

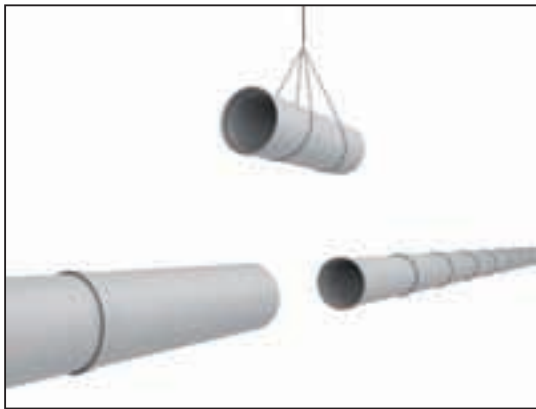
*Время
перемен*



UKRAINIAN EDITION
№1/2009 январь/февраль



- › Заметки о кризисе
- › SIHH Preview
- › Представление времени
- › Market Focus: США



Центр Помпиду, Париж.
Архітектори Рензо Піано та Річард Рожерс.



ЧЕКАЙТЕ.



GIRARD-PERREGAUX 1966 Full calendar
Індикатори дати, дня тижня, місяця та фази Луни.
Автоматичний механізм Жіра-Перего.
Корпус рожеве золото. Сапфірова задня кришка.

GP
GIRARD-PERREGAUX
WATCHES FOR THE FEW SINCE 1791

Ексклюзивний дистриб'ютор в Україні **Les Montres Suisses** ("Ле Монтре Свісс"), тел. (044) 466 03 40, 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 "LeBaque", 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

Прогноз на 2009 год: часовую отрасль ожидает спад на 15-20%!



Людвик Зано (Ludovic Zahno), Jaeger-LeCoultre (Ле Сантье), 6-е место на соревнованиях Institut d'Horlogerie Cartier Competition 2006.

Часовую индустрию ждет спад. Теперь в этом нет никаких сомнений. Спад как цен, так и объемов. Сокращение рынка ожидает всех, но каждая марка отреагирует на него по-своему. А некоторые, возможно, даже завоюют новые позиции.

Мы отнюдь не пытаемся играть роль этих "пророков", ведь сами вволю посмеялись над знаменитыми "аналитиками", которые, пропустив наступление кризиса, сейчас вовсю пытаются объяснить его причины. Однако принимая во внимание определенные знаки, мы, вероятно, сможем с некоторой уверенностью предсказать масштабы спада.

Предлагаем вашему вниманию два совершенно разных примера процессов, происходящих в отрасли. Сделав выбор в пользу полной открытости, Maurice Lacroix объявила о снижении зарплат руководящего звена и сокращении 15% сотрудников, что означает потерю 30 рабочих мест. Представители марки поясняют такие решения "вероятным уменьшением объемов заказов на 20%", которое "затронет все наши

рынки". Ситуация в Maurice Lacroix служит отличным примером, поскольку ассортимент компании, выпускающей в год до 100 000 часов, охватывает внушительный сегмент рынка швейцарских часов — от продукции в средней ценовой категории до моделей класса люкс. Итак, получаем две цифры — 15 и 20%!

Совершенно иную политику избрала ETA, недавно принявшая решение повысить цены на свои механизмы: на 5% на простые калибры и на 12% на несколько самых известных моделей из коллекции Mecaline, в том числе на Valjoux 7750, Valgranges и даже на знаменитый Calibre 2895. Более того, ETA повышает цену, на этот раз на 12%, "на все специальные элементы отделки, не включенные в базовую цену". И наконец, компания аннулировала трехпроцентную скидку, предлагаемую клиентам, готовым оплатить заказ в течение десяти дней. Получаем уверенное повышение цен на 15%.

И снова эта цифра — 15%!

Мы уверены, что Николас Хайек, как никто другой разбирающийся в часовом бизнесе, принял такое решение (за которым последовало немало жалоб в СОМСО, Швейцарскую комиссию по вопросам конкуренции) по двум причинам: во-первых, чтобы показать фондовому рынку, что прибыльность Swatch Group, которая с начала 2008-го потеряла в стоимости около 50%, остается одним из приоритетов компании и ее акции будут пользоваться спросом; а во-вторых, с целью компенсации ожидаемого падения объемов продаж.

➤ **Пьер Мейяр**, главный редактор

ETA, основной поставщик на швейцарском часовом рынке и главный "специалист" во всем, что касается часовой отрасли, ожидает падения объемов своих продаж до 15%. А на фоне повышения цен это означает 5% на ассортимент низшей ценовой категории и 12% в сегменте элитной продукции. Исходя из этого прогноза, ETA уверена, что среди всех марок премиум-сегмента швейцарской часовой отрасли она с наименьшими потерями переживет надвигающуюся экономическую бурю, что находит подтверждение в относительно стабильных позициях моделей по экспортной цене от 3000 швейцарских франков.

Что ж, следует признать, что получился экспромт, а не полноценный анализ, и за него вряд ли дадут Нобелевскую премию в области экономики, но... подобно тому, как, приложив ухо к рельсам, можно услышать поезд, вы можете попытаться расшифровать знаки, которые позволяют предполагать — с не меньшей уверенностью, чем нашим "экспертам" — что в 2009-м спад швейцарской часовой отрасли достигнет 15-20%. И так, до встречи в конце 2009-го! И будем надеяться, что я ошибаюсь.



P. Meyrier

europa star

www.europastar.com

THE WORLD'S MOST INFLUENTIAL WATCH MAGAZINE UKRAINE

N°18 ЯНВАРЬ/ФЕВРАЛЬ

- EDITORIAL**
1 Прогноз на 2009 год: часовую отрасль ожидает спад на 15–20%!

- COVER STORY**
4 Chanel: право называться часовой маркой

- CRISIS NOTEBOOK**
8 Время перемен
14 Судьба сегмента Haute Horlogerie в это непростое время

- SIHH PREVIEW**
18 Historiques American 1921 от Vacheron Constantin
19 Lange & Söhne: Richard Lange "Pour le Mérite"
20 Girard-Perregaux: из тени к звездам
21 Parmigiani Fleurier представляет коллекцию Tondagraph
22 Союз Montblanc и Minerva
23 Усложнения а-ля Piaget. Версия 2009 года
24 Van Cleef & Arpels: поэзия в Париже
25 Baume & Mercier: Hampton Magnum, женская и мужская версии
26 Panerai представляет новые калибры собственного производства
27 Augusta и Juliette to JeanRichard

- STAGING TIME**
16 Zenith — творчество в темпе animato
28 Все дело в циферблате

- GALLERY**
36 Clerc, Bell & Ross, Corum, Glam Rock
37 Seiko, Appella, Panerai, Tissot
38 Vacheron Constantin, Carl F. Bucherer, Bulgari, Patek Philippe

- BRANDS**
40 Jacob Jensen и Danish Design: вне времени

- FAIRS / MARKETS**
42 Больше оптимизма!

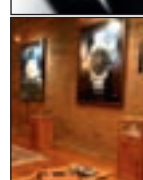
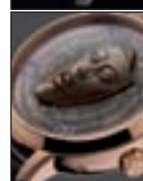
- MARKET FOCUS**
44 Анализ американского рынка: падение перед взлетом

- RETAIL CORNER**
50 Пражское время

- ADVERTISERS SPOTLIGHT**
12 Летящая карусель от Blancpain

- EDITORIAL AND ADVERTISERS' INDEX**
52

- BOUTIQUES INDEX**
52



J12 CALIBRE 3125 от Chanel

Часы J12 (42 мм) в черном корпусе из керамики и 18-карatного желтого золота, оснащенные автоматическим механизмом Calibre AP 3125 с запасом хода 60 часов. Ротор из черной керамики и 22-карatного желтого золота с родиевым покрытием, установленный на шарикоподшипниках, вращающийся в одну сторону безель в желтом золоте и черном, браслет из черной керамики, тройная складывающаяся застежка из желтого золота, сапфировые стекло и задняя крышка, водонепроницаемость — до 50 м.

CHANEL

Place Vendôme 16
75001 Paris
France
Tel: +33 1 55 35 50 55
Fax: +33 1 55 35 50 51
www.chanel.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.

ERRATUM

В статье "Chanel, Hermès, Givenchy: Swiss Made не вечен" в Europa Star 5/2008 указано, что Hermès является частью LVMH group. На самом деле Hermès — полностью самостоятельная компания, а не часть какой бы то ни было группы. Приносим свои искренние извинения Hermès и LVMH за эту ошибку и за беспокойство, которое она могла причинить. Редактор

Gentlemen,
please start your engines !



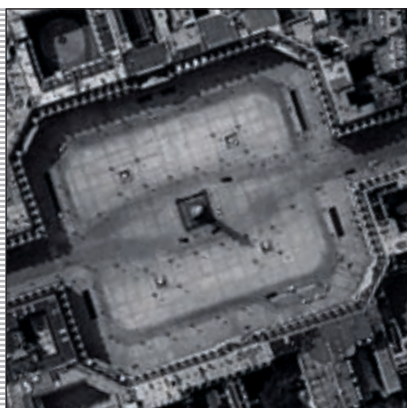
Grand Prix
de Monaco Historique
Alfa Romeo 12C-37 1937

Chopard

CLASSIC RACING COLLECTION
GRAND PRIX DE MONACO HISTORIQUE CHRONOGRAPH

БУТІК "ШОПАРД" М. КИЇВ, ВУЛ. ГОРОДЕЦЬКОГО, 11-А, тел.: 279 02 00

БУТІК "RIVERA" М. КИЇВ, МУЗЕЙНИЙ ПРОВУЛОК, 4, тел.: 270 51 43; ТЦ "МАНДАРИН-ПЛАЗА", тел.: 230 95 47



ВАНДОМСКАЯ ПЛОЩАДЬ – ПАРИЖ



ДУХИ CHANEL N° 5



ЧАСЫ PREMIÈRE ОТ CHANEL

Chanel: право называться часовой маркой

› Пьер Мейяр



С

Chanel остается частью истории моды, которую раз и навсегда изменила Великая Мадемуазель, но легенда эта живая, и история ее продолжает вершиться. Но положение иконы в мире haute couture еще не служит пропуском в часовую мир. Возможность попасть в эту элитную сферу обеспечивается истинным соответствием гордому статусу часовщика. Право называться часовщиком не может гарантировать ни один закон. Оно завоевывается по мере овладения различными часовыми ремеслами и возрастания мастерства.

В 1987 году, выпустив модель Première, Chanel вступила на путь, ведущий в часовую отрасль. Chanel ориентируется на долгосрочные перспективы и идет по этому пути, из-

редка останавливаясь, чтобы лишь еще больше усилить подлинность своей продукции, постоянно черпая вдохновение из своих ценностей. Основной же ценностный ориентир марки — это требование, чтобы технологии исполняли лишь вспомогательные функции при доминирующей роли дизайна, а не наоборот.

Première

Следуя этому принципу, марка подошла к созданию часов как настоящий стилист и дизайнер. Под руководством такой блестящей творческой личности, как недавно ушедший из жизни Жак Эллю, в 1987 году началось путешествие Chanel в мир часов с создания модели, вобравшей в себя всю магию нумерологии (вслед за легендарным парфюмом Chanel N°5) и значимость первых часов знаменитой марки, весьма кстати получивших название Première. Прямоугольная, со срезами углами, Première повторяет форму крышечки парфюма и Вандомской площади в Париже.

Свято следуя заветам Коко Шанель, марка выбрала черно-белое. И в черном лакированном корпусе, и в белом перламутровом, Première ознаменовала рождение стиля, того самого, который, вопреки природе традиций часового дела, поставил технологии на службу прекрасному.

Тогда, в 1987-м, нечасто можно было встретить женскую модель, которая представляла бы собой хронограф, созданный специально для дам.

Сегодня, более двадцати лет спустя, Première продолжает занимать центральные позиции в ассортименте марки. В этом году линия Première переживает второе рождение с серией моделей, буквально пронизанных ошеломляющей чистотой. Они предлагаются в разных вариантах — в корпусе из стали и белой или черной керамики, из 18-каратного белого золота с белой или черной керамикой, с корпусом, инкрустированным 52-мя бриллиантами и, по выбору клиента, с браслетом, усыпанным 216-ю бриллиантами.

J12: воплощенное мастерство

В 2002 году Жак Эллю и команда мастеров Chanel произвели фурор, представив миру



J12 BLACK JEWELLERY TOURBILLON С БРИЛЛИАНТАМИ
J12 WHITE JEWELLERY TOURBILLON С БРИЛЛИАНТАМИ
J12 SUPERLEGERA В АЛЮМИНИИ, КРАМЛИКЕ



J12 ROSE GOLD JEWELLERY CHRONOGRAPH С РОЗОВЫМИ
САПФИРАМИ ИЛИ БРИЛЛИАНТАМИ НА БЕЛОЙ ИЛИ
ЧЕРНОЙ КЕРАМИКЕ



J12 QUARTZ MOVEMENT INDEX DIAMOND
J12 WHITE CHRONOGRAPH, БРИЛЛИАНТОВЫЕ МЕТКИ
J12 INDEX EVERAUDES



J12 GMT AUTOMATIC
J12 3125 AUTOMATIC
J12 HAUTE JOALLERIE, КЕРАМИКА И БРИЛЛИАНТЫ



хронограф J12. Со своим безупречным дизайном и неким спортивным шармом, эта модель за несколько лет сделалась одной из икон часового мира XXI века и возвела керамику в статус драгоценного материала.

Создание часов, которые Жак Элли называл “часами вне времени, вечными, в блистательно черном или ослепительно белом”, заняло семь лет. В результате семи лет изысканий была получена прочная керамика, устойчивая к внешним воздействиям и не окисляющаяся, твердая, практически как алмаз. Производство этого материала требует высочайшего уровня мастерства.

Для J12 Жаку Элли пришлось создать фирменный стиль *ex nihilo* (“из ничего”), поскольку до того момента у Chanel не существовало традиций мужского стиля. Элли черпал вдохновение в автомобилях и яхтах серии J12, которые барон Биш оснащал для “Кубка Америки” (America’s Cup), популярной регаты. Огромное впечатление на него произвела последняя яхта Джованни Анжели, черная от корпуса до парусов.

В течение этих семи лет Chanel заслужила признание часовой отрасли. Марка открыла собственные мастерские далеко от родной Вандомской площади, в Ла-Шо-де-Фон. Модель J12 стремительно развивалась, демонстрируя невероятное разнообразие дизайнерских решений: всегда исключительно чистые, необыкновенно функциональные, с легко читаемыми показателями, эти часы прославились своими смелыми, и в то же время мягкими линиями. Работая над J12, Chanel получила возможность создавать новые осложнения, пополняя свой список часовых функций и доказывая таким образом право называться часовой маркой. Гармоничный дизайн модели открыт для изменений, умудряясь при этом оставаться собой.

