoptado. El detalle microscópico de algunas de las marcas en el reloj es algo increíble, especialmente en la forma en que un texto diminuto (una versión en inglés de la correspondencia de 1819 y 1829 entre Jacques-Barthélémy Vacheron y François Constantin) forma un signo de infinito en el centro de la esfera. Es imposible leer estos textos sin tener que emplear una lupa.

Esta conspicua y mágica hermosura de las esferas se hace realidad gracias al empleo de procesos y tratamientos de vanguardia desarrollados para las más recientes técni-

cas de impresión de documentos de seguridad, como los billetes de banco. Entre estas técnicas se encuentran la impresión láser con o sin tintas, la deposición galvánica de oro sobre metal, la metalización, la impresión de micro-íconos, la utilización de tintas de seguridad y hasta el marcado ultravioleta con tintas invisibles. Más allá de la pura personalización de los relojes Quai de l'Île, estos procesos de alta tecnología también sirven como medida de seguridad añadida y son una garantía contra las falsificaciones.

Las esferas constan de dos elementos: un cristal de zafiro y dos películas de seguridad transparentes, una encima y otra debajo del cristal. Las indicaciones "Swiss Made" y "Automatique" que aparecen en el cristal están hechas con incisión láser sin tinta y las indicaciones "Vacheron Constantin", el día, la fecha y algunos de los dígitos están hechos mediante incisión láser con tinta. Los números mayores 3, 6, 9 y 12 y el símbolo de la cruz de Malta se han conseguido mediante deposición galvánica de una base de metal recubierto de oro, un sofisticado pro-

Paladio



Titanio



ceso cuyo resultado final tiene el aspecto de un "appliqué" (irrealizable sobre un cristal de zafiro). Finalmente, los microtextos se han elaborado mediante un proceso de metalización usando oro blanco.

Si se observa detenidamente la esfera puede verse un minúsculo sol entre la 1 y las 2, inspirado directamente por el reloj de la Tour de l'Île, en las inmediaciones del cuartel general histórico de Vacheron Constantin. Generado mediante un proceso de metalización, el pequeño reloj está en el interior de un disco estampado con tinta invisible fijado al film transparente del interior del cristal de zafiro. Este disco, solamente visible con luz ultravioleta, actúa como medida de seguridad haciendo la esfera prácticamente inimitable. Esta película lleva impresas cientos de cruces de Malta minúsculas y de círculos concéntricos, grafiados en tinta blanca o negra, según el modelo. Esta película transparente es idéntica a la utilizada para la emisión de billetes de banco y se fabrica mediante un proceso químico específico. Este mismo tipo de película recubre la esfera y va impreso con un grafismo de rayos concéntricos que sirven de marcas de minutos. Los rayos se alternan en combinaciones de gris claro y sepia o gris claro y blanco, según el modelo.

Dos Calibres Nuevos

Los Quai de l'Île disponen de dos calibres automáticos para elegir, diseñados, desarrollados y fabricados en la propia compañía especialmente para esta nueva colección. El calibre 2460QH automático Quai de l'Île Date muestra horas, minutos y segundos en el centro de la esfera y la fecha se muestra en un disco giratorio. El calibre 2475C/1 automático Quai de l'Île Day and Date & Power Reserve muestra las horas, minutos y segundos en el centro y presenta tres manecillas adicionales que indican la fecha, el día de la semana y la reserva de marcha disponible.

Luciendo mercedamente el prestigioso Poinçon de Genève, esta última generación de movimientos se presenta acabada y decorada conforme a la más estricta tradición: tramas Côtes de Genève rectas y circulares; puentes achaflanados y rodiados y pletinas pulidas. Hay dos tipos de acabado: rodiado, de aspecto más claro y rutenado, de aspecto más oscuro.

Un pasaporte de seguridad

Como ya se ha dicho, en el diseño de los relojes Quai de l'Île se ha intentado pensar en todo, hasta el último detalle, en cuanto a personalización y seguridad. El reloj se entrega dentro de un embalaje vertical con tapa transparente para su exhibición permanente. La caja dispone a su

vez de una serie de accesorios específicos, como: un estuche de viaje, un pendrive USB (conteniendo la documentación técnica, el manual de instrucciones y abundante literatura del fabricante), herramientas (una lupa, un corrector y una gamuza), una segunda correa (cordero o caucho) y el infalsificable pasaporte personalizado para el propio reloj.

Emitido específicamente para cada uno de los relojes Quai de l'Île, este pasaporte sirve como certificado de garantía, certificado de identificación, certificado de autenticidad, calendario de mantenimiento y certificado de merecer el Poinçon de Genève. Como en un pasaporte auténtico, incorpora las últimas tecnologías desarrolladas en el campo de la documentación de seguridad: la matrícula del reloj taladrada mediante láser sobre un papel especial (no disponible para el público); marcado ultravioleta con tinta invisible; tinta óptica variable; impresión termoplateada; microimpresión; etc. Se puede decir que el pasaporte del Quai de l'Île es tan seguro e infalsificable como el del propietario del reloj. Juan Carlos Torres, Director General de Vacheron Constantin, nos asegura que el diseño de la colección Quai de l'Île, por ambicioso que parezca, es tan solo el principio. En el futuro, la Alta Relojería implicará aún más personalización. <

Viceroy y Fernando Alonso: Sobre ruedas



Viceroy y Fernando Alonso, como embajador de la marca, hicieron balance de su relación el pasado día 10 de septiembre en rueda celebrada en el Antiguo Casino de Madrid

M

Máxima expectación despertó la presencia del bi-campeón del mundo flanqueado por Juan Palacios, presidente del grupo Munreco y por Ivana Alvarez, directora de marketing del grupo.

Ante las repetidas preguntas de la prensa con respecto a su futuro no ha querido pronunciarse, comentando que se sabrá, como siempre, cuando sea oficial. Por ahora su objetivo principal es conseguir el cuarto puesto en la clasificación final para el equipo Renault.

El genio del motor comentó a los periodistas que los cambios que se aplicaran el año que viene en el reglamento de la Fórmula 1 pueden ser decisivos en el resultado de las competiciones y hacer

que estas cambien mucho respecto a las actuales.

Juan Palacios, presidente de Munreco aseguró que Alonso comparte con la marca valores tan importantes como el trabajo duro, el afán de superación y el espíritu deportivo, valores que han sido determinantes en su reciente e histórica victoria en el G.P. de Singapur, penúltima prueba del mundial de este año.

El presidente de Munreco ha comentado que ante el éxito de ventas de la colección de relojes Viceroy que lleva el nombre del piloto, unas 100.000 unidades vendidas, ya se está trabajando en una segunda colección, inspirada de nuevo en el motor.

Es indudable que la relación entre la marca y el piloto va sobre ruedas y tanto una como otro nos reservan nuevas sorpresas para la próxima temporada futura del sector. <



Caja y brazalete de acero inoxidable. Funciones horarias y cronográficas. Calendario. Fondo integrado en la caja de tornillos. Agujas e índices luminiscentes. Esferas en diferentes niveles con números e índices en relieve y facetados. Cierre desplegable con pulsadores



Caja de acero inoxidable. Correa de piel con unión integrada a la caja. Funciones horarias y cronográficas. Calendario. Fondo integrado en la caja con tornillos. Agujas e índices luminiscentes. Esferas en diferentes niveles con números e índices en relieve y facetados. Cierre desplegable con pulsadores. Sumergible hasta 100 m. Tratamiento IP en negro y rosa. Fondo y esfera personalizados con el logo de Fernando Alonso



Caja de acero inoxidable. Correa de piel con unión integrada en la caja. Funciones horarias, minuterías y segunderas. Indicadores de día de la semana y día del mes. Fondo integrado en la caja con tornillos. Agujas e índices luminiscentes. Esferas en diferentes niveles con números e índices en relieve y facetados. Cierre desplegable con pulsadores. Sumergible hasta 100 m. Fondo y esfera personalizados con el logo de Fernando Alonso.



LINDE WERDELIN

Watches + Sports Instruments



The only true sports watch

Abergavenny Barcelona Copenhagen Courchevel Dubai Geneva London Lucerne Madrid Megeve Messina
Miami Milan Moscow Novara Reggio Emilia Reus Venice Verbier Vicenza St Moritz Udine Zaragoza

¿Mecánico o cuarzo: les importa a Ellas?

Nunca antes había habido tanta oferta de relojes mecánicos para señora. Es difícil encontrar un fabricante de relojes de lujo que no se haya embarcado en una colección de relojes mecánicos para el público femenino. Ellas pueden elegir entre gran cantidad de piezas, desde las más simples mecánicas manuales hasta múltiples complicaciones pasando por los tourbillons, pero ¿les interesa verdaderamente lo que anima las entrañas de su reloj?

›Sophie Furley

Cuestión Geográfica

Es evidente que los relojes mecánicos para señora se han ido vendiendo bien últimamente, sin duda porque, ante todo, se trata de relojes de gran belleza. Pero, el quid de la cuestión que planteamos es este: ¿A las mujeres en general, les interesa verdaderamente lo que anima las entrañas de su reloj, si es de cuarzo o mecánico y cual es la diferencia?

“Me temo que muchas señoras, cuando entran en nuestra tienda, no tienen mucha idea acerca de la diferencia entre un reloj de cuarzo y uno mecánico,” nos cuenta Priscilla Newman, propietaria de The Watch Gallery de Barcelona, relojería que exhibe y vende más de 30 marcas de prestigio. “Encontramos algunas señoras que realmente entienden de relojes y aprecian el hecho de que sean mecánicos, pero no son la mayoría. Pienso



COLECCIÓN RAINBOW de Bédat & Co.
Movimiento automático con calendario simple

que, en general, prefieren el precio y la practicidad de un reloj de cuarzo.”

