



› **Сверх**часы

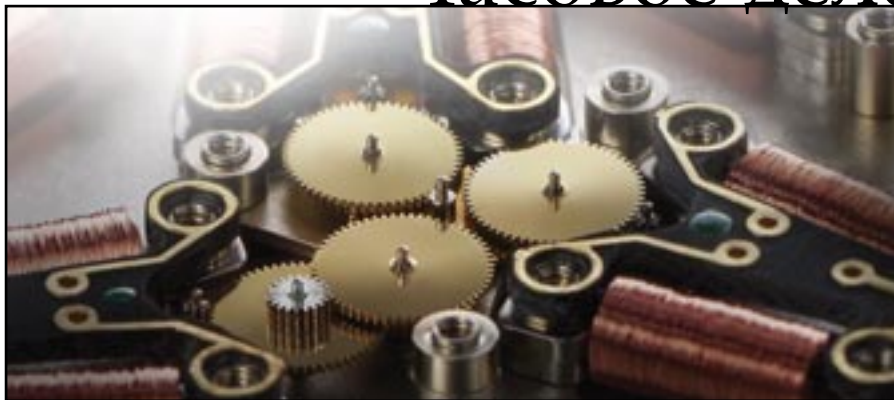
Прогрессивный кварц • Экстремальные часы •
Доступные усложнения • **Детские часы** • Fashion-бренды Made in USA

› Basel / SIHH: допремьерный показ

UKRAINIAN EDITION
№1/2008 февраль/март



Часовое дело без табу



CALIBRE S of TAG Heuer

На недавней церемонии вручения премий Grand Prix de l'Horlogerie в Женеве одна из наград так и не была вручена. По заявлению организаторов, "приз за электронные часы" не был присужден по причине отсутствия номинантов! Незамедлительная негодующая реакция на это последовала от одного человека — Жана-Кристофа Бабина, CEO TAG Heuer. У него были веские причины, поскольку модель Calibre S возглавляемой им компании имела все шансы получить эту престижную награду. Напомним, что модель Calibre S оснащена механизмом нового поколения, воплотившим в себе лучшие решения из области механики (230 компонентов) и оснащенный пятью реверсивными микродвигателями. Это позволило реализовать в данной модели, в ее модификации Aquaracer Chrono Regatta, функцию вечного календаря посредством индикатора ретроградного типа, а также три режима хронографа — часы, десятые доли секунды, а также обратный отсчет начала старта регаты — и все это посредством трех центральных стрелок, активируемых путем простого нажатия на заводную головку. Три эти режима обеспечивают беспрецедентную по своей простоте читаемость показаний.

Механизм Calibre S механического типа, во всяком случае, по большей ча-

сти, но при этом он обладает точностью кварца. Это гибридный механизм — тенденция, предвещающая будущее часовой отрасли.

Кроме TAG Heuer, лишь один крупный производитель, насколько нам известно, подвизается на поприще новых технологий. В моделях своей замечательной "мехатронной" коллекции Spring Drive компания Seiko также комбинирует механические и электронные технологии, однако иным способом. Что до электронной части, то в моделях японского производителя используются трисинхрорегулятор и электромагнитный тормоз, а электроэнергия вырабатывается и аккумулируется посредством механического ротора и барабана.

Несомненно, что подобные достижения нашли свое воплощение благодаря тому, что ни Seiko, ни Жан-Кристоф Бабин не скованы никакими часовыми табу. В случае Seiko ее часовщики не ведают такого рода ограничений, во-первых, потому что они японцы и искусные мастера, практикующие вот уже более ста лет, а во-вторых, им уже однажды удалось вызвать потрясение в швейцарской часовой отрасли, запустив в производство кварцевый механизм.

В случае же TAG Heuer, Жан-Кристоф Бабин видит ситуацию в несколько иной перспективе, вероятно, потому

➤ **Пьер Мейяр**, главный редактор

что прошлая его деятельность не имела отношения ни к часовому делу, ни к миру моды. Большая часть его карьеры прошла на службе в Procter & Gamble, а затем в Henkel. Этот опыт позволил ему отнестись к часовому делу без оглядки на разного рода табу часовой отрасли.

"Я чужд косности, — говорит Бабин. — Швейцарской часовой отрасли необходимо раскрепостить свое сознание. Качество — это прерогатива не только Швейцарии, а часовая продукция категории роскоши не ограничивается механическими часами".

Бабин пояснил свою мысль, которую другие не отважились озвучить, руководствуясь накопленным опытом. "Начинать следует с потребителя, а не с товара", — отметил он, добавив, что это относится и к кварцевым часам. "По моим наблюдениям, многие потребители ценят точность и удобство кварцевых механизмов. Зачем же навязывать им иное мнение? Я обратил внимание на наличие у потребителя такого желания и решил показать, что не следует считать, будто кварцевые часы лишены благородства, равно как и не нужно полагать будто механика — это верх благородства. В автомобильной отрасли Mercedes и BMW доказали, что роскошный автомобиль может быть и дизельным".

Такой вот урок.





de GRISOGONO
GENEVE



be Eight



de GRISOGONO

GENEVE



Les Montres Suisses

Ле Монте Свісс — Виключний дистриб'ютор
www.watches.ua

Київ: бутік **Don Corleone**, Мандарин Плаза, вул. Басейна, 4, тел. (044) 230 95 32; бутік **Palace Boutique**, Прем'єр Палас Готель, тел. (044) 279 00 70;
Дніпропетровськ: салон-магазин «**Хроностиль**», бул. Катеринославський, 2, тел. (0562) 33 55 77; Одеса: **Grand Premier**, вул. Пушкінська, 14, т. (048) 784 8400;
Херсон: «**Карди+**», пр-т Ушакова, 81, тел. (055) 226 22 11; Ялта: бутік **Oreanda**, готель «Ореанда», тел. (0654) 274 244.

GENEVA - GSTAAD - HONG KONG - KUWAIT - LONDON - MOSCOW - MYKONOS
NEW YORK - PARIS - PORTO CERVO - ROME - ST. BARTHELEMY - ST. MORITZ - TOKYO

www.degrisogono.com

europa star

www.europastar.com

THE WORLD'S MOST INFLUENTIAL WATCH MAGAZINE UKRAINE

N°13 1/2008 ФЕВРАЛЬ/МАРТ

**EDITORIAL**

1 Часовое дело без табу

COVER STORY

6 Jean Dunand, уникальные часы

INTRODUCTION

10 Хронокосмос

HAPPY FEW

12 Сверхчасы

GLOBAL TIME TRENDS18 Лучшее стали. Новые материалы в часовом деле
33 Прогрессивный кварц**EXTREME PERFORMANCES**24 Доступные усложнения
30 Экстремальные часы: кто их носит?**PRE-BASEL / SIHH**36 Его Величество Blu Majesty Tourbillon от MT3
37 Tourbillon Gravity от Concord
38 Bédat & Co.: счастливая цифра 8
39 Пернатые хищники тьмы от Villemont
40 Часы парадной формы от Bell & Ross
41 Партнерство Chanel и Audemars Piguet**CHINESE MECHANICS**

42 Восход красной звезды: визит на китайскую часовую фабрику

GLOBAL FASHION SIGNATURES

45 Ударный fashion-отряд США

SOPHIE'S CHOICE

48 Помните свои первые часы?

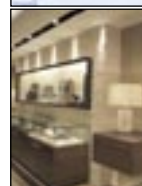
THE RETAILER CORNER

54 RYA Design Consultancy: смелость быть другим

WORLDWATCHWEB®

56 Сайты сетевых сообществ: рай для брендинга

58 EDITORIAL AND ADVERTISERS' INDEX

**SHABAKA от Jean Dunand**

Минутный репетир в корпусе из 18-каратного золота (44 мм) с функцией вечного календаря, оснащенный механизмом ручного завода CLA88QPRM. Многоуровневый циферблат из 18-каратного золота и никеля, минутная и часовая стрелки; дни недели и месяцы, високосные годы, фазы Луны. Отбивает часы, четверти часа и минуты с помощью двух гонгов. Запас хода — 45 часов. Водонепроницаемость — до 30 м.

**Jean Dunand
WPW SA**

31, chemin Pré-Fleur
1228 Plan-les-Ouates, Genève
Switzerland
Tel: +41 (0) 22 706 19 60
Fax: +41 (0) 22 701 19 69
info@w-p-w.ch
www.jeandunand.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

The statements and opinions expressed in this publication are those of the authors and not necessarily Europa Star.



Chopard

Шедевр

L.U.C. Tourbillon Steel Wings «Baguette». Через два століття після винайдення турбійона, він залишається найскладнішим годинниковим механізмом, а його виготовлення й по сьогодні є прерогативою вузького кола годинникових мануфактур. Компанія Chopard увійшла до цього кола, створивши перший в світі винахід, змінно-інерційний баланс, який значно спростив регулювання механізму. Віконце в циферблаті дозволяє милуватися роботою цього пристрою. Механізм з ручним заводом L.U.C. калібр 4T є гордим володарем «Женевської печатки» - найзаповітнішого клейма якості годинникової індустрії, його висока точність підтверджена сертифікатом хронометра COSC. Індикатор запасу ходу показує, що чотири заводні барабани (запатентована технологія Quattro) забезпечують механізм енергією більш ніж на 8 діб. Видатним технічним параметрам годинника відповідає чудове дорогоцінне обрамлення: корпус, циферблат, вушка і пряжка цієї моделі повністю вкриті діамантами багетної огранки. Сліпуча оправа неперевершеної годинникової майстерності.

L.U.C

MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE
LOUIS-ULYSSE CHOPARD



Годинники L.U.C. Tourbillon Steel Wings «Baguette»: представлені двома лімітованими серіями по 25 екземплярів в кожній: у корпусі з білого золота 750 проби (арт.171914-1001) і в корпусі з платини (арт.171914-9001)

Chopard

ВУЛ. ГОРОДЕЦЬКОГО, 11-А, тел.: 279 02 22

Riviera

МУЗЕЙНИЙ ПРОВУЛОК, 4, тел.: 270 51 43 • ТЦ "МАНДАРИН-ПЛАЗА", тел.: 230 95 47

Jean Dunand: уникальные часы

Представив первые часы в 2005 году, компания Jean Dunand наметила свой собственный путь, избрала стратегию, такую же суровую и бескомпромиссную, как и ее амбиции. Это своего рода хартия, которой марка решила следовать неукоснительно и согласно которой каждые часы, выпущенные ателье компании, должны быть в высшей степени уникальными.

►Пьер Мейяр

В

Все часы компании в строгом смысле уникальны своей механикой, поскольку каждая новая коллекция исключительно беспрецедентна. Процесс этот сродни созданию произведения искусства, так как циферблаты всех часов изготавливаются в единственном экземпляре. Не существует двух схожих моделей от Jean Dunand.

Эта стратегия эксклюзивности не характерна для часовой отрасли. Другие марки выпускают уникальные модели, но ни одна из них не предлагает часов, единственных в своем роде. Этот суровый принцип, который двоюродные братья марки, Тьерри Олева и Кристоф Кларе, сами выражают как "стремление к самой вершине". Помимо технического совершенства и эстетической уникальности, каждую модель также должен отличать высочайший уровень отделки, который под силу обеспечить лишь лучшие мастера часовой отрасли.

TOURBILLON ORBITAL

Модель Tourbillon Orbital стала первенцем коллекции уникальных часов (Pièces Uniques) от JEAN DUNAND, беспрецедентным достижением часовой отрасли. Ее минутный парящий турбийон совершает один оборот в час. В модели также присутствует индикатор запаса хода оригинальной конструкции, расположенный сбоку корпуса и открывающий боковой вид на механизм. На задней стороне механизма расположен индикатор фаз Луны. Запатентованная конструкция механизма lo 200 (по названию спутника Юпитера), разработанного Кристофом Кларе, опровергла заявления притялелей-часовщиков Кларе о невозможности создания турбийона, вращающегося вокруг центра механизма. Более того, такая конструкция в большей степени соответствует изначальному предназначению турбийона, призванного корректировать частоту колебаний баланса. Специальные тесты показали, что одновременное вращение турбийона и механизма существенно стабилизируют частоту колебаний.

Шестерни в шестернях

Барaban и парящий турбийон, расположенные напротив друг друга, вращаются на подшипниках вокруг центра, разместившись на двух платинах, соединенных опорами. На верхней пластине реализован узел вращающегося циферблата с апертурой, открывающей вид на турбийон. Для лучшего обзора турбийон помещен максимально близко к циферблату. Барабан раскручивается вокруг центрального зафиксированного триба, приводя в движение себя и турбийон. Спуск турбийона регулирует скорость вращения. Каретка турбийона совершает один оборот в минуту вокруг зафиксированной шестерни через цепь зубчатой передачи. Такая конструкция позволила сократить число камней до 14, существенно уменьшив трение.

Завод и установка

Два года работы понадобились Кристофу Кларе на поиск решения, как заводить и настраивать механизм, барабан которого находится в постоянном движении. Очевидно, что традиционная боковая заводная головка здесь не годилась. Решение, предполагающее вертикальный завод и настройку механизма через центральную ось, беспрецедентно для часового дела. Заводную головку в этой модели заменил откидной ключ, размещившийся на задней поверхности механизма. Подъем D-образной головки ключа водит в зацепление центральное колесо и храповик барабана через цепь зубчатой передачи, позволяя осуществлять завод. Вытаскивание ключа активирует механизм поворота стрелок, позволяющий вращать их в любом направлении. Минутная стрелка вращается вместе с циферблатом.

Обзор механизма

Заводной ключ и индикатор фаз луны, расположенные на задней поверхности, препятствуют традиционному обзору механизма через заднюю крышку из сапфирового стекла. Зато отсутствие заводной головки сбоку корпуса позволило открыть боковой вид на вращающийся механизм посредством двух отверстий по бокам корпуса.

Невиданный индикатор запаса хода

Боковые отверстия в корпусе позволили реализовать еще одну беспрецедентную новацию в отношении индикации запаса хода. В отверстиях у метки "3 часа" просматривается вертикальная стрелка, перемещающаяся от отметки F (full) к отметке E (empty), подобно старому доброму указателю уровня топлива в автомобиле. Конструкция указателя запаса хода постоянно вращающегося барабана также запатентована.

Коллекция великолепных циферблатов.

В циферблатах этой модели использованы разнообразные материалы: золото, черный опал, редкостные камни, окаменелости, рубиновые вставки и яшма. Более того, эти редкие материалы должны были быть достаточного размера для изготовления циферблатов 3 см в диаметре. Корпуса моделей выполнены из розового и белого золота и платины с застежкой решетки из аналогичного металла.





создает серию часов, строго ограниченную шестью экземплярами, — Grande Complication, которая занимает достойное место среди наиболее сложных часовых моделей мира (827 компонентов и шесть месяцев работы на создание одного экземпляра).

Часовое искусство и ар-деко

Помимо критерия уникальности, Jean Dunand исповедует оригинальный подход к часовому делу, которому эта марка обязана личностям своих создателей.

Кристоф Кларе, хорошо известный в часовой отрасли, является одним из наиболее талантливых часовщиков-новаторов своего поколения. Возглавляя собственную компанию, он выполнял заказы для некоторых крупнейших швейцарских марок, разрабатывал и изготовил для них исключительные и сложные механизмы. Однако лишь в Jean Dunand он сумел найти выражение своему истинному гению — трехмерной механике.

Тьерри Олева, бывалый предприниматель в часовом бизнесе, приобрел изрядный опыт в Piaget, после чего занялся возрождением старинной часовой марки Bovet. Встретив в 2001 году Кристофа Кларе, он оставил этот

проект. Поклонник стиля ар-деко и знаток прикладных искусств, он сумел вдохнуть в изделия Jean Dunand истинную эстетическую самобытность, которая играет не последнюю роль в цене на продукцию марки. Причина тому не в слепом следовании данному стилю, а в поиске его сути и духа — простых, но уверенных линий, функционального дизайна, использовании как ценных, так и неожиданных или редких материалов, а также в ревалюации ценности прикладного искусства.