Самая первая модель из коллекции J12, в корпусе из черной керамики с керамическим вращающимся безелем и черным керамиче-

ским или каучуковым браслетом, появилась на свет в 2000-м. Через два года она прошла сертификацию COSC, получив статус автоматического хронографа. Еще через год была представлена первая белая версия J12, а первый хронограф в белом корпусе появился еще через год, в 2004-м. В 2005 году Chanel начала производство исключительно спортивной модели J12 Superleggera, диаметром 41 мм, в которой использовалась комбинация черной микрогранульной керамики с анодированным высокотехнологичным алюминием. А в 2007-м появилась J12 GMT, оснащенная хроновой стрелкой с красным наконечником, которая показывает время второго часового пояса на 24-часовой шкале, выгравированной на внешней стороне керамического безеля.

Драгоценные часы — икона стиля

Подобно предшествующим моделям, J12 вступила в “долгую и нежную связь” с бриллиантами и драгоценными камнями. Уже в 2002-м ювелирные тенденции были весьма заметны в модели, сочетающей в себе до того считавшиеся несочетаемыми элементы — черную или белую керамику, оттеняемую блеском черных или белых бриллиантов, а позднее и других драгоценных камней. В первоначальной версии лишь безель был инкрустирован камнями, но уже в 2004 году модель поражала и безелем, и браслетом, усыпанными бриллиантами.

В 2005 году марка представила линию J12 Index с элегантным циферблатом, на котором стрелки с родиевым покрытием указывают на часовые метки, роль которых сначала выполняли бриллианты, а позже рубины. С наступлением 2006 года J12 обзавелась керамическим циферблатом, в центре инкрустированным 110-ю бриллиантами. Но начиная с 2004 года J12 превратилась в модель J12 Jewellery с циферблатом и безелем, инкрустированными черными и белыми брилли-

антами багетной огранки. J12 стала предметом высокого ювелирного искусства, изумительные версии которого сочетают в себе керамику, 18-каратное белое золото и покрывающие часы бриллианты, рубины и изумруды. Сегодня Chanel производит часы своими силами в мастерских Ла-Шо-де-Фон.

Завоевание царства высокого часового искусства

Потратив немало времени, создавая классические, дизайнерские и ювелирные часы, Chanel не пренебрегала и исследованиями в чисто часовой области. В 2005 году, во время “турбийонной лихорадки”, Chanel предложила собственную версию этого главного часового осложнения. Такое радикальное отклонение от обычной деятельности марки произвело эффект. Модель J12 Tourbillon стала первыми часами с турбийоном на керамической платине. Точность производства платины турбийона толщиной лишь 2 мм составила 1/100, доселе невиданное мастерство при работе с керамикой. Верхний мост каретки турбийона выточен из оптического стекла, лишний раз подчеркивающего гармонию движущихся частей турбийона.

Все внимание часового мира сосредоточено на Chanel, этой великой марке-кутюре, которая может гордиться своими достижениями в часовом искусстве.

Если еще остались какие-то сомнения по поводу подлинного уровня часового мастерства марки, калибр J12 Calibre 3125, представленный в 2008 году, призван их окончательно развеять. За почти десятилетнюю историю модель J12 более чем убедительно доказала свою ценность, но сейчас этим культовым часам понадобился престижный мотор — собственный автоматический механизм класса Haute Horlogerie.

Chanel обратилась за помощью к одному из самых выдающихся производителей швейцарских часов в сегменте Haute Horlogerie,

АВТОМАТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ CHANEL / AP 3125

Audemars Piguet. Первым плодом сотрудничества кутюрье и этой независимой мануфактуры (сотрудничества, которое продолжается и по сей день, однако уже не на финансовой основе) стал механизм 3125, модификация калибра AP 3120 от Audemars Piguet, в котором Chanel изменила мост баланса и одела золотой ротор в черную керамику.

Chanel/AP 3125 — высокоточный автоматический механизм, в котором двойной балансовый мост обеспечивает высокую ударопрочность. Кроме того, модель оснащена большим балансом с изменяемым моментом инерции, который регулируется с помощью восьми маленьких гирь-регуляторов. Точный автоматический механизм, барабан, обеспечивающий 60 часов запаса хода, ротор из золота и керамики на керамических же шарикоподшипниках, механизм быстрой смены даты, рычаг остановки баланса, используемый при установке времени гарантируют калибру Chanel/AP 3125 полноправное место в мире точной часовой продукции премиум-класса.

Механическая и эстетическая отделка калибра, в высшей степени оригинальная и современная, тем не менее во всем неукоснительно следует правилам традиционного часового ремесла: снятые фаски, шлифовка алмазов, полировка и декорирование в стиле Côtes de Genève. Сочетание калибра и корпуса J12, выполненного в керамике и 18-каратном желтом золоте, обеспечивают часам высочайшее механическое качество и превосходный облик.

Работа на перспективу

В эти непростые времена Chanel пожинает плоды своих усилий, направленных на долгосрочную перспективу, на постепенное обретение права называться часовой маркой. Стратегия марки «никогда не определялась исследованиями рынка, ее развитие никогда не обуславливали текущие тенденции. Твор-



чество стоит во главе угла, — говорит представитель марки. — Прежде всего мы стремимся создавать красивые часы, при этом сохраняя верность себе”.

Николя Бо, директор международного часового направления Chanel, считает, что “сегодняшний кризис, даже при некотором ослаблении системы сбыта, заставит покупателей вернуться к истокам. Я верю, что, продолжая развиваться, Chanel останется одной из самых именитых и долговечных марок, с полным правом занимающих это место в часовой индустрии. Chanel отличается ярко выраженной индивидуальностью не только благодаря стилю и дизайну, но и мастерскому владению основами часового искусства”.

Не размениваясь на преходящее, Chanel терпеливо создавала уникальный ассортимент, не похожий ни на что другое, который и по сей день остается верным традициям и наследию компании. (Говоря о популярных тенденциях, которые компания оставила без внимания, стоит упомянуть тяготение к чрезмерному увеличению часов. Даже что касается самых мужествен-

ных моделей, модные тенденции никогда не были самоцелью для Chanel.)

Неуклонно следуя своим идеалам, Chanel удалось сделать каждую из своих моделей настоящей вехой, которая, благодаря тем или иным качествам, навсегда останется в анналах часового искусства. (Среди выдающихся часов от Chanel стоит упомянуть восхитительные Matelassée, очаровательные Camélia в цветочных мотивах, или авангардные Chocolat.) Сейчас Chanel в своих мастерских в Ла-Шо-де-Фон может обеспечить производство всех деталей корпуса, за исключением циферблата, а также сборку и контроль качества своих часов. Более того, марка не собирается останавливаться на достигнутом в технологии использования керамики. Chanel блестяще освоила роль настоящей часовой марки, что наверняка гарантирует ей долгую и славную жизнь в отрасли.

Право называться часовщиком не может гарантировать ни один закон. Оно зарабатывается кропотливым трудом — именно эту цену приходится платить за долгий и неизменный успех. <

Время перемен

В ЭТОМ МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ НАДЕЖДА ЧАСОВОЙ ОТРАСЛИ — В ПРЕВОСХОДСТВЕ СОДЕРЖАНИЯ НАД ФОРМОЙ.

› **Пьер Мейяр**

Н

Наблюдая за часовой отраслью последние несколько недель, за миром, перенесшим один за другим ряд потрясений (финансовый обвал, крах ультралиберальной экономической модели, победа Барака Обамы на президентских выборах в США), сложно отделаться от впечатления сюрреалистичности происходящего. В то время как десятки тысяч брокеров теряют работу, премии испаряются, а знаменитый “реальный сектор” начинает ощущать на себе последствия кризиса, со всех сторон продолжают звучать обнадеживающие заявления.

В конце сентября тогда еще торжествующая Федерация швейцарской часовой индустрии заявила, что “в сентябре большинство рынков экспорта продемонстрировали рост, темпы которого выражаются двузначными цифрами. За рынком Гонконга с сильной динамикой следует американский рынок, показатели которого несколько опустились ниже среднего, но за последние три месяца практически возвратились к нормальному уровню. Удалось стабилизировать негативные тенденции японского рынка, который в сентябре продемонстрировал лишь незначительное падение продаж. Подобные процессы проходили и на трех основных европейских рынках с практически средними показателями по отрасли. Седьмое место за Китаем, где объемы продаж подскочили на 47,2% — это, несомненно, самые сильные показатели роста из всех пятнадцати крупнейших рынков швейцарской часовой индустрии”.

В октябре же Федерация несколько уредила свой пыл: “Показатели за октябрь подтверди-

ли тенденцию снижения объемов экспорта часовой продукции, начавшуюся еще в мае этого года. Общий объем экспорта часов, покинувших Швейцарию в октябре, составил 1,7 млрд франков, что соответствует прошлогодним показателям (с разницей в 0,14%). При диапазоне показателей +12,3% скользящее среднее значение за двенадцать месяцев подтверждает позитивные тенденции роста, позволяя ожидать хороших результатов на конец 2008 года. Темпы роста, безусловно, снизились, при этом тенденции спада лишь усилятся”.

Где же выход?

“Спад”. Приходится тщательно подбирать слова, поскольку ясно только одно: никто не знает, что произойдет на самом деле. Дело в том, что показатели внутренних и внешних продаж пока не представлены в цифрах. В то время как мы смогли ощутить разрушительный эффект экономического кризиса, на рынке стали появляться новые проекты, продукты и модели, сопровождаемые торжествами по случаю премьеры. Работа над ними началась за несколько месяцев до кризиса, после чего они были безотлагательно запущены... в период, хуже которого сложно придумать. Как их остановить? А стоит ли?

Перемены: вопрос выживания

С другой стороны, совершенно ясно, что то, что мы называем кризисом — на самом деле перемены на пороге новой эры. И перемены эти жизненно необходимы. Как всегда, больше всех потеряют те, кто сейчас меньше всего имеют. И тем не менее, эти перемены — вопрос выживания, не больше и не меньше. Давайте рассмотрим анализ, проведенный Джаредом Даймондом, профессором Ка-

лифорнийского университета в Лос-Анджелесе, в 1998 году получившим Пулитцеровскую премию за книгу “Оружие, бактерии и сталь, судьба человеческого общества”. Он утверждает, что было бы самоубийством считать, будто рост потребления соответствует идее развития общества. Автор полагает, что промышленным нациям придется снизить уровень потребления. Они должны собственным примером остановить гонку развивающихся стран, стремящихся достичь западного уровня жизни. На кон поставлено само существование нашего общества. Ведь викинги и майя исчезли в результате чрезмерной эксплуатации экосистем, в которых они существовали, в контексте изменения климата.

Сегодняшний экономический кризис — отнюдь не случайность. Это просто обратная сторона истощения запасов природных ископаемых, глобального потепления и резкого сокращения разнообразия форм жизни на планете; результат все той же безумной гонки, ведущей прямоиком в пропасть.

Пузырь в пузыре

Часовой пузырь или, с вашего позволения, пузырек, разросшийся внутри гигантского финансового пузыря, трещит сейчас по швам под давлением “виртуального” кризиса, поразившего реальный сектор. Рынок весьма предсказуемо поворачивается в сторону того, что воспринимается как истинные ценности и высокий потенциал традиций. (В голову сразу же приходят Patek Philippe со стабильно высокими ценами и Rolex, эта непоколебимая твердыня часовой отрасли.) Вслед за миром моды с его сверхскоростями часовые марки вступили в гонку, весьма напоминающую игру с ненадежными займа-



ми, заставляющую марки выводить на рынок одну за другой новые модели. Если в области ипотечного кредитования сомнения вызывала платежеспособность заемщика, то в часовой отрасли речь шла о способности поставить продавцам, и так заваленным продукцией, заявленные часы. Это и создало затруднения, в результате которых “пузырь” раздулся.

В ситуации, когда после уплаты аванса вам приходится ждать два-три года, чтобы получить часы, а марка представляет три новых, еще более эффектных модели, трудно не поддаваться сомнениям.

Возвращение к истокам

Сегодня, когда пузырь начал стремительно сдуваться, это можно расценивать как отличную возможность для часовой отрасли — возможность вернуться к истокам. При текущем истощении природных богатств часовая индустрия обладает одним замечательным преимуществом.

О каком другом продукте можно сказать, что, работая десятилетиями, а то и дольше, он не потребляет ничего, кроме собственной энергии? В каком еще продукте настолько сильно сконцентрировано техническое и эстетическое мастерство, так удачно сочетаются передовые технологии и старинные ремесла?

В это время перемен часовому делу представилась поистине историческая возможность, шанс разыграть отличный козырь, поставив все на качество. Если мы хотим изменить традиции потребления, мы, разумеется, должны начать потреблять меньше, а также научиться потреблять более качественно, что, в свою очередь, означает выбор в пользу среднесрочной или долгосрочной перспективы. Кроме того, качественное потребление подразумевает понимание истинной сущности “добавочной стоимости” и знание особенностей интересующего вас продукта. Именно это имел в виду Франко Колоньи,

президент Fondation de la Haute Horlogerie (FHH) (Фонд высокого часового искусства), когда заявил, что сейчас происходит “смена принципов” и что, по его мнению, “произведения высокого часового искусства утратят часть своих качеств эффектного аксессуара, превратившись скорее в одно из инвестиционных направлений. Людям нужны стабильная ценность, реальные продукты, а не малопонятные финансовые абстракции. В этом смысле кредитный кризис сильно скажется на умонастроениях инвесторов. Импульсивные покупки уступят место хорошо обдуманному приобретению. Часовая отрасль становится некоей тихой гаванью. В непростые времена мы всегда возвращаемся к истинным ценностям, что служит хорошим предзнаменованием для именитых часовых марок с давними традициями, ярко выраженной индивидуальностью, обладающих высочайшим уровнем мастерства. Маркетингу “напоказ”, без сомнения, пришел конец”. (Из интервью с Бастьеном Бассом для AGEFI. Также в этом номере читайте интервью с Франко Колоньи для Europa Star.)

Культурные перемены

Кризис по-своему указывает на важные культурные изменения. Подошла к концу инфляция — и символическая, с точки зрения имиджа, и практическая, если говорить о размерах — поразившая гигантов, “монстров” часовой индустрии, эти “суперчасы”, заполонившие рынок. Так похоже на склады, забитые непроданными хаммерами и джипами! Эти часы сейчас вне игры со всеми своими бесполезными усложнениями и тестостероновыми формами. На смену им приходит строгость, чувство меры — попросту говоря, возросшая надежность. Понятие гарантийного обслуживания, а вместе с ним и уверенность в долгой жизни часов, возвращается на заслуженное место

— во главу угла. (В этом отношении кажется довольно странным, а впрочем, наоборот, закономерным, увеличение жалоб, поступающих как от вторящих нам раздраженных покупателей, так и от продавцов по поводу весьма посредственного гарантийного обслуживания часов и марок во всех ценовых категориях).

Тем не менее у часовой отрасли, образно говоря, остается несколько козырей. Один из них упоминается в восьмом исследовании рынка элитных продуктов, недавно проведенном стратегическими консультантами Bain & Company. Часы являются, “как правило, первым предметом роскоши, который приобретают жители развивающихся стран”, утверждает в докладе агентства, что, в свою очередь, должно помочь часовой индустрии пережить бурные времена и выйти из них с меньшими потерями, чем предстоит многим другим отраслям экономики. Но при одном условии: компании должны признать, что нет пути назад, что недостаточно будет просто “повернуться спиной к ветру и переждать бурю” и что кризис предвещает наступление новой эры.