En Asia, el reconocimiento y agrado por las piezas mecánicas varía enormemente de una zona a otra, como nos explica Michael Tay de The Hour Glass: “Mientras que en Singapur las mujeres son muy entendidas en relojería, lo son un poco menos en Tailandia. Por tanto, en

estas regiones notamos un mayor interés de las señoras por los relojes mecánicos. Sorprendentemente, en otros mercados de la región como Malasia, Indonesia, Japón y Hong Kong, encontramos que el público femenino no discierne tanto la cuestión mecánica y, por tanto, no hay apenas discusión de si mecánico o cuarzo: la estética y el presupuesto son el factor clave en la decisión.”

En la joyería Levinson de Florida, Robin Levinson nos comenta: “Gran parte de nuestra



ASSIOMA COLORS de Bulgari
Movimiento aut. con 42 horas de reserva de marcha



STAR OPEN SEA STEEL & DIAMONDS de Zenith
Cronógrafo manual con reserva de marcha



BELLA, de Van Cleef & Arpels
Movimiento manual



AMBASSADOR CLOUS DE PARIS, por Victorinox Swiss Army
Movimiento automático con fecha



GRAND CARRERA de TAG Heuer
Movimiento automático, GMT y gran fecha



CLASSIC HEXAGON, por Ebel
Movimiento automático, gran fecha y reserva de marcha

clientela femenina sabe cual es la diferencia entre un movimiento de cuarzo y uno mecánico y unas pocas se decantan por los relojes mecánicos porque, en general, el reflejo de compra se desencadena por factores que no tienen nada que ver con el tipo de maquinaria del reloj."

Entusiasmo de los fabricantes

Los fabricantes hace ya tiempo que andan excitados con el tema de los relojes mecánicos para la clientela femenina, a pesar de que tal entusiasmo no es del todo compartido por las relojerías. Parece evidente que, a pesar de todo, los relojes van vendiéndose o sino no se entiende que las marcas continúen

insistiendo en el tema con tanto fervor.

Por ejemplo, Omega acaba de presentar una nueva mecánica, el calibre coaxial 8520/8521, pensada para los relojes femeninos de menor tamaño. Omega está orgullosísima de sus colecciones de relojes mecánicos para señora ya que la compañía defiende que hay una necesidad real de relojes mecánicos femeninos desde que las mujeres se han vuelto más conscientes de las cuestiones técnicas. Este crecimiento de la demanda, dicen en Omega, es reflejo de la adopción entre ellas de perfiles de personalidad más acusados, una de cuyas características es la de desear relojes tan buenos como los de los congéneres masculinos.

Armelle Colangelo, directora de relaciones públicas de Ebel, dice que nota un aumento de la aceptación de los relojes mecánicos femeninos, especialmente en Asia. "Cada vez más señoras se aficianan a la relojería, a las cuestiones técnicas y funcionales de un reloj. En Asia han sido siempre muy especiales en cuanto a la estética. Les gusta la personalidad, el diseño y la perfección en las formas," nos dice. "Si bien este aspecto estético es fundamental para las mujeres, el aspecto técnico va ganando importancia, e irá cada vez a más, a la hora de elegir un reloj." La producción de Ebel es principalmente de cuarzo. No obstante, la compañía tiene un nuevo proyecto en curso para el 2009 de un reloj



M03 de Armand Nicolet
Movimiento automático, fecha y pequeño segundero



MASTERPIECE PHASE DE LUNE DIAMONDS de Maurice Lacroix
Movimiento automático, calendario y fases lunares



CAT'S EYE de Girard Perregaux
Automático, fecha, pequeño segundero y reserva de marcha



INSTRUMENTO GRANDE, por De Grisogono
Movimiento automático con gran fecha



DIAMOND TIMEPIECE por Chopard
Movimiento de cuerda manual



JAZZMASTER LADY, por Hamilton
Movimiento automático

femenino mecánico para su gama Hexagon.

¿Cual ha sido el origen de este segmento?

¿Porque los fabricantes empezaron a instalar movimientos mecánicos en sus relojes femeninos? "El motivo del auge de la oferta de relojes mecánicos para mujer se debe al hecho de que la moda femenina imperante es la de llevar relojes de dimensiones generosas que hasta la fecha estaban pensados para el público masculino," explica Fawaz Gruosci, director general de De Grisogono, cuya colección de relojes mecánicos para señora representa el 80% de la producción. El Instrumento n° 1, el primer reloj unisex, era mecánico y fue un gran éxito desde el principio.

"Muchos de los relojes que se ofrecen como mecánicos para mujer ya eran antes relojes para caballero. Lo que sucede es que ahora las señoras llevan los relojes en medidas de hombre. A veces les añaden algunos brillos o diamantes per básicamente se trata del mismo reloj," dice el señor Levinson. "Por poner un ejemplo, cogí un reloj de caballero, un Franck Muller 5850 Calendario Perpetuo, le añadí algunos diamantes a la caja y... : Voilá un montre unisex!

Algunos de los fabricantes han ido un poco más allá y han diseñado relojes mecánicos específicamente para ellas. Aunque conservan el diámetro generoso, son más femeninos. No obstante, los diseños inspirados en los relojes

masculinos siguen triunfando entre las chicas a pesar de que influye más el diseño de la pieza que la mecánica que contiene.

Si los hombres son de Marte, las mujeres son de Venus

¿Se aprecian diferencias notables en cuanto al género a la hora de valorar los relojes mecánicos? ¿O es que las señoras llevan unos pocos largos de desventaja en la loca carrera que mantienen los hombres con los relojes mecánicos? "Creo personalmente que los relojes mecánicos son difíciles de vender a la clientela femenina", nos comenta Robin B. Krinzman, diseñador. "A pesar de todo, sí que hay un nicho de mercado y clientela poten-



CHRONOGRAPH de Wyler Genève
Cronógrafo de cuerda manual



LADY Z de Harry Winston
Movimiento de cuerda manual



PRIME TIME EGOS, por Century
Funciones GMT y cronógrafo



APIANA CHRONOGRAPH, de Milus
Cronógrafo automático



LA GARÇONNE, por Léon Hatot
Movimiento automático



M104 de Marvin
Movimiento automático con reserva de marcha

cial. De igual modo que el mercado masculino primero, en los años 90, maduró y se consolidó y luego dio paso a un deseo de adquirir relojes más sofisticados, le seguirá el mercado femenino, madurando en los años a venir, aunque quizá de una manera ligeramente distinta del modelo masculino.”

Cuando llega la hora de comprar un reloj, se observan diferentes comportamientos entre sexos; las mujeres suelen comprar de forma más onírica, convirtiendo el acto de la adquisición de un reloj en una cuestión emocional. Frecuentemente se trata de personas polifacéticas, profesionales cualificadas, esposas, madres y amigas. Van en búsqueda de un reloj que se corresponda con todas esas múltiples personali-

dades y no excluya ninguna.

Otra diferencia evidente es que las señoras siempre se han sentido fascinadas por la joyería y perciben en la relojería una mera extensión de ésta, siendo esta aproximación radicalmente diferente a la de un caballero que decide comprar un reloj.

“Las señoras, lamentablemente, prestan más atención a las “marcas” que los caballeros, quienes pueden ser muy receptivos hacia marcas de nueva implantación si ofrecen unos productos técnicamente atractivos. Para ellos, cuanto mayor es el reto que representa el reloj, más rendidos caen ante sus encantos,” comenta Cristina Thévenaz, CEO de Delaneau. “Para nosotras, es preciso que nos

enamoremos primero de la estética y posteriormente, si descubrimos algún detalle técnico que nos impresiona, entonces luciremos el reloj más orgullosamente.”

Las mujeres suelen estar mejor dispuestas a que las asesore un vendedor, al contrario que los hombres que suelen entrar en las relojerías con un papelito con el número de referencia del modelo que anhelan. Por tanto, la experiencia de compra es vital para ellas y la comunicación por parte del vendedor, fundamental.

Tan importante como el precio

Cuando una señora va a gastar una suma considerable en un reloj, el valor de lo que compra



REF 4937R por Patek Philippe
Mov. cuerda manual, calendario anual y fases lunares



LADY DIVER, de Ulysse Nardin
Movimiento de cuerda manual con fecha



OVERSEAS DUAL-TIME por Vacheron Constantin
Mov. cuerda manual, huso horario, indicador día/noche



MANERO MONOGRAPH, de Carl F. Bucherer
Cronógrafo automático



CAPE COD EMAIL GRAND FEU, de Hermès
Movimiento automático



MASTER TWINKLING DIAMONDS FLORALE de Jaeger-LeCoultre
Mov. automático con reserva de marcha de 42 horas

tiene gran significado para ella. Las subastas de relojes han publicitado sobradamente la revalorización de las piezas y las señoras son sensibles a la idea de inversión a largo plazo. “Las mujeres desean conocer el porqué de la valoración de un reloj”, dice Phil Ogle, Jefe de Ventas en Luxury Watch Distribution.

Priscilla Newman, de Watch Gallery, también ha observado esta importancia del valor que otorgan las mujeres a sus relojes mecánicos. “Es más fácil convencer a una cliente de Patek Philippe, por ejemplo, de que compre una pieza mecánica ya que siente fascinación por la Manufacture y tiene claro que Patek Philippe es una excelente inversión a largo plazo y para

las generaciones venideras.”

Hacer entender el valor inherente en un reloj mecánico es el mayor reto del comercial que intenta persuadir a una mujer de que se decida por uno en vez de por uno de cuarzo. El reloj parecerá exactamente el mismo, tendrá el mismo aspecto pero el precio será dramáticamente diferente. Es por ello que debe hacerse entender a la cliente de donde procede este valor adicional.