Все самое лучшее

Превосходная взаимодополняемость этих качеств, как технических, так и эстетических, положила начало удивительному и потрясающему направлению часового дела. Это искусство, не имеющее аналогов. Это часовое мастерство, берущее все самое лучшее от своего времени как в сфере передовых часовых технологий, так в своем стремлении к возрождению лучших техник прикладного искусства, таких как эмалирование, художественная миниатюра, лакирование и инкрустация камнями.

Jean Dunand также является флагманом часовой отрасли в целом. Эта марка первой

последовала стратегии, набирающей сегодня популярности, — поиску абсолютной исключительности (**См. статью “Сверхчасы”** в этом номере, где эта тенденция рассматривается подробно, и, снова-таки, упоминается Jean Dunand).

Для Тьерри Олева “исключительность изделий Jean Dunand не является самоцелью или маркетинговой стратегией. Она — естественный результат нашего стремления предлагать продукцию, равную или превосходящую лучшие образчики швейцарской часовой отрасли, как с технической, так и с эстетической точки зрения”. Стоит ли поэтому говорить, что подобное стремление к совершенству “нельзя себе представить без эксклюзивного и крайне ограниченного производства”. Его объем исчисляется десятками экземпляров, а сеть дистрибуции насчитывает нескольких эксклюзивных продавцов, отобранных на основании их желания и возможностей быть истинными партнерами марки, способными в доступной форме посвятить потребителя в технические и дизайнерские характеристики, формирующие подлинную ценность этих уникальных часов. <

SHABAKA

Торжество микропрецизионных технологий, модель Shabaka представляет собой минутный репетир с кафедральным боем, функцией вечного календаря и оригинальным дисплеем, отображающим дату, день недели, фазы Луны, цикл високосных лет и запас хода.

Календарь

Оригинальность конструкции календаря заключается в использовании цилиндров, а не традиционных дисков. Они приводятся в действие посредством четырех различных ортогональных систем передач, каждая из которых оснащена защитным механизмом, обеспечивающим точность переключений. Более того, в отличие от большинства конструкций календарей смена показаний даты (две цифры на двух отдельных цилиндрах), дня недели и месяца происходит дискретно в полночь, когда активируется спусковой механизм.

Также оригинальна конструкция индикатора високосного года. Маленькая белая пластинка, совершающая один оборот за четыре года, попеременно высвечивает букву B (bissexile — високосный) и порядковые номера трех последующих лет (1,2,3), вырезанные на циферблате у метки “7” и “8 часов”. Симметрично указателю високосного года расположен индикатор фаз Луны, в котором темный диск проходит по поверхности изображения Луны, затемняя и обнажая ее, примерно так же, как это происходит в действительности.

Погрешность индикатора фаз луны составляет один день на 120 лет.

При всей сложности системы календаря, конструкция индикатора запаса хода, расположенного на задней крышке, до абсурда проста, но при этом не менее оригинальна. В апerture на фоне шкалы просматривается раскручивающаяся пружина барабана.

Минутный репетир

Бой минутного репетира осуществляется посредством двух гонгов. Ползунок репетира расположен на корпусе слева, а кнопки настройки календаря — справа. Похожие на кнопки хронографа, они позволяют корректировать либо все настройки календаря (золотая кнопка у метки “4 часа”), либо только дни недели (кнопка у метки “2 часа”). Месяц и год устанавливаются посредством коаксиальной кнопки на заводной головке, а фазы Луны — кнопкой у метки “5 часов”.

Механизм часов имеет особую конструкцию с интегрированным узлом вечного календаря. Цилиндры (7 x 2,5 мм) утоплены в механизм минутного репетира с целью снижения толщины всего механизма.

Отделка

Антрацитовая отделка платины круговой шлифовки и орнамент в виде “желевских полос” на мостах контрастирует с полированной сталью, рубинами и золотом, создавая удивительный вид механизма, просматриваемого через прозрачную заднюю крышку.

Дисплей календаря, выполненный в превосходном геометрическом дизайне, разделен на четыре зоны из черного золота, обрамленные вставками из никелевого сплава и украшенные пирамидами из розового золота. Красные метки “10 часов”, “12 часов” и “2 часа” указывают на индикаторы дня недели, даты и месяца соответственно, располагаясь напротив аналогичных меток в центре циферблата.

Дизайн в стиле ар-деко с египетскими мотивами перекликается с названием модели Shabaka — в честь фараона 25-ой династии и короля Египта.



ХроноКОСМОС



› Пьер Мейяр

С

Сколько часов ежегодно производится во всем мире? Ответ — 1,5–1,7 млрд или, другими словами, одни часы на каждые шесть-семь жителей планеты. Сколько стоят эти часы (в показателях экспорта)? Ответ — примерно 20–22 млрд швейцарских франков, однако точные данные никому не известны. Впрочем, известно наверняка, что недавно обнародованные показатели экспорта швейцарской часовой отрасли за 2007 год оказались рекордными. При двузначных показателях роста совокупный объем экспорта составил около 16 млрд швейцарских франков в сравнении с 11 млрд в 2004 году. Этим рекордным значениям экспорта швейцарская часовая отрасль обязана продаже порядка 25,9 млн часов. Однако учитывая нынешние производственные тенденции, можно сказать, что на швейцарскую часовую продукцию приходится лишь небольшая доля мирового производства часов — примерно 1,8–2%. И, тем не менее, эта часовая продукция является наиболее популярной. Специализированные часовые СМИ, как и их гляцевых собратьев, интересуют лишь “звезды”. Остальные вынуждены стоять на обочине.

Monkey Gaping at Full Moon (“изумленная полнолунием обезьяна”) Объемная гравировка с покрытием японской глазурью, серебряная отделка Луны. Из коллекции Tec & Art от Angular Momentum.

В этом году редакция Europa Star решила несколько расширить горизонты и привнести в свою политику демократичности, представляя на своих страницах как самые роскошные модели, так и весьма неприязнательные, чтобы получить целостную картину положения дел в часовом мире. А часовая отрасль, безусловно, и является целым миром с его обособленными “классами”, доминирующими в разное время “племенами”, изобилующим теми, кто представляет передовые механические модели, и теми, кто производит гораздо более скромную продукцию. Часовой мир слишком обширен и разнообразен, чтобы можно было притязать на исчерпывающее его описание, однако именно это разнообразие и обуславливает его богатство.

Итак, в добрый час! Нас ждет знакомство со “сверхчасами”, а также визит к новичкам часового дела. Мы узнаем о новинках из области “передовых материалов” и совершим экскурсию в Шенджен на китайскую часовую фабрику, исследуем американский рынок модных моделей и разузнаем об инновационных технологиях в области кварцевых и гибридных механизмов. И, конечно, приподнимем завесу тайны над некоторыми работами, которые будут представлены в ходе весенних показов. Что за удивительный мир, этот хронокосмос. <



Château Lafite Rothschild, 2000



WAIT.



VINTAGE 1945 King size GMT

Золотий корпус, автоматичний механізм Girard-Perregaux, сапфірова задня кришка. Хронограф, індикатор дати, індикатор другої часової зони

GP
GIRARD-PERREGAUX
WATCHES FOR THE FEW SINCE 1791

Ексклюзивний дистриб'ютор в Україні **Les Montres Suisses** ("Ле Монтре Свісс"), www.watches.ua

Київ: **Palace Boutique**, Прем'єр Палас Готель, тел. (044) 279 00 70; бутик **Chopin Horlogerie**, Мандарин Плаза, вул. Басейна, 4, тел. (044) 230 95 32;
Дніпропетровськ: салон-магазин «Хроностиль», бул. Катеринославський, 2, тел. (0562) 33 55 77; Донецьк: магазин «Гауди», вул. Постишева, 129,
тел. (062) 345 46 83; Запоріжжя: магазин «Акцент», пр. Леніна, 151, тел. (0612) 246 120; Львів: салон «Женева», вул. Театральна, 10, тел. (0322) 72 06 05;
Одеса: бутик **Grand Premier**, вул. Пушкінська, 14, тел. (048) 784 8400; магазин «LeBanque», вул. Єкатерининська, 22, тел. (048) 715 50 25;
бутик **Rich Stone**, пл. 10 Квітня, Галерея «Сади Перемоги», тел. (048) 748 12 58; Харків: бутик «Часомерье», пл. Конституції, 1, тел. (057) 754 35 35;
Херсон: «Карди+», пр-т Ушакова, 81, тел. (055) 226 22 11; Ялта: бутик **Oreanda**, готель «Ореанда», тел. (0654) 274 244

Сверхчасы

Сначала появились часы с усложнениями, затем с ультраусложнениями. Размеры часов становились все больше, и вскоре они покрылись бриллиантами. Мало того, сегодня появилась целая плеяда марок, создающих исключительные образчики часового искусства. Это “сверхмарки”, адресующие свою продукцию “сверхбогатым”.

► **Пьер Мейяр**



Одним из последствий глобализации стало зарождение нового международного социального класса, который можно назвать “новыми миллиардерами”, “гипертолстосумами” или “сверхбогачами”. Этот класс нуворишей, разбухший вследствие финансовой дерегуляции и вскормленный “золотыми парашютами” и взлетевшими ценами на нефть, территориально не ограничивается странами ОЭСР. Он расцвел буйным цветом на зарождающихся рынках стран БРИК — Бразилии, России, Индии, Китая и ряда других. Представители этого класса имеют одну общую черту — неутолимую жажду к исключительному, редкостному. Неудивительно, что часовщики уловили эту тенденцию. Фактически часовая отрасль была обречена на успех в этой нише, поскольку наиболее

элитарное ее ответвление, часовая механика, вдруг снискало неимоверную популярность благодаря своей устаревшей технологии, намного превзойденной электронными часами. Таким образом, механические часы растеряли всю свою утилитарность, превратившись в символ социального статуса. А раз уж речь о символах, то тут сверхбогачи определенно не желают скупиться.

Эта тяга к исключительному способствовала росту размеров часов. Ведь чем больше их поверхность, тем легче напичкать ее различными усложнениями и оригинальными индикаторами. Среди тех, кто несколько лет назад положил начало моде на громоздкие модели, важное место занимают американские рэперы. В ту пору они насмехались над собственным неумным желанием напаять на себя как можно больше bling bling мишуры. А вот критики с их нападками на bling-моду проявили удивительную близорукость, поскольку уже через несколько лет этой мании поддался даже самый солидный часовой сегмент.

История HD3

По большей части подобные часы создавались независимыми часовщиками или небольшими компаниями, решившими обслуживать рыночную нишу “сверхчасов”. Это было для них относительно просто, поскольку, начав с нуля, бояться им было нечего. Не возникало у них и проблем с нарушением всевозможных часовых табу, вызывавших нерешительность у многих других марок. Компьютерное моделирование, позволяющее создавать наиболее впечатляющие формы, и новые цифровые технологии производства существенно облегчили их задачу.

“Раньше, — говорит Валери Урзенбахер, одна из трех конструкторов **HD3 Complication** (двое других — Йорг Хайзек и Фабрис Гонэ), — нам приходилось создавать прототип и затем все измерять с помощью датчиков, чтобы добиться более-менее точной формы. Ясное дело, такая технология имеет множество ограничений. Сегодня же я могу прямо с компьютера, на котором создаю трехмерный чертеж, передать данные на цифровое про-

CAPTURE от HD3

RAPTOR от HD3





BI-AXIAL TOURBILLON от HD3

изводственное оборудование, на котором изготавливаются наши модели”.

История HD3 Complication прекрасно иллюстрирует тенденцию к созданию “сверхчасов”. Все трое по образованию — конструкторы, а не часовщики. Работали они вместе около 15 лет под руководством Йорга Хайзека, пока он не решил продать компанию. Троицу конструкторов ожидали впереди невероятные приключения. “Только представьте себе, — рассказывает Хайзек, — в октябре

IDALGO XT-2 от HD3



2003 года одному ретейлеру из России мы вручили альбом, в котором представили свои творческие идеи. Ничего кроме чертежей в нем не было, однако мы получили заказ на 6 млн швейцарских франков и задаток для запуска производства”.

В 2004 году началось производство двух первых моделей — Capture, разработанной Валери Урзенбахер, и Raptor Фабриса Гонэ. В их изумительного дизайна корпусе футуристической отделки размещались два турбийона La Joux Perret. Сама концепция моделей была несравненной, и их отделка была выполнена тщательнейшим образом. Более оригинальной оказалась модель Raptor — это часы, которые умеют хранить секреты. В верхней части ее двойного корпуса разместили турбийон, а в нижней — второй механизм, кварцевый хронограф с цифровым дисплеем, отображающим дату и второй часовой пояс. Цена на эти первые “цацки” составила около 180 тыс. швейцарских франков за Capture и 230 тыс. за Raptor. Неплохо как для новичков.

Приключения продолжились в 2006 году с появлением модели Idalgo XT-2, разработанной Йоргом Хайзеком. Создал этого истинного монстра (размерами 65 x 52 мм

при толщине в 15 мм), HD3 Complication сделала очередной шаг, “продвинувшись далее практики доработки существующих механизмов, создав механизм с дисплеем совершенно нового типа”. Определенно здесь прослеживается конструкторский подход, однако сама конструкция этой модели неразрывно связана с ее эстетикой. В этих часах один механизм приводит в действие двойной циферблат, в одной части которого расположена прыгающая часовая стрелка в апертуре, ретроградный указатель минут и секундная стрелка, а во второй — большой календарь в апертуре, указатель второго часового пояса и ротор автотоподзавода. Проект стал возможным благодаря сотрудничеству с BNB, разработавшей механизм. Сотрудничество это не было случайным. Тогда как тенденция отхода от традиционных форм и дисплеев прослеживается главным образом у независимых дизайнеров, это новое направление в часовом деле получило развитие благодаря совместной работе молодых конструкторских ателье и производителей механизмов, которые также хотят покинуть избитую колею и создать нечто совершенно новое и оригинальное. В этом отношении такая



HOROLOGICAL MACHINE от Max Büsser & Friends

компания, как BNB Concept SA, весьма показательна в отношении наличия новых технических “ресурсов”, без которых это “новое” часовое направление, проигнорированное крупными промышленными группами, никогда бы не возникло. Вертикализация крупных групп, ставшая возможной благодаря самостоятельному производству механизмов и поглощению других предприятий, постепенно начала уравниваться со стороны возрождающихся небольших предприятий полного цикла. Иной важный аспект заключается в том, что небольшое предприятие типа HD3 Complication обладает высокой гибкостью в отношении разрабатываемой продукции, что недоступно их более крупным конкурентам. Очевидно, что малый масштаб производства также позволяет более оперативно реагировать на запросы рынка. “Все остальное мы производим исключительно собственными силами”, — утверждает Йорг Хайзек. Коммуникации, пиар, каталоги, выставки, упаковка, сайт марки — все это контролируется непосредственно конструкторами. В свободное от разработки часов время они отправляются в соседнюю мастерскую, где с помощью кисти и холста выражают свои

идеи, в ходе чего вырисовывается концепция будущей модели, как в случае последнего творения Фабриса Гонэ — модели Biaxial. Эта модель представляет собой двухосный турбийон, отображающий часы посредством цифр, расположенных на двух цилиндрах. Одиннадцать этих еще не изготовленных моделей уже проданы.

MB&F, коллективное приключение

Если Йорг Хайзек считает себя в первую очередь конструктором, признавая при этом, что обладает способностью “собрать вместе талантливых часовщиков”, то такую же способность к объединению усилий талантливых мастеров демонстрирует другой умелец — Макс Буссер, учредивший компанию MB&F, то бишь “Макс Буссер и друзья”.

Долгое время проработав генеральным директором часового подразделения Harry Winston, которое ему удалось далеко продвинуть в мир высокого часового искусства, Макс Буссер осознал потенциал ниши “сверхчасов”. Этим он, вероятно, обязан собственному опыту координации работы по созданию весьма “приключенческой” коллекции Orus. Очевиден тот факт, что концеп-

ция коллекции Orus радикально инновационна. Карт-бланш, предоставленный им самым отъявленным независимым разработчикам (в числе которых Антуан Прециузо, Вьянне Альте, Франсуа-Поль Журн и Феликс Баумгартен) впечатлил всех. Модели коллекции Orus не только стали самыми обсуждаемыми на выставках часами, но и доказали, что публика живо интересуется исключительными часовыми шедеврами.