Средний ценовой сегмент: надежда еще есть

Большинство “аналитиков” единодушны: в результате настоящего экономического спада наибольшие потери понесет средний ценовой сегмент. (Признаться, уже само слово “аналитик” вызывает улыбку — разве это не те самые оракулы, которые занимали важные посты до кризиса, которые проглядели его наступление и которые продолжают оставаться на руководящих должностях?) Но лично я, пожалуй, окажусь исключением из общего мнения, даже вопреки последним данным, предоставленным Федерацией швейцарской часовой индустрии, заявляющей о снижении экспорта часов в категории от 500 до 3 000 швейцарских франков (экс-



портная цена). Точнее, у меня складывается впечатление, что ныне используемая классификация ценовых категорий в секторе элитных товаров вскоре изменится. Когда такой магазин, как Hennes & Moritz продает коллекцию от Карла Лагерфельда по невысокой цене, можно ли все еще считать такие дизайнерские вещи роскошью? Или это уже низкий или средний ценовой сегмент? Или все-таки, несмотря на цену, эта коллекция по-прежнему сохраняет премиум-статус?

В неразберихе предложений от новейших часовых компаний специализированная пресса охотно приписывала излишнее значение маркам, занимающим ультраэлитную нишу со своими концепт-часами, при этом игнорируя новаторский подход в моделях среднего ценового сегмента.

Например, марка Louis Erard проводит стратегию, поистине достойную подражания (и это отнюдь не одинокий случай, стоит лишь упомянуть Frédérique Constant и потрясающее возрождение Marvin, как и нет нужды говорить о впечатляющей стабильности Raymond Weil). Экспортная цена основной части ассортимента Louis Erard составляет 200-500 швейцарских франков, т. е. 600-2000 франков для конечного потребителя. Среди основных преимуществ позиционирования в этом сегменте, пожалуй, стоит упомянуть отсутствие сильной конкуренции. “И поскольку все наши конкуренты нацелены на переход в более дорогие категории, я, напротив, предпочитаю закрепиться в этом сегменте, — говорит Ален Спинеди, глава Louis Erard. — Даже если это сопряжено с рядом трудностей. Было бы неверным назвать этот сегмент “недорогим”. 1000 франков — это отнюдь не копейки, особенно за пределами Швейцарии. С другой стороны, сегмент этот включает в себе неоспоримые преимущества для дистрибуции, размещения и хранения, что особенно важно сейчас, когда наличный оборот игра-

ет такую важную роль”. Если говорить о долгосрочных перспективах, стоит упомянуть, что в период с 2000-го по 2008 год цены в этом сегменте выросли вдвое. “Красивые вещи не должны быть прерогативой одних миллионеров, — Ален Спинеди как будто произносит заклинание. — Мы, по сути, предлагаем элитные часы по приемлемым ценам, а ведь именно это нужно весьма многочисленной группе людей, которые страдают от незаслуженного отношения других больших групп”.

Меняем карту часового мира

Возможно, именно эта вновь образовавшаяся трещина изменит весь облик часовой индустрии. Новые границы будут определяться

не столько экономическими показателями, сколько выбором потребителей и продавцов, в том числе основанном на разумной и справедливой цене (“справедливая цена” вполне может выражаться трех-, четырех-, пяти- и даже шестизначными цифрами в зависимости от степени изощренности выполнения и редкости модели), что могло бы положить конец грабежу среди бела дня и маркетингу как самоцели в часовой индустрии. Границы привычных категорий низкого, среднего и высокого ценового сегментов, используемых при классификации марок, постепенно стираются благодаря текущему кризису. Иными словами, проявляется превосходство содержания над формой, а значит, наступило время перемен. ⚡

Оливье Бернхайм, глава Raymond Weil, уверен, что кризис может иметь и хорошую сторону

“Не думаю, чтобы такие марки, как наша, или, например, Omega, Longines, Favre-Leuba, а также Rolex и Patek Philippe особо пострадали в результате экономического кризиса. Они предлагают весьма убедительное соотношение цены, качества и мастерства, а также хорошо развитую систему сбыта. Мы заметили это совсем недавно. В то время как дела идут из рук вон плохо в США, Ирландии, Испании — этот рынок вообще вот-вот рухнет, в Сингапуре, а в России рынок замер, в октябре-ноябре мы стали свидетелями беспрецедентного роста объемов продаж на Ближнем Востоке, а также получили отличные результаты в других европейских странах. И приводя эти примеры, я имею в виду только внешние продажи. При этом так называемые аналитики утверждают, что наша компания со средней розничной ценой, не превышающей 1 700 евро, находится прямо в центре урагана. Однако мы полагаем, что наша марка — стабильный семейный бизнес с хорошо продуманным предложением — вселяет уверенность в значительную долю потребителей, которых кризис непосредственно не коснулся, поскольку они не были связаны с рискованными финансовыми инвестициями, а кроме того вследствие их культуры потребления, отличающейся от основной массы.

Что же касается “уверенности” — разве кризис не сделал ее вновь одним из ключевых приоритетов? Raymond Weil была сполна вознаграждена за свою прозорливость, устояв перед некоторым часовым опьянением, овладевшим многими другими марками на рынке. Мы предпочитаем двигаться постепенно, не создавая громких информационных поводов, мы работаем с нашими рынками и всегда на первое место ставим свою продукцию и доброе имя”.



de GRISOGONO
GENEVE



INSTRUMENTO
novantatre



Les Montres Suisses

Les Montres Suisses (Ле Монтре Свісс) – Ексклюзивний дистриб'ютор, 466 03 40
www.watches.ua

Київ: бутик Don Corleone, Мандарин Плаза, вул. Басейна, 4, тел. (044) 230 95 32; бутик 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:** бутик Oreanda, готель «Ореанда», тел. (0654) 274 244

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

www.degrisogono.com

Летающая карусель от Blancpain

Среди прочно занявших часовой олимп марок Blancpain прославилась кропотливым трудом над самыми оригинальными усложнениями. Так получилось и с моделью Carrousel Volant Une Minute. До недавних пор карусель считалась всего лишь значительно упрощенным вариантом турбийона с большим временем обращения. Но благодаря талантам мастеров Blancpain карусель совершила невозможное: в новой модели время обращения каретки составляет ровно 60 секунд! Для сравнения: в обычной карусели это время составляет от 27 до 42 минут, что делало ее работу менее зрелищной, чем в турбийоне. И благодаря Blancpain карусель обрела новое рождение — уже в совершенно новом облике с недостижимыми до сегодняшнего дня свойствами.



**ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

Функции: резерв хода (100 часов), дата, секунды, частично скелетонизированный циферблат, автоподзавод.

Механизм: калибр 225, толщина 5,89 мм, диаметр 26,2 мм, 36 камней

Количество деталей: 262

Частота: 21 600 пк./час

Корпус: из платины, толщина 14 мм, диаметр 43,5 мм. Циферблат частично скелетонизирован, сапфировое стекло.

Водонепроницаемость: 100 м

Ограниченная серия: 288 экземпляров.

Судьба сегмента Haute Horlogerie в это непростое время

Интервью с Франко Колоньи, президентом *Fondation de la Haute Horlogerie* (Фонд высокого часового искусства).

› Интервью проводил Пьер Мейяр



Europa Star: Сейчас свирепствует экономический кризис. И никто не знает, сколько еще продлится эта буря и когда снова начнется рост экономики. Каковы будут комментарии *Fondation de la Haute Horlogerie* в связи с кризисной ситуацией?

Франко Колоньи: Кризис отлично продемонстрировал, что мы живем в мире, подверженном глобализации. Однако внутри этой глобальной деревни нашей целью остаются те, кого мы хорошо знаем и кто хорошо знает сам себя. Целью поклонников произведений высокого часового искусства прежде всего является эстетически-техническая сторона представления времени. Поэтому они стремятся найти красоту. Отнюдь не поверхностную привлекательность, а истинную красоту. В современном часовом деле настоящая красота порождается мастерством и человеческим гением, которые воплощаются в высокотехнологичном продукте. И ни один

кризис не в силах подавить желание обладать такими часами.

ES: Означает ли это, что сегмент *Haute Horlogerie* не пострадает от экономического спада?

ФК: Сегодня действительно уменьшилось общее количество свободных денег. Но чтобы увидеть, чем отличаются друг от друга разные типы клиентов этого сектора, необходимо с большим вниманием отнестись к ситуации и многочисленным ее нюансам. Оноре де Бальзак как-то сказал: "Те, кто слишком быстро тратят, никогда не разбогатеют". В реальности же кризис лишь слегка коснулся богатей, настоящих и фальшивых, миллионеров-однодневок и представителей династий. Количественно это немногочисленная аудитория, но она имеет колоссальное благосостояние. Производство часовых марок, будучи одновременно и новаторской, и творческой, долж-

на стать конечным продуктом культуры и технического ноу-хау, чтобы удовлетворять запросам этой узкой ниши. Эта клиентура — даже если некоторые из ее так называемых "новых" представителей и вызывают насмешки своей склонностью к показухе — демонстрирует все больше здравого смысла и осведомленности при покупке часов — они знают, как отличить настоящее качество. Исходя из этого, Фонд должен продолжить свою культурную деятельность, решительно и активно способствуя продвижению основных принципов и ценностей высокого часового искусства. И это необходимо делать независимо от того, есть кризис или нет.

ES: Разве, помимо этой конкретной ниши, элитный сегмент не включает в себя более широкий круг потребителей, которые гораздо сильнее ощутили на себе результаты экономического спада?

ФК: Сегмент Haute Horlogerie несомненно должен стать более демократичным, что сейчас и происходит, однако, и это весьма важный нюанс, он не должен перерасти в ширпотреб. На сегодня средний класс представляет большую часть населения планеты. Надо признать, что эта группа больше других чувствует на себе влияние кризиса. И хотя их покупательская способность может несколько пострадать, при этом они зачастую гораздо лучше понимают ценности высокого часового искусства, чем так называемые “новые миллиардеры”, поскольку средний класс высоко ценит понятие наследия, отождествляет себя с его ценностями и стремится к ним. Поэтому, даже если объемы продаж упадут вследствие сегодняшних экономических проблем, крайне важно, чтобы эти люди получили заряд уверенности. Более того, уверенность эта должна базироваться на высоком качестве продукции, чтобы люди осознали, что предметы высокого часового искусства являются инвестицией, пусть и не в строгом экономическом смысле, а скорее в качестве ценности, которая перейдет по наследству следующему поколению. Судя по рекламным кампаниям Patek Philippe, она отлично поняла эту идею.

ЕС: Но не считаете ли вы сегодняшний кризис знаком перемен, происходящих в отрасли? Разве мы не наблюдаем поворота тенденций на 180 градусов, в результате чего на первый план снова вышло часовое мастерство и традиции, заменив новаторский подход?

ФК: Создание новых продуктов — необходимость, означающая для марок продолжение их развития. Однако высокий уровень мастерства вновь выходит на передний план. Мы больше не можем продолжать играть по старым правилам. Невредимыми из кризиса выйдут часы с репутацией культового продукта. Часовой рынок должен проявлять больше ответственности. Можно сказать, что он достиг точки насыщения. Мы станем свидетелями глубокого и здорового очищения рынка, что лишь придаст ценности тем продуктам и маркам, которые выживут в процессе очищения.

Маркам придется сделать выбор. В какой-то мере в действие вступит закон силы, причем силы с точки зрения качества!

ЕС: Мудро ли поступают компании, сокращая работников в сфере, где качество играет важнейшую роль, рискуя при этом утратить необходимый уровень мастерства, когда экономическая стабильность восстановится?

ФК: Сейчас все сокращают штаты. И это ошибка. При создании высококачественных продуктов, отличающихся душой и истинной красотой, основную роль играет человеческий ресурс. Часы в категории Haute

Целью Fondation de la Haute Horlogerie являются вечные ценности

Horlogerie — это не просто организационный продукт, а результат усилий цепочки профессионалов: часовщиков, рабочих, администраторов, торговых сотрудников и других. Лечение проблемы ожирения требует разумного и последовательного подхода, а не ампутации всех без разбору рук, ног и голов.

ЕС: Как по вашим ощущениям, долго ли еще длиться кризису?

ФК: Я повторяю девиз избирательной кампании Миттерана: “Нам нужна “спокойная сила”. Оглядываясь назад, мы видим, что последние 50 лет рынок Haute Horlogerie всегда последним страдал от экономических спадов и первым восстанавливался после них. А восстановление неизбежно. Сколько понадобится для этого времени? В Библии говорится, что между бедными и богатыми годами должно пройти семь лет. Принимая во внимание то, что темп жизни значительно возрос сегодня, я уверен, что к концу 2010 года появятся первые признаки экономического подъема. По определению, целью Fondation de la Haute Horlogerie являются вечные ценности. Поэтому мы будем следовать нашей программе и продолжать практическую культурную деятельность, ориентируясь прежде всего на художественные, культурные и профессиональные ценности этого мира.

ЕС: В таком случае не кажется ли вам, что необходимо дать более точное и четкое определение сегмента Haute Horlogerie?

ФК: Сегодня сегмент часовой продукции Haute Horlogerie в нашем понимании охватывает около 60 марок. Не все они работают исключительно в сегменте Haute Horlogerie, однако все они производят продукцию, соответствующую требованиям категории. На мой взгляд, необходимо раздвинуть границы сегмента Haute Horlogerie и более четко очертить его требования, чтобы марки лучше понимали свои обязанности. С этой целью

мы приняли решение создать рабочую группу, которая сформулирует четкие критерии и специальные требования — к продукции, системе сбыта и услугам — для достижения высшего уровня качества, заслуживающего определения Haute Horlogerie. При этом необходимо четко понимать разницу между такими сегментами, как Haute Horlogerie и Luxury или даже Haut de Gamme и Prestige. Эти критерии помогут нам определить, кто на самом деле вкладывает в развитие, чтобы достигнуть самой вершины. Кроме марок, существует обширная система подрядчиков. Некоторые из них уже обладают необходимой культурой и работают над повышением уровня мастерства, без которого существование всего этого часового сегмента просто не представляется возможным. Мы ни в коем случае не должны о них забывать.

Haute Horlogerie становится частью благородного круга швейцарской часовой индустрии, эталона всего часового мира. Они нужны друг другу. Вместе они представляют “спокойную силу”, которая гарантирует отрасли будущее после кризиса. Вера, надежда и профессиональная этика — вот три вечных ценности.

Интервью проводилось при участии журнала НН



Zenith — творчество в темпе animato

Считаясь едва ли не самой glamorous из часовых марок высшего эшелона, Zenith на самом деле определяет себя скорее как “великосветскую” марку.

› **Сергей Кузьменко**

M

Мануфактура (в Zenith ее называют только так, с большой буквы) строго отделяет “очень дорогое” от “изысканной роскоши”. Введя в мир часовой моды понятие часов Black Tie, марка создала образ часов для выхода в свет. В частности, коллекцию Academy, пополняющуюся новыми моделями для столь любимых маркой обеспеченных эстетов, предполагающих неожиданные и неординарные

решения. Им марка под занавес 2008 года предложила сразу четыре новых модели часов из коллекции Academy: Minute Repeater, Tourbillon Perpetual Calendar, Tourbillon Chronograph и Tourbillon Hour & Minute.