Gran número de fabricantes equipan a sus relojes con fondos de caja transparentes o con esferas troqueladas. Esto no solo obedece a la voluntad de exhibir la preciosidad del movimiento mecánico, sino también para

afirmar el valor añadido que comporta el alma mecánica de la pieza. Como ejemplo valga el tourbillon, que gran cantidad de aficionados quieren a la vista y lo exhiben orgullosos mientras que piensan que un tourbillon oculto no ningún atractivo.

Compartir la Magia

El secreto para triunfar en este segmento de mercado consiste en descubrir la manera de comunicar a las mujeres la magia que contienen los relojes mecánicos. Incluso para alguien que desconozca la diferencia pueden resultar seductoras las mecánicas y pueden apreciar la belleza de un objeto que ha sido meticulosamente



DELIGHT, de Frédérique Constant
Movimiento automático con fecha



C1 CHRONOGRAPH de Concord
Cronógrafo de cuerda manual, fecha y reserva de marcha



AMAZONE 1608 HOLLY LEAF por Delaneau
Movimiento automático, horas saltantes



DANDY de Chaumet
Movimiento de cuerda manual



LIMELIGHT PARIS-NEW YORK SECRET WATCH, por Piaget
Movimiento de cuerda manual



BRESSEL LADY, por JeanRichard
Movimiento automático con fecha y reserva de marcha

creado de forma artesanal de inicio a fin. Esencialmente, esa es la definición de lujo. Un movimiento mecánico no es una necesidad – de hecho un movimiento de cuarzo haría mejor el trabajo de mostrar la hora exacta – pero es una maravillosa e indulgente concesión hacia uno mismo. El placer proviene del hecho de saber que el reloj está exquisitamente fabricado en todos sus detalles incluso en los que no se aprecian desde el exterior. “Las mujeres se sienten atraídas hacia un reloj nada más verlo, un amor a primera vista, pero después de ese flechazo, la pieza deberá demostrar que vale lo que aparenta,” nos dice Jan Edöcs, Presidente de Milus International. “Las mujeres sienten curiosidad y los movimientos mecánicos le dan a un reloj una dimensión más compleja. Las señoras tienden a vivir la vida a través de sus emociones y del amor y están predispuestas a llevar un reloj con un mecanismo sofisticado combinado con un diseño elegante y exclusivo.”

Contarles un cuento

¿Como debe un dependiente de relojería vender un reloj con movimiento mecánico a una señora que siempre ha usado relojes de cuarzo? No es tarea fácil, pero al igual que con la mayoría de artículos de lujo, las mujeres se dejan seducir por un cuento.

“Las mujeres son seres pasionales y aún así muchos vendedores venden el artículo y no el

apasionamiento,” nos confiesa Phil Ogle. “Hace poco vendimos un Jean Dunand Orbital Tourbillon a una señora que, a medida que iba sabiendo más acerca del reloj, más se iba enamorando de él.”

“Desgraciadamente, los vendedores siguen vendiendo más la marca y la estética,” según Thévenaz. “Las mujeres deben ser aconsejadas por los dependientes para que puedan ser capaces de valorar al reloj como un objeto con características particulares propias y no solo como un accesorio con un logotipo estampado, como en cualquier bolso.”

Quien haya visitado una manufactura de relojes en Suiza sabrá lo impresionante que resulta ver a los maestros relojeros ensamblando sus relojes mecánicos a mano. La labor invertida en montar cada mecánica, sin contar el trabajo previo de fabricar cada uno de los componentes, puede sumar desde unos pocos días hasta más de un año. Este toque personal aporta un elemento romántico a un objeto que puede haber comenzado su vida en las nevadas montañas de Le Locle antes de acabar posándose sobre la pulsera de alguien que vive al sol del otro extremo del mundo. Y este es el aura que acompaña a los relojes suizos: la historia, los conocimientos y el patrimonio que son un importantísimo argumento de venta a la hora de explicar que es un movimiento mecánico y como está hecho. La

artesanía es otro de los elementos importantes en un reloj mecánico. La fabricación de un solo reloj implica la participación de tantos y tan variados oficios, desde los diseñadores, los ensambladores, los pulidores y los realizadores de los diferentes acabados de cada una de sus partes. Déjele mirar a través de una lupa y haga observar a su clienta el diminuto mundo interior de la mecánica y que descubra emocionada el corazoncito de su reloj.

Haga la transición

No hay duda de que las mujeres están adquiriendo el gusto por los relojes mecánicos, pero se trata todavía de un proceso muy lento, a pesar de la exuberante variedad de modelos que hay en las tiendas. Y, aunque las mujeres sí compran relojes mecánicos, las relojerías informan que son principalmente la estética y el precio los factores determinantes de la compra. Pero, con la adecuada educación por parte de los fabricantes y los revendedores, esto puede cambiar y podemos prever que un cada vez mayor número de clientas hará la transición del cuarzo a la mecánica. Y, una vez cambien, no querrán volver atrás. Como dice Phil Ogle, “Cuando la verdadera expresión de un reloj mecánico es compartida y asumida por una mujer– la historia, la pasión, las emociones, la tradición – ya les viene a parecer poco ir equipadas con un cuarzo.” ◀

Zeno-Watch Basel: material de coleccionista

Los destinos de la manufactura que rige desde hace más de cuarenta años Felix W. Huber van encaminados a huir de la producción en masa y a convertir la marca Zeno en un referente para coleccionistas y fanáticos de los relojes de grandes dimensiones

› Josep M. Pardell

E

Esta empresa, fundada en 1868 por Jules Godat en La Chaux-de-Fonds, fue absorbida en 1920 por Eigeldinger, especializada en relojes militares y no fue hasta 1922 cuando se utilizó por primera vez la marca Zeno, inspirada en el filósofo griego homónimo. Ya desde los inicios cada reloj iba grabado con la cruz suiza en el fondo de la caja y desde entonces la marca no ha dejado de investigar e innovar en técnicas de producción. En 1949, los relojes de ZENO se exhibieron por primera vez en la feria de relojería de Basilea. El ciclo histórico de la empresa se cierra en 1973, cuando Felix W. Huber adquiere los derechos de Zeno, compañía para la que había trabajado desde 1964, dando paso a la era moderna de Zeno.

Felix W. Huber, quien rige los destinos de esta empresa familiar de Basilea desde hace cuatro décadas, nos comenta: "El trabajo con los relojes acapara toda mi atención: pienso en mis "criaturas" desde que me levanto hasta que me acuesto. Cada una de mis creaciones representa un nuevo reto, pero me siento orgulloso especialmente de la Colección Air Force, que me permitió diseñar relojes intemporales ajenos a las modas. Me gustan especialmente los relojes de grandes dimensiones

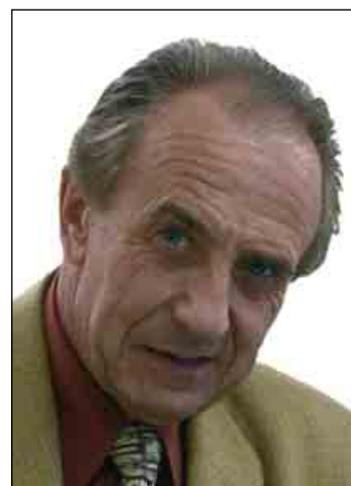
sobre una muñeca genuinamente masculina. Creo firmemente que la calidad, el buen diseño y la técnica aún levantarán pasiones durante décadas."

Zeno no patrocina a deportistas de élite ni a estrellas del rock, ni apoya los viajes a Marte, ni tan solo hace grandes campañas publicitarias. Gracias a estos principios, lo que se ve es lo que se obtiene y por lo que se paga: esta es la filosofía de la marca. "Creo que la calidad, el buen diseño y la tecnología hacen que un reloj dure decenios," manifiesta Felix W. Huber, Presidente de ZENO-WATCH BASEL desde 1965.

Los relojes Zeno son el producto de una de las últimas manufacturas independientes que quedan en Suiza. Son un ejemplo excelente de reloj de gama media y están orgullosos de su pequeña y tradicional manufactura. La marca ofrece productos de buen diseño y alta calidad a precios competitivos. La gama de productos comprende relojes mecánicos y de cuarzo con esferas analógicas en multitud de combinaciones de materiales tanto para caballero como para señora. Especializada en relojes de temática aeronáutica, también producen ejemplares para coleccionistas, relojes de bolsillo, cronógrafos militares, relojes de inmersión y cronógrafos certificados COSC.

El Pilot Classic

AEl referente inagotable de Zeno es el célebre "Pilot Classic", cuya versión actual en



FELIX W. HUBER
de Zeno

caja de 40,5 mm es una fiel reproducción del original de 1965 de 37 mm. El Pilot cuenta con numerosas versiones desde la de 29 mm para señora hasta la de sobredimensionada de 47,5mm pasando por la Classic de 40,5 mm y la grande de 44 mm. Hasta existe una versión de bolsillo con esfera de 51 mm.

X-Large Blue

Zeno-Watch Basel ha conseguido el mayor éxito de su historia en la feria mundial de la relojería celebrada en Basilea (BaselWorld). Presentó, entre otros, un reloj deportivo con caja de 44 mm y, por primera vez, de intenso color azul marino: el mod-



ZENO-WATCH BASEL PILOT CLASSIC
47,5 mm



ZENO-WATCH BASEL X-LARGE BLUE CHRONO
47,5 mm



ZENO-WATCH BASEL OPEN HEART
44 mm

elo X-Large Blue.