Покинув Harry Winston, Макс Буссер как заправский стратег неторопливо творил, стимулируя определенный ажиотаж по поводу того, что же он такое представит. Первой вспышкой его гения было название, данное им своему детищу, название таинственное и будоражающее детское подсознание давно повзрослевших коллекционеров — Horological Machine (“часовая машина”). Оно также намекает, что это будут не просто часы, а, по заявлению самого Макса Буссера, “высокотехнологичная машина XXI века”, но при этом часы, чье “исключительное качество и ручная отделка свидетельствуют о высочайшем часовом искусстве и мастерстве”. Реализацию нового проекта Макс Буссер начал с идеи, по его же словам, “утопической” — каждая очередная модель



угольную форму, уместая на себе два циферблата. На одном из них расположен прыгающий индикатор часов и концентрический индикатор минут ретроградного типа, на втором — календарь ретроградного типа, описывающий своей окружностью полусферу двойного индикатора фаз луны. Модель оснащена автоматическим механизмом от Girard-Perregaux. Как и в модели HM1, уровень финишной отделки вызывает восхищение, очередной раз свидетельствуя, что «машины XXI века» марки воплощают традиции высокого часового искусства и вместе с тем демонстрируют выход за их рамки. Эта формула подтверждает свой успех — MB&F объявила о показателе товарооборота за 2007 год в 5 млн швейцарских франков и заказах на 2008 год на сумму 8,5 млн.

Уникальные часы от Jean Dunand

Совершенно иной пример реализации концепции «сверхчасов» демонстрирует марка Jean Dunand (см. Cover Story), философия которой выражается словами Тьерри Олева, CEO и сооснователя этой компании: «Наши часы адресуются не рынку, а людям». Таким образом, Jean Dunand может гордиться тем, что создает уникальные часы и каждая ее модель оснащена механизмом, которого прежде не о. Первым примером ее подвижности стала модель Orbital Tourbillon, представленная в 2005 году. Разработанный Кристофом Кларе, этот турбийон в некотором роде стал предтечей последующего разгула турбийоновой одержимости. Тем не менее он является весьма самобытным. Особенность конструкции этой модели заключается в том, что барабан и турбийон расположены на ней друг напротив друга на двух платинах, соединенных опорами, и вращаются на подшипниках. На верхней пластине размещается узел вращающегося циферблата с отверстием, через которое просматривается турбийон.

Horological Machine должна быть беспрецедентными по своей конструкции часами, производимыми «в крайне ограниченном объеме». Как и в случае с моделями коллекции Opus, когда все почести достались их непосредственным разработчикам (в отличие от других известных брендов, не афиширующих имен исполнителей своих заказов), Буссер изначально решил акцентировать внимание на том, что каждая новая модель — это результат коллективных усилий. В MB&F все специалисты, занятые в разработке, находятся на одном иерархическом уровне (Макс Буссер является основным акционером своей компании, а меньшую ее долю недавно приобрел Серж Крикнов, бывший генеральный директор компании G&F Châtelain, производящей комплектующие, которую он покинул ради возможности примкнуть к MB&F).

Буссеру удалось сформировать такой коллектив благодаря широким связям, нала-

женным в пору его пребывания на посту главы Harry Winston Timepieces. Коллективная работа распространяется не только на исполнителей, но также и на развитую коммерческую сеть опытных ретейлеров. Более того, свой проект Буссер начинал именно с ретейлеров. Он пообщался с ними, представив не прототип модели, а всего лишь ее эскизы. Большинство из них ему доверились, и MB&F смогла приступить к реализации идеи Horological Machine No 1. Модель представляет собой настоящую «машину» в огромном корпусе в виде восьмерки с четырьмя параллельными барабанами, обеспечивающими недельный запас хода, и венчаемую выступающим центральным турбийоном. Затем, продолжая удерживать свою аудиторию в томительном ожидании, MB&F приступила к созданию модели Horological Machine No 2, которая лишь недавно была представлена широкой публике. На этот раз ее столь же массивный корпус имеет прямо-



SHABAKA от Jean Dunand

он. Функция корректировки показаний времени и завода реализована не традиционно — посредством заводной головки, а вертикально на задней крышке корпуса. Отсутствие заводной головки позволило разместить по бокам корпуса два отверстия, открывающих боковой вид на механизм. В одном из них на метке “3 часа” разместился вертикальный указатель запаса хода. Своей уникальностью эти модели обязаны циферблату, каждый из которых изготовлен из редких окаменелостей (например, анаконды или рыбьей икры).

Тяготая к стилистике ар-деко, модели от Jean Dunand порождают взаимосвязь между техническими новациями и декоративным искусством. Эта взаимосвязь прослеживается и в последней коллекции марки — Shabaka, вдохновленной древнеегипетскими мотивами.

В техническом плане модель Shabaka отличается высокой сложностью. Она представляет собой минутный репетир с кафедраль-

ным боем с функцией вечного календаря, реализованной посредством индикации показаний даты, дня недели и месяца на маленьких вращающихся цилиндрах, приводимых в действие с помощью оригинальной ортогональной передаточной системы. Более того, смена показаний этих цилиндрических индикаторов, корректируемых посредством двух кнопок у заводной головки (за день недели отвечает кнопка у метки “2 часа”, а за остальные настройки календаря — кнопка у ометки “4 часа”) и коаксиальной кнопкой на заводной головке (месяцы и годы), происходит дискретно в полночь.

Индикатор високосного года также выполнен оригинально. Маленькая белая пластинка, совершающая один оборот за четыре года, поочередно высвечивает литеру B (bisextile — високосный), и порядковые номера трех последующих лет (1,2,3), вырезанные на циферблате. Индикатор фаз Луны (при заявленной погрешности в один день на 120 лет) также реализован посредством вра-



TOURBILLON ORBITAL от Jean Dunand

щающегося диска, затемняющего или обнажающего изображение Луны.

Еще одно своеобразие — индикатор запаса хода, выполненный непосредственно на пружине барабана и отлично просматриваемый через заднюю крышку. Все индикаторы геометрически разделены на четыре зоны, разграниченные декоративными треугольными пирамидками из розового золота. Разумеется, что объем производства этих необыкновенных часов, цена на которые колеблется от 390 тыс. швейцарских франков за модель Orbital Tourbillon до 550 тыс. за модель Shabaka, весьма ограничен. По прогнозам Тьерри Олева, в 2008 году будет выпущено 40 часов. В прошлом году было реализовано шесть экземпляров другой модели — Grande Complication (с двенадцатью интегрированными осложнениями) по 700 тыс. швейцарских франков за каждый.

Новые лица: Badollet

Мода на “сверхчасы” влечет в эту нишу новых игроков. Недавно о своем выходе на этот рынок объявила марка Badollet. Планы бренда-новичка, по словам его CEO Альдо Магада, весьма амбициозны. Марка намеревается ежегодно производить около сотни часов по



???? от Badollet

цене не менее 200 тыс. швейцарских франков за пару! Инвесторы компании, как отметил Магада, “согласны подождать, делая ставку на долгосрочную перспективу”.

К настоящему моменту ни одной модели марки еще никто не видел, однако в апреле в Базеле ожидается представление ее первой коллекции. Предварительно было объявлено о четырех моделях с четырьмя разными механизмами — парящим турбийоном (в сотрудничестве с BNB) с платиной из метеорита, хронографом с турбийоном, минутном репетире и некой модели, носящей загадочное кодовое название Bamboo. “Конструкция всех моделей весьма оригинальна, и все элементы механизмов, включая мосты из алюминия и магния, максимально облегчены”. Это пока вся информация, которую марка решила обнародовать. Помимо часов, Badollet также заявила о создании “предметов, связанных с временем”, таких как “механические песочные часы”, в которых песок заменит каретка турбийона. Название этой марки происходит от фамилии женевских часовщиков, известных не только в Швейцарии. На вопрос о том, не выбрано ли это название просто ради красного словца, Альдо Магада горячо возражает:

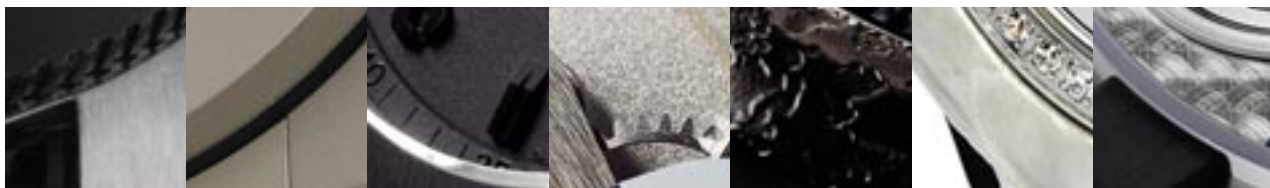


Badollet ???? 1889 и 1892

“Мы черпаем вдохновение из этой истории, из корней этой династии. Семейная сага Бадолле направляет нашу деятельность. Эти часовщики проявляли интерес к индустриализации часового дела и славятся своим прогрессивным техническим мышлением, подтверждением чему является книга The Excellence of Horology, изданная в 1689 году в Женеве неким Жаном Бадолле (марка недавно переиздала эту небольшую работу)”. Это “исследование корней” предполагает создание часов, которые, по словам Магада, не имеют ничего общего с показным великолепием популярных fashion-моделей. Это будут часы “высокого технического уровня и изумительного качества отделки”. Для достижения цели марка заключила эксклюзивные соглашения со множеством подрядчиков в Женеве и в других городах Юрской Дуги и не стремится к вертикализации.

???? от Badollet

В компании функционирует небольшое техническое подразделение, занимающееся разработкой механизмов и корпусов. Со временем она планирует самостоятельно производить корпуса и осуществлять постпродажное обслуживание. Магада особо восторженно отзывается о сопроводительном обслуживании своих “сверхчасов”. К каждой паре предлагается целый букет услуг: исчерпывающая информация для каждого владельца на персональной веб-странице, пятилетняя гарантия, регулярное обслуживание, включая и не гарантийное, прием и доставка часов для обслуживания курьером компании, предоставление другой пары часов на время обслуживания, персонализированное телефонное обслуживание 24 часа в сутки. Badollet — пока последняя из марок, решивших обслуживать сегмент “сверхчасов”. Однако эта ниша роскоши требует от часовой продукции марки реального превосходства. Немаловажным представляется и тот факт, что сегмент “сверхчасов” можно рассматривать в качестве передовой технической лаборатории всей часовой отрасли. <



Лучше стали.

» Кит В. Стрэндберг

Новые материалы в часах

П

Применение новых материалов в часовом деле — традиция древняя, как само это дело. Часовщики, конечно, используют ранее не применявшиеся материалы, но сама идея нового в часах — старая.

Новые материалы, новые решения

Многие компании опробуют новые материалы в своих моделях, стремясь улучшить их технические характеристики. Некоторые, как Patek Philippe и Rolex, исследуют оптимальные материалы для спирали баланса и других деталей. Так, в 2005 году Patek Philippe запатентовала первое в мире колесо спуска из кремния для спуска швейцарского типа. Rolex для своей спирали баланса разработала материал Parachrom — новый сплав с высокими антимагнитными свойствами и повышенной стойкостью к ударам и вибрациям. Другие, например, Jaeger-LeCoultre, ведут изыскания для устранения необходимости в смазке часов.

“Jaeger-LeCoultre гордится своей приверженностью новаторству и вкладом в прогресс всей часовой отрасли, — говорит Джером Ламбер, президент компании. — Таким образом, исследования в области новых материалов крайне важны для нас. В прошлом году мы представили вовсе не нуждающуюся в смазке модель Extreme Lab, в конструкции которой использовано 13 новых материалов. Как и в любом другом бизнесе, исследование



EXTREME LAB от Jaeger-LeCoultre



PROJECT Z4 от Harry Winston

способов его оптимизации является определяющим аспектом. Учитывая, что штат нашей мануфактуры насчитывает свыше 1000 человек, мы постоянно ищем как возможности для улучшения нашей продукции, так и выгоду для всей часовой отрасли. Представив модель Extreme Lab, Jaeger-LeCoultre лишь раз подчеркнула свой статус новаторской компании. Приверженность такому подходу мы будем сохранять и в дальнейшем”. Hublot и Zenith также не чужды новинок. Первая разработала сплав AG5, а вторая — новый материал зенитий, позволяющий уменьшить массу изделия, повысить стойкость к ударам и прочность. Harry Winston осуществляет “Проект Z4”, предполагающий изготовление часовых корпусов из зальюма — прочного и легкого сплава циркония, изначально разработанного для использования в реактивных двигателях.

“Исследование новых материалов — важнейшее направление для Hublot, так как это

единственная причина того, зачем мы производим часы и вообще функционируем, — отмечает Жан-Клод Биве. — Декларируемый нами принцип, “искусство синтеза”, предполагает исследование новых материалов и различных комбинаций материалов традиционных. Они используются во всех наших моделях. Наиболее примечательный, поскольку он является самым редкостным, является ультралегкий сплав магния и алюминия — AG5”.

На протяжении четырех лет Audemars Piguet был лидером в области исследования инновационных материалов. Последняя из работ компании в этой сфере — проект минутного репетира, в котором участвуют лаборатории, преподаватели и студенты лучших университетов. Они ведут поиски новых сплавов и конструктивных решений, позволяющих улучшить звучание репетира. “Мы производим достаточно много репетиров, но размер современных наручных ча-



TITANIC OXY III TOURBILLON от Romain Jérôme



C1 COSC-CERTIFIED CHRONOGRAPH от Concord

сов не позволяет добиться в них такого же чистого звучания, как в карманных часах, — поясняет Жорж-Анри Мейлан, Audemars Piguet. — Мы пытаемся улучшить звучание, поэтому и наладили сотрудничество с лабораториями и учебными заведениями. Получить результат мы планируем уже через год". Ulysse Nardin недавно представила свою модель Innovision — концепт, воплотивший в себе самые дерзкие инновации компании — от кремниевого спуска, впервые использовавшегося в модели Freak, до новых деталей из кремния (шестерен, мостов, трибов). Ulysse Nardin является совладельцем Sigatec SA, компании, занимающейся

внедрением кремниевых технологий в часовом деле.

"Я считаю, что мы — пионеры инноваций, — заявляет Рольф Шнейдер, владелец и президент Ulysse Nardin. — У нас хватает смелости исследовать новое. Не все всегда получается, но если уж получается, то это сразу же реализуется в наших моделях". История с моделью Freak демонстрирует упорство компании в этом направлении. Первый прототип Freak оказался неработоспособным вследствие неверно подобранных материалов. Шнейдер уже был готов отказаться от использования инновационного спуска, но получил совет попробовать применить его по-другому.

FREAK от Ulysse Nardin



MAG BANG от Hublot

"Неудача с Freak объясняется использованием традиционных материалов. Столкнувшись с этой проблемой, я, было, хотел вернуться к идее анкерного спуска. Однако наш ведущий конструктор полагал, что новый спуск лучше. Поэтому мы избрали два направления — конструкцию с анкерным спуском и модель с новым спуском. Мы нашли специалиста, работавшего с кремнием. Поскольку материал был новым, затраты оказались высокими".

Ныне Ulysse Nardin сосредоточена на производстве комплектующих из кремния. Одно из преимуществ использования кремния состоит в том, что оно дает полную свободу фантазии конструктора, позволяя изготовить деталь практически любой формы. Применение кремния может оказать существенное влияние на принципы проектирования часовых механизмов, устранив существовавшие ранее ограничения. Кроме того, кремний позволяет добиться более высокой точности изготовления, прочности изделия и его меньшего веса.