В основе всех четырех моделей — знаменитый калибр El Primero, дополненный рядом усложнений. Венчают обновленную коллекцию модели Tourbillon Chronograph и Tourbillon Hour & Minute. Весной 2008 года марка представила первый турбийон в гироскопическом корпусе, работающем в связке с тем же El Primero. Благодаря этому симбиозу, а также ряду оригинальных решений в области компенсации влияния земного притяже-



ACADEMY TOURBILLON QUANTIÈME PERPETUEL CONCEPT



ACADEMY TOURBILLON CHRONOGRAPH

ACADEMY OPEN REPETITION MINUTES

ACADEMY TOURBILLON (HMS)

ACADEMY TOURBILLON QUANTIÈME
PERPETUEL (BLACK TIE)

ния Zenith создала самый быстрый турбийон в мире с частотой колебаний 36 000 пк/час. Что, выражаясь простым языком, гарантирует точность хода до одной десятой секунды. Такая точность была достигнута с помощью довольно оригинального решения: чтобы придать турбийону с такой высокой частотой необходимую энергию, мастера Zenith приняли решение сохранить прямолинейный регулятор хода, отчего баланс оказался слегка смещен от центра в корпусе. Благодаря этому турбийон более продуктивно использует создаваемую El Primero энергию, что и ведет к увеличению точности.

Модели с турбийонами представлены двумя версиями – первая, Tourbillon Chronograph, с механизмом 4005, объединяет в себе турбийон и хронограф в корпусе 45 мм, а модель Tourbillon Hour & Minute с механизмом 4041 основана на самом тонком автоматическом механизме El Primero с турбийоном. Эта модель с диаметром корпуса 40 мм показывает только часы и минуты, отправляя излишки энергии на работу турбийона. От своего “хронографического” собрата эта модель отличается несколько меньшим размером корпуса и очень большой римской цифрой XI, одновременно выступающей мостом турбийона.

Предметом особой гордости для марки является модель Tourbillon Perpetual Calendar, соединившая в себе турбийон, вечный календарь и хронограф El Primero. Как говорят представители марки, решение дополнить модель с турбийоном вечным календарем стало своего рода ода вечности – при регулярном заводе механизм El Primero 4033, состоящий из 492-х компонентов и 35-ти камней, будет точно показывать время, дату, день, месяц и високосные годы для соответствующего века без дополнительной и трудоемкой настройки. Точность показа времени гарантируется за счет целого ряда кодирующих месяцы замысловатых шпинделей. А некоторым деталям придется годами ждать возможности вступить в действие. И наконец одной из самых сложных в коллекции стала модель Minute Repeater – автоматический хронограф ручной работы с минутным репетиром. Это усложнение, считающееся одним из важнейших достижений часового дела, было создано для настенных и карманных часов свыше 300 лет назад. Сегодня считанные часовые мануфактуры могут собрать репетир для наручных часов. В Zenith его не только собрали, но и объединили с калибром 4043, состоящий из 461-й детали и 45-ти камней.

Чтобы объединить эти два усложнения, Zenith разработала и запатентовала систему, позволяющую ударному механизму обходить оси хронографа. Достигается это за счет того, что ударная рама изготовлена в виде одной, исключительно сложной детали с зубцами, которые обеспечивают работу концентрических наборных паллет часов и минут. Удары производятся с использованием скользящего рычага: низкие для часов, высокие для минут, двойного тона – для четвертой часа. Ряд прозрачных отверстий на циферблате открывает удивительный танец молоточков. А для тех, кто хочет лучше видеть, как функционирует механизм, как срабатывает рама или настраивается соборная вибрация, модель Concept идет с циферблатом из сапфирового стекла. Open Minute Repeater представлена двумя сериями: классической моделью из розового золота с гильошированным вручную серебряным циферблатом и современной, из белого золота с прозрачным циферблатом. Такое разнообразие моделей и усложнений в рамках одной коллекции Zenith объясняется растущим спросом на “максимально индивидуальные” часы. Для имеющей свой, легко узнаваемый образ марки это не самая сложная задача. <

Historiques American 1921 от Vacheron Constantin



П

Представив в прошлом году новую версию Chronomètre Royal 1907, выпущенную в честь 100-летнего юбилея модели, Vacheron Constantin сегодня предлагает на суд обществу Historiques American 1921. На создание этих часов мастеров марки вдохновила модель 20-х годов (выпускалась женевской мануфактурой специально для американского рынка) с подушкообразным корпусом и заводной головкой в положении "1 час", что на циферблате, однако, соответствовало метке "12 часов". Элегантность, простота, сочетающаяся с оригинальностью, — настоящий денди мира часов. Модель со-

хранила подушкообразный корпус (44 мм), на этот раз выполненный из 18-каратного розового золота. Основной отличительной чертой ее стало диагональное расположение корпуса, при этом заводная головка осталась на старом месте, на метке "1 час".

На циферблате с пескоструйной отделкой разместились 12 черных арабских цифр и черная минутная шкала. Черные часовая и минутная брегетированные стрелки, а также секундная стрелка в виде дирижерской палочки, изготовлены из 18-каратного окисленного золота. Корпус со слегка выгнутым сапфировым стеклом оснащен прозрачной задней крышкой, открывающей восхищенному взору исключительно тонкую отделку нового калибра 4400 с ручным заводом, созданный и произведенный мануфактурой

Vacheron Constantin. Механизм, украшенный женевским клеймом, всего 28 мм в диаметре и высотой 2,8 мм, с рабочей частотой 28 800 пк/час и 65-часовым запасом хода, обеспечивает индикацию часов, минут и секунд на отдельном малом циферблате.

Водонепроницаемые при давлении до 3 бар (приблизительно до 30 м), эти новые часы предлагаются с темно-коричневым ремешком с ручной строчкой из искусственно состаренной кожи аллигатора с квадратным узором, украшенным застежкой в форме половины Мальтийского креста из 18-каратного розового золота.

Модель Historiques American 1921 будет выпущена ограниченной серией. <

Больше информации о Vacheron Constantin — в разделе Brand Index на www.europastar.com

Richard Lange “Pour le Mérite”



R

Richard Lange “Pour le Mérite” стала второй моделью в линейке часов, посвященных новому уровню точности измерения времени. Модель предлагается в корпусе из платины или розового золота диаметром 40,5 мм, что существенно повышает читаемость показателей. На лаконичном белом трехуровневом циферблате часовые метки представлены в виде узких черных римских цифр, а минуты (15-я, 30-я, 45-я и 60-я) обозначены маленькими красными арабскими цифрами. Три циферблата изготавливаются посредством тридцати сложнейших высокотехнологичных процедур. Часы поражают безупречным эмалированным циферблатом, который служит великолепным фоном для классических стрелок из вороненой стали. Создатели

модели осознанно отказались от идеи апертуры в циферблате, которая открывала бы взору механизм фузеи с цепной трансмиссией, поскольку ничто не должно препятствовать отличной читаемости показателей.

Круче турбийона

Точность часов зависит от движущей силы, базирующейся на принципе фузейного механизма. Фузейная передача призвана компенсировать ослабевание пружины, поддерживая вращательный момент на постоянном уровне на протяжении всего периода запаса хода. С этой целью функция передачи энергии, обычно выполняемая исключительно заводным барабаном, была возложена на два компонента: заводной барабан и расположенный рядом конический фузейный блок. Эти два элемента соединяет тончайшая цепь, в модели Richard Lange “Pour le Mérite” состоящая из 636-ти деталей.



Механизм Calibre L044.1 приводится в действие безындексным спуском (21 600 пк/час). Запас хода— 36 часов. Одним из компонентов калибра является волосковая пружина собственного производства, подогнанная под колебательную систему и механизм. Момент инерции большого балансового колеса с 18-ю инерционными и 4-мя стабилизирующими винтами, выполненными из 18-каратного золота, точно отвечает вращательному моменту, который придается фузеей. ⚡

Больше информации о Lange & Söhne — в разделе Brand Index на www.europastar.com

Girard-Perregaux: ИЗ ТЕНИ К ЗВЕЗДАМ



» Пьер Мейяр

Для него: ww.tc Shadow

Побывав в разных ипостасях – и ассистента брокера, и гида по модным центрам мира – ww.tc в этом году предлагается в сложном черном керамическом корпусе (43 мм, твердость 1500 по Виккерсу) с сатинированной отделкой, которая, кажется, делает темный цвет часов еще глубже. Модель

укреплена внутренним титановым контейнером, в который заключен автоматический механизм GP0387, разработанный специально для ww.tc. Кроме прочего, модель оснащена календарем, маленькой секундной стрелкой, индикацией времени в 24-х различных часовых зонах, flyback-хронографом и контрастным циферблатом, значительно улучшающим представление времени.

Для нее: Cat's Eye Annual Calendar и знаки зодиака

Переливающийся циферблат последней модели из линейки Cat's Eye от Girard-Perregaux фирменной овальной формы с золотым белем, инкрустированным 68-ю бриллиантами, показывает земное, лунное и звездное время благодаря собственному автоматическому механизму марки GP033M0.

Модель также оснащена индикатором даты, который располагается на метке "2 часа", и годовым календарем, корректировать который придется лишь раз в год, в феврале. Индикатор фаз Луны размещен по центру, а напротив метки "6 часов" располагается апертура в виде кометы, в которой круглый год появляются сменяющие друг друга знаки зодиака. Элегантность этих часов соизмерима лишь с их астрономической красотой. <

Больше информации о Girard-Perregaux – в разделе Brand Index на www.europastar.com

Parmigiani Fleurier представляет коллекцию Tondagraph



› Кит В. Стрэндберг

М

Модель Tondagraph, первая ласточка из коллекции 2009 года, порадовала двумя новинками: усложнением и новым корпусом более округлой, классической формы.

Благодаря механизму, сочетающему привлекательность турбийона и функциональность хронографа, Tondagraph (Calibre PF 354) заняла место в коллекции Haute Horlogerie марки. Только полировка двух мостов турбийона занимает до 20-ти часов, на общую отделку корпуса уходит минимум сорок часов. Благодаря прозрачной задней крышке мы имеем возможность любоваться механизмом.

Циферблат с отделкой в стиле Côtes de Genève украшен кареткой турбийона и 30-минутным счетчиком хронографа, образующими двойной эллипс. Два уровня шкалы тахометра позволяют измерять скорость до 3000 км/ч. Круглая форма корпуса претерпела изменения, обеспечив больше места для счетчика хронографа и каретки турбийона. И в качестве последнего штриха: Tondagraph оснащена знаменитыми ушками в фирменном стиле Parmigiani.

Модель Tondagraph предлагается в корпусе из 18-каратного белого золота ограниченной серией в 15 экземпляров (каждый с индивидуальным номером на задней крышке) и стала достойным портретом от Parmigiani в галерее высшего часового искусства.

Tondagraph 43 оснащена калибром PF 354 с турбийоном и хронографом.

Часовая и минутная стрелки, маленькая секундная стрелка напротив метки "9 часов", хронограф с точностью до секунды (большая секундная стрелка по центру, 30-минутный счетчик хронографа напротив метки "3 часа"), корпус из трех деталей выполнен из 18-каратного белого золота. Модель водонепроницаема до 30 м, с сапфировым стеклом с антибликовым покрытием и прозрачной задней крышкой из сапфирового стекла. Серебряный циферблат с отделкой в стиле Côtes de Genève по центру, 30-минутный счетчик хронографа с покрытием Graphite, накладные индексы, треугольные стрелки с люминесцентным покрытием. Модель предлагается с ремешком Hermès из кожи аллигатора и раскладывающейся застежкой. ◀

Больше информации о Parmigiani — в разделе Brand Index на www.europastar.com

Союз Montblanc и Minerva



› Кит В. Стрэндберг

М

Мануфактура Minerva Villeret бурно развивается, направляя все силы на службу Montblanc. Minerva разработала уникальные технологии сборки механизма. Продолжая линейку часов, созданных при участии мануфактуры, Montblanc представила две новых модели. Villeret Grande Chronographe Regulator (47 мм): (три коллекции: экземпляр в корпусе из платины, 110 000 евро, 8 в корпусах из 18-каратного белого золота, 70 000, 58 в корпусах из 18-каратного червонного золота (65 000) с ручным подзаводом, одно-кнопочным хронографом, индикатором домашнего времени и запасом хода. Модель оснащена калибром MBM16.30.

Две версии Grand Tourbillon Heures Mysterieuses (47 мм): в корпусе из красного золота,



8 экземпляров стоимостью 190 000 евро и в корпусе из белого золота, 8 экземпляров (200 000) с эксцентрично расположенными "плавающими" часовой и минутной стрелками, механизмом ручного завода с турбийоном и 48-часовым запасом хода. Модель оснащена калибром MBM65.60.

В линейке Nicolas Rieussec от Montblanc также появилась любопытная новинка — хронограф. Линия была представлена на SIHH 2008, версии в стальном корпусе ожидаются

не ранее весны 2009 года. Новый для SIHH механизм — хронограф MBR110 в корпусе 43 мм из платины (50 экземпляров, 39 000 евро), розового золота (24 000) и стали (9 500). Функции хронографа выполняются вращающимися дисками, стрелки остаются неподвижными. Механизм частично скелетонизирован.

Что до дамских часов, коллекция Star пополнилась моделью Pluie d'étoiles в круглом корпусе, инкрустированном бриллиантами, с автоматическим механизмом и запасом хода 42 часа. Она предлагается в корпусе из белого золота (36 мм) с циферблатом, усыпанным алмазными искрами (35 000). В коллекции Sport от Montblanc появилась новая модель Automatic Montblanc Sport Chronograph в черном корпусе из стали с покрытием DLC (44 мм) с 46-часовым запасом хода. Модель водонепроницаема до 200 м, розничная цена — 3 950 евро. <

Больше информации о Montblanc — в разделе Brand Index на www.europastar.com

Усложнения а-ля Piaget. Версия 2009 года

В новом году Piaget планирует добавить еще один механизм собственного производства в свою и без того впечатляющую коллекцию.



› Малкольм Лакин

Создав почти два десятка механических калибров за последние десять лет, Piaget продолжает воплощать в жизнь амбициозную программу развития своих производственных возможностей. Сегодня каждая модель Piaget оснащена фирменным механизмом. Emperor Coussin Moon Phase — еще один яркий пример технического и творческого гения Manufacture de Haute Horlogerie Piaget. Индикатор фаз Луны, одно из наиболее сим-

EMPERADOR COUSSIN MOON PHASE от Piaget

Часы в корпусе из 18-каратного белого золота, оснащенные автоматическим механическим калибром Piaget 860P собственного производства с 72-часовым запасом хода. Круговая отделка Côtes de Genève, зернистая платина, мосты со скошенными гранями, баланс с винтами из вороненой стали. Серебристо-серый циферблат с часовыми метками из 18-каратного белого золота и полированным сатинованным серебристым центром, крупным диском из 18-каратного белого золота, представляющим фазы Луны, напротив метки "6 часов", прозрачная задняя крышка из сапфирового стекла. Предлагается с черным ремешком из кожи аллигатора с раскладывающейся застежкой из белого золота.