La caja de acero del reloj monta cristal de zafiro extra grueso y presenta una compleja esfera de color azul cargada de personalidad, que incorpora tres contadores con escala ferroviaria a las 6, las 9 y las 12 horas, escala taquimétrica en el bisel y un completo calendario de día y fecha a las 3 horas.

El modelo X-Large Blue está disponible también sin cronógrafo, donde la esfera es mucho más sencilla. Ambas versiones son sumergibles a 30 m y se entregan con correa de piel de color azul.

Open Heart

La última novedad presentada por Zeno-

Watch Basel es el Open Heart, un gran reloj de aire retro de medidas XXL con un ojo de buey a las 12 que nos permite embelesarnos con el latido del tiempo. El movimiento ETA automático queda visible en parte a través de la abertura en la esfera beige con dígitos plateados y agujas azules. La gran caja de 44mm de acero con fondo de caja transparente se sujeta a la muñeca con una elegante correa de piel de cocodrilo y cierre de hebilla. Es sumergible a 30 m.

Técnica

Zeno emplea movimientos mecánicos hechos en Suiza cuya energía proviene de un resorte Naviflex que puede ser tensado

manual o automáticamente. Los calibres utilizados son principalmente de procedencia ETA o Valjoux y en ocasiones Unitas, Soprod o Dubois Dépraz modificados. Cuentan con amortiguación Incabloc, escape de ancla suizo y los cronógrafos han obtenido la certificación COSC.

Zeno Watch Basel tiene su central en Basilea y los centros de producción en Basilea, el Tesino y Neuchâtel. El grupo fabrica 70.000 relojes anuales de los cuales 40.000 bajo la marca Zeno. Está presente en 43 países. El distribuidor oficial para España es City Time S.L. <

Para más información, contactar con:
distribuidora City Time S.L. Tel. 914 904 720

Para uso y disfrute: relojes deportivos 2008

El pasado año fue el año de los supuestos relojes deportivos – se presentaron gran número de relojes de aspecto deportivo pero que no daban la talla. Este año, en Basel y SIHH, no había tantas novedades en este capítulo pero la cantidad ha dado paso a la calidad. Se presentaron relojes deportivos serios, diseñados para uso y disfrute del propietario, lo que siempre me satisface. Soy un devoto confeso de los relojes deportivos, cuanto más técnicos y radicales mejor y las novedades de este año no me defraudaron.

› Keith W. Strandberg

Definiciones

Antes que nada, creo que es importante definir en que consiste un reloj deportivo. Para mí y para las personas que compran y usan relojes deportivos, hay una serie de condiciones que deben cumplir que los diferencian del resto de los relojes. Son estas:

Sumergibilidad: por lo menos a 100 metros (10 atmósferas) y para los relojes de submarinista, el doble: 200 metros (20 atmósferas).

Resistencia: un reloj deportivo tiene que ser a prueba de bombas, así que la caja, la correa y el cristal tienen que ser robustos y duraderos pues la gente espera poder abusar y maltratar sus relojes deportivos.

Legibilidad: Un reloj deportivo debe ser fácilmente legible, de un vistazo, ya que no podemos pararnos cada vez que queremos saber la hora que es.

Luminosidad: Como no podemos saber cuando vamos a necesitar nuestro reloj deportivo, debemos suponer que puede ser en la oscuridad, sea mediante retroiluminación, un reflectante tipo Superluminova o el empleo de tubos de Tritio.

Funciones accesorias: los relojes suelen contar con funciones específicas para alguna

actividad deportiva. Por ejemplo, los relojes de temática automovilística suelen llevar un taquímetro en el bisel o la esfera para facilitar el cálculo de velocidades. Los relojes para buceadores llevan generalmente un bisel unidireccional para marcar el tiempo restante de inmersión y algunos llevan incluso un profundímetro. Los relojes aeronáuticos son casi siempre cronógrafos y pueden calcular valores como el peso bruto o la temperatura del aire.

A renglón seguido les mostraré los más nuevo y excitante en cuanto a relojes deportivos que se presentó en BaselWorld y el SIHH.

En el aire

El **Citizen** Promaster SST es el último vástago de un linaje de relojes aeronáuticos de grandes prestaciones. Además de mostrar la hora mundial, alarma, cronógrafo de hasta una milésima de segundo y sumergibilidad a 200 metros, con él podemos calcular la velocidad terrestre, tomar tiempos parciales memorizándolos, y calcular cuanto se quiera con la regla de cálculo integrada en el bisel. Un reloj increíble a un precio muy asequible.

El **Oris** BC4 Flight Timer facilita el seguimiento del tiempo transcurrido cuando se recorre el



PROMASTER SST de Citizen



BC4 de Oris



CHRONOFIGHTER de Graham

globo volando. Permite adivinar a que hora precisa es nuestra cita mediante un indicador de segundo huso horario con ventanilla de día/noche situada a las tres mientras que la corona vertical situada a las dos hace rotar la corona interna de la esfera para mostrarnos un tercer huso horario. El ajuste de las diferentes zonas se produce mediante simples pulsadores. De parte de **Graham**, su Chronofighter Oversize GMT Big Date BRG es un artefacto deslumbrante, con los mandos a la izquierda como es típico de la firma. La aplicación del color verde inglés es muy aparente así como la sobredimensionada manecilla GMT. El enorme pulsador de la izquierda opera el



B-42 TITANIUM de Fortis

cronógrafo de manera eficiente y resulta muy atractivo.

Fortis, famoso gracias a sus relojes de aviador profesional y porque sus relojes han ido al espacio, presentó este año su cronógrafo de titanio B-42. Esta novedad incorpora una escala taquimétrica en el flanco, un cristal de zafiro antirreflectante de doble capa y un fondo de caja atornillado que le otorga estanqueidad hasta a 200 metros de profundidad.

Para **Hamilton**, este año fue el de la presentación del X-Copter, ideado para uso de pilotos de helicóptero y de aficionados en general a estas aeronaves. La pieza incorpora dos cálculos relevantes en la operación de helicópteros, como la conversión de Fahrenheit a Celsius o el cálculo de peso máximo al despegue (MTOW). El diseño incorpora detalles de temática helicóptero, como el contorno de los contadores del cronógrafo que semejan remaches y la coloración en naranja tan utilizada en la instrumentación de estos aparatos. A las seis hay una pequeña H a modo de helipuerto en miniatura y el fondo de la caja lleva un troquel en forma de hélice que permite contemplar el movimiento automático.

Para la tierra

Siendo el 2008 año olímpico, no podían faltar cierto número de novedades de temática olímpica de parte del cronometrador oficial de los Juegos, **Omega**. La colección olímpica de



COLECCIÓN OLÍMPICA PEKÍN 2008 por Omega

Pekín 2008 se presentó el 8 de agosto del año pasado. Siguió más presentaciones: 288 días antes, 188 días antes, 88 días antes) hasta que, en Baselworld, Omega presentó su Seamaster XXIX Edición Limitada, que solo estará disponible en Pekín durante el tiempo que duren los Juegos. La salida a la venta inicial de 88 relojes Seamaster XXIX será el 8-8-2008, el día de la ceremonia inaugural de los Juegos Olímpicos de Pekín. Cada día saldrán a la venta 88 unidades de esta serie limitada de relojes, hasta el día 24 de agosto, día de clausura de los Juegos. El Seamaster XXIX se inspira en su antepasado el Seamaster XVI que se fabricó especialmente para conmemorar los Juegos de la XVI olimpiada en Melbourne en 1956 y para conmemorar el 25° aniversario de Omega como cronometrador oficial en 1957. Omega también presentó la colección "Unique N° 8 Pekín 2008", una selección limitada de un grupo de piezas especiales formado por los relojes con número de serie 8 de cada uno de los 32 modelos de la colección Pekín 2008. Además, se incluyeron tres cronógrafos de bolsillo ratrapantes Olímpicos de 1932 también numerados 008 en ediciones limitadas a 100 piezas. Se les adjudicó un precio de venta significativo: 888.888 francos suizos, unos 540.000 Euros.

Timex regresa a la escena con una nueva serie de relojes de diseño para mujeres, bautizada como colección Timex Ironman Women's Sleek.



LINEAR CHRONOGRAPH de TX



BRESSEL CHRONOGRAPH de JeanRichard



Reloj de la Selección Italiana de Rugby por Brosway



ORIGINAL SPORT de Glashütte

Otra novedad fue el Timex Ironman Wireless Fitness Tracker Digital Transmitter and Watch System, diseñado para su uso cotidiano permanente y que calcula calorías, distancia, pasos y ritmo. El transmisor inalámbrico digital se coloca en la cintura y pasa la información a un Timex Ironman Sleek de pulsera que muestra los datos.

Timex también presentó una colección de relojes digitales y analógicos para personas amantes del aire libre, bautizada como Expedition Trail Series. Otras novedades son la colección Expedition E-Tide Temp Compass y la nueva generación del Timex Ironman 50-Lap (cronógrafo 100 horas, memoria para 50

vueltas, dos zonas horarias, temporizador de 24 horas, etc.).

TX presentó su nuevo Linear Chronograph Time Instrument (en 44 y 47 mm), creado por el diseñador milanés Giorgio Galli, que muestra una alternativa a los cronógrafos tradicionales de contadores redondos.

Casio presentó sus nuevos relojes radiocontrolados Pathfinder dirigidos a los más aventureros. Chopard desveló el Happy Sport Chrono Mark II All Black con esfera negra sobre negro y diamantes móviles. **Oakley** hizo debutar al Crankcase, un reloj de fabricación suiza con caja estampada de acero inoxidable. Se presentó en versiones cronógrafo y dos versiones de tres

manecillas en dos tamaños.