GR80100 от Glam Rock

Новые материалы, уникальные часы

Некоторые компании обращаются к новым материалам из эстетических соображений, как, например, Gérald Genta в своей коллекции Gefica, в которой весьма оригинально использована бронза. "Применение инновационных материалов — основной принцип при создании наших моделей, в особенности под маркой Gérald Genta, — говорит Жераль Родан, CEO Daniel Roth и Gérald Genta. — Мы долгое время исследуем оригинальные способы использования новаторских материалов. Долгое время мы экспериментировали с непривычными сочетаниями таких материалов, как углеволокно, алюминий и древесина с резиной и даже рыбьей кожей". "В 2003 году Gérald Genta была одной из первых, кто начал использовать в корпусах редкие металлы, к примеру, палладий и тантал, что ныне практикуют многие. Мы оформили патент на прозрачную керамику для нашей коллекции Octo и в настоящее время в сотрудничестве с металлургами разрабатываем новые инновационные сплавы. Также на завершающей стадии находится проект разработки нового покрытия для стали". Марка Romaine Jérôme удостоилась как комплиментов, так и критики, используя металл с корабля "Титаник" в своих новых моделях, представленных коллекцией



RIVA WATCH от Hamilton

Titanic-DNA. Можно спорить о моральной стороне вопроса, однако модели смотрятся потрясающе.

Недавно Glam Rock обратилась к новым-старым материалам, типа кремния и кожаных чехлов, добившись, таким образом, оригинальности. Piaget и Corum возродили было забытые часы с монетами, доработав их и применив в конструкции новые монеты, например, китайский юань. Hamilton также старается не отставать, используя древесину в своей специальной серии модели Riva. Audemars Piguet, JeanRichard, Oris, Chopard и многие другие применяют углеволокно и другие материалы, связанные с их спонсорской деятельностью, — регатой America's Cup, гонками "Формула-1", мотоциклами MV Agusta и прочими. Эти материалы не добавляют моделям часов ничего, кроме эстетики. Не беда, поскольку эстетика в вопросе покупки играет весьма важную роль.

В циферблате и конструкции корпуса хронографа C1 от Concord, сертифицированного COSC, используется интересная и непростая комбинация металлов.

Перспективы

Многие потребители, в особенности те, кто следит за прогрессом часовой отрасли, с радостью принимают (и покупают) часы, в которых использованы новые материалы.

"Мы выяснили у наших потребителей о наличии заинтересованности в новых материалах, новых технологиях и передовых инновациях", — сообщает Ламбер (Jaeger-LeCoultre).

Порой присутствие в моделях часов некоторых материалов можно объяснить разве что маркетинговой уловкой, однако Родан (Gérald Genta) поспешил уверить, что его компания решает использовать тот или иной материал лишь тогда, когда это технологически или эстетически оправдано. "Новые материалы имеют значение лишь тогда, когда привносят нечто в дизайн или в качество изделия в целом. В процессе разработки мы следуем правилу "никаких ухищрений".

Как отмечает Биве (Hublot), интерес к новым материалам также подогревают потребители младшего поколения. Эти потребители привыкли к тому, что в других приобретаемых ими изделиях используются инновационные материалы, поэтому они также ожидают встретить их в часах. "Молодое поколение успешных предпринимателей интересуется часами, в которых присутствуют новые материалы. Таким образом они как бы смотрят в будущее, а не оглядываются в прошлое своих родителей".

Часовые компании никогда не уймутся по части поисков оптимального и новаторского, а этот процесс также предполагает и разработку новых, лучших материалов. Имеет это отношение к улучшению амортизационных свойств или к соображениям моды, можно быть уверенными, что часовые компании сделают еще не один немалый вклад в развитие металлургии. <



Glam Rock



THE COUTURIER OF HORLOGERIE

BASELWORLD HALL 1.1 BOOTH A23

info@glamrockwatches.com

Alpina Avalanche Extreme Regulator Full Black

Появление Alpina Avalanche Extreme Regulator Full Black встряхнуло рынок спортивных моделей: эти часы яркие, большие, стильные и абсолютно бескомпромиссные в своей приверженности черному цвету. Сделав ставку на экстремальный дизайн и массивный корпус, эта давно известная поклонникам экстремальных видов спорта марка создала новый эталон в области спортивных часов.



ALPINA AVALANCHE EXTREME REGULATOR FULL BLACK

Часы снабжены механизмом AL-650 на 17 камнях, частота составляет 36 000 пк/ч, а запаса энергии хватает на 42 часа хода.

Корпус изготовлен из нержавеющей стали, ширина равна 48 мм, а длина 12 мм. Стекло – сапфировое.

Безель и задняя крышка крепятся шестью специально спроектированными болтами с характерными треугольниками Alpina на торцах. Заводная головка также декорирована красным треугольником – значком Alpina.

Мосты механизма декорированы темно-синими винтами и воронеными шестернями заводного триба с нанесенной полировкой soleil. Светонакопительные элементы на циферблате и стрелках.

Часовой субциферблат на метке “10 часов”.

Ремешок изготовлен из резины.

Каждые часы Alpina имеют индивидуальный порядковый номер и международную гарантию на два года.





Экстремальные модели часов: кто их носит?

› Кит В. Стрэндберг

С

Сегодня можно найти часы практически на любой вкус. Они становятся все более специализированными, и одна из наиболее любопытных их категорий, завоевывающая все большую популярность, — “экстремальные” часы. Какое определение дать экстриму? Как насчет часов со столь высокими эксплуатационными характеристиками, что их владельцу и близко не удастся опробовать их сполна? Например, некогда было принято считать, что водонепроницаемость часов на глубине до 200 м — это скорее исключение, нежели норма, адресуемое лишь серьезным дайверам. Ныне 200 м — ничто в сравнении с водонепроницаемостью модели Seahawk II Pro от Girard-Perregaux (1000 м)





AVENGER SEAWOLF от Breitling



V10 от Rado



HYDROMAX от Bell & Ross

оснащены моторами, способными развить сумасшедшую скорость в мгновение ока. Никто на таких скоростях не ездит, но ценит само осознание подобной возможности.

Потребители

Кто же приобретает эти экстремальные часы? Кто собирается летать столь высоко или нырять так глубоко, чтобы характеристики этих часов имгодились?

Существует два основных типа потребителей этих часов. Одни действительно используют их по назначению (дайверы, охотники, серферы, альпинисты, экстремальные лыжники). Потребителям второго типа попросту нравится избыточный запас прочности экстремальных часов, а также тот факт, что им нечего беспокоиться относительно возможности их повредить.

Специализированные экстремальные часы

Профессионалы ценят экстремальные модели часов, поскольку разработаны такие часы специально для их экстремальных увлечений. Если в числе ваших клиентов есть серьезные любители серфинга, позаботьтесь о том, чтобы в вашем ассортименте

были представлены модели с индикацией приливов и отливов (например, механические Admiral's Cup Tide Watch от Corum или кварцевые модели от Reactor, Casio, Rip Curl и др.) с высокой точностью хода. Помимо этого, часы должны обладать высокой степенью водонепроницаемости, поскольку большинство серферов не оставляют свои часы на берегу.

Обслуживаете альпинистов или горнолыжников? Тогда вам стоит запастись моделями с альтиметром и барометром, чтобы владельцы часов могли определять, как высоко они находятся, и отслеживать любые изменения в погоде. Как насчет дайверов? Существует множество великолепных новых моделей часов для подводного плавания, включая целые коллекции от Jaeger-LeCoultre, Panerai,



CHRONOSCOPE от Ernst Benz



NEUTRON от Reactor



KHAKEI X-WIND от Hamilton



DEFY XTREME от Zenith

Breitling, Rolex, Citizen, Doxa и других. Многие представленные на рынке часы для подводного плавания — это своего рода мини-компьютеры для дайверов. Может, этим часам никогда и не суждено увидеть “Титаник”, но они будут весьма полезными при погружении с аквалангом, серфинге и купании. Дайверы, как правило, не погружаются глубже рекомендованной глубины 40 м, однако производители часов и далее наращивают максимальные глубины водонепроницаемости. Эти часы будут продолжать тикать на глубине, на которой человек был бы раздавлен давлением воды, словно жестянка. Если ваши потребители интересуются часами для подводного плавания, включите в свой ассортимент модели с водонепроницаемостью до 200 м, что понадобится даже в том случае, если владелец планирует попросту купаться в своих часах.

Во многих таких моделях имеется функция хронографа. Ныне некоторые модели оснащены хронографом, который можно активировать под водой (например, от Omega и Bulgari). Этого не рекомендуется делать в случае большинства иных хронографов, поскольку подводные манипуляции с кнопкой хронографа могут нарушить герметичность корпуса.



DIAGONO PROFESSIONAL SCUBA CRONO WATCH от Bulgari. Часы в корпусе из желтого золота (40 мм) с резиновым ремешком и звеньями из желтого золота. Данную модель отличает современный высокотехнологичный дизайн наряду со специальными функциями для профессионального подводного плавания. Минутная стрелка хронографа позволяет без труда отслеживать время декомпрессии. Функция Fly-Back позволяет возвращать в исходное положение стрелку хронографа или возобновлять отсчет простым нажатием соответствующей кнопки. Модель имеет вращающийся в обе стороны безель и выпуклое сапфировое стекло. Водонепроницаемость до 300 м. Swiss made. Автоматический механический калибр B224, доработанный Bulgari.

Повседневные экстремальные часы

Современные экстремальные модели часов уместны для повседневной носки. В отличие от своих предшественников, сегодняшние модели смотрятся великолепно. Когда товарная категория набирает популярности у потребителей, многие производители устремляются в нее, давая волю фантазии своих исследователей, разработчиков и дизайнеров.

Во многих случаях экстремальные характеристики — не более чем бахвальство. Кому понадобятся часы с водонепроницаемостью до 1000 м? Никому, однако, чтобы выдержать такое давление, часы должны быть сконструированы особым образом. И это наводит на мысль о их повышенной долговечности.

Экстремальные модели часов являются как модным аксессуаром, так и возможностью для владельца сообщить окружающим о своем образе жизни, что лишний раз подкреплено избыточными характеристиками таких часов, способных справиться с любой задачей. Потребителям нравится мысль о том, что их часы способны на все — так они стали отдельной товарной категорией. <

PATHFINDER от Casio



SUPER SKYHAWK от Citizen



Прогрессивный кварц

Кварц мертв, да здравствуют механические часы!

Таков, похоже, единогласный клич большинства авторитетных швейцарских марок.

› Кит В. Стрэндберг

П

Просматривая СМИ, можно прийти к заключению, что кварцевые часы вскорости станут историей. Однако в действительности это абсолютно не так. Фактически в 2006 году экспорт кварцевых часов из Швейцарии превышал экспорт механической часовой продукции — 24 866 185 против 21 108 829 часов (источник: FH). Кварцевые часы поживают вполне благополучно и, возможно, находятся в преддверии своего ренессанса.

Преимущества кварца

Сегодня многим не понятен ажиотаж вокруг механических часов. Для таких людей ключевыми характеристиками часов явля-

ются точность хода и надежность работы, а что касается кварца, то в этом он вне конкуренции.

“На наш взгляд, логичным и единственно правильным выбором механизма для истинно спортивных часов является кварцевый механизм, — говорит Джимми Олмз, президент Reactor Watches. — Точность, долговечность и надежность работы — основные его преимущества. Коротко говоря, отсутствие движущихся частей в кварцевом механизме делает его идеальным выбором для надежных спортивных часов. Кварцевые механизмы обладают гораздо большей способностью к поглощению ударных нагрузок при сохранении высокой точности хода. Кварцевый механизм не нуждается в техническом обслуживании, не считая периодической замены батарейки. Также примите во внимание следующее: точность хода добротного кварцевого механизма

TATI WORLD TIME от Yes

(швейцарского или японского) составляет 15 секунд в месяц, тогда как лучшие механические часы могут похвастать показателем в 20 секунд в сутки, притом, будучи новыми. Стоит лишь владельцу их активно поносить, как точность хода механических часов существенно падает. Безусловно, кварцевые часы лишены шарма механических, однако для настоящих занятий спортом кварц подходит гораздо лучше”.

Кварцевые часы точнее, надежнее и функциональнее, они имеют меньшее число комплектующих, а себестоимость их ниже. Не будь кварца, мы бы не имели таких полезных функций в часах, как альтиметр, барометр, термометр, цифровой компас, пульсометр, всевозможные будильники, накопитель данных и тому подобное.



ELECTRON от Reactor

Например, модель Pathfinder от Casio, предлагаемая менее чем за 300 долларов, имеет такие функции, как индикация времени, хронограф, шесть будильников, барометр, альтиметр, цифровой компас и термометр. Механические же часы с одной лишь функцией будильника обошлись бы владельцу в среднем в 2000 долларов.

Недостатки кварца

При всех своих преимуществах кварцевый часовой механизм не лишен недостатков.

Объем производства. В современный век индивидуализации и предметов роскоши многие потребители не желают приобретать такие же часы, как у всех, поэтому производимые в больших объемах кварцевые модели они обходят вниманием.

Зависимость от срока службы батареек. Вряд ли у кого-нибудь батарейка в кварцевых часах садилась в самый неподходящий момент. Тем не менее, вследствие подобной зависимости многие не хотят, чтобы их часы питались от элемента. Citizen, Casio и другие производители решают эту проблему за счет оснащения своих моделей фотоэлементами.



QUADTECH от EquiTime

Низкая стоимость. Потребителям нравится приплачивать за особенные часы. При всех "наворотах" кварцевых часов вы не сможете потратить больше 1000 долларов на самую передовую их модель.

Перспективы

Несомненно, кварцевые часы не собираются никуда исчезать. Кварцевым механизмом будет и впредь оснащаться подавляющее большинство часов, в особенности нижнего ценового сегмента. Примечательно, что многие производители стремятся поправить свои дела за счет исключитель-



VELATURA KINETIC от Seiko

ной функциональности кварцевых механизмов, модернизируя модели этой весьма стабильной товарной категории.

TAG Heuer трудится на ниве как кварца, так и механики. Наиболее замечательное ее достижение в области кварца — модель Calibre S, которую отличает точность кварца и сложность механики.

"Объем продаж TAG Heuer поровну распределяется между кварцевыми и механическими часами, — сообщает Жан-Кристоф Бабин, президент и CEO TAG Heuer. — Мы не из тех, кто считает кварцевые часы менее престижными, поэтому намереваемся и да-

LINK CALIBRE S от TAG Heuer





CO-PILOT и AEROSPACE от Breitling

лее предлагать продукцию обеих категорий. Благодаря модели Calibre S нам даже удалось объединить все лучшее этих двух сфер — беспрецедентную точность кварца, его высокую функциональность (“вечный” календарь на 99 лет) со сложностью механического калибра. Можно сравнить ситуацию в часовой и автомобильной отраслях. Долгое время считалось, что престижный автомобиль должен работать лишь на бензине. А BMW и Mercedes смогли доказать обратное. Мне чужды какие-либо табу в часовом деле, и я верю в то, что классные часы могут иметь кварцевый механизм”.

T-TOUCH от Tissot



Citizen недавно начала оснащать свои кварцевые модели традиционными механическими осложнениями (вечный календарь, минутный репетир и т. п.), сделав доступными широким массам эти замечательные функции.

Иные производители подогревают интерес к кварцевым часам, повышая их функциональность, как в случае моделей T-Touch от Tissot, Pathfinder от Casio, Dive Computers и часы для пилотов от Citizen, а также ассортимент высокотехнических и сложных моделей от Suunto. Новая модель Quadtech от EquiTime, сообщающая время весьма не-

Linde Werdelin



привычными способами, оснащена кварцевым механизмом, который приводит в действие уникальный часовой механизм, позволяющий владельцу выбирать один из способов отображения времени.

Модель Yes World Time позволяет узнать текущее время в сотнях городов мира, используя для идентификации часовых поясов авиационные коды. Эта исключительно стильная модель также оснащена кварцевым механизмом.

Признавая ограниченные возможности механики, компания Linde Werdelin разработала модель, в которой механические часы используются в качестве базовых, поверх которых располагаются кварцевые часы.