воличных часовых усложнений, представляет собой не только механическое усложнение, показывающее текущую лунную фазу, но и романтический взгляд на далекое светило, которым мы можем любоваться практически каждый день.

На циферблате этих часов с крупным корпусом подушкообразной формы (46,5 мм) размещена большая апертура индикатора фаз Луны, в которой появляется золотой диск с неровной поверхностью, символизирующей лунную. Фазы Луны отображаются посредством подвижного экрана, постепенно открывающего лунный диск белого золота, чтобы вновь скрыть его. Такой способ индикации фаз Луны воспроизводит естественное взаимодействие Солнца, Земли и Луны. Одним словом, в этой модели с подушкообразным корпусом воплотилась вся поэзия движения ночного светила. <

Больше информации о Piaget — в разделе Brand Index на www.europastar.com

Поэзия в Париже

Мы раньше других получили возможность увидеть Париж глазами Van Cleef & Arpels.



› **Малкольм Лакин**

М

Модель Une Journée à Paris ("Один день в Париже") — 24 часа в лучшем из городов, Париже, городе огней. Представьте, будто вы наблюдаете рассвет над Садом Тюильри, в полдень направляетесь на остров Сите, любуетесь солнечными лучами, пробивающимися через розовые витражи Собора Парижской Богоматери, после предпринимаете серьезное исследование витрин модных бутиков на авеню Монтень, а когда на землю опускаются первые сумерки, идете к Эйфелевой Башне.

А оттуда уже к Опере. Ну а потом почему бы не прогуляться по Вандомской площади? Устали? Не думаю, ведь это маленькое путешествие совершают за вас невероятные часы, с Poetic Complication ("поэтическим усложнением"), созданные Van Cleef & Arpels. Компании удалось объединить высокое часовое искусство с романтической прогулкой. Фоном для 24-часового цикла служит черный ониксовый диск с наложенными на него семь женскими и одной детской фигурками и весьма поэтически изображенными местами их прогулок, которые в определенное время появляются из перламутрового циферблата, а затем медленно скрываются под ним, уступая место следующему символическому виду Парижа.

Эта поистине поэтическая модель демонстрирует успехи Van Cleef & Arpels. Корпус Une Journée à Paris выполнен из 18-каратного белого золота, bezель, усыпанный бриллиантами круглой огранки, циферблат из оникса и перламутра, будто играющий с контрастами, светом и тенью. Модель предлагается с белым ремешком из кожи аллигатора. Марка также выпустила версию в корпусе из 18-каратного розового золота с силуэтами из розового золота и черным ремешком из кожи аллигатора. Подобно Парижу Эрнеста Хемингуэя, Une Journée à Paris от Van Cleef & Arpels — это "праздник, который всегда с тобой".

Больше информации о Van Cleef & Arpels — в разделе Brand Index на www.europastar.com

Hampton Magnum – женская и мужская версии



» Кит В. Стрэндберг

К

Курортные городки Саутгемптон и Ист-Гемптон – прекрасное место, чтобы спрятаться от суеты Нью-Йорка. Их гламурно-праздничная атмосфера вдохновила мастеров Baume & Mercier на создание коллекции Hampton. В этом году марка представляет Hampton Magnum в двух версиях – для мужчин и женщин. Новая коллекция Hampton в стиле casual chic сочетает классический подход и современный облик. В коллекцию входят две изумительные модели: Hampton Magnum Black for Him и Hampton Magnum White for Her.

Hampton Magnum XXL

В этом году мужская Hampton Magnum может похвастаться размером XXL и новой функцией – хронографом, что подчерки-

HAMPTON MAGNUM WHITE

Новая модель Hampton Magnum White, созданная для сильных женщин, оснащена безелем, инкрустированным четырьмя бриллиантами. Ее автоматический механизм объединяет два весьма полезных усложнения: крупный календарь и индикатор второго часового пояса, показывающий часы и минуты. Автоматический механизм (SOPROD TT651), ротор, украшенный узором Côtes de Genève, календарь у метки "12 часов", индикатор второй часовой зоны у метки "6 часов", квадратный стальной корпус размера XL (34,1 x 45 мм), частично полированный, частично сатинированный, укрепленный боковыми вставками из белой вулканизированной резины, закрепленный четырьмя стальными винтами. Безель из сатинированной стали, закрепленный четырьмя стальными винтами с бриллиантами (0,12 карата), заворачивающаяся заводная головка, задняя крышка из сапфирового стекла, закрепленная четырьмя стальными винтами, мерцающий белый циферблат, индикатор второго часового пояса увеличен декоративной накладкой с родиевым покрытием и узором Côtes de Genève, инкрустированной двумя вессельтоновскими (32/24 Top Wesselton VS) бриллиантами полной круглой огранки. Накладные арабские цифры с родиевым покрытием, стрелки с концами, обработанными Superluminova. Модель водонепроницаема до 200 м, предлагается с белым каучуковым ремешком и тройной раскладывающейся застежкой с предохранителем.

вает спортивный стиль модели. А полностью сатинированный корпус из стали придает Hampton Magnum мужественный вид часов, готовых к любым испытаниям.

Механизм с автоматическим хронографом (ETA 7750), ротор с узором Côtes de

Genève, апертура даты у метки "3 часа", квадратный корпус размера XXL (37,4 x 48 мм) из сатинированной стали слева укреплен боковыми вставками из черной вулканизированной резины и зафиксирован двумя стальными винтами. Безель из сатинированной стали закреплен четырьмя винтами черного цвета с покрытием PVD. Кнопки из сатинированной стали. Заворачивающаяся заводная головка, задняя крышка из сапфирового стекла, закрепленная четырьмя стальными винтами. Черный циферблат и счетчики хронографа, маленькая секундная стрелка у метки "9 часов", накладные цифры с родиевым покрытием, стекло с антибликовым покрытием, стрелки с концами, обработанными Superluminova. Водонепроницаемы до 200 м, предлагаются с черным каучуковым ремешком с орнаментом Clou de Paris с тройной раскладывающейся регулируемой застежкой. ◀

Больше информации о Baume & Mercier – в разделе Brand Index на www.europastar.com

Panerai представляет новые калибры собственного производства



› Кит В. Стрэндберг

М

Марка Officine Panerai планирует в 2009 году следовать установленному курсу, сосредоточившись на разработке и производстве собственных механизмов. И даже в это непростое с экономической точки зрения время Panerai продолжает процветать.

“Дела пока идут хорошо, — говорит Анджело Бонати, президент и CEO Officine Panerai. — Наша проблема заключается в том, что наши производственные возможности не удовлетворяют в полной мере потребности рынка. Разумеется, следующие несколько месяцев могут стать непростыми. Но самыми сильными нашими рынками остаются США и страны Азии, за исключением Японии”.

На выставке SIHH Panerai планирует представить новый автоматический калибр. “Механизмы нашего собственного производства всегда встречают теплый прием, — утверждает Бонати. — Поначалу приверженцы марки, которые сами себя называют Paneristi, отнеслись к ним несколько сдержанно. Сегодня же это направление пользуется всеобщим одобрением. Мы запускаем в производство новый калибр, которым будут оснащены три модели — одна с индикатором запаса хода, другая с функцией мирового времени, а третья — совмещающая обе функции”.

Более того, Panerai планирует представить модель Luminor Chrono Daylight 44 mm-Titanium, сохранившую характерную форму фирменного корпуса Luminor наряду с его главной деталью — запатентованным защитным устройством заводной головки, которое обеспечивает водонепроницаемость корпуса, плотно прижимая заводную головку к

корпусу. Однако у модели появился целый ряд новых характеристик: новый Luminor — это хронограф с функцией даты, сертифицированный COSC. К тому же новая модель производится в корпусе из титана, точнее, сплава на его основе, отличающегося гипоаллергенностью, стойкостью к высоким температурам и коррозии.

Будущее

Анджело Бонати прочит успешное будущее компании. “У марки большой потенциал, — говорит он. — Мы уверены, что нас ждет хорошее будущее, поскольку мы строим новый производственный комплекс, разрабатываем собственные механизмы и развиваем нашу марку. Если ничего не изменится в мировой экономике, мы продолжим развиваться, постоянно повышая свой уровень”. ◀

Больше информации о Panerai — в разделе Brand Index на www.europastar.com

Agusta и Juliette от JeanRichard

В преддверии SIHH 2009 JeanRichard представляет новые часы в успешной линии MV Agusta, а также новые женские часы Lady Juliette.



› Кит В. Стрэндберг

Chronoscope MV Agusta Brutale Nera Watch

Уже несколько лет JeanRichard сотрудничает с компанией-производителем концепт-мотоциклов MV Agusta. Плодом сотрудничества стала линейка часов в фирменном стиле MV Agusta, пользующихся большой популярностью на многих мировых рынках. В этом году в рамках коллекции Chronoscope JeanRichard представляет новую модель Brutale.

На создание Chronoscope MV Agusta Brutale Nera, как и других моделей 2008 года, марку вдохновил фирменный образ мотоцикла Brutale. Крупный корпус (43 x 43 мм) полностью покрыт резиной, а штампованный циферблат, повторяющий очертания обода мотоциклетного колеса, составляет единое целое с рельефными хронографом и метками, придающими ему дополнительную глубину. Счетчики хронографа передают спортивную красоту мотоциклетных приборов. Дополнительная секундная стрелка напротив метки "3 часа" с вращающимся диском и арабскими цифрами придает часам некую агрессивность. Это впечатление лишь усиливается

красными метками циферблата, безелем с тахиметрической шкалой, кнопками хронографа и прозрачной задней крышкой — все элементы с титановым PVD-покрытием. Часы оснащены знаменитым механизмом марки JR 1000, декорированным вручную, которым можно полюбоваться через полупрозрачную заднюю крышку с логотипом MV Agusta.

Завершают брутальный образ заводная головка и титановая платина с гравировкой. Кнопки хронографа были созданы с учетом формы корпуса, обеспечивая максимальное удобство часов в носке. Ремешок из телячьей кожи с контрастной красной строчкой крепится к корпусу посредством специальной вставки. Модель предлагается ограниченной серией из 290 экземпляров, каждый под индивидуальным номером.

Lady Juliette

Bressel Lady Juliette — настоящий идиллический тандем времени и чувств. Элегантный белый перламутровый циферблат украшен сентиментальной виньеткой *"je t'aime, un peu, beaucoup, à la folie..."* ("люблю тебя, чуть-чуть, сильно, до безумия"), извивающейся по циферблату с дополнительной секундной стрелкой на метке "7 часов" и инди-

катором запаса хода напротив метки "4.30". Отдельно от сентиментальной фразы напротив метки "12 часов" располагается небольшой циферблат с часовой и минутной стрелками, инкрустированный бриллиантами в технике pavé. В самом сердце часов скрывается механизм JR1000, приводящий в движение тонкую систему отображения времени. Механизм JR1000 способен вместить целый ряд блоков, что открывает простор для создания всевозможных усложнений. А это способствует усилиям марки, идущей по пути "нового толкования понятия времени", создавая новаторские и современные часы.

Восхищаясь передовыми идеями Даниэля Жан-Ришара и дабы почтить своего знаменитого тезку, марка создала коллекцию Bressel, названную в честь его родной деревушки близ Ла-Шо-де-Фон.

JeanRichard добавила в линейку Bressel Lady еще более ослепительный экземпляр с корпусом из 18-каратного розового золота, безелем с 58-ю бриллиантами и заводной головкой с сапфиром-кабошоном. Гармоничное сочетание этих элементов придает романтический облик Bressel Lady Juliette. <

Больше информации о JeanRichard — в разделе Brand Index на www.europastar.com

Все дело в циферблате

› Пьер Мейяр

Ч

Четыре года назад, что в мире современных технологий соответствует четырем световым годам, создание марки Hautlence открыло новую эру в развитии часовой отрасли. После того как часовую арену заполнили множество новых продвинутых с точки зрения механики марок, в основном возглавляемых независимыми часовщиками, появление в 2004 году Hautlence, основанной двумя молодыми людьми, Рено де Ретцем и Гийомом Тету, ознаменовало рождение нового типа нишевой марки второго поколения. Компании этого типа отнюдь не претендуют на совершение переворота в мире механических часов, они скорее стремятся предложить новые гибридные модели и оригинальные пути представления времени.

“Речь идет о циферблате”

Рено де Ретц и Гийом Тету говорят, что усилия марки направлены на поиск новых подходов к представлению времени. “Мы начали не с разработки концепции механизма, — говорят они, — и не с дизайна, все наши устремления сосредоточены на циферблате. Лишь после мы начинаем думать о механике, которая позволит воплотить нашу идею. Именно поэтому мы находимся в постоянном поиске, пытаюсь совместить в нашем циферблате наиболее продвинутые технологии с элегантным дизайном”. Этот творческий процесс за-



Рено де Ретц и Гийом Тету

висит от сотрудничества широкого круга специалистов. В создании часов от Hautlence задействовано более 50 мастеров. Компания с гордостью говорит об этом особом виде организационной сети, называя ее “Колледж”. Фирменный стиль работы марки, который переняли другие представители последнего поколения часовых компаний — например, Max Büsser & Friends — объединяет в себе ту же идею коллективной работы и открытости, когда все знают, “кто чем занимается”.

Создание репутации

Коллективная работа — не эпизодическое явление. Это одно из основных условий другого подхода к искусству создания механических часов, не обремененных ненужными усложнениями. Там, где часовщик стремится к добавлению новых усложнений и увеличению числа турбийонов, цель марки вроде Hautlence состоит в том, чтобы обеспечить свои часы новаторскими и оригинальными циферблатами и индикаторами. Таким образом марка пытается заработать настоящую репутацию в своей отрасли. С самого начала требования Hautlence к своим циферблатам привели к тому, что компании пришлось создать и запустить в производство собственный калибр, который и был использован в первом же продукте марки, модели HLS. Эти часы представляют собой совершен-

но оригинальную комбинацию прыгающего часа на диске с ретроградным индикатором минут, приводимых в движение осью минутной стрелки, что высвобождает спираль, которая посредством сенсора промежуточного рычага придает линейное движение большому рычагу.

Конец большого рычага соединяет маленькую пружину с инерционным блоком, отвечающим за вращение, а точнее, “прыжки” часового диска. При смене часа большой рычаг занимает исходную позицию и посредством второго промежуточного рычага возвращает минутную стрелку к нулевой отметке. Циферблат производит впечатление механической игрушки, вроде старинного паровоза.

HL



Игры на раздевание

Создание этого новаторского устройства требовало новаторского механизма. Желание отделаться от всех технических элементов, составляющих циферблат, повлияло на конструкцию и корпус часов, которые позволяют рассмотреть в мельчайших деталях все уровни “внутренностей” механизма. В результате были созданы часы, поражающие своей технической и эстетической последовательностью, которая даже получила развитие в двух последующих моделях: HLS с более своеобразным, провокационным дизайном, дополненная маленькой секундной стрелкой на вращающемся диске напротив метки “5 часов”, и HLQ, оснащенная вторым круглым калибром собственного производства с функцией прыгающего часа, ретроградным индикатором минут и индикатором даты.