Otras novedades destacables fueron el **Glashütte Original Sport**, el **Glam Rock** cronógrafo de oro, el cronógrafo Bessel de **JeanRichard** para la Juventus y el **Brosway** oficial para la selección italiana de rugby, la nueva línea de relojes deportivos de **Mondaine** y el Speed Command Chronograph de **Blancpain**.

Para el circuito

Los cronógrafos son el punto de referencia en la pista y un punto de unión entre automovilistas y motociclistas. Estos son algunos de los mejores ejemplos de relojes de tema



1911 DISCOVERY de Ebel



MIAMI COLLECTION de Glam Rock



SPORT CHRONOGRAPH TANTALUM de Montblanc



GRAND CARRERA CALIBRE 36 RS por TAG Heuer



MOTOGP por Tissot



ROYAL OAK CARBON por Audemars Piguet

motorístico de este año.

Un centro de interés estuvo en la presentación del JeanRichard MV Agusta 1078 Brutale, que pudimos ver por primera vez en el stand de JeanRichard en el SIHH. Este precioso reloj motociclista de lujo lleva toques decorativos de **JeanRichard** para ayudar a promocionar el acuerdo entre el fabricante y MV Agusta. Los relojes de la colección MV Agusta para este año vienen en la configuración de caja Paramount, con rotulación especial MV Agusta sobre una preciosa esfera en fibra de carbono y una colección especial Chronoscope Brutale.

Fue de los más llamativos el stand de **TAG Heuer** en BaselWorld, donde exponían un pro-

totipo de automóvil diseñado por el japonés Ken Okuyama, que se inspiró en el Gran Carrera Calibre 36 RS.

Tissot es el cronometrador oficial de Moto GP, con puntos de venta de relojes personalizados en todos los circuitos. Además, la marca sponsora directamente al campeón de MotoGP, Nicky Hayden, presentando una nueva edición limitada de su reloj mecánico MotoGP con un estuche imitando el casco de Hayden. En BaselWorld se presentó otra versión especial del reloj MotoGP completa con fondos de caja intercambiables grabados con los diferentes circuitos del campeonato MotoGP.

Audemars Piguet presentó una nueva edición

limitada Rubens Barrichello de su cronógrafo Royal Oak Offshore (novedad en 2006) para celebrar su última gesta, el récord de participaciones en grandes premios de F1. La carrera de Turquía del mes de mayo significó la participación número 257 de Rubens en un gran premio de Fórmula 1.

Jacques Lemans desveló un reloj muy llamativo y novedoso llamado Dualtime Turntable Chronograph, cuya caja gira 180 grados y muestra dos esferas diferentes: a un lado un cronógrafo y en el otro un reloj convencional de tres manecillas.

Oris desarrolla mucha actividad en el mundo del motor, patrocinando al equipo Williams de



TURNABLE DUALTIME CHRONOGRAPH de Jacques Lemans



TT3 CHRONOGRAPH BLACK de Oris



DUCATI por Breitling



GRAND PRIX DE MONACO de Chopard



9125 de Luminor



FERRARI 1/8" CHRONO por Officine Panerai

F1 y editando series de relojes racing. Para este año, las novedades de Oris eran numerosas, como el impactante TT3 Chronograph Black, el TT3 Grand Prix edición limitada a 1800 unidades con los nombres de los 18 circuitos del mundial impresos en la esfera discretamente en gris sobre el fondo negro. Además, presentaron el Williams F1 Team Chronograph y el Williams F1 Team Day Date.

Cvstos colabora con el constructor artesanal Pagani y presentó el desarrollo conjunto Pagani Chronograph Engineered by Cvstos.

Breil anunció su reciente asociación con Ducati para producir relojes que compartan el estilo y el espíritu de Ducati. Los Ducatistas se

frotarán las manos solo con verlos.

Chopard presentó su nuevo Mille Miglia Gran Turismo XL Chrono Speed y un Chronograph V1 Grand Prix de Monaco Historique.

La firma de relojes deportivos **Reactor** utiliza una Suzuki M109R personalizada para promocionar sus relojes extremos. **Luminor** acaba de encargar dos motos personalizadas para promocionar sus recientemente remodelados relojes mientras que **Tutima** posee una Harley Davidson personalizada que utiliza el jefe de ventas para visitar a sus clientes.

Para acabar con la ronda de relojes relacionados con el mundo del motor, mencionaremos los relojes Ferrari realizados por Officine **Panerai**,

los Manometro Alpha y Manometro Contagiri de Giuliano **Mazzuoli**, el **Tissot** edición Danica Patrick (conmemorativo de la primera victoria de una mujer en Indycar), el **Seiko** Sportura Honda F1 Racing Alarm Chronograph, el Route 66 de Hamilton y el Dashboard de **Porsche Design**.

Para el mar

Este año había abundantes novedades en el apartado de relojes para submarinistas y navegantes. **Parmigiani** y Pershing Yachts se han asociado y ha dado como resultado la aparición de la primera gama de relojes acuáticos deportivos Pershing. Esta colección comprende dos series diferenciadas: la edición limitada uno-



CONTAGIRI de Giuliano Mazzuoli



PAGANI CHRONOGRAPH de Cvstos



PERSHING YACHTS de Parmigiani



SPORTURA HONDA F1 RACING de Seiko



DIAMOND CRUISE CHRONO de TechnoMarine



DEFY XTREME CHRONOGRAPH SEA de Zenith

uno-cinco, disponible en oro rosa de 18 quilates o en paladio 950, creada en honor del mayor y más prestigioso de los barcos Pershing que mide 115 pies de eslora y la serie no limitada Pershing Chronographs, disponible en acero y con cuatro variantes de esfera. También presentó Parmigiani el Kalpa Hemispheres, una nueva colección dedicada a los viajes que muestra un segundo huso horario muy legible que permite acomodar franjas horarias de media hora o de tres cuartos de hora. Inspirado en la odisea del navegante Bernard Stamm con su insaciable sed de vueltas al mundo, el Kalpa Hemispheres es fácil de usar y de leer.

Technomarine presentó su nuevo Diamond

Cruise Chrono, un reloj náutico perfecto para pasear con el yate pero capaz de sumergirse a la más mínima. Este reloj de 40mm es sumergible a 200 metros y lleva 116 diamantes blancos. Zenith acaparó la atención en Baselworld con su nuevo y futurista Defy Xtreme Zero-G Tourbillon con jaula giroscópica, además de con el Defy Xtreme Sea Collection que incluye tourbillon, cronógrafo y Open, todos ellos sumergibles a 1000 metros. La serie Defy Xtreme, construida para aguantar un bombardeo, se hace cada vez más robusta. La serie Defy Classic presentaba una nueva versión marítima Sea con una preciosa esfera azul con grabados guiloché y un bisel azul marino en los tres modelos: Open,

Chronograph y Power Reserve.

Officine Panerai presentó el Luminor Regatta Chronograph de 44mm, uno más en una serie de piezas especiales Panerai dedicado a la Panerai Classic Yachts Challenge. Pensado para mostrar los cinco últimos minutos que preceden a la señal de salida de una regata de yates, este Panerai es además sumergible a 100 metros.

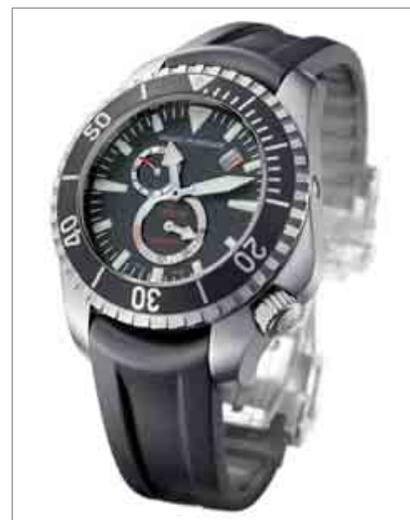
El nuevo movimiento cronógrafo P2004 completamente fabricado por Panerai, se monta este año en el Luminor Crono Monopulsante, en titanio, alojado en la caja del Luminor de 1950. Este reloj de cuerda manual de 44mm es un cronógrafo monopulsador con reserva de marcha para 8 días y segundo huso horario. Es



LUMINOR REGATTA CHRONOGRAPH de Panerai



PACIFIC 300 de Tutima



SEAHAWK PRO de Girard-Perregaux



AQUATIMER CHRONOGRAPH de IWC

sumergible a 100 metros.

Tutima, más conocido por sus relojes para aviadores, anunció en BaselWorld que se ha convertido en el patrocinador oficial del campeonato del mundo de la clase J80, que tendrá lugar en el campo de regatas olímpico de Kiel, el Schilksee. Los vencedores recibirán un cronógrafo de regatas Tutima con cuenta atrás del tiempo de salida y grabados especiales para la ocasión.

En el segmento más alto, **Girard-Perregaux** presentó el Seahawk Pro sumergible a 1000 metros. El movimiento del fabricante va protegido en una caja intrincada que le permite sus propiedades subacuáticas.



ADMIRAL'S CUP LEAP SECOND 48MM por Corum

IWC presentó una nueva edición limitada de 2500 unidades de su Aquatimer Chronograph: un homenaje al archiconocido Calypso.

En **Corum**, el éxito del Admiral's Cup continúa con dos nuevos capítulos de la saga: el Admiral's Cup Leap Seconds y el Admiral's Cup Challenge 44 Split Seconds. El primero es un cronógrafo ratrapante automático autorrecargante con foudroyante y presenta un novedoso sistema de bloqueo de los pulsadores que impide el accionamiento accidental de las funciones de cronometraje. Es sumergible a 100 metros y, con su caja de 48 mm, es de fácil lectura y, en conjunto, muy bonito. El segundo reloj es un cronógrafo ratrapante certificado



HYDROSCAPH de Clerc

COSC que desde ahora está disponible en oro rosa y en carbono negro.