Breitling представила механизм SuperQuartz, полностью сертифицированный COSC. По заявлению компании, технология SuperQuartz обеспечивает точность хода в десять раз выше в сравнении со стандартным кварцевым механизмом. Подобным механизмом оснащаются все электронные часы компании, включая модели Emergency, Airwolf, Aerospace, Co-Pilot и Chrono Avenger M1.

Будущее кварцевых часов представляется оптимистичным. Конечно же, многих завораживает ход механических часов, однако своим подъемом часовая отрасль обязана именно кварцевым часам. <

Его Величество **Blu** Majesty Tourbillon MT3



► Пьер Мейяр

3

Заслуженной награды удостоился Бернар Ледерер, отмеченный в Куала-Лумпуре призом “Лучшие часы года. Малайзия 2007” за свою чрезвычайно впечатляющую модель Blu Majesty MT3 Tourbillon. Эти часы расширяют границы весьма специфического направления в часовом деле, которого этот часовщик придерживается со всей стойкостью и решительностью. Направление

это предусматривает вращение циферблатов во всех мыслимых направлениях, отказ от стрелок, цифр и даже самих циферблатов. Его последнее творение метко названо “Ваше Величество”, поскольку это не что иное, как турбийон в турбийоне в турбийоне! И каждый из трех турбийонов отсчитывает свое время: секунды, минуты, часы. Внутри корпуса располагается “полупарящий” турбийон, совершающий оборот за одну минуту и, таким образом, отображающий секунды. Он помещен вовнутрь каретки парящего турбийона, выполняющего оборот за один час и отображающего минуты. В свою очередь этот турбийон размещен на еще более впечатляющем тур-

бийоне, который совершает оборот за 12 часов и служит индикатором часов. Аллеоп, вот вам и точное время!

Можно только представить себе всю сложность этой конструкции, энергию которой обеспечивает двойной барабан, скрытый в месте, где обычно располагается система зубчатых колес. Но Его Величеству нечего беспокоиться о шестернях, поскольку они конструктивно реализованы в “вихре турбийонов”. Те, кто еще не успел восхититься этим впечатляющим и величественным творением часового искусства, смогут сделать это на предстоящей выставке BaselWorld. ◀

Более полная информация о Blu — в разделе Brand Index на сайте www.europastar.com

Tourbillon Gravity от Concord



› Пьер Мейяр

К

Казалось, что в области турбийонов мы повидали всего, ну или почти всего. Ан нет, сюрпризы случаются. Последний из них будет представлен на BaselWorld 2008 — это модель Tourbillon Gravity от марки XXL Concord.

Приставка XXL вполне уместна, поскольку этим часам необходим “большой-пребольшой” корпус, чтобы уместить турбийон с кареткой не на привычной передней поверхности, а сбоку. В какой-то степени та-

кая конструкция отражает суть турбийона, который, как известно, был изобретен Бреге для компенсации частоты колебаний баланса в карманных часах, которые, как и следует из их названия, носились преимущественно в кармане в вертикальном положении. Таким образом, изначально турбийон использовался для коррекции погрешностей хода, возникающих вследствие действия гравитации, компенсируя частоту колебаний в вертикальном положении. Несколько лет назад споры о пользе или бесполезности турбийона в наручных часах (находящихся, как правило, в различных положениях при носке на руке) разгорелись с новой силой (подогреты главным образом опубликованной Europa Star

спорной статьей профессора Жана-Клода Николе).

С научной точки зрения модель Tourbillon Gravity не предлагает ничего нового, но, тем не менее, это конструктивное решение выглядит смелым и неожиданным. Разработана модель весьма инновационной компанией BNB Concept (см. статью о “сверхчасах” в этом номере). Сложность инженерной задачи в данном случае заключалась в разработке необычной ортогональной конструкции, позволяющей убрать турбийон с циферблата и поместить его у края корпуса. Эта модель также позволит Concord наметить новые границы своих рыночных территорий. ◀

Более полная информация о Concord — в разделе Brand Index на www.europastar.com

Bédat & Co.: счастливая цифра 8



Софи Ферли

Есть часовые марки, производящие ювелирные украшения, и ювелиры, изготавливающие часы. Можно встретить часы, напоминающие драгоценности, и украшения, сообщающие время. А вот модель под номером 394 коллекции No. 3 от Bédat & Co. являет собой часы и ювелирное украшение. Впрочем, попеременно.

3

Заинтригованы? Давайте поясню. Ремешок большинства наручных часов попросту крепится с обоих боков корпуса, тогда как ремешок модели номер 394 является цельным, на нем корпус свободно скользит. Часы легко снимаются с ремешка, место которых занимает украшение, выполненное в форме восьмерки, — знаменитого логотипа Bédat & Co.

В данной коллекции представлены шесть моделей — четыре без инкрустации, одна инкрустированная белыми, а вторая черными бриллиантами. Циферблаты в большей степени выражают стилистику ар-деко, нежели предыдущие модели коллекции No.3, впрочем, в целом они смотрятся весьма совре-

менно и дополняют характерный бочкообразный корпус коллекции.

Задумка состояла в том, чтобы предложить женщинам нечто особенное в 2008 году, учитывая, что восьмерка является логотипом Bédat & Co., а также символизирует счастье в азиатской культуре.

Этот новый часовой и ювелирный комплект отражает философию марки, предполагающую обретение потребителем благоприятного опыта обладания продукцией бренда. Приобретение часов от Bédat & Co. — это гораздо больше, нежели рядовая покупка часов.

В конце прошлого года компания объявила о том, что каждый новый потребитель продукции марки удостоивается членства в сервисной службе Quintessentially — частном клубе, открывающем своим членам доступ к ве-

щам, практически недоступным тем, у кого нет необходимых связей, — резервированию столиков в ресторанах, в которых никогда нет свободных мест, возможности приобретения последней модели мобильного телефона, повсеместно загодя раскупленной, или услугам обслуживающих банкеты компаний, когда ничего не готово, а 12 гостей прибывают в течение часа.

Ради своих клиентов Bédat & Co. лезет из кожи вон, так что они ценят продукцию марки и дорожат взаимоотношениями с компанией. Это отличная стратегия в условиях, когда обслуживание становится решающим фактором принятия решения о покупке, и одних только счастливых цифр здесь будет недостаточно. ◀

Более полная информация о Bédat & Co. — в разделе Brand Index на www.europastar.com

Пернатые хищники тьмы от Villemont



► Пьер Мейяр

В

Всем знакома модель Big Bang All Black Hublot — первые “цельночерные” часы. Ныне свой полет начинают иные птицы ночи, а именно Night Hawks от Villemont.

Эти оригинальные модели весьма самобытны и своеобразны, в особенности своим “современным” корпусом, примечательным как в техническом плане — изготовлен он из титана с черным алмазным

покрытием, так и с точки зрения эстетики — высокий уровень отделки и пригодность к различным типам инкрустации камнями. Наиболее “ночная” и роскошная, пусть и не самая удобочитаемая, модель коллекции Night Hawks инкрустирована черными бриллиантами багетной или бриллиантовой огранки и снабжена черным резиновым ремешком с тисненым узором Clou de Villemont. Модель парадоксальным образом выглядит сдержанно-роскошно.

Другие модели коллекции инкрустированы белыми бриллиантами багетной или бриллиантовой огранки или даже вставками из великолепных рубинов.

Но, несмотря на свой ювелирный шик, модели коллекции Night Hawks также являются собой превосходный хронометрический инструмент. Оснащенные автоматическим механизмом Calibre VM07, они имеют апертуру календаря и запас хода в 48 часов. Задняя крышка из сапфирового стекла позволяет восхититься традиционным искусством декорирования (покрытыми перламутром мостами и голубого цвета винтами), сглаживающим контраст с весьма современного вида черным ротором автоподзавода. ◀

Более полная информация о Villemont — в разделе Brand Index на www.europastar.com

Часы парадной формы от Bell & Ross



BR 03-51 GMT Titanium

Instrument BR 03-94 Black & White

BR 03-92 Military

Пьер Мейяр

В

Bell & Ross наделала много шума своими моделями BR 01 Instrument, выполненными в виде датчиков приборной панели самолета. Дизайн оказался свежим, доселе не присущим продукции часовой отрасли, и как нельзя лучше соответствовал духу этого бренда. Но у моделей BR 01 имелся “небольшой” недостаток — их размер. “Инструменты” с их корпусом диаметром 46 мм было несколько обременительно носить, даже в наш век экстракрупных часов. Поэтому сегодня марка решила представить новую кол-

лекцию **BR 03 Instrument**. Даже с меньшим диаметром корпуса, равным 42 мм, часы смотрятся весьма внушительно, притом что они стали удобнее сидеть на запястье. Bell & Ross предлагает их в нескольких модификациях, демонстрируя тем самым потенциал этого выразительного дизайна.

Адресуемая путешественникам высокотехнологичная модель **BR 03-51 GMT Titanium Instrument** имеет индикатор второго часового пояса и крупный указатель даты. Ее оптимальная читаемость позволяет владельцу оперативно считывать показания обоих индикаторов часовых поясов благодаря их удачному расположению относительно друг друга. Корпус модели выполнен из цельного титана, что обеспечивает ее легкий вес, а циферблат из углеволокна под-

черкивает технологичность часов. Такая же удобочитаемость и четкость присущи модели **BR 03-94 Black & White** в стальном корпусе, оснащенной механизмом автоматического хронографа. Сочетание белого и черного дает хороший контраст, а выполненные в разных цветах индикаторы хронографа ставят эту модель в ряд самых “четких” хронографов, представленных на рынке.

Наконец, модель **BR 03-92 Military**, как следует из ее названия, отвечает строгим требованиям, предъявляемым к профессиональным часам. Смотрится она дерзко, время отсчитывает точно и обеспечивает превосходную читаемость циферблата как днем, так и ночью. <

Более полная информация о Bell & Ross — в разделе Brand Index на www.europastar.com

Партнерство Chanel и Audemars Piguet



› Кит В. Стрэндберг

П

Последняя модель от Chanel — это возврат к базовой версии J12, получившая название J12 Calibre 3125. Эти элегантные и простые часы оснащены высококачественным базовым механизмом от Audemars Piguet.

Учитывая столь богатое разнообразие механизмов, производимых Audemars Piguet,

спрашивается, почему для начала сотрудничества Chanel избрала столь незамысловатый механизм с тремя стрелками и календарем? “Мы уже впадали в иную крайность, предлагая турбийон, а теперь решили, что нам необходима простая и элегантная модель, — поясняет Филипп Мужено, президент часового и ювелирного подразделения Chanel. — Мы считаем, что после периода популярности габаритных, вычурных и избытожных усложнениями моделей наступает мода на простые и элегантные часы. Гонка размеров и излишеств подходит к своему завершению”.

Новая модель предлагается в ограниченной серии, главным образом из-за ограниченного наличия механизмов (именуемых Chanel AP-3125). Розничная цена часов составит 19 000 евро. Модель будет представлена в корпусе (42 мм) из черной керамики или желтого золота (размер корпуса соответствует нынешним габаритам модели J12 GMT).

Несомненно, что в будущем нас ожидают новые совместные проекты этих марок, однако пока обе компании держат их в тайне. А сегодня первая ласточка — J12 Calibre 3125. ◀

Более полная информация о Chanel — в разделе Brand Index на www.europastar.com

Экстерьер китайской часовой фабрики



Первичный контроль качества



Сборка кварцевых и механических часов



Дизайнерский отдел фабрики



Склад деталей часов



Тестирование на водонепроницаемость

Восход красной звезды: визит на китайскую часовую фабрику

» Кит В. Стрэндберг

Думаете, часовая фабрика, расположенная в Китае, сильно отличается от таковой в Швейцарии? Некоторые отличия, конечно же, есть, однако что до самого производства часов, обе во многом схожи. Благодаря Genender International и одному из их клиентов — NakedWatch, нам удалось побывать на китайской часовой фабрике.

Миграция минимальных издержек

Такому явлению, как минимизация производственных затрат, свойственна географическая миграция. Так, производство самых дешевых кварцевых часов началось в Японии, переместившись затем в Гонконг (и на Тайвань), а после и на материковую часть Китая. На каждом из этих этапов требовалось обучить рабочих, закупить оборудование, наладить инфраструктуру и запустить

производство. Ныне дешевое производство покидает даже Китай, перебираясь в Таиланд, Индию и Вьетнам. Поднаторев в часовом деле, китайские рабочие стали квалифицированнее, расходы на оплату труда и другие связанные с ними затраты возросли, и компании, стремясь сохранить рентабельность, вынуждены браться за производство иных, более дорогостоящих изделий. Пока что в Китае этот процесс только набирает обороты, однако жареным уже пахнет.

Фабрика

Фабрика, которую мы посетили, располагалась в маленьком городке Лонконг, что неподалеку от Шеньчжень. В окрестностях Шеньчжень много часовых фабрик и, как и в швейцарской долине Юра, множество поставщиков рассредоточено по всему региону. Поскольку многие компании начинали свою деятельность в Гонконге, расположенный неподалеку от него Шеньчжень оказался удачной альтернативой Гонконгу для переноса производства. Кроме часовых фабрик, ничего особо примечательного в этом

регионе нет, в особенности в Лонконге. Большинство фабричных рабочих — приезжие из других частей страны. Они прошли обучение на фабрике и теперь здесь же работают, проживают и питаются. Общежития для рабочих с их маленькими комнатами являют собой нечто невзрачное, но ведь люди приезжают сюда зарабатывать: на периферии средняя зарплата рабочего составляет 200 юаней в месяц, тогда как в Шеньчжэне среднемесячная зарплата равна 1000 юаней (примерно 100 евро).

Посещенная нами фабрика принадлежит совместному предприятию, организованному компаниями Genender International и Sonman Industrial Limited, и функционирует уже восемь лет. В месяц она производит 100 000 пар часов, 10% которых являются механическими.

«Производство часов требует многих деталей, так что Шеньчжень — это отличное место для размещения часового производства, — говорит Фредди Чен, владелец Perriland Ltd., дочерней компании Sonman. — Фабрика работает пять дней в неделю, иногда

Турбийон



Скелетонизированный и декорированный механизм для Naked Watch



Фабричная столовая



Мастерская по изготовлению прототипов



Подготовка к транспортировке



Сборка часов

сверхурочно по субботам и воскресеньям. Рабочий день в среднем длится с 9 утра до 6 вечера. Отпуск для рабочих не предусмотрен. Лишь на китайский Новый год фабрика не работает в течение недели, и рабочие разъезжаются по домам”.

Уровень качества растет в Китае уже не первый год. Genender International со дня своего основания в 1937 году занимается торговлей часами. “Одно время весь бизнес велся в Швейцарии, — вспоминает Алан Дженендер, исполнительный вице-президент и директор по ВЭД Genender International. — Затем дела переместились на Тайвань, потом в Гонконг, а в середине и конце 1980-х производители начали перебираться в Китай. Сегодня здесь отличная инфраструктура. Большинство механизмов китайского производства. Другие наши фабрики работают с механизмами японского производства, а также механизмами ETA и Ronda. Многие производители комплектующих и циферблатов переехали в Китай из Тайваня, хотя по-прежнему держат там офисы”.

Экскурсия

Сказать по правде, особых отличий между китайской часовой фабрикой и швейцарскими фабриками, на которых мне дове-

лось побывать, я не обнаружил. Безусловно, швейцарские фабрики чище, производство организовано там лучше, а стоимость их готовой продукции выше. Но за этими исключениями китайскую фабрику можно было бы запросто перевезти в долину Юра, и она бы органично там смотрелась.

Основным видом деятельности фабрики Perriland/Genender/NakedWatch является сборка часов и контроль качества. Как и швейцарские часовые компании, фабрика закупает механизмы и комплектующие и своими силами собирает из них часы.

Персонал фабрики насчитывает порядка 260 человек, сократившись с 350-ти в про-

шлом году. По словам Чана, квалифицированных рабочих удержать сложно. Знакомая ситуация?