Прототипы новой потрясающей модели, которая привлечет немало внимания, возможно, будут представлены на выставке BaselWorld 2009. Разумеется, при условии их безупречной работы, поскольку не в правилах Nautlence делать громкие заявления только с целью привлечь внимание. Компания должна быть уверена, что сможет в свое время представить модель, которая продемонстрирует, что уникальный подход марки к



HLQ



HLS



созданию оригинальных циферблатов таит в себе еще немало сюрпризов.

Основным вкладом в развитие этой молодой марки стало создание в 2007 году комплексного часового ателье, в котором трудятся два дизайнера-конструктора и три часовых дел мастера, а также приобретение технологии CNC, которая активно используется Nautlence при создании и разработке моделей, создании прототипов, сборке и контроле их качества.

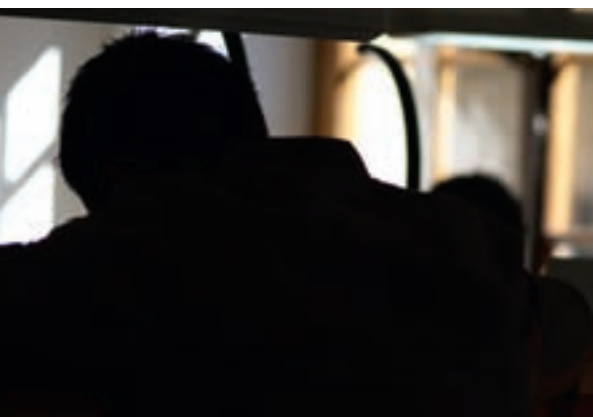
Архиважность обслуживания

Мы спрашиваем у этих молодых людей, как же нишевая марка справляется с экономическим кризисом? “Конечно же, мы несколько обеспокоены и поэтому стараемся действовать особенно осмотрительно. До сегодняшнего дня мы расширяли бизнес очень постепенно (в 2004-05 годах было произведено 15 часов, в 2005-06 — 160, в 2006-07 — 232 и 291 в 2007-08 годах), в полном соответствии с нашими планами. Мы терпеливо рас-

ширяем свое уникальное предложение, создавая все более совершенные изделия, улучшая качество отделки, делая наши услуги все более открытыми, включая гарантийное обслуживание, которому мы с самого начала придавали крайне важное значение. Например, в первых 35 часах был маленький изъян, уменьшающий их надежность. Мы тут же их отозвали и заменили механизм. Кстати, один из наших клиентов в Сингапуре, у которого была модель №1, не захотел расстаться с ней, предпочтя заказать новые часы.

Но честно говоря, мы часто спрашиваем себя: стоит ли нам так упорствовать и производить абсолютно все для наших часов в Швейцарии? Просто мы создаем часы на века. Нельзя сравнивать наши модели с концептуальными часами, которые по сути являются результатом маркетинговых усилий. Мы используем преимущество своей оригинальности. Мы работаем на долгосрочную перспективу”.

Самые продвинутые изыскания в области представления времени на самом деле проводятся самыми авангардными представителями отрасли и потому могут заинтересовать лишь избранную клиентуру. Но именно близкие, личные отношения, которые кропотливо строятся с редкими почитателями исключительных часов, и являются движущей силой, обуславливающей успех молодых марок, меняющих “лицо” часовой отрасли.



Мастерские

Бродячая рок-группа

Отличным примером молодой марки такого типа будет Max Büsser & Friends, или MB&F. Этот производитель считает кооптацию основным условием успешной деятельности. Макс Бюссер извлек максимум полезного из тенденции сетевого сотрудничества, прекрасно зная и разбираясь в особенностях данного сегмента. Этот сегмент принадлежит тем редким клиентам, которые считают часовой рынок частью рынка предметов искусства.

Создав подразделение швейцарских часов для марки Harry Winston и положив начало коллекции Opus, Макс Бюссер в 2005 году запустил MB&F, представив миру свое детище Horological Machine No 1. Благодаря хорошо просматриваемой конструкции модели, можно разглядеть выгравированные на механизме HM1 имена Лорана Бессе и Питера Спик-Марина. Это часовое "НЛО" имеет поднятый турбийон, возвышающийся в центре двойного эллипса в форме вытянутой восьмерки с отдельно расположенными индикаторами часов, минут и семидневного запаса хода. Что касается дизайна, в этой объемной модели удалось эстетично соединить функции двух пар барабанов, установленных параллельно, сообщающих движение регуляторам из двух источников одновременно.

Две половины циферблата

В модели HM2 MB&F продолжают экспериментировать с двойным циферблатом, исследуя область ретроградных индикаторов, на этот раз в сотрудничестве с Жан-Марком Видеррехтом, талантливым специалистом в этой области, получившим титул лучшего конструктора 2007 года на Женевском конкурсе Grand Prix de l'Horlogerie. На левом циферблате расположены индикаторы ретроградной даты и фаз Луны, причем последний в обоих полушариях. Правый же циферблат отдан индикатору прыгающего часа, мгновенно перескакивающего с одной метки на другую, и концентрическому ретроградному указателю минут. Оба циферблата виднеются через два окошка, расположенных

рядом на прямоугольной платине. Этот дисплей, разделенный на две части, олицетворяет новый уровень часового искусства, ориентированного на конечного потребителя: из-под манжеты рубашки видна лишь одна половина с указателями часов и минут, оставляя окружающих в неведении о больших возможностях Horological Machine 2. Недавно была представлена третья модель из этой серии, HM3. И хотя идея трехмерности достаточно ярко реализована в первых двух "машинах", в HM3 она достигла нового уровня развития. Созданием этого маленького устройства с калибром от Girard-Perregaux руководил Жан-Марк Видеррехт. Эту модель делают особенной два похожих на вулканические кратеры конуса. Вершина одного из

Максимилиан Бюссер



них является индикатором времени суток, при этом прозрачные “склоны вулкана” используются для индикации часов. Другой конус показывает минуты. Оба “кратера” расположены по краям открытой части часов в форме большого полумесяца, что позволяет заглянуть вглубь механизма и его ротора, помещенного на циферблат, вокруг которого движется диск с выгравированной на нем датой. И о будущем хозяине не забыли — достаточно взгляда на боковые циферблаты, чтобы прочесть время. Эта поразительная модель предлагается в двух версиях. Горизонтальная, разработанная маркой, получила название Starcruiser, а предложенная клиентом вертикальная носит имя Sidewinder.

Анализ рынков

Максу Бюссеру удалось продать практически всю первую партию HM1 до того, как она была изготовлена, благодаря его личной сети клиентов. Но первые шаги на пути к независимости не всегда даются просто, тем более что не все подрядчики выполняют свои обещания. В итоге поставка первых 35 часов HM1 была отложена до мая 2007 года, на целых два года после того, как было заявлено

HM3 Movement Double



HM3 Starcruiser

начало их производства. С тех пор MB&F создала собственную сеть. Модель HM2 увидела свет в январе 2008-го. Ежегодно планируется выпускать по 100 часов этой модели вплоть до 2010-го. HM3 будет представлена общественности в марте этого года.

Свободный электрон

Еще один часовщик-одиночка, Жан-Франсуа Рюшонне, проявляет большое внимание к потенциалу механических циферблатов, которые, судя по всему, всегда представляли для него значительный интерес. Необычайно талантливый, вечно готовый пробовать свои силы практически в любом деле, Рюшонне возглавлял техническое направление и отдел исследования и разработки в Chopard до самого своего ухода из компании в 1999 году. Он создал несколько самых впечатляющих образцов трехмерной анимации, после чего изобрел, в числе прочего, V4 для TAG Heuer, модель с зубчатыми ременными передачами, которую конструкторам марки пока не удалось завершить (да и возможно ли вообще собрать подобные часы?), а также модель Double Tourbillon Tournant для Breguet.

В настоящее время Рюшонне запускает производство собственных часов на своей мини-мануфактуре CréaLuxe, основанной им вместе с Андрэ Штрике. Долгожданным

плодом этого сотрудничества стала модель Cabestan. Мы говорим “долгожданный”, поскольку, чем бы ни занимался Рюшонне, его проект сразу же превращается в настоящее хождение по мукам, и Cabestan, который он задумал еще несколько лет назад, в 2003-м, не стал исключением. Существовала большая вероятность, что модель вообще вряд ли появится. Разработка модели первоначально была поручена Вьянне Альте, потом, вследствие целого ряда происшествий, в которых не стоит даже пытаться разобраться, модель вернулась к Рюшонне. В конечном итоге часы таки были созданы благодаря усилиям одаренного часовщика-новичка Эрика Кудрэ.

Именно Кудрэ создал, среди прочего, Gyrotourbillon для Jaeger-LeCoultre. В начале 2008 года он решил уйти из именитой компании с более чем тысячей сотрудников, покинув Ле Сантье, и обосноваться на другой стороне долины Жу. Там он присоединился к горстке других часовщиков из CréaLuxe.

Вскоре молодой изобретатель занялся чертежами Cabestan, начав с самого начала пробираться по этому настоящему “лабиринту идей”. Он стремился упростить и рационализировать работу модели, обеспечив при этом безукоризненную надежность. Работая “по старинке”, но используя



Cabestan Platine

при этом современные инструменты, Эрик Кудрэ, который признает “свою ответственность в данном предприятии”, и семь его коллег разобрали механизм, усовершенствовав некоторые из его элементов. Из изменений, внесенных ими, основным, пожалуй, является модификация некоторых энергоемких осей модели, представляющей собой цепь и барабаны (23-сантиметровая цепь состоит из приблизительно 450 соединенных вручную стальных звеньев). Несколько месяцев спустя им удалось добиться надежности, точности и технической реализуемости часов Cabestan.

Скульптурная трехмерность

Номеру два в этой поистине идеальной трилогии (в которой модель V4 представляет землю, Cabestan воду, а третий хроно-

метр, находящийся в разработке, — воздух), Cabestan Winch Tourbillon Vertical, не чужда морская тема: цепь напоминает якорную, а с помощью заводной головки в форме миниатюрной лебедки осуществляется завод механизма.

Индикаторы часов, минут и секунд расположены в Cabestan на трех отдельных барабанах, приводимых в движение вертикальным турбийоном из закаленной стали, и с трех сторон покрытых термически обработанным стеклом “пирекс”. Этим же стеклом покрыты барабан с цепью и индикатор запаса хода (до 72 часов) в виде вращающегося алюминиевого барабана с выгравированными метками, установленного на шарикоподшипниках. В результате в этих часах традиционная шкала уступает место некоему ретрофутуристическому приспособлению, элементы которого и



составляют невероятно оригинальный циферблат.

После пробной партии из шести часов Cabestan, произведенной специально для Romain Jérôme (что “даже несмотря на риск возникновения определенной путаницы было отличным рекламным ходом”, признает Жан-Франсуа Рюшонне), в самом разгаре работа над 135-ю часами этой ограниченной серии, причем первые пять появятся уже в ближайшее время. Команда надеется выпустить в конечном итоге по семь-десять часов ежемесячно, при этом на конец ноября 2008 года компания уже располагала подтвержденными заказами на первые 44 хронографа. Стоит упомянуть, что на создание каждого Cabestan в среднем уходит около 1000 часов.

Волнует ли Рюшонне текущий экономический кризис, учитывая тот факт, что цены на его часы колеблются в пределах 325 000 — 405 000 швейцарских франков в зависимости от используемых материалов? “Мы настолько далеки от нормы, что, откровенно говоря, не думаю, чтобы спрос на наши часы понизился, ведь основное правило коллекционера — приобретать исключительное”. Еще один вопрос: будет ли Cabestan 2, находящаяся в настоящее время на стадии разработки, более простой и более дешевой, или еще более ошеломляющей и дорогой моделью? Трудно ответить сейчас, поскольку еще нет окончательно утвержденного проекта. Но в ожидании последующего развития событий и появления новой линии не стоит забывать и о знаменитой “воздушной” модели, о которой мы уже упоминали, но вынуждены пока хранить молчание...

Жан-Франсуа Рюшонне



Андрэ Штрике



Новый друг — цифровой дисплей

Среди прочих текущих тенденций отображения времени мы стали свидетелем появления нового поколения часов, отображаю-



Дени Жиге



МСТ

щих время аналогово-цифровым способом. На ум сразу же приходят Meccanico DG от de Grisogono и Opus 8 от Harry Winston, создание которых приписывается Фредерику Гарино. Europa Star уже рассказывала на своих страницах об этих двух моделях. Эти два необыкновенных хронографа являются концепт-часами — легендарными моделями, созданными исключительно самостоятельно двумя марками, которые при этом не считают часовую отрасль основным своим направлением. Вероятно, именно поэтому могут пройти месяцы, а то и годы, прежде чем будет завершена официально представленная модель и начнется ее промышленное производство.

Нашего внимания стоит также и другой пример, молодая марка МСТ (Manufacture Contemporaine du Temps), которая с энтузиазмом принялась покорять невероятно специфическую и сложную нишу комбинированных аналогово-цифровых циферблатов. Продукт МСТ стал приносить доход, будучи лишь заявленным к изготовлению.

Вращающиеся гравированные призмы

Марка МСТ была основана в 2007 году Дени Жиге, 40-летним инженером, успевшим поработать в Gay Frères и Rolex, после чего он перешел в Harry Winston, где руководил разработкой и производством часовой продукции, в том числе и коллекции Opus. Цель МСТ заключается в “новом взгляде на время”, и для достижения ее марка предлагает “оригинальный способ представления времени”.

В первом же продукте марки, модели Sequential One, цель эта была успешно до-

стигнута. Основные инновационные усилия в этих поистине необычных часах были направлены на цифровой циферблат. Часовые метки выгравированы на четырех больших блоках, каждый из которых состоит из пяти пластин, представляющих собой трехгранные призмы. Эти часовые индикаторы размещаются на метках “12”, “3”, “6” и “9 часов”. Они попеременно открываются нашему взору благодаря движению вращающейся минутной шкалы с отсутствующим сегментом в 90 градусов. Таким образом открывается индикатор текущего часа, при этом три остальных блока скрыты, их призмы, медленно вращаясь вокруг своей оси, готовятся показать следующий час. По истечении часа минутная шкала совершает поворот против часовой стрелки, скрывая прошедший час и открывая следующий.

Чтобы обеспечить успешное взаимодействие элементов — призм и минутной шкалы, вращающихся с разной скоростью, потребовалась 471 деталь и специфическая система накопления энергии, необходимой для ежечасного поворота минутной шкалы на 270 градусов. Система приводится в действие механизмом ручного подзавода, специально созданного группой часовщиков и других специалистов (в проекте приняли участие более 20 экспертов). Модель поражает своим дизайном (разработка которого была доверена Эрику Гиро) — элегантным, классическим, эмоциональным и вполне осязаемым, позволяющим, кроме того, любоваться расположенными внутри механизмами.

Каждый раз, бросая взгляд на циферблат и ожидая увидеть индикатор часов на конкретном месте, легко обмануться из-за ежечасно-

го смещения меток. Разве что вы способны запомнить соответствие положения минутной шкалы каждому отдельному часу, что под силу далеко не каждому.