Clerc desveló su Hydroscaaph, un reloj de submarinista profesional sumergible a 1000 metros gracias a una válvula de helio. Tiene un bisel giratorio movido por la corona, un visor de aumento para la fecha y dispone de segundo huso horario. Clerc utiliza, además, un mecanismo adaptable en los cuernos que, según la compañía, permite una colocación perfecta.

El Below Zero de **Hamilton** es un reloj muy atractivo y robusto diseñado para los usuarios más exigentes. Sobredimensionado (46 mm) y sumergible a 1000 metros.

Linde Werdelin ha presentado en sociedad su



BELOW ZERO de Hamilton



SEA INSTRUMENT de Linde Werdelin



POLLUCE 10 ANNI de Anonimo



50 FATHOMS de Blancpain



CHRONODIVER de Ernst Benz



SUB 5000T de Doxa

nuevo Sea Instrument diseñado, como el Land Instrument, para interaccionar con su reloj mecánico Biformeter. El Sea Instrument mezcla tecnología, precisión y artesanía con diseño y software danés. Con su caja de aluminio ligero, los buceadores pueden elegir entre un acabado natural o anodizado negro e incluso existe la posibilidad de poder disponer de una edición limitada en oro amarillo de 18 quilates. Los datos se presentan mediante grafismos sobre una pantalla transrreflexiva, lo cual es una primicia entre los computadores de inmersión. El dispositivo indica la profundidad, el tiempo de inmersión, las paradas de descompresión, la temperatura y, entre otros, una brújula tridimensional y una alarma de seguridad.

Anonimo celebra su décimo aniversario y con este motivo presentó una abundante serie de novedades. Uno de los más atractivos es el Polluce 10th Anniversary que es sumergible a 1200 metros. Otra novedad es el Kodiak, cuya correa especial de piel permite una inmersión continuada de hasta 24 horas.

El famosísimo **Blancpain** 50 Fathoms (50 brazas) aparece este año en versiones blanca (para señora) y negra (para caballero).

Ernst Benz presentó su nuevo reloj de buceo, el Great Circle ChronoDiver, basado en un prototipo de la firma de los años 80. Diseñado y manufacturado en Suiza, el objetivo de este reloj de 47 mm es ofrecer una buena capacidad de lectura bajo el agua. Para promocionar el

ChronoDiver, Ernst Benz se ha asociado con Stay-Focused para patrocinar cursos de submarinismo entre jóvenes discapacitados.

Como colofón a la oferta de relojes náuticos, nos encontramos con el **Doxa** Sub 5000T de esfera naranja, el **Ulysse Nardin** Maxi Marine Diver Chronograph, el **Tutima** Pacific 300 metros, el nuevo **Clerc** Hydroscaph de 100 metros, el **Eterna** Kon Tiki Anniversary, el **Seiko** Velatura 200M Dive Chronograph y el **Aquanautic** Sub 2 Diver.

La cosecha de este año fue excelente en cuanto a relojes deportivos. El público demanda prestaciones y los fabricantes han puesto manos a la obra para ponerlos en el mercado. <



MAXI MARINE DIVER CHRONOGRAPH de Ulysse Nardin



VELATURA 200M DIVE CHRONOGRAPH de Seiko



AQUANAUTIC SUB 2 DIVER de Aquanautic

Q-CIM

Es un sistema modular de planificación de recursos, concebido específicamente para el sector de relojería-joyería.

Q-CIM, provee a las empresas punteras de aplicaciones integrales ERP(Gestión de Recursos Empresariales).

Q-CIM, permite conectar diferentes módulos en función de cada una de las necesidades específicas de cada industria.

- Producción.
- Fabricación.
- Control de calidad.
- Inventarios.
- Logística.
- Previsiones.
- Planning.
- Cálculo y control de costes.
- Módulos comerciales a medida.
- Control financiero.

Todos estos módulos intercambiables, permiten acceder a soluciones asequibles a cada perfil y dimensión de empresa, con el máximo retorno y efectividad, y un óptimo nivel operativo.

Formulas adaptables a fabricantes, mayoristas, minoristas y unidades punto de venta

Avda. de Roma, 66-68
Esc A - Entlo 2da.
08015 Barcelona
Tel. +34 93 229 69 29
info@qsoft.es - www.qsoft.es

Q-SOFT

Software específico para
fabricantes de joyería
y relojería

Avda. de Roma, 66-68
Esc A - Entlo 2da.
08015 Barcelona
Tel. +34 93 229 69 29
info@qsoft.es - www.qsoft.es

Pamies: Pasión é independencia

› Carles Sapena

En el corazón del núcleo antiguo de la ciudad de Reus, en la calle Monterols, no lejos del lugar donde vivió parte de su infancia y algunos dicen que también nació Antoni Gaudí, nuestro genio universal, está enclavado el establecimiento que fundó Jaume Pamies hace ya 53 años.



RUBÉN PAMIES

En el corazón del núcleo antiguo de la ciudad de Reus, en la calle Monterols, no lejos del lugar donde vivió parte de su infancia y algunos dicen que también nació Antoni Gaudí, nuestro genio universal, está enclavado el establecimiento que fundó Jaume Pamies hace ya 53 años.

Esta larga trayectoria en el mundo de la joyería y relojería locales, tuvo un determinante punto de inflexión cuando Rubén Pamies, en 1997 toma las riendas del negocio familiar, al que inmediatamente le impone un peculiar sello que imana directamente de su personalidad proteica y polifacética. Hombre apasionado del coleccionismo, bibliófilo, buscador incansable e insaciable curioso, contacta en

pocos años con el núcleo más activo de la creación relojera independiente en Europa. Pronto hace accesible en su establecimiento en Reus a un público cada vez más exigente, conocedor y lejano, piezas de Vianney Halter, Michel Jordi ó Giuliano Mazzuoli, por citar solo algunos, y de una manera natural y pausada consigue complementar estas piezas de autor con una amplia oferta de firmas independientes: Wyler, Speak-Marin, Graham, Vogard ó Richard Mille, y lógicamente la firma Rey entre las manufacturas independientes: Patek Philippe, cuyo amplísimo catálogo, generoso en versiones y variaciones de sus modelos, que permiten que su pasión de coleccionista, se transmita con energía a sus clientes. No en vano distribuye en exclusiva las piezas de la manufactura Ginebrina en su ámbito geográfico.

La relación con sus clientes, a veces venidos

de muy lejos, es una relación privilegiada, la que se establece entre personas con intereses y pasiones comunes.

Pamies no es un comercio de relojería al uso, si no un auténtico crisol del coleccionismo relojero, un lugar de intercambio de experiencias y conocimientos, a la par que recibir un consejo preciso de un experto conocedor, que creé firmemente en la fuerza de la independencia y en el instinto asociado al criterio.

Su visión y capacidad organizativa, le ha llevado a la fundación de la primera asociación de coleccionistas de relojería de nuestro país, pero esta, ya es otra historia de la que hablaremos extensamente en otro número, ya que la iniciativa lo merece.

Respecto a sus instalaciones, los lectores pueden juzgar por sí mismos, aunque les recomiendo una visita a Reus, seguro que será reveladora. <



VISTA GENERAL DEL ESTABLECIMIENTO Y EL PATEK PHILIPPE CORNER

Informe WorldWatchReport 2008 : Algunos resultados

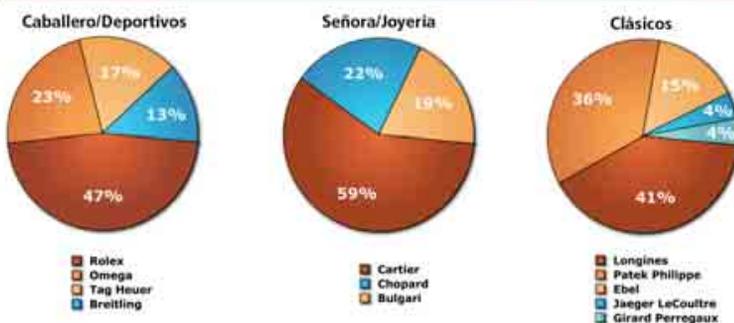
Antes de entrar en una relojería o de decidir si compramos un reloj, se ha vuelto habitual entre la inmensa mayoría de consumidores el pasar un cierto número de horas en internet para acaparar cuanto más información mejor, comparar precios y ajustar mejor la elección. Es justamente en el núcleo de estas operaciones de pre-compra, en los motores de búsqueda, donde el WorldWatchReport se nutre y abastece de información.

El informe WorldWatchReport se centra en los cinco mayores mercados mundiales de los relojes de lujo. Descifra búsquedas sometidas a los motores por parte de millones de interesados en alguna de las principales doce marcas de fabricantes de relojes de lujo.