В ходе экскурсии мне показали все этапы производства, характерные для большинства швейцарских часовых фабрик: разработка моделей, закупка комплектующих, контроль качества, сборка и производство, тестирование (на водонепроницаемость в том числе), приладка ремешка, окончательный контроль качества, отгрузка и т. п. Фабрика произвела хорошее впечатление, она отлично приспособлена для производства кварцевых часов в больших объемах. Ныне она также выпускает небольшие партии механических моделей часов, в числе которых даже модель с турбийоном.

Механические калибры

Genender International закупает китайские механические калибры с 1970-х годов и считает, что при должном внимании к контролю качества они годятся для производства качественных механических часов.

“Для наших проектов с NakedWatch мы главным образом используем продукцию Seagull (компания, базирующейся в Шанхае), в особенности для производства турбийонов, — говорит Алан Дженендер. — Их механизмам



JACKSON от NakedWatch



TOURBILLON or NakedWatch



MALCOMB or NakedWatch



MAXWELL or NakedWatch



присуще стабильное качество. Китайцы занимаются производством механических калибров весьма долгое время. Когда весь мир переключился на кварц, китайцы сохранили приверженность механическим часам. Seagull производит наиболее качественную продукцию, однако, кроме нее, существует еще три-четыре крупных производителя". Компания NakedWatch появилась шесть лет назад. Целью ее создания было предложение качественных скелетонизированных механических часов по доступной цене. "Мы считаем, что выпускаем качественные и недорогие часы, — говорит Даг Флэнтидж, вице-президент по продажам и маркетингу NakedWatch. — Батарейки нам претят. У нас в Колорадо мы заботимся о природе. Нам по душе механика, и мы стараемся подчеркнуть красоту механизма, поэтому производим только скелетоны. Мне близок дерзкий, чистый стиль. В этом наша философия".

Цены на продукцию NakedWatch варьируются в диапазоне 200–479 долларов. Также ожидается появление нового турбийона, цена которого еще не анонсирована. "Это турбийон ручной работы с возможностью изготовления под заказ, — поясняет Флэнтидж. — Мы хотим предложить потребителям на-

стоящий турбийон, изготовленный с учетом их пожеланий, в позолоченном либо цельном корпусе из розового или желтого золота. Мы не смогли отыскать на рынке настоящий скелетонизированный турбийон, изготавливаемый под заказ, по цене ниже 100 000 долларов, тогда как мы сможем предложить его за десятую часть этой суммы".

Дела у NakedWatch, изготовившей и продавшей 3000 часов в 2007 году, идут неплохо. Основная доля продаж компании приходится на прямые продажи через ее веб-сайт, однако она также начинает налаживать сотрудничество с ритейлерами в США и других странах.

"Наша продукция попала в розницу лишь потому, что ритейлеры начали сами к нам обращаться, — говорит Флэнтидж. — Наша основная проблема заключается не в китайских механизмах. Дело в том, что люди не знают о нашей продукции. Нам удалось завоевать себе поклонников в часовой отрасли. Марка NakedWatch мало известна в широких кругах, однако у нас состоялись многообещающие переговоры с ведущими ритейлерами относительно поставок им продукции в 2008 году".

"Перспективы NakedWatch заманчивы. Наша миссия — предложение скелетонизиро-

ванных часов по доступной цене. Обязательно с механизмами китайского производства. В будущем мы планируем использовать швейцарские механизмы. В этом году также ожидается появление хронографа".

Перспективы

Швейцарской часовой отрасли пока рано беспокоиться по поводу Китая. "На мой взгляд, китайским механизмам будет сложно непосредственно конкурировать со швейцарской продукцией, — говорит Дженендер. — Китайцам не достает продуманного маркетинга. Швейцарские же производители весьма преуспели по этой части. Китайцы умеют копировать, осуществлять производство, однако, что-либо изготовив, не знают, куда это все сбывать. Во-вторых, швейцарская отрасль в гораздо больших объемах использует драгоценные металлы, что не характерно для китайцев. Большинство китайских производителей боятся иметь с ними дело, опасаясь краж в ходе производства". Китайские механизмы активно проникают на рынок. Никто не верит в то, что в обозримом будущем Китай сможет потеснить Швейцарию, однако китайские механические калибры определенно нашли свое место на рынке. <

Ударный fashion-отряд США

В этом выпуске рубрики “Имена мира моды” мы исследуем американский рынок fashion-моделей, предлагаемых такими марками, как Calvin Klein, Tommy Hilfiger и Coach, а также рынок спортивных моделей от Nautica, Helix и Avirex. Некоторые имена вам могут быть незнакомы, однако вы определенно почувствуете энергию, которая исходит от этого сегмента часовой отрасли.

› Кит В. Стрэндберг

Nautica

Появившуюся в 1994 году продукцию компании Nautica Watches отличают характерный стиль, броские цвета и самобытный дизайн. Функциональность этих моделей морской тематики отражает энергичный стиль жизни. В часах от Nautica Watches соединяются классический американский стиль и передовые технические инновации.

Бестселлеры 2007 года: модели NST Yachtimer и BFC Chronograph.

Деятельность: объемы продаж демонстрируют рост. Продукция представлена в 53-х странах, уверенная рыночная позиция.

Последние разработки: в 2008 году марке исполняется 25 лет. В честь этой даты в Базеле она представит ограниченную коллекцию таймеров для яхтсменов и хронографов с аналоговым дисплеем, оснащенных эксклюзивным кварцевым механизмом швейцарского производства.

Товарооборот в 2006 году — 389 тыс. часов, в 2007-м — 470 тыс.

Marc Ecko

С самого начала своей деятельности в качестве дизайнера одежды и до недавнего приобщения к миру моды, рынку видеоигр и мультимедиа Марк Эко всегда стремился к разрушению устоявшихся стереотипов и укреплению своего статуса проводника в мире поп-культуры. Его цель — создание новых, прогрессивных рынков товаров и услуг.

Бестселлеры 2007 года: модели The Masterpiece и The Better Off Dead.

Деятельность: 2007 год оказался удачным для марки Marc Ecko, а основную долю ее роста обеспечили зарубежные рынки. Уверенные рыночные позиции во всем мире.

Последние разработки: в 2008 году продолжится пополнение коллекции Timeless Luxury, в рамках которой будут представлены новые модели ограниченных серий. Товарооборот в 2006 году — 258 тыс. часов, в 2007-м — 358 тыс.

Avirex

Компания Avirex, основанная в 1975 году пилотом авиашоу и любителем истории авиации Джеффом Клейменом и его женой Дже-

ки, больше известна своей верхней одеждой классического американского стиля. Более того, куртки Avirex, далеко позади оставившие своих конкурентов, появлялись в таких фильмах, как “Звездные войны” и “Терминатор”. Весной 2007 года Avirex заключила эксклюзивное лицензионное соглашение с компанией Callanen International на производство и реализацию часов под маркой Avirex в Северной и Южной Америке. Нарочито старомодные, модели часов от Avirex выполнены в духе авиационной тематики, но переосмыслены в современном модном ключе.

Helix

Марка Helix создана в 2008 году компанией Callanen International. “Наступил подходящий стратегический момент для запуска марки Helix, — говорит Адам Гурьян, президент Callanen. — У нас сформировался подходящий маркетинг-микс: свежий дизайн, качественная продукция, хорошие результаты пробного маркетинга и высокая узнаваемость

TITANIUM CHRONO от Nautica
BETTER OFF DEAD от Marc Ecko
THREE HAND ICED BEZEL от Avirex





HELIX
MERCER SIGNATURE ETCHED BANGLE от Coach
TOMMY HILFINGER

бренда". Продукцию марки Helix отличают функциональность и внимание к деталям, а дизайн моделей продиктован исследовательской тематикой. Первый сюжет, подводные изыскания, воплотится в модели Scuba Chapter. "Тяга человечества к исследованиям является определяющей в дизайне Helix, — поясняет Скотт Уолф, вице-президент по разработкам и маркетингу. — При создании этой модели разработчики черпали вдохновение из мира подводных приключений".

Coach

Часы под маркой Coach были впервые представлены в 1998 году. Сама марка является лидером по предложению качественных модных аксессуаров классического американского стиля. Часовыми ее бестселлерами являются модели с характерными тканевыми и фирменными узорами Coach.

Calvin Klein – ck watch & jewelry Co.Ltd.

В 1997 году Calvin Klein и Swatch Group объединили свои грандиозные таланты в рамках совместного проекта под названием ck watch. Вскоре очаровательные и элегантные часы, как, например ck dress, покорили сердца публики, и на свет появилась категория "часы как модный аксессуар". Сего-



дня в ассортименте этой марки представлено около 200 моделей часов швейцарского производства в более чем 60 странах. Изначальный геометрический дизайн моделей постепенно сменили более плавные органические линии. Наиболее показательны в этом смысле модели ck bold, ck flash и ck ray.

Бестселлеры: модели ck bold и ck dress.

Деятельность: лучше не бывает.

Последние разработки: марка продолжает процесс самообновления, переосмысливая понятие современной элегантности и задавая тон моде.

Tommy Hilfinger

Первая часовая коллекция от Tommy Hilfinger была представлена весной 2001

CK HYPNOTIC от Calvin Klein



года. Часы марки можно охарактеризовать как модные, непринужденные, молодежные и спортивные. Продукция марки представлена в пятидесяти странах по всему миру.

Guess Watches

Год основания: 1984.

Продукция марки Guess Watches and Jewellery наполнена энергией молодости, ее отличают современный стиль и острое чувство моды, чем всегда славился бренд Guess.

Бестселлер: модель G2G.

Fossil

Год основания: 1984. Fossil была первой американской маркой, привнесшей шик и

GUESS





изящество в часовую категорию и превратившей часы из функционального предмета в элегантный аксессуар. Модели Fossil стилизованы под старину и адресуются людям, желающим самовыразиться.

Бестселлеры: женские модели ES1623, 1622 и 1869.

Деятельность: прошедший год снова оказался удачным, обеспечив хороший прирост.

Последние разработки: в 2008 году Fossil представит полноценную автоматическую модель для мужчин по цене 175–200 долл.

Michele Watches

Продукцию часовой марки Michele отличают стильный классический дизайн и высокое качество.

Бестселлер 2007 года: модель Deco Diamond.

Деятельность: представляя новинки ежегодно, Michele демонстрирует неплохие темпы роста.

Последние разработки: осенью этого года Michele представит керамическую версию своей невероятно успешной модели Deco.

Anne Klein

Марка Anne Klein была основана в 1968 году, а ее часовая продукция появилась на рынке более 35 лет тому назад. Марка предлагает богатый ассортимент женских моделей современного и классического стилей. За годы своей успешной деятельности Anne Klein удалось сформировать узнаваемый образ и снискать расположение многих потреби-

Anne Klein
Michele Watches
Badgley Mischka

лей. Своим успехом она в первую очередь обязана коллекции моделей для повседневной носки, дневных или вечерних мероприятий. Кроме того, марка постоянно обновляет свои модели, отслеживая модные тенденции в дизайне часов и ювелирных изделий.

Деятельность: марка Anne Klein славится широтой своего ассортимента и регулярным представлением новых современных моделей.

Бестселлеры 2007 года: модели с бриллиантами, кристаллами, брелоками, из металла с ионным покрытием черного и серого цвета.

Последние разработки: осенью 2007 года Anne Klein представила автоматические часы женской модели, перенесла моду на автоматику из сегмента изысканных моделей в категорию женских часов. В перспективе это новое направление может иметь хороший потенциал роста.

Badgley Mischka

На BaselWorld 2008 E. Gluk Corporation представит свою часовую коллекцию Badgley Mischka. Элегантность и гламур, броскость, стиль и светскость — вот отличительные особенности ее сложных моделей, в которых используются инкрустация кристаллами Swarovski и ремешки из кожи ската, гофрированного шелка или кожи. <

ES1623 и BG2153 от Fossil



Помните свои первые часы?

Спросите любого, кому сейчас за тридцать, помнит ли он свои самые первые часы, и лицо у него тот час просияет от нахлынувших воспоминаний о том чувстве гордости и ликования, когда он обзавелся первой парой часов. Будь они механическими, светящимися в темноте или украшенными каким-нибудь мультяшным персонажем, первые часы так же памятливы, как и первый велосипед. Однако насколько важной эта категория представляется сегодня? Редакция Europa Star пообщалась с детьми, ретейлерами и производителями, чтобы выяснить ситуацию в этом уникальном сегменте часового рынка.

› Софи Ферли

П

Посетите любой часовой магазин или пролистайте специализированное издание о часах, и почти наверняка вы не встретите там детских моделей часов. Учитывая, что 29% мирового населения младше 15 лет, не кажется ли это несколько странным?

Первое знакомство

Эмоции, порождаемые первыми личными часами, зачастую способны привить любовь к часам на всю последующую жизнь. «Даже те коллекционеры, кто имеет по 200 часов, питают свою страсть детскими вос-



Lego

поминаниями. Все начинается с момента, когда, отправляясь в школу в новых часах, ребенок не преминет всякий раз продемонстрировать их. Теперь он уже не тот, что вчера. Теперь он в числе тех, кто носит часы. Это чувство не покидает его и в зрелом возрасте, — считает Лоран Пичотто, владелец Chronopassion, Париж. — Продав 100 или 200 часов одному человеку, я попытался понять чувства, которые испытывает потребитель после покупки очередной модели. Вероятно, это чувство сходно с детским чувством причастности к новой социальной группе, если хотите».

Маркетинг наших дней

Наверное, вы, как и я, тратили большинство карманных денег на сладости и носили свои

Лоренс Косик, CEO и президент ViaLuxe (ранее работал в Yahoo)

«В девять лет мне на Рождество подарили радиоприемник с часами, ручку с часами и механические часы от Timex с эластичным металлическим браслетом, а также книжку про мальчика, который вечно опаздывал и попадал в неприятности, а когда у него появились часы, он стал везде поспевать, и жизнь у него наладилась. У моих родителей определенно не было проблем с выбором подарка на то Рождество. Это были мои первые часы, положившие начало будущему увлечению и моей часовой коллекции».

Валери Урзенбахер, HD3

«Первые часы у меня появились где-то в восьмилетнем возрасте. Это был подарок, причем очень памятный, поскольку часы были пластиковыми, и мне самой нужно было их собирать. Я хорошо помню, как прилаживала кучу цветочков вокруг циферблата, и, как и любая девочка в этом возрасте, я обожала свои часики».

Йорг Хайзек, HD3

«Свои первые часы я получил в 12 лет на день рождения от отца. Мы вместе отправились в часовой магазин, где он предложил мне



Casio

детские часы вплоть до подросткового возраста. Сегодня у детей все несколько по-другому. Между различными секторами потребительского рынка идет жесткая конкуренция за детское внимание. Детям адресуются масса товаров, среди которых часы — лишь один из многих предметов, способных служить средством самовыражения и социальной идентификации. Кроме того, ныне часы дешевле, чем пару десятилетий назад, и дети могут иметь по несколько пар часов, не наделяя их особой ценностью.

Также растет число детей, справляющихся во времени посредством мобильного телефона и вовсе не имеющих часов. Если ребенок с детства привыкает пользоваться электронными устройствами, то склонить его к покупке часов в старшем возрасте будет труднее.

Предложение

Впрочем, ситуация на рынке вовсе не безнадежная. По некоторым оценкам, ежегодно реализуется 5-6 млн детских часов, а предложение на рынке отличается большим разнообразием. Существенная доля этого рынка приходится на обучающие модели. Такие часы различными способами учат детей узнавать текущее время. Пожалуй, наиболее известная марка моделей такого рода — **flik flak**, учрежденная Swatch Group в 1987 году. Эта компания разработала собственную методику обучения, реализованную посредством двух персонажей: старший брат Flik показывает минуты, а его сестра Flak — часы. Модели этой марки отличаются повышенным вниманием к качеству и безопасности носки детьми младшего возраста. Ремешки и застежки выполнены из



flik flak

специальных материалов, предохраняющих от повреждения даже в случае падения ребенка. Предусмотрена даже возможность стирки этих часов в машине!