Будущее часовой отрасли

Благодаря этой новаторской модели МСТ удалось прочно обосноваться в среде “часовщиков-новичков”, но компания не намерена слишком долго задерживаться на этом этапе. Цель Дени Жиге, о которой он заявляет совершенно открыто, — “быстро начать процесс вертикализации” и со временем объединить под одним кровом основные составляющие часового дела — дизайн, конструирование, производство важных деталей, сборку и контроль качества — все, как в полноценной мини-мануфактуре. Ожидаемые в ближайшем будущем экономические потрясения наверняка сделают еще более тернистым путь, который должны пройти все эти молодые часовые компании в надежде, прежде всего, заработать на огромном и таком привлекательном потенциале механических циферблатов. Но если их первые шаги обернутся успехом и новички продолжат свои изыскания, их ожидают самые заманчивые предложения на службе у будущего часовой отрасли.

Urwerk, “спутниковый” предтеча и властелин

В царстве циферблатов особого внимания заслуживает оригинальная и совершенно уникальная работа часовых дел мастера Феликса Баумгартнера и дизайнера Мартина Фрая, которые трудятся во славу марки Urwerk, основанной в 1997 году.

В отличие от большинства талантливых молодых часовщиков его поколения, Феликс Баумгартнер решил направить свои усилия на поиск и разработку различных способов представления времени.

К чему же он стремится? "Перевести индикацию времени в разряд искусства". Баумгартнер разработал систему "спутников"-указателей времени, которые могут видоизменяться в зависимости от того, в какой модели они используются. Модель UR-103 Hexagone, представленная в сентябре 2008 года, — последнее из его творений. Коллекция Black, представленная в ограниченной серии, предлагается в корпусе из черной платины, особенно подчеркивающей революционность дизайна часов, "спутники" которого кажутся высеченными из цельного слитка.

Изыскания Urwerk, создавшей "спутниковую систему", привели к тому, что компания предложила серию моделей, сконструированных вокруг этого основного принципа. На ум сразу же приходит настоящий часовой шедевр, модель UR-202, представленная в 2002 году, в которой

Opus 5



UR-103 Hexagone

идея "спутников" достигла апогея. В центре часов вращается армированная алмазами карусель с сатинированным черным центром с PE-CVD-покрытием. Этот настоящий мозговой центр модели, точность изготовления которой составляет менее микрона, управляет вращением часовых блоков, т. н. "спутников", расположенных на концах трех стержней, и работой трех телескопических стрелок. Внутри стержней вмонтированы "транспортёры", механические элементы, отвечающие за выдвижение и сокращение стрелок. Когда блок достигает начала минутной шкалы, стрелка выдвигается на длину деления, показывая минуты. По полном прохождении 60-минутной шкалы стрелка постепенно втягивается в блок и продолжает свое движение (а на смену приходит новый блок, показывающий в начале минутной шкалы наступление нового часа).

Феликс Баумгартнер уже использовал "блочный" принцип, однако без телескопических стрелок, в 2005 году в модели Opus 5, созданной им для Harry Winston Rare Timepieces. Без сомнения, Opus 5 стал одним из самых поразительных хронографов в истории часового дела. Большая минутная стрелка движется вдоль минутной шкалы вместе с кубическим блоком с выгравированной на нем часовой меткой. Достигнув отметки "60 минут", стрелка моментально отделяется от "ку-

бика", возвращается прямо к нулевой отметке и "прикрепляется", с тем чтобы возобновить свой бег, к новому "кубику", показывающему следующий час. А в это время первый "кубик" продолжает движение по кругу, одновременно поворачиваясь к миру другой гранью с новой часовой меткой.

На четырех гранях каждого из трех кубических блоков ("спутников") выгравированы часовые метки, что позволяет отображать все 12 часов. А дополнительный индикатор дня/ночи показывает время суток. Удивительно читаемый индикатор запаса хода (5 дней) дополняет и без того совершенную картину.

На последнем женевском аукционе Antiquorum Opus 5 в платиновом корпусе была продана за 226 тыс. 200 швейцарских франков. Впечатляет, не так ли? >

UR-202





1. AUTOMATIC MYSTERIOUS AND REVERSED WATCH or Angelo Lo Giudice Автоматический механизм Soprod Calibre A10, собранный в перевернутом положении, обеспечивает обратное вращение стрелок, создающее впечатление песочных часов. **2. MECCANICO DG or de Grisogono** Модель, состоящая из 651-й детали, оснащена калибром ручного завода, обеспечивающим индикацию двух часовых поясов — одного аналоговым, а второго цифровым способом. Цифровой дисплей, состоящий из 23-х движущихся четырехгранных микросегментов, отображает время путем мгновенного одновременного поворота на 90 градусов 12-ти из них. **3. OPUS 8 or Harry Winston** Opus 8 со своим циферблатом, напоминающим экран телевизора, как по волшебству показывает время цифровым путем (например, 08 PM вместо 20:00). По желанию на поверхности циферблата, еще мгновение назад казавшейся идеально гладкой, появляется объемное изображение часа. Минуты отображаются справа на вертикальной шкале, поделенной на пятиминутные интервалы, с помощью маркера, перемещающегося от одного интервала к другому. **4. SHABAKA or Jean Dunand** Модель оснащена вечным календарем и минутным репетириом с боем так называемого кафедрального звучания. Индикация дня недели, даты (в виде двух цифр на отдельных цилиндрах), фаз Луны и високосного цикла осуществляется с помощью четырех цилиндров, вращаемых четырьмя разными 90-градусными системами передач. Бой минутного репетири обладает исключительно глубоким, резонансным тоном благодаря гонгам, дважды огибающим механизм. **5. ROLLER, GUARDIAN, TIME (RGT) or Ladoire** Модель оснащена автоматическим механизмом Calvet/01/RGT, обеспечивающим индикацию часов, минут и секунд с помощью дисков на подвижных керамических шарах.

ODYSSEY or Clerc

Часы в корпусе из 18-каратного розового золота и титана (44 мм), оснащенные эксклюзивным механизмом ручного завода собственного производства C200 с двумя барабанами и 120-часовым запасом хода. Часовая, минутная и секундная стрелки, функция ретроградного календаря, индикатор запаса хода, открытый циферблат, позволяющий видеть баланс. Предлагается с черным каучуковым ремешком.

**ADMIRAL'S CUP CHALLENGE 44 SPLIT-SECONDS or Corum**

Часы в корпусе из стали, с автоматическим механизмом CO-986 со сплит-хронографом и 42-часовым запасом хода. Хронограф со сплит-стрелками по центру, часовая циферблат напротив метки "6 часов", минутный у метки "3 часа", секундная стрелка в положении "9 часов". Безель из углерода, выступы из вулканизированной резины, защищающие заводную головку, стилизованные кнопки хронографа с элементами из углерода у меток "2" и "4 часа", сплит-кнопка с элементами из углерода у метки "8,30". Завинчивающаяся задняя крышка из вулканизированной резины с гравировкой из 18-каратного золота 5N Admiral's Cup Trophy. Черный лакированный циферблат с 12-ю метками в виде флажков-символов морского кода. Сапфировое стекло с антибликовым покрытием. Водонепроницаемы до 50 м.

BR 01 TOURBILLON PHANTOM or Bell & Ross

Часы в титановом корпусе, оснащенные механизмом турбийона с основными платинами из углеволокна и золотой кареткой турбийона. Регулятор в положении "12 часов" с часовым циферблатом. Минутная стрелка расположена в центре. Индикатор точности расположен у метки "3 часа", а индикатор 120-часового запаса хода у метки "9 часов", индексы с устойчивым к царапинам покрытием DLC, стрелки с фотолуминесцентным покрытием. Водонепроницаемы до 100 м. Предлагаются ограниченной серией в 18 экземпляров.

**GR80100 LIMITED EDITION or Glam Rock**

Модель в стальном корпусе (46 мм), оснащенная кварцевым механизмом Ronda Swiss Made с хронографом. Предлагается версия в двух тонах со съемным белым перламутровым чехлом из кожи аллигатора и двусторонним ремешком из кожи аллигатора. Перламутровый циферблат инкрустирован 117-ю бриллиантами, обработанными в технике pavé (0,585 карата), безель украшен 55-ю бриллиантами (0,80 карата). Функции календаря и хронографа. Заводная головка и кнопки хронографа украшены черными кабошонами. Водонепроницаемы до 100 м.

SPRING DRIVE SPACEWALK от Seiko

Модель в корпусе из титана высокой плотности (53,0 x 48,7 мм), оснащенная калибром Spring Drive Chronograph 5R86. Часовая, минутная и секундная стрелки, функции календаря и мирового времени, индикатор 72-часового запаса хода, 12-часовой хронограф, сапфировое стекло с антибликовым покрытием. Модель водонепроницаема до 100 м.

**LUMINOR 1950 CERAMIC 8 DAYS CHRONO MONOPULSANTE GMT от Panerai**

Часы в черном керамическом корпусе (44 мм), оснащенные механизмом собственного производства ручного завода Calibre Panerai P.2004/B, с 8-дневным запасом хода, тремя заводными барабанами. Модель состоит из 321-й детали со специальным черным покрытием мостов. Часовая, минутная, маленькая секундная стрелки, функция второго часового пояса, индикатор времени суток. Керамическая кнопка хронографа располагается напротив метки "8 часов". Безель и мост, защищающий заводную головку, выполнены из керамики. Прозрачная задняя крышка. Водонепроницаемы до 100 м.

INFINITUS от Appella

Часы в корпусе из 18-каратного желтого золота, оснащенные "самым тонким швейцарским механизмом высотой лишь 0,98 мм наряду с самым тонким корпусом в 3,35 мм".

**ODACI-T от Tissot**

Модель в квадратном стальном корпусе со скругленными углами, оснащенная кварцевым механизмом с часовой, минутной и секундной стрелками, функциями даты и хронографа, с коричневым, черным или серебристым перламутровым циферблатом, сапфировое стекло. Водонепроницаема до 30 м. Предлагается с коричневым, черным или бежевым кожаным ремешком.

MEXICO MASK ИЗ КОЛЛЕКЦИИ MÉTIERS D'ART 2008 от Vacheron Constantin

Одна из четырех моделей из коллекции часов-масок (представляющих Мексику, Японию, Габон и Папуа — Новую Гвинею), оснащенная автоматическим механическим калибром 2460 G4. В основании циферблата из сапфирового стекла, на котором располагается маска из 18-каратного розового золота, находятся четыре окошка с индикаторами часов, минут, даты и дня недели. Модель предлагается с коричневым ремешком из кожи аллигатора и раскладывающейся застежкой с изображением половины Мальтийского креста.

**ASSIOMA RÉSERVE DE MARCHE от Bulgari**

Часы в корпусе из 18-каратного розового золота, оснащенные ультратонким механизмом Calibre BVL 131 ручного завода с двойным барабаном. Выгнутый корпус, индикатор запаса хода (72 часа) расположен между метками "3" и "5 часов". Модель водонепроницаема до 30 м, ремешок черного цвета из кожи аллигатора с золотой застежкой.

PATRAVI T-24 LADIES от Carl F. Bucherer

Часы в корпусе из стали (36 x 41,2 мм), оснащенные автоматическим механизмом Calibre CFB 1953, с 24-часовой шкалой второго часового пояса, календарем и индикатором запаса хода (составляющего 42 часа) напротив метки "6 часов". Безель инкрустирован 48-ю бриллиантами класса TW WS (0,6 карата). Завинчивающаяся заводная головка, сапфировое стекло с двойным антибликовым покрытием. Водонепроницаемы до 50 м, ремешок из кожи аллигатора с раскладывающейся застежкой из стали.

**MINUTE REPEATER, INSTANTANEOUS PERPETUAL CALENDAR IN APERTURES, AND TOURBILLON (Ref. 5207) от Patek Philippe**

Модель в корпусе из платины 950-й пробы (41 мм), оснащенная механизмом R to 27 PS QI Calibre ручного завода с минутным репетиром и спуском турбийона. Модель прошла сертификацию COSC. Часовая, минутная и маленькая секундная стрелки. Индикаторы вечного календаря (с моментальной коррекцией) представлены в апертюрах, включая день недели, дату, месяц, високосный год, индикаторы времени суток и фаз Луны. Сменные задние крышки из платины и сапфирового стекла, платиновые циферблат, стрелки и часовые индексы. Коричневый кожаный ремешок.



BASELWORLD

ВЫСТАВКА ЧАСОВ И ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ
С 26 МАРТА ПО 2 АПРЕЛЯ 2009 Г.

Виставка годинників і ювелірних виробів з 26 березня по 2 квітня 2009 року. Тут починається бізнес та створюються нові тенденції моди.

ЗДЕСЬ НАЧИНАЕТСЯ БИЗНЕС, И СОЗДАЮТСЯ НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МОДЫ
WWW.BASELWORLD.COM

messe schweiz

Jacob Jensen и Danish Design: вне времени

В скандинавских моделях, в особенности датских, присутствует нечто, выходящее за пределы моды и дизайнерских тенденций. Возможно, это классицизм форм, вызывающий ощущение чистоты и строгости, и неизменное стремление создать модель, идеально отвечающую своим функциям, что приносит в дизайн часов элементы, существующие вне времени и при этом современные.

› Пьер Мейяр

Непросто создать простые часы

Пристального внимания заслуживает Якоб Йенсен, а в 1958 году основавший Jacob Jensen Design studio. Он считает: "Чтобы создать часы, стихотворение, поставить пьесу или построить локомотив, необходимо одно и то же: умение смотреть в будущее, творческий подход, новые идеи, понимание и готовность переделывать ваше детище почти до бесконечности". В моделях от Jacob Jensen мы замечаем кажущуюся простоту дизайна, но от взоров потребителей скрыта колоссальная работа, плодом которой и являются эти часы. Другими словами, за простыми на вид часами стоит титанический труд.

За последние 50 лет Якоб Йенсен вместе с сыном Тимоти Якобом, на сегодняшний день



RECTANGULAR 885



RECTANGULAR CHRONOGRAPH 806

директором, главным акционером и старшим дизайнером студии, создал более 500 моделей часов для промышленного производства, разработал немало стратегий, бесконечные линейки продуктов и дизайн-концепции для ряда международных компаний, в том числе Bang & Olufsen, Gaggenau (производитель бытовой техники) и Alcatel.

Первым продуктом марки Jacob Jensen, однако, были часы, точнее, две модели, тут же ставшие частью знаменитой коллекции нью-йоркского Музея современного искусства. В титановых корпусах, эти часы являются яркой иллюстрацией философии стиля студии

— игра серебристого и черного цветов циферблата вызывает ассоциации со сменой дня и ночи, света и тьмы". Еще один штрих — когда серебристо-черные стрелки скользят по черной поверхности циферблата, видна лишь серебристая грань, а черная возникает лишь на фоне серебристого циферблата.

С момента первой пробы пера в царстве часов студия Jacob Jensen создала множество других часов, дав своим коллекциям лаконичные имена, выражающие, однако, суть самих моделей: Rectangular ("прямоугольные"), Square ("квадратные"), Round ("круглые"), Clear ("четкие"), Digital ("цифровые"),



DANISH DESIGN MODELS

Dimension ("измерение"), Chronograph ("хронограф") и Titanium ("титановые").