Aquí exponemos las principales tendencias observadas en este informe 2008:

Desglose de búsquedas en EE.UU. por Categorías

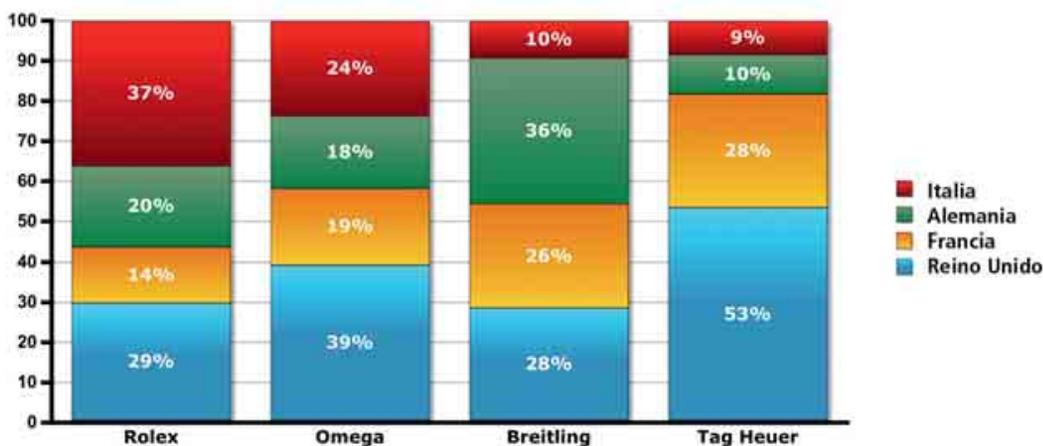
Enero a diciembre 2007



- Caballero/Deportivos: Omega ha hecho progresos considerables desde 2006, alcanzando un 23%, lo que representa un avance del 5%, principalmente a expensas de Rolex.
- Señora/Joyería: Aunque Rolex ensombrece a todas las otras marcas en volumen total de búsquedas, no domina su categoría como lo hace Cartier en la suya. Líder destacado, Cartier obtiene un 59% del volumen total de búsquedas en este apartado.
- Clásicos: Longines, aunque cede un 4% respecto a 2006, sigue manteniéndose en cabeza de este segmento. A destacar Ebel que, aumentando un 5% su cuota, se coloca tercero.

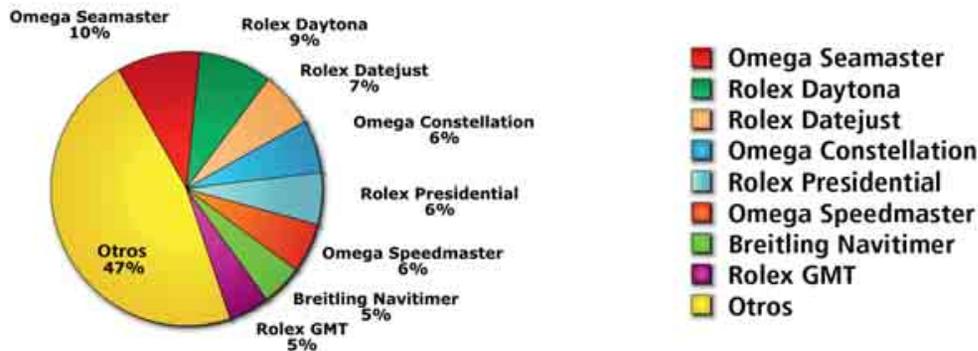
Peso de los mercados europeos en búsquedas por marca (Caballero/Deportivo)

Enero a diciembre 2007



- Italia se ha convertido en el principal mercado para Rolex, con el 37% de sus búsquedas provenientes de esa nación.
- TAG Heuer recibe la mayoría de sus consultas desde el Reino Unido (53%) y Francia (28%). Se deduce que esta marca podría fácilmente desplazar a Breitling del tercer puesto si mejorara su proyección en países como Alemania e Italia.
- En cuanto a Omega, su cuota de búsquedas provenientes del Reino Unido cayó considerablemente (-20%). debido en parte al fuerte aumento de las consultas procedentes de Italia (+15%).

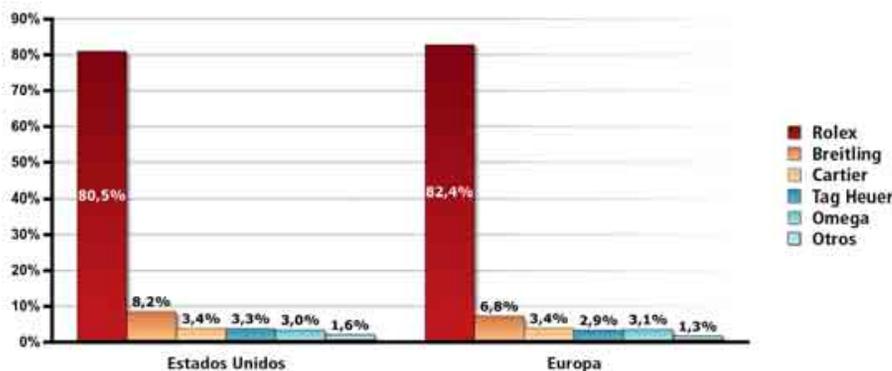
Reparto de búsquedas entre los 8 principales relojes Caballero/Deportivos en los EE.UU.
Enero a diciembre 2007



- Las búsquedas referentes al Omega Seamaster aumentaron con el estreno de la película "Muere otro día" a finales de 2006. Este interés permaneció durante el 2007 haciendo del Seamaster y de su edición especial James Bond el reloj más buscado, adelantando por vez primera a los Rolex Daytona y Datejust.
- No obstante, destacamos que Rolex tiene 8 modelos entre los 20 primeros y Omega cuenta con solo 3.



Desglose de búsquedas de réplicas por marcas
Enero a diciembre 2007



- Por vez primera en cuatro años, el volumen de búsquedas de productos falsificados ha descendido (-27%). Este fenómeno es más sorprendente en EE.UU. que ha registrado una baja del 52%. En cambio en Europa, Italia sola registra un incremento del 20%.
- Aunque todas las marcas más o menos deben vérselas con la demanda de falsificaciones, este fenómeno afecta a unos mucho más que a otros. De hecho, las cinco principales marcas acaparan el 98% de las búsquedas de falsificaciones.
- Breitling sufre un aumento mayor que las otras marcas, situándose en segunda posición con más del doble que la marca que le sigue.

"La demanda de falsificaciones evoluciona a la par que los mercados maduran en internet. A medida que crece la penetración de internet, también aumenta la cuota de búsquedas relacionadas con la pre-compra de productos auténticos," explica Flavio Quaranta, Socio de la IC-Agency. "Para las marcas, el reto es poder comprender el comportamiento de los consumidores que están cada vez más conectados y no solo desde sus ordenadores sino también desde dispositivos móviles como el iPhone. Atraer a los clientes a nuestro sitio internet ya no es suficiente. Debe generarse una experiencia de compra atractiva para concretar las ventas a clientes sobreinformados," nos explica David Sadigh, Socio de la IC-Agency. "Sus clientes emplean internet para obtener comparativas entre marcas, la suya entre ellas. Por suerte, puede Vd. recurrir a este informe para saber más acerca de ellos y de sus intenciones. El World Watch Report se publica en dos versiones, una reducida para detallistas y otra completa para fabricantes, ambas de lectura obligada para todos aquellos que conforman la industria relojera," nos dice Philippe Maillard, Director Ejecutivo de Europa Star. Pueden Vds. cursar sus pedidos a través de www.worldwatchreport.com <

Una caja no tan fuerte



Voy a serles franco, no estoy pasando un buen momento. Estos últimos tiempos en Menton no han sido excelentes. Se que cuesta hacerse cargo de los problemas que afectan a otras personas, y más cuando quien te los refiere tiene todo el Mediterráneo a sus pies y su mayor preocupación parece ser si va a venir o no el fontanero italiano.

Puede que recuerden, o no, que en mi última epístola estaba ocupadísimo tomando el sol en mi terraza con un gintónico en la mano, matando las horas en tanto no aparecía Alberto, el fontanero. Bueno, para no preocuparles más, les diré que vino y vio, pero no venció ya que se marchó sin que su albañil consiguiera rellenar el hueco en la pared del baño. En vez de eso, consiguieron crear un nuevo agujero en el alicatado cuando reemplazaron el plato de la ducha... pero eso ya va a ser otro cuento.

Mientras tanto, la vida proseguía en Menton. Que ironía, pues la villa estaba de luto por el fallecimiento de Séverin Wunderman. Se le esperaba a finales de año para los actos de colocación de la primera piedra del "Museo Jean Cocteau – Colección Séverin Wunderman", a los que había hecho donación de su amplia colección de obras de Cocteau. El diario Nice Matin consagró dos páginas a la vida y obra de Séverin Wunderman, subrayando su gran implicación en obras de caridad y filantropía. El consistorio de Menton mantuvo un minuto de silencio en su memoria. Me gustaría pensar que los relojeros en general pausaron unos minutos, reconociendo su deuda con quien, unos años atrás, se las arregló para saber inventar el concepto (y la demanda) de los relojes "fashion".

La siguiente de las plagas que me azotaron fue la llegada anual de las medusas. Estos animalillos repulsivos, gelatinosos, pulsantes y descerebrados pueden dejar unas buenas ronchas de urticaria en la piel de uno si tiene la mala fortuna de contactar con una de ellas. Las medusas no están en la misma escala de Richter que el tsunami, pero sí que provocan verdaderas oleadas de pánico cuando alguien las avista en una playa mediterránea. Hasta los franceses las encuentran repulsivas y prueba de ello es que no se las comen.

De todos modos, el problema de las medusas no ha sido nada comparado con el robo de que fuimos objeto en nuestra casa. El cuatro de julio, en vez de ir a la playa o de celebrar la independencia americana, nos fuimos a un supermercado cercano para hacer la reposición periódica de mis existencias de vino y ginebra. En previsión de las complejas operaciones logísticas que implicaba el manejo de tan grandes cantidades de botellas, dejamos a Toby encargado de la vigilancia de la casa. Pero, aparentemente, sucumbió a la tentación de un bocado narcotizante y dejó que los cacos camparan a sus anchas durante nuestra ausencia.