Обучающие часы **Baby Watch Paris' Tiny** — для детей от четырех до шести лет. Картонная модель часов в игровой форме обучит ребенка узнавать текущее время. Компания также предлагает часовую коллекцию **ZIP** для детей шести-семи лет и коллекцию **Passion** для детей от восьми до одиннадцати.

В коллекции **Lorus** от Seiko, представлены разнообразные обучающие модели. На циферблате напротив меток часов указано соответствующее число минут по прошествии

Passion



самостоятельно выбрать часы (правда, в определенных ценовых рамках). Я выбрал модель от Omega (не имея никакого представления об этой марке) из-за ее оригинального браслета — металлического с круглыми отверстиями. Очень я их любил (хотя все дело было в их удобном браслете)".

Жан-Даниэль Паше, президент Федерации швейцарской часовой промышленности

"Мне, наверное, было шесть или семь лет, когда родители подарили на Рождество мои первые часы (в 1962-м или 1963-м году). Это

были механические часы в стальном корпусе от Buttes Watch Company (BWC). Мой отец работал в часовой отрасли, и тогда мы жили в Бьенне, хотя первые годы жизни я провел в Бутт (Валь-де-Травер, Невшаталь), а отец в то время работал в этой компании. Первые мои часы имели непосредственное отношение к моей семье и городку Бутт. Мы переехали в 1962 году, когда отец ушел из BWC".

Макс Буссер, MB&F

"Моими первыми часами была простая модель ручного завода от Jean Perret в круглом стальном корпусе с белым циферблатом и





Choufleur

или до начала следующего часа. Например, напротив метки "7 часов" указано число 25 минут, т. е. без 25 минут. Модели отличаются разнообразной тематикой (футбол, цветы, пожарное дело). Марка **Jacques Farel** предлагает веселые и красочные детские модели, стрелки которых снабжены надписями "часы" и "минуты", а их объемные ремешки приятно пахнут.

Часы для детей младшего и среднего возраста

Наиболее лакомым представляется сегмент потребителей от шести до тринадцати лет, обладающий сегодня как большей покупательной способностью, так и повышенной восприимчивостью к рекламе и мероприятиям по продвижению. В данном сег-



менте представлен широкий выбор продукции таких марок, как **Activa, Baby-G, Chipie, DDP, Choufleur, flik flak, Jacques Farel, Juicy Couture, La Senza Girl, Lego, Lorus, Luscious Luscious Girls, Monji, Nordstrom Kids, Nike, Quiksilver, Timex** и сотен марок, лицензированных у правообладателей детских персонажей и супергероев. Конкуренция здесь жестокая.

Что думают дети

С тем чтобы выяснить мнение самих потребителей детской часовой продукции, я посетила начальную школу в Ивердон-ле-Бен, Швейцария (посещаемую детьми восьми-десяти лет), и для наглядности прихватила с собой подборку детских часов.

Первой неожиданностью для меня стало то, что лишь 25% детей носили часы, тогда как у 30% имелись мобильные телефоны. Также

выяснилось, что отношение детей к часам восторженное. Примечательно, что модели, которые, как я полагала, должны были вызвать наибольший интерес, игнорировались, а слишком сложные, на мой взгляд, привлекали всеобщее внимание. Удивительно, сколь наблюдательными были дети к таким деталям, как стекло, цифры на циферблате, упаковка. А вот лицензированные персонажи вроде Гарри Поттера и Бэтмена, которые, как я считала, должны были в первую очередь заинтересовать детей, удостоились поверхностного внимания. Возможно, это объясняется тем, что с момента демонстрации последних фильмов с этими персонажами прошло время, и интерес к ним угас.

Предпочтения девочек

Девочек больше всего заинтересовала продукция марок **Luscious Luscious Girls** и

Baby Watch Paris' Tiny



арабскими цифрами (где-то до сих пор она у меня хранится). Никаких Микки Маусов или Суперменов. В этом смысле мой отец был весьма рационален. Помню, мне надо было заводить часы, когда отец приходил пожелать мне спокойной ночи. А было это непросто, так как заводная головка была очень маленькой, а пружина — тугой".

Майкл Тей, исполнительный директор The Hour Glass

"Моими первыми заслуживающими внимания часами была модель Porsche Design Automatic в стальном корпусе с черным PVD-

покрытием и браслетом. Часы подарила мне тетя в 1988 году, и подростком я их долго носил. С них началась моя любовь к часам с черным покрытием, и они также вдохновили на дизайн моделей коллекции The Hour Glass Black Edition 2007 года".

Рон Джексон, президент и CEO североамериканского подразделения Girard-Perregaux и североамериканского подразделения JeanRichard

"Первыми моими часами была модель Seiko Automatic в стальном корпусе со стальным браслетом, которую я сам купил в шестом



Naughty Naughty Pets

Naughty Naughty Pets, производимая корейской компанией Stylish People. Ее модели отличал яркий и броский дизайн, близкий к взрослому. Модели **Naughty Naughty Pets** выполнены по мотивам одноименного американского телешоу, не демонстрировавшегося пока в Швейцарии, что, однако, не помешало детям живо заинтересоваться моделями и украшающими их озорными зверушками. Как и предполагалось, никакого интереса у девочек не вызвало розовое, сверкающее и с претензией на бриллианты. Детей особенно впечатлила модель **Monji**, браслет которой выполнен из английских булавок с нанизанным на них бисером. Они как раз работали над природоохранным проектом и конструктивные элементы “вторичной переработки” модели им приглянулись. Заинтересовал и тот факт, что эту модель носят Мадонна и Бритни Спирс.

Мальчики

Мальчиков больше интересовали модели, близкие их увлечениям, таким как футбол



(модель с плавающей футбольной секундной стрелкой от **Jacques Farel**), дельфины или землекопы. Игрушки, вложенные в футляр или пакет с часами, порой вызывали у них больший интерес, чем сами часы. Мальчиков больше интересовали различные функции часов, и мне пришлось ответить на множество коварных вопросов о моих часах с альтиметром.

Производство, дистрибуция, розница, интернет-торговля

Основным розничным каналом для детских



Lorus

моделей часов являются универсальные магазины, магазины игрушек, супермаркеты, почтовые каталоги, телемагазины, магазины дьюти-фри и такс-фри, ювелирные и некоторые специализированные часовые магазины. Любое место хорошо, где родители совершают покупки вместе с детьми. Большое предложение детских моделей часов можно встретить в Интернете, однако этот канал скорее востребован родителями, нежели детьми.

Дети — будущие потребители

Учитывая различия в каналах дистрибуции, каким образом сегмент детских моделей часов может послужить на благо часовой отрасли в целом? Может, нужно попросту подождать, пока дети не станут подростками и не обратят внимание на соответствующую товарную категорию? Маркетологи же настаивают на том, что привязку к товарам и брендам можно начинать еще до того, как дети начнут ходить. В своей статье *Tapping the three kids' markets* (American

классе (12 лет). У часов было чудесное плоское стекло и черный циферблат, и я носил их не снимая. Особенно мне нравился их увесистый стальной корпус, стекло, позволявшее любоваться стрелками и циферблатом.

С помощью стекла также было здорово пускать солнечных зайчиков, особенно на уроках, поэтому в классе я всегда старался сесть у окна”.

Синди Ливингстон, президент и CEO Sequel

“У меня были часы с Микки Маусом, руки которого выполняли роль стрелок. Часики я носила в комплекте с “мышинной” шапоч-

кой, у которой сверху было два таких мышинных уха. Такой вот законченный образ!”

Жорж-Анри Мейлан, президент и CEO Audemars Piguet

“Свои первые механические часы я получил в подарок от родителей, когда мне исполнилось шестнадцать. То были часы от Jaeger-LeCoultre, которыми я очень дорожил.

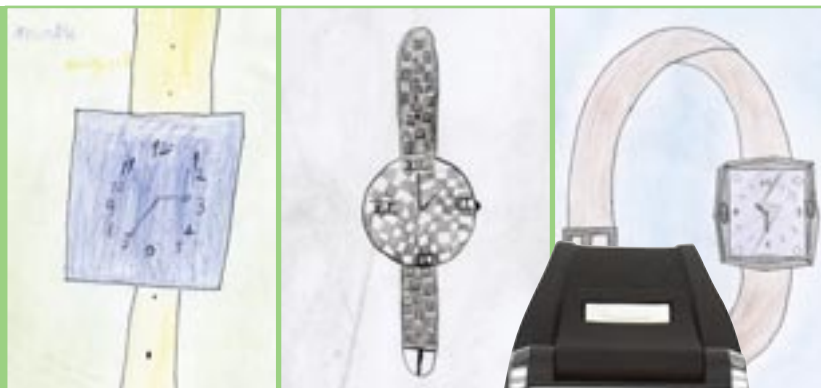
Семья для меня значит очень многое, и я чту традицию передачи наследия. Часы — предмет весьма эмоциональный, срок жизни которого не ограничен, и они — прекрасный подарок тем, кого мы





Chipie

Demographics, апрель 1998 года) Джеймс МакНил, автор и эксперт по маркетингу для детей, поясняет, как обращать детей в будущих потребителей. "Компания фактически может сформировать базу своих будущих потребителей, осуществив инвестиции в привлечение детей, как это делают многие дальновидные компании. Посредством сравнительно незначительных затрат на пиар, продвижение и рекламу компании могут создать капитал своих брендов среди сегодняшней молодежи, которая в будущем будет предрасположена к этим компаниям и ее продукции". Многие бренды, начиная от газированных напитков и заканчивая авиакомпаниями, давно используют эту маркетинговую стратегию, получившую название "маркетинг от колыбели до могилы".



Сделать свой магазин желанным местом пребывания детей не будет для ретейлера особо обременительной задачей. Насколько просто поставить в магазине столик с несколькими красочными книгами и рисовальными принадлежностями, установить большую чашу со сладостями или аквариум. Это не только позволит ребенку остаться в покое своего родителя, позволив тому погрузиться в изучение новинок из области часовых усложнений, но и вспомнить об этом магазине через десять-двадцать лет, когда придет время покупать себе часы.

Jacques Farel



DDP

Что до производителя, то наличие у него марки детских часов может обернуться большим преимуществом. Как отмечает Марк Лопер, региональный менеджер по продажам flick flack, "мы абсолютно уверены в нашей способности завоевывать лояльность потребителя, помогая, таким образом, другим часовым маркам Swatch Group. Это одно из сильных преимуществ группы. Входящие в ее состав бренды охватывают все рыночные сегменты, начиная от детских часов и заканчивая престижными моделями". Кто знает, возможно, даже существует потенциальная ниша детских престижных моделей часов. Бренды из сегмента роско-

любим. Я подарил часы всем своим детям, а также племянникам и племянницам на дни рождения или по случаю окончания школы. Когда почил мой отец, я унаследовал часы, которые он получил на двадцатилетие. Это модель 1935 года выпуска, которую я отставировал и которой очень дорожу".

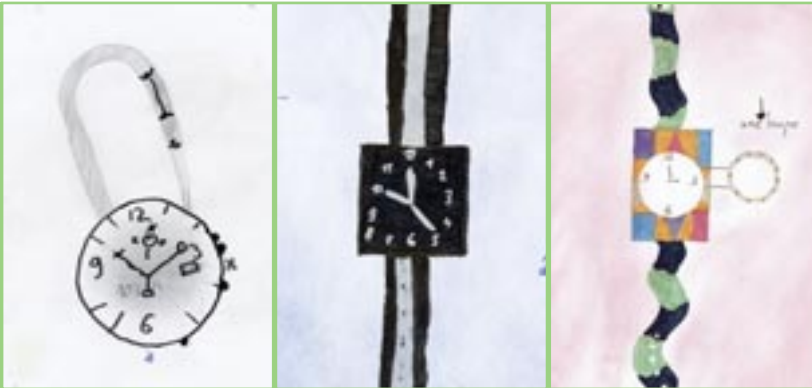
Питер-Шпек Марин, The Watch Workshop

"Цифровые часы Six-Million-Dollar-Bionic Man, нажми на кнопку— и на дисплее где-то на пять секунд высветится время... Я обожал Стива Остина. До моего увлечения часовым делом в ту пору было

еще далеко. Лет в семнадцать, когда я не знал, чему себя посвятить, мне посчастливилось встретить наставника. В ту пору я никакого представления не имел о часовом деле и о том, чем заниматься дальше".

Томас Морф, CEO Carl F. Bucherer

"Я как сейчас помню свои первые часы. Их подарила мне крестная в 1972 году, когда мне исполнилось восемь. Это была незамысловатая механическая модель ручного завода с тремя стрелками, фиолетовым циферблатом и арабскими цифрами. Марка называлась



Monji

ши вот уже более десяти лет предлагают свою продукцию детям. Вспомните о Baby Dior, Burberrys, D&G Junior и Kenzo, в ассортименте которых представлены коллекции детской одежды. Существуют даже специализированные издания, посвященные детским предметам роскоши, такие как Vogue Bambini в Италии и MiK во Франции и Японии. Так почему бы не предложить детям Baby Rolex или Patek Junior? Здесь определенно есть над чем подумать.

Перспективы

Детям всегда будет нужно справляться о времени, а сегодня эта необходимость актуальна как никогда. Уроки, занятия в секциях, встречи с друзьями и множество иных непредвиденных мероприятий — жизнь современного ребенка расписана по часам.

Luscious Luscious Girls



Маленьких детей нужно учить узнавать время, а подростков — возвращаться вовремя домой. Ситуация на рынке часов для детей младшего и среднего возраста будет оставаться непростой, поскольку вкусы детей изменчивы, а конкуренция со стороны мобильных телефонов и электронных устройств будет крепчать, хотя дети по натуре любознательны и непредвзяты к новым маркам, что открывает удачные возможности для сообразительных производителей. Задачей для отрасли в целом является пробуждение в детях интереса к часам, и не только с прицелом на будущие объемы продаж, но также и собственные кадровые вопросы. Всем известна проблема повсеместной нехватки часовщиков, и одно из ее решений может состоять в приобщении детей к часовому делу в раннем возрасте. У меня нет готового решения, однако детей, которые помогли мне в написании этой статьи, я сводила на экскурсию на фабрику Vacheron Constantin. Этот визит состоялся в рамках непреднамеренно начатого мною часового проекта, который явился следствием возникших у меня вопросов. Со-

вместно с учителями мы также организовали среди детей конкурс на лучший дизайн детской модели часов, любезно профинансированный Йоргом Хайзеком и Валери Урзенбахер из HD3, которые также выступили в роли жюри конкурса. Так что я надеюсь, этот конкурс вдохновил хотя бы одного ребенка на будущую карьеру часовщика и, выходит, этой статьей я принесла маленькую пользу всей часовой отрасли! <



Uranus, продукции которой я с тех пор больше никогда не встречал. Полагаю, что в то время в Швейцарии существовало сотни часовых марок ретейлеров. К сожалению, часы эти у меня не сохранились, и я понятия не имею, куда они могли подеваться. Часы были куплены у ювелира в Эрматинжане (кантон Тюрго), где я появился на свет".

Лоран Пичотто, владелец Chronopassion, Париж

"Первые мои часы назывались Minilip, с помощью них я учился понимать показания стрелок. Научившись, я обзавелся хронографом Yema, спортивными часами, которыми очень гордился".

Уильям Девайн, CEO Bédet & Co.

Свои первые часы я получил в подарок от отца после сдачи "матюритэ" (окончания средней школы в Швейцарии). То были аналоговые часы с индикатором второго часового пояса, Tissot, если не ошибаюсь. Я всегда помню полученные однажды подарки, пусть эти часы и украли у меня, когда я учился за границей.

Я все рано сберег теплые воспоминания о них, а недавно подарил отцу на семидесятилетие великолепные часы от Bédet & Co. Вот как жизнь оборачивается..."



RYA Design Consultancy: смелость быть другим

› Кит В. Стрэндберг

Д

Долгое время ювелирные и часовые магазины походили друг на друга как близнецы. Наконец агентство RYA Design Consultancy, офисы которого расположены в Далласе и Нью-Йорке, решило изменить их привычный вид.