Из последнего весьма впечатляет коллекция Chronograph 2005 года. "Большинство из всех когда-либо созданных хронографов являются вариацией на одну тему: чем больше цифр, отделений и деталей, тем лучше. Но не стоит забывать, что часы — это как предмет повседневного использования, так и украшение. Вот почему мы решили создать часы, одновременно простые и красивые, уместные в любое время в любом месте, при этом сочетающие в себе большинство из классических функций хронографа. Думаю, результат говорит сам за себя", — уверен Тимоти Якоб Йенсен. Вероятно, поэтому новый 37-миллиметровый ультрапростой хронограф с великолепно читаемым циферблатом, оснащен-

ный механизмом от Ronda, производит впечатление яркой и вечной модели — ведь форма часов напрямую связана с их функциями.

Danish Design

Другая датская марка, Danish Design, пошла по стопам Jacob Jensen, пропагандируя чистое мастерство, не отвлекаясь на второстепенное. Мартин Ларсен в 2008 году получил престижную награду Reddot Design Award за серию часов в стальном корпусе, с функциями хронографа в некоторых из них, созданную специально для Danish Design. И эта серия отличается минимализмом форм, обеспечивающим высокую читаемость показаний различных индикаторов.

В сотрудничестве с Аной Гота, молодым датским дизайнером, Ларсен взялся за созда-

ние более "модных" часов под маркой Danish Design. В этих моделях он несколько отошел от стилистической концепции "незыблемого" классического датского дизайна. Некая фривольность становится характерной не только для форм, но и для материалов — Ларсен предлагает титановые и вольфрамовые корпуса, которые могут похвастаться противоаллергическим покрытием PVD. Но речь не идет о пышности в стиле барокко. Формы все так же гармоничны, а палитра ограничивается черным и белым цветами. И хотя легкий золотой штрих оживляет некоторые модели, основным правилом остается традиционная элегантность. Подобный дизайн является отличительной чертой датской, весьма своеобразной школы, годами работающей в этой нише и оказавшей влияние на ряд марок на международном рынке. Есть в этом часовом стиле элемент, выходящий за рамки обычного времени — возможно, внешний облик часов, демонстрирующий связь с внутренним наполнением модели и удобством потребителя. <

Больше информации о Jacob Jensen и Danish Design — в разделе Brand Index на www.europastar.com

MARTIN LARSEN COLLECTION



SPORTIVE MENS WATCH





Больше оптимизма!

Ученых давно интересует вовлеченность человека в информационное пространство. Проще говоря, насколько человек верит СМИ. Судя по событиям последних нескольких месяцев — при скептическом отношении к политическим новостям и благоприобретенном умении отличать “джинсу” от объективной информации новостям о кризисе верили и верят безоговорочно.

› **Сергей Кузьменко**

О

Осень в Украине и ближнем зарубежье прошла в ожидании “когда же будет плохо”. Самые решительные, не дожидаясь прихода реального кризиса, взялись организовывать его самостоятельно, перестав платить за поставленный товар и начав сокращения персонала. Робкие попытки производителей сбить панику напоминаниями о том, что индустрия не гибнет, а просто откатывается к показателям рекордных для часового бизнеса 2006-2007 годов, действия не возымели. Слово победило дело и реальный опыт.

На этом фоне проведение выставки “Киев Салон Часов 2008” оказалось островком реальности, причем далеко не такой гнетущей,

как представлялось из сообщений СМИ. И дилеры, и дистрибьюторы с удивлением и оптимизмом констатировали стабильный интерес покупателей к часам и сообщали о новых контрактах. Более того, многие дилеры отметили, что лето и первые месяцы осени 2008 года по результатам превзошли показатели аналогичного периода за 2007 год. Вторым важным событием “Салона” стал ряд решений, принятых Часовой Ассоциацией Украины. В частности, главной целью нового года Ассоциация признала объединение усилий всех участников для сохранения часов как категории потребления. Ведь если сохранить свой бизнес каждый может сам путем его оптимизации, то сберечь важный для всех интерес покупателя к часам можно только общими усилиями. Вторая по важности задача — сохранение доверия между дистрибьюторами и розницей. Президент Ассоциации Юрий Титаренко сформулиро-

вал ее так: “Потеряем розницу — потеряем себя”. Эффективность принятых решений можно будет оценить уже после первого квартала следующего года, на который многие относят пик кризиса.

Реальное же падение продаж продавцы начали фиксировать в конце ноября — начале декабря, когда не только в регионах, но и в Киеве продажи некоторых групп часов упали на 40-50%. Сильнее всего спад проявился в среднем сегменте, где продажи некоторых марок упали до 60%. Продажи дорогих часов падали не так ощутимо, что привело к желанию некоторых продавцов сосредоточиться на продажах дорогих моделей проверенных временем марок.

На иммунитет роскошных часов к спадам и кризису рассчитывают не только в Украине. Во время весенних выставок большая часть производителей роскошных и дорогих часов оптимистично надеялась на настоящих бога-



чей, которые покупают предметы роскоши в любые времена. И осенний отчет статистического ведомства Швейцарии эту надежду укрепил — в октябре-ноябре экспорт швейцарских часов рос в основном благодаря этому сегменту. Плохо то, что в общем объеме швейцарского экспорта этот слой часового пирога занимает всего 4%.

Но оптимизм все-таки продолжает задавать тон в продажах, чему способствуют прогнозы таких видных управленцев, как Жан-Клод Биве (Hublot) и Филипп Леопольд-Метзегер (Piaget), — по их словам, для часовых марок высшего эшелона кризис станет необходимой передышкой. В частности, из индустрии уйдут “не те игроки” — марки, чья продукция не подкреплена соответствующим качеством. Дальше марки смогут упорядочить свои отношения с субподрядчиками, ошалевшими от обилия заказов и с трудом выдерживающими сроки поставок. И самое главное — что они смогут сосредоточить усилия на продолжающих расти рынках — тех же Китае и Бразилии. Во всяком случае, ближайшее бу-

дущее своих брендов они видят исключительно в розовом цвете.

Выбывшая из гонки по темпам роста рынка Россия продолжает занимать умы производителей, понявших, что Москва — это страна в стране, способная держать продажи на высоком уровне даже на фоне общего падения, а продавцы надеются на рост даже в 2009 году, на который, по прогнозам, придется расцвет последствий кризиса.

Украина, как отметил когда-то наш второй Президент, — не Россия. Оазисом продаж по примеру ОАЭ или Бразилии ей, похоже, не стать. Зато она вполне может быть страной, где продажи часов зависят от умения продавцов и талантов бизнесменов, где знания и здравый расчет противостоят теневым финансовым ресурсам. Продавцы стремятся и должны сохранить те основные черты “антрепренерства”, о которых любит говорить главный антрепренер индустрии Николас Г. Хайек, верящий, что любовь к риску, выдержка и расчет вкупе с творческим подходом способны преодолеть любые трудности. <

Алексей Петров



Ольга Олексенко



Евгений Борисенко



АЛЕКСЕЙ ПЕТРОВ, заместитель директора компании “Вектор-Д”, Днепропетровск

Europa Star: Что можно сказать о результатах этого года?

Алексей Петров: Вне всякого сомнения, для всех год разделился на две части: до кризиса и во время. Если смотреть на 2008 год в разрезе годового отчета, он будет не хуже, а возможно, даже лучше предыдущего, но, к сожалению, мы все знаем, что этот рост обеспечивался в основном за счет продаж в начале и середине года.

ES: Какие часы будут пользоваться популярностью у покупателей?

АП: Я думаю, что это будут самые массовые и наиболее известные марки среднего уровня в ценовом диапазоне от 200 до 500 \$.

ОЛЬГА ОЛЕКСЕНКО, директор бутиков Van Cleef & Arpels и Piaget, Киев

Europa Star: Что можно сказать о результатах этого года?

Ольга Олексенко: Для бренда Van Cleef & Arpels уходящий год был более чем удачным как в отношении ювелирных украшений, так и в отношении часов. Я бы назвала 2008 год переломным для часового направления бренда, ведь именно в этом году коллекция часов обновлена значительным количеством совершенно новых моделей. Теперь это не только ювелирные украшения, показывающие время, но и сложные интересные механизмы, и некоторые не имеют аналогов на мировом рынке.

ES: Какие часы будут пользоваться популярностью у покупателей?

ОО: На мой взгляд, имеет смысл развивать “дорогое” направление. Относительно Van Cleef & Arpels мой оптимизм вполне обоснован — это бренд, предлагающий hi-end изделия для клиентов, которых кризис затронул в наименьшей степени. Отсеются покупатели так называемых access pieces — но снижение подобного рода продаж вряд ли драматически отразится на общем итоге.

ЕВГЕНИЙ БОРИСЕНКО, начальник отдела продаж компании Crystal Group

Europa Star: Что можно сказать о результатах этого года?

Евгений Борисенко: Год можно назвать удавшимся. На начало декабря уже превышены аналогичные показатели прошлого года. Конечно, конец года сильно выбился из общей картины. Но в общем компания значительно прибавила как в продажах, так и в структурном отношении.

ES: Какие часы будут пользоваться популярностью у покупателей?

ЕБ: Трудно спрогнозировать — ведь логичным было предположить, что основное движение покупателей останется в недорогом сегменте. Но уже начало кризиса показало, что самые большие проблемы возникли именно в среднем и недорогом сегментах. Могу предположить, что на часы среднего уровня спрос сильно уменьшится, т. к. большинство покупателей, которые раньше могли позволить себе часы среднего уровня, теперь перейдут к недорогому ценовому уровню. Впрочем, этот переход частично компенсируется за счет покупателей, перешедших из дорогого сегмента. Для самих марок 2009 год тоже будет нелегким. Думаю, заметно поубавится количество fashion-брендов.

Анализ американского рынка: падение перед взлетом

› Кит В. Стрэндберг



Президент США Барак Обама

В

В большинстве товарных категорий американский рынок является ведущим, и часы не исключение. Как говорится, стоит американскому рынку чихнуть — и весь мир заболевает. А что же происходит, когда “легкий насморк” перерастает в жесточайший грипп?

Хотя некоторые экономисты предпочитают не произносить этого слова, большинство людей готово признать, что американский рынок попал в жесткие тиски экономической рецессии. Мнения продавцов и марок разделились. Одни продавцы все еще сохраняют завидные позиции, в то время как другие борются за выживание. Кризис не коснулся некоторых ценовых сегментов, другие, однако, в значительной мере пострадали.

Общая экономическая ситуация

Все указывает на то, что текущий экономический период окажется самым непростым за десятилетия. Доверие покупателей упало до

рекордно низкого уровня, фондовый рынок терпит обвалы, с треском упали розничные продажи.

“Думаю, в общем и целом Уолл-стрит претит всякая неопределенность, — говорит Энди Тальберт, главный операционный директор LGI Network. — Рано или поздно ситуация стабилизируется. С приходом к власти Обамы ситуация начнет постепенно исправляться, но никто не знает, сколько времени на это уйдет. В период спада рынка все чувствуют себя бедными и не хотят особо тратить. Но при улучшении люди с постоянной работой, дающей им ощущение уверенности, возможно, увеличат свои расходы. Однако сейчас люди нервничают. На часовом рынке наиболее пострадал сегмент \$800-\$1500 — кто при таких высоких ценах на продукты питания будет тратить свои кровные доллары на часы?”

Если говорить о марках, сейчас продавцы проявляют чудеса осторожности, когда речь заходит о новых и повторных заказах. “Стоит ли говорить, что последние экономические события сделали наших продавцов невероятно осторожными, — говорит Руди Чавес, президент североамериканского отделения Baume & Mercier. — В ближайшей перспективе они будут весьма сдержанны в закупках. Неопределенность заставила многих продавцов всесторонне взвесить возможности бизнеса. Они определяют истинных партнеров и дальнейшее развитие портфеля брендов”.

Избранный

С появлением в Белом доме Барака Обамы забрезжила надежда, что неопределенности скоро придет конец.

Однако многие мелкие компании всем штатом затаили дыхание, ведь демократ у руля, как правило, означает повышение налогов. Ожидается, что Обама поднимет налог на прирост капитала, что заморозит продажи таких налогооблагаемых активов, как недвижимость. В то же время федеральные процентные ставки были максимально снижены в надежде, вопреки всему, что банки снова начнут выдавать кредиты, а люди покупать дома и делать другие ценные приобретения. Американцы надеются, что, выбрав Барака Обаму, страна перевернула страницу кризиса. Появилась надежда, что теперь все будет по-другому. Насколько — время покажет.

“Если смотреть на вещи реалистично, думаю, период экономического упадка продлится от года до пяти лет, — говорит Деннис Булл, владелец deBouille. — Влияние выборов будет несущественным, и покупатели будут все так же осторожно тратить средства”.

Роскошь все еще в цене

Несмотря на не самые легкие времена, марки и продавцы, работающие в верхнем ценовом сегменте рынка, отнюдь не могут пожаловаться на свои дела. И пусть часовой рынок несколько затих, по-настоящему дорогие модели все еще пользуются спросом.

“Дела у всех идут не лучшим образом, — говорит Мильтон Педраса, глава рейтингового агентства Luxury Institute. — Чем сильнее ассоциация с классикой, как, например, у моделей от Patek Philippe или Vacheron Constantin, тем больше у них шансов понравиться и найти своего владельца. С приходом кризиса при покупке элитных часов вы



должны быть полностью уверены, что они не потеряют свой престиж и цену. Маркам с репутацией уникальных и эксклюзивных, а также новаторских ничто не угрожает. Винтажные модели, мечта коллекционера, будут такими же популярными: может, по сравнению с прошлым годом они и сдали свои позиции, но спрос на них остается по-прежнему высоким. Мы считаем, что общие темпы роста в отрасли упадут на 5% по сравнению с прошлым годом. Возможно, чтобы преуспеть, маркам придется снизить цены”.

В ультраэлитном сегменте спрос остается по-прежнему высоким. “Наши дела в 2008 году идут отлично, бизнес демонстрирует впечатляющие тенденции роста, на 20% по сравнению с показателями прошлых лет, — говорит Дуглас Брэдстрит из Wynn Las Vegas, отвечающий за закупки ювелирных изделий и часов. — В настоящее время мы не наблюдаем у нас падения продаж. Мы были вынуждены несколько изменить наш стиль ведения бизнеса. Стараясь избежать убытков, мы обмениваем модели из более низкого ценового сегмента (до \$10 000) на значительно более

дорогую продукцию, например, бриллианты и часы стоимостью от \$25 000. И хотя число ежедневно совершаемых сделок несколько упало, такая тактика обеспечила рост продаж... значит, дела идут хорошо”.

В наилучших условиях оказались, пожалуй, марки, предлагающие модели ограниченной серии, поскольку те всегда пользуются спросом. “Вопреки серьезному финансовому кризису, дела идут стабильно хорошо, — утверждает Ларри Петтинелли, президент американского отделения Patek Philippe. — Ограниченное предложение часов от Patek Philippe на рынке помогает поддерживать интерес покупателей к марке на высоком уровне. Наши продавцы начинают испытывать беспокойство в целом из-за непростого экономического периода, но надеются, что такая ситуация будет сохраняться недолго. Даже