Lo único que se llevaron fueron dos cajas fuertes atornilladas al suelo y una maleta en la que transportaron su botín. El problema es que, dentro de esas

supuestas cajas fuertes, había joyas, cantidades de dinero en diferentes divisas (libras, euros y francos suizos) y cinco relojes, de los cuales cuatro eran míos. Uno de ellos era el Breitling Crosswind Chronograph de acero con esfera azul que usaba frecuentemente. Otra víctima fue mi Ritmo Mundo cuadrado, de acero con esfera de fibra de carbono negra. También se llevaron mi cronógrafo Pilo de esfera negra, que era un regalo que me habían hecho. Y, finalmente, un reloj sin mucho valor excepto para mí, un irremplazable Guess de esfera negra y correa de piel marrón, de estilo Panerai. Todos ellos me los birlaron, dejándonos con una sensación de vecío en el estómago.

Entonces llegó la parte filosófica sobre el hecho de haber sido robados. "Que suerte que no llegaron ustedes a casa mientras ellos estaban aún ahí", nos consolaron unos amigos. Otro dijo: "Es como si te hubieran violado". De hecho, tenían razón, aunque al no haber sido nunca violado, me falta un punto de referencia. Lo que más rabia me da es que los cacos se estén mínimamente beneficiando con la venta de objetos irremplazables de valor únicamente sentimental. La policía de Menton acudió prestamente y se mostró muy eficiente y simpática, a lo que contribuyó que uno de los inspectores fuera un aficionado a los relojes (ahora es el orgulloso propietario de un ejemplar de Europa Star). Pero es en momentos como este cuando te apetecería tener a mano el número de teléfono del Padrino o, mejor aún, el del Todopoderoso de allá en las alturas.

El fontanero Alberto, que curiosamente había sido policía antes de dedicarse a hurgar en las tuberías, apareció por allí el día después del robo y prometió finalizar los trabajos del baño antes de que regresáramos a Menton. Intentó alegrarnos contándonos anécdotas de su época de esbirro, de coches patrulla persiguiendo sospechosos a toda velocidad con la sirena ululando. ¿Sirena? En su pueblo se contaba una anécdota de dos pescadores que salieron a la mar con su barquita, y uno de ellos pescó una sirena, mitad mujer de hermosa cabellera rubia, grandes y voluptuosos pechos y ojos del color de la esmeralda, y mitad pez, con su cola recubierta de escamas. Cuando la hubo sacado del agua, sosteniéndola en sus brazos, la contempló embelesado por un instante y la echó de nuevo al agua. Su compañero de pesca, sorprendido, preguntó: ¿Por qué...? ¿Por donde...?, respondió resignado el primero.

Bueno, no se dejen tentar por los cantos de la sirena y, ¡sean felices!



D. Malcolm Lakin

Roving Editor

INDICE DE MARCAS Y DE ANUNCIANTES

Marcas	Página
A.Lange & Söhne	13
Anónimo	41
Aquanautic	43
Armand Nicolet	29
Audemars Piguet	10, 39
Bédat & Co.	28
Blancpain	9,38, 42
Breguet	8,15
Breil	39
Brosway	38
Bulgari	28
Carl F. Bucherer	32
Casio	38
Century	30
Chaumet	33
Chopard	1, 11, 14, 30,39
Citizen	36
Clerc	41
Concord	7,8,32
Corum	41
De Grisogono	30
De Witt	5,6
Delaneau	32
Doxa	42
Ebel	29, 38
Ernst Benz	42
Fortis	37
Frédérique Constant	11,32
Girard-Perregaux	11,12,29, 40,41
Giuliano Mazzuoli	39, 46
Glaschütte	38
Graham	37,46
Gramrock	38
Greubel & Forsey	6,7
Hamilton	30, 37, 41
Harry Winston	9, 10, 30
Hermès	32
Hublot	1
IWC	15,41
J.P. Journe	5,6
Jacques Lemans	39
Jaeger-Le Coultre	14, 15, 32
Jean Richard	33,38, 39
Léon Hatot	31
Linde Werdelin	27,41
Luminor	39
Marvin	31
Maurice Lacroix	Portada, 18, 29
Michel Jordi	46
Milus	31
Mondaine	38
Montblanc	38
Officine Panerai	39,4
Okley	38
Omega	37
Oris	36,39
Pamies	46,47
Parmigiani	39
Patek Philippe	3,16,17,31, 46,47
Patek Philippe	1, 10,11,12,13,14
Pedro Izquierdo	Interior de Portada
Piaget	33
Porsche Design	39
Qcim	44
Qsoft	45
Ramón	20,21
Reactor	39
Richard Mille	46
Romain Jerome	9
Seiko	1, 12,39, 40, 43
Speak-Marin	46
Tag Heuer	29, 39
Technomarine	40
Timex	37
Tissot	39
Tutima	39, 40, 41
TX	37,38
Ulisse Nardin	11,12,31, 43
Vacheron Constantin	22,23,24,25,31
Van Cleef & Arpels	28
Vianney Halter	46
Viceroy	27
Victorinox/Swiss Army	19, 29
Vogard	46
Wyler Genève	30,46
Zenith	7,8,14, 28,,40
Zeno-Watch Basel	34,35

www.europastar.com

europa star

www.europastar.com

SUSCRIPCIÓN

Europa Star la revista de relojería más influyente en el mundo

Gastos de suscripción en envío por correo terrestre (Europa).

- 1 año (6 ejemplares)	60 Euros
- 2 años	105 Euros
- 3 años	145 Euros

Gastos de suscripción por correo aéreo (fuera de Europa).

- 1 año	95 Euros
- 2 años	180 Euros
- 3 años	260 Euros

Servicio de suscripción y ejemplares atrasados:
europastardistribucion@gmail.com

Suscripción a nuestro servicio de Newsletters:

www.europastar.com

También puede consultar número anteriores y hemeroteca en:

www.horalatina.com

www.horalatina.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 Furlay • sfurley@europastar.com
Asst. Publisher: Nathalie Glattfelder • nglattfelder@europastar.com

EDITORIAL ESPAÑA



Sisserou S.L.

Avda Corts Catalanes 5-7, Sant Cugat del Vallés 08013 Barcelona, Tel. +(34)93 112 71 19

Director: Carles Sapena i Grau • csapena@europastar.es

Traducción, corrección y coordinación: Josep Maria Pardell • jmpardell@europastar.es

Producción y maquetación: Jorge M. Mozota • jmozota@europastar.es

Dirección comercial: Luis Gimenez Mutto • lgmutto@europastar.es

Circulación y e-media: Antonio Gonzalez • privacidad@europastar.es

Prensa: Florencia Butti • rss@europastar.es

Impresión: Lanoográfica - Sabadell • lanoografica@lanoografica.es

Manipulado: Vima

Distribución: Unipost

Solicitado control O.J.D.

CONTRIBUTORS

- Italy: Paolo de Vecchi • Germany: Gerhard Claussen • France: Antoine Menusier
- UK: Michael Balfour • Australia: Martin Foster • Russia: Vyacheslav Medvedev • Portugal: Miguel Seabra
- Rumania: George Gisca • Spain: Carles Sapena
- 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

Marketing & Circulation 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: Carles Sapena, Grupstar. Tel: +34 692 89 89 81 Fax: +34 93 165 87 35

• europastarspain@gmail.com

Asia: Maggie Tong.

Tel: +852 9658 1830 Fax: +852 2527 5189 • 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

MAGAZINES AND NEWSPAPERS

Europa Star - Europe - International - USA & Canada - China - España - Ukraine

Couture International Jeweler, National Jeweler

WEBSITES

www.europastar.com, www.watches-for-china.com, www.horalatina.com,

www.europastar-ukraine.com, www.nationaljewelernetwork.com

SHOWS

Couture, 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

Help Desk: jricher@europastar.com

nielsen

Nielsen Business Media

President & CEO: Robert L. Knauff

Chief Operating Officer: Doug Farrer

Chief Financial Officer: Kirk Miller

Senior Vice President, Human Resources: Michael Allen

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

Senior Vice President, Film & Performing Arts: John Kilgallon

Senior Vice President, Music & Library: John Kilgallon

Senior Vice President, Corporate Development & Planning: Thomas Kuczyński

Senior Vice President, Retail: David Luchner

Senior Vice President, Media Strategy & Technology: Tom Nevill

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

Senior Vice President, Building Design: Jon Randall

Senior Vice President, Central Services: Mary Kay Dunlop

Vice President, Licensing & Events: Howard Applebaum

Vice President/Publisher, Barrill Life Sciences Media Group, LLC: Zachary Dixon

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

Vice President, Corporate Communications: Deborah Patton

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



SANDOZ

SWISS MADE  SINCE 1870



COLECCIÓN CARACTÈRE

LOS SANDOZ UNA DE LAS FAMILIAS MÁS ANTIGUAS DEL CANTÓN DE NEUCHÂTEL (SUIZA)

1697. David Sandoz crea el reloj de la iglesia de La-Chaux-de-Fonds en las montañas suizas de Neuchâtel.

1751. Jacques Sandoz firma el llamado "Oignon", un reloj de bolsillo ornamentado con Flor de Lys.
Se expone en el Musée International D'horlogerie de La-Chaux-de-Fonds, Suiza.

1870. Henri Sandoz comienza la aventura moderna de Sandoz con la puesta en marcha de la primera factoría de relojes de la familia.

1950. Sandoz continúa especializándose en la producción de relojes extra planos: Sandoz 333 y calibre HSF 56.

2008. Fiel a su tradición, Sandoz presenta la COLECCIÓN CARACTÈRE, digna sucesora de los cronógrafos de la familia.



RAMON

Tel. 34 934 34 3000 - Fax. 34 934 34 3001 www.ramon.es - ramon@ramon.es