RYA Design Consultancy накопило изрядный опыт работы с сетями универсальных магазинов, а около четырех лет назад агентство начало сотрудничать и с независимыми ритейлерами. Недавно оно закончило масштабный проект по реконструкции главного магазина сети Watches of Switzerland в Великобритании, по образцу которого организованы все британские магазины сети.

Уровни роскоши

Сегодня ритейлеры верхнего ценового сегмента сознают, что убранство магазина и впечатление от его посещения должны соответствовать уровню предлагаемых товаров. Это означает, что, предлагая самые дорогие модели часов, магазин должен выглядеть так, будто это лучший магазин из когда-либо созданных.

“Наш заказчик, перекупивший бизнес Watches of Switzerland, пришел к заключению, что впечатления от посещения магазина, предлагавшего престижные марки часов, не отвечали уровню престижа товарного ассортимента, — поясняет глава агентства Стивен Деруозд. — Заказчик хотел, чтобы обстановка помещения соответствовала ожиданиям престижной клиентуры. Он выразил желание “установить новую планку стандартов”. Поэтому мы отrekliлись от множества старых принципов. Традиционно часовые и ювелирные продавцы устраивали у себя длинные сим-



метричные галереи из витрин. Наш анализ показал, что слишком много товара было представлено в витринах в ущерб ассортименту магазина, из которого посетитель и выбирал себе покупку. Мы разработали планировку зала, учтя при этом пожелания заказчика относительно того, каким образом посетитель будет попадать в торговый зал, как он будет общаться с персоналом”.

Сделать по-своему

При перепланировке магазина RYA Design Consultancy нарушило многие неписанные

правила розничной торговли часами. К примеру, большинство часовых и ювелирных магазинов ведут торговлю через прилавок, где выставлен товар, который затем демонстрируется покупателю. А это создает барьер между покупателем и продавцом. “Мы полностью отвергли схему торговли через прилавок. Мы закрепили прилавки в ряд вдоль стены. Посетители могут последовательно изучить товар, продвигаясь вдоль прилавков, которые оканчиваются зоной индивидуальной презентации товара. Таким образом, нам удалось расши-



ритель пространство, что лучше отвечает духу роскоши.

Кроме того, нам хотелось добавить удобства, поэтому мы полностью поменяли планировку офисных площадей обслуживающего персонала, сделав их больше похожими на современный английский клуб. Открывая дверь, первое, что вы видите — прекрасный камин у противоположной стены. Индивидуальные торговые кабинки со скользящими дверями выполнены полностью из электризуемого стекла, которое можно затемнить или сделать прозрачным одним нажатием кнопки.

Одна из задач заключалась в том, чтобы создать интерьер, способный удивить и восхитить искушенного посетителя. Электризуемое стекло — лишь один из элементов. Другой элемент — регуляторы освещенности на каждом из прилавков для продавцов”.

Облегчить продажу

Все предпринятые RYA изменения были призваны повлиять на впечатление посетителя. Чем лучше, роскошней и памятей это впечатление, тем легче осуществить продажу.

Агентство пошло настолько далеко, что даже сократило площади витрин — шаг, на который бы отважились немногие ретейлеры. “Мы уменьшили площадь витрин в левой части магазина, а в средней и правой части установили полностью стеклянные перегородки со стеклянными дверями, чтобы по возможности устранить “психологические препятствия”. Нам хотелось, чтобы взгляд посетителя проникал глубже в торговое пространство, чтобы пространство его вовлекало. Нам хотелось повы-

сить вероятность обращения посетителя в покупателя.

Мы создавали не розничную точку по продаже часов, а, скорее, комфортное место для посетителей. Хотелось бы, чтобы люди возвращались туда вновь и вновь, так как им приятно там находиться. Дизайн магазина — это прежде всего то, какие впечатления у посетителя порождает интерьер”.

Уникальное пространство

Минули времена однообразных решений в дизайне и планировке. Современным часовым и ювелирным магазинам нового поколения будут присущи индивидуальность и передовые решения, будь-то камин, электризуемое стекло или кофе-бар.

“Магазин Watches of Switzerland кардинально отличается от всего того, что мы видели — поясняет Деруоэд. — Мы уделяли внимание роскошным цветам и материалам, использовали великолепный редкий мрамор. Мы стремились выделиться, поэтому отделочные материалы должны были быть непривычными и самого лучшего качества. Например, мы использовали изготовленные на заказ шелковые коврики”.

Хороший дизайн магазина начинается с пожеланий заказчика. Не в правилах RYA навязывать клиенту свои идеи. Идеи рождаются из его собственных потребностей.

“Я постоянно путешествую и наблюдаю, что творится в мире, — говорит Деруоэд. — Мы обладаем глубокими знаниями в нашем деле, однако не преминем взглянуть на что-нибудь, если этого хочет заказчик. Мы практикуем взаимное обогащение идей, изучаем различные рынки, выделяя, к примеру, все лучшее из розничного бизнеса и реализуем это в сфере торговли часами”.

Разработав идею дизайна, агентство представляет ее заказчику тем или иным способом, в зависимости от пожеланий последнего. Некоторые предпочитают художественно выполненные эскизы, тогда как других устраивает компьютерная модель нового интерьера.

“Мы предлагаем разнообразные способы презентации, — говорит Деруоэд. — Для Watches of Switzerland мы подготовили трехмерные эскизы, выполненные от руки и раскрашенные акварелью, что ставило себе целью придать им шарма интерьера английского клуба, как мы того хотели. С другой стороны, презентации для некоторых престижных универсальных магазинов выполнялись с помощью компьютерного моделирования, позволяющего детально исследовать будущий интерьер”.

В настоящее время RYA Design Consultancy занимается многими проектами, “Мы надеемся, что наше сотрудничество с Watches of Switzerland продолжится. Сейчас мы работаем над заказами от Bloomingdales, Neiman Marcus, Shinsegae в Копее, Parkson в Малайзии и только что закончили программу обновления для Macy’s. Недавно открылся разработанный нами новый магазин нижнего белья Calvin Klein. Мы также работаем над заказом от London Jewelers в США. Характерным для нашей работы, пожалуй, является то, что наши заказчики — главным образом ретейлеры верхнего ценового сегмента”. Дизайнерские решения от RYA могут привести к изменениям в самом способе восприятия потребителями часовых магазинов. <

**Подробнее информацию
см. на сайте www.rya.com**

Сайты сетевых сообществ: рай для брендинга

В сотрудничестве с Лукасом Роуз, специалистом по маркетингу IC-Agency

Сегодня традиционный способ организации сетевых сообществ социальной или бизнес-направленности изменился радикально. Самые разные люди используют возможности Интернета для восстановления старых и налаживания новых контактов, формируя свой социальный электронный круг общения. Однако сайты сообществ не только открывают пользователям возможность найти людей с общими интересами или наладить новые контакты, но и могут использоваться в качестве статистического инструмента оценки вкусов и предпочтений. Не следует забывать, что эти сайты сетевых сообществ поколения Web 2.0 построены по принципу общего знаменателя, т. е. их информационное наполнение всецело формируется пользователями (eBay, Wikipedia, YouTube). Другими словами, без участия пользователей такие сайты попросту не могли бы существовать. Впрочем, это информационное наполнение представляет определенный исследовательский интерес и позволяет лучше понять вкусы и предпочтения интернет-аудитории. Хотя эта информация и находится в открытом доступе, наша задача состоит в том, чтобы выяснить, кто способен породить больший интерес к часам категории роскоши на сайтах сетевых сообществ.

Крупнейшими игроками в этой сетевой сфере являются сайты YouTube, eBay, Wikipedia, MySpace и Facebook. На сегодняшний день данные сайты являются лидерами по посещаемости. И как же представлен на них рынок престижных моделей часов?

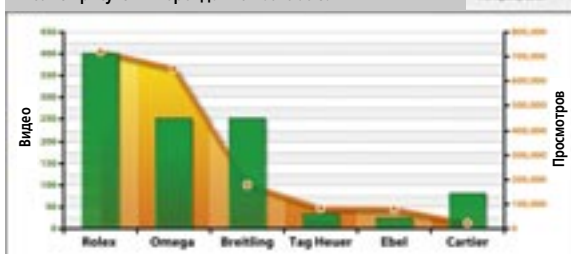
YouTube.com

Приобретенный компанией Google в ноябре 2006 года за 1,65 млрд долларов акциями Google, сайт YouTube является самой популярной в Интернете страницей с видеоконтентом. Потенциал его роста представляется безграничным, поскольку загрузка на сайт и просмотр видео являются бесплатными. Примечательно, что отмечается рост популярности старых и новых телевизионных рекламных роликов, загружаемых на сайт. Это может вдохнуть новую жизнь в рекламу некоторых марок.

В ходе первого анализа изучалось присутствие на данном сайте таких марок, как Rolex, Omega, Breitling, TAG Heuer, Ebel и Cartier. Был проведен общий анализ ситуации, а уточнение отдельных данных требует проведения более глубокого исследования.

YouTube постепенно интегрируется в поисковую систему Google, а его видеоконтент появляется в результатах поисковых запросов (непроплаченных) наряду с результатами поиска среди текстовых документов. Что это может означать? Во-первых, если

Анализ присутствия брендов на YouTube.com



торговец копиями часов известных марок имеет высокий трафик на YouTube, существует шанс, что он появится на первой странице результатов поискового запроса в Google. Более того, YouTube позволяет создавать каналы, содержащие прямую ссылку на веб-сайт и осуществлять контроль контента. Эта тенденция набирает популярности и уже активно используется такими персоналиями, как Опра Уинфри, компаниями BBC World и многими другими. На графике видно существенную долю неконтролируемого видеоконтента, притом что существует возможность без труда установить такой контроль.

Wikipedia

Название "Wikipedia" образовалось от слов wiki — одной из форм электронного сотрудничества, и encyclopedia. Поддерживаемый на 253-х языках и содержащий около 8,29 млн статей, сайт Wikipedia является на сегодня самым популярным источником фактической информации. Присутствие на этом ресурсе не только укрепляет имидж и узнаваемость марки, но также способствует лучшему формированию целостного восприятия компании и ее продукции. Сайт Wikipedia получает от 10 000 до 35 000 запросов в секунду. Учитывая такую популярность, присутствие на сайте представляется жизненно необходимым.

В таблице приводятся данные, каким маркам удалось попасть в статьи Wikipedia и сколь часто их названия там упоминаются.

Детальный анализ показал, что каждая из страниц Wikipedia, где упоминается название марки, имеет ссылку на ее официальный сайт. Трафик с этих страниц можно увязать с данными офици-

Компания	Кол-во упоминаний (англ.)*	Языки	Изменений в 2007 г.*
Rolex	1936	13	340
Omega	2105	9	200
TAG Heuer	1472	6	107
Breitling	884	6	93
Cartier	555	7	54
Raymond Weil	132	3	22

*Ориентировочные данные

ального сайта и оценить полезность этих ссылок для компании. Анализ этих показателей может дать неожиданные результаты, кроме того, эта статистика является бесплатной и поддерживается и отслеживается самими владельцами ресурсов. Трафик со страниц Wikipedia весьма желательно анализировать и наращивать, кроме того, он повышает ценность ресурса для поисковой системы Google. Функция Page Rank позволит определить рейтинг ресурса в результатах поисковых запросов Google Organic, а перекрестная ссылка на Wikipedia весьма помогает повысить этот рейтинг.

eBay

Часы категории роскоши набирают все большую популярность, а число пользователей, интересующихся альтернативными вариантами их приобретения, растет с каждым днем. Один из таких вариантов — аукцион eBay. Давайте посмотрим, что предлагается на eBay почитателям престижных часовых марок.

Хотя eBay и открывает более широкие возможности перед ретейлерами по предложению своей продукции многочисленной интернет-аудитории, в сравнении с ограниченными возможностями традиционных магазинов, столь же широкие возможности он открывает и перед продавцами подделок. В последние несколько месяцев администрация аукциона пыталась ограничивать и отслеживать продажу краденных и фальшивых товаров, однако процесс фильтрации контента пока не совершен.

Компания	Кол-во предлагаемых лотов	Мин. цена (долл. США)	Макс. цена (долл. США)
Rolex	4848	15.00	128 000.00
Omega	2275	1.75	12 999.00
TAG Heuer	1386	6.00	5 000.00
Breitling	1067	6.99	40 000.00
Cartier	638	8.50	48 995.00
Raymond Weil	287	0.99	3 050.00

нен, злоумышленники становятся все более изощреннее и находят способы, как обойти систему. Отслеживание данного ресурса также представляется важным, так как позволит получить представление о масштабах этого электронного рынка.

Myspace

Став известным в качестве преимущественно американского ресурса, сайт Myspace может похвастать тем, что входит в десятку самых популярных англоязычных сайтов. Владелец и администратор ресурса является компания Fox Interactive Media, а на самом сайте содержится более 100 млн профилей пользователей, что и поясняет его высокую посещаемость.

Хотя этот ресурс и продолжает демонстрировать рост аудитории со времени появления сайта Facebook, его популярность, по-

же, начала падать. Кроме того, основная его аудитория — американцы, тогда как ресурсу Facebook удалось быстрее выйти на международный уровень.

Несмотря на то что обсуждение товаров категории роскоши — не сама популярная на сайте тема, бренды все же могут почерпнуть здесь полезную и любопытную информацию.

Facebook

На сегодняшний день Facebook является наиболее динамично растущим сайтом сетевых сообществ, и с его огромным влиянием приходится считаться. Некоторые поговаривают о том, что ему удастся низвергнуть с трона Google, но это еще придется доказать. Наступая на пятки Myspace и сумев за 2 года привлечь 60 млн активных пользователей, Facebook быстро настигает своего ближайшего конкурента.

Появлялось множество сообщений о покупке этого сетевого гиганта, но ни одно из них так и не материализовалось. Тем временем ресурс разрастается, а где есть рост, там и аналитические данные для часовой отрасли. Кроме того, после реализации механизма целевой рекламы на страницах ресурса, он превратится в мощный инструмент продвижения.

Одна из замечательных возможностей сайта, помимо того, что вы можете общаться с любым его пользователем, состоит в том, что вы можете организовывать некие мероприятия и оценивать реакцию на них еще до наступления самого события. Эта возможность рассылки приглашений сможет произвести революцию в инвент-маркетинге, координации его мероприятий и оценке окупаемости его затрат. Более того, сетевое сообщество способно усиливать молву и доносить требуемую информацию до широкой аудитории.

Заключение

Сайты сетевых сообществ, безусловно, способствовали становлению Web 2.0, кардинально видоизменив Интернет. Недостатком этого, пожалуй, стало возросшее практически вдвое время, которое мы с вами проводим в Сети, будь-то через стационарное или беспроводное соединение. Благодаря таким устройствам, как Blackberry или смартфоны, Интернет ныне стал доступен практически везде.

В этих условиях необходимо не столько пытаться сполна использовать возможности Интернета, сколько изучать свою аудиторию, извлекать важную информацию и при необходимости предпринимать корректирующие меры. С ростом популярности сайтов сетевых сообществ информация становится беспрецедентно открытой и доступной. Поэтому необходимо загодя выработать стратегию, прежде чем стремительный прогресс не открывает новую эру Web 3.0. ◀






Breguet
Depuis 1775

**“...Надев широкий боливар,
Онегин едет на бульвар
И там гуляет на просторе,
Пока недремлющий Брегет
Не прозвонит ему обед...”**

Александр Пушкин, “Евгений Онегин”, 1829



Коллекция Classique Grande Complication - Два Вращающихся Турбийона - 5347PT



Les Montres Suisses

Le Montre Suisse – Офіційний представник

PALACE
BOUTIQUE

Київ, Прем'єр Палас Готель
(044) 279 00 70

Chopin
Horlogerie

Київ, Мандарин Плаза
(044) 230 95 32

OREANDA
BOUTIQUE

Ялта, готель "Ореанда"
(0654) 274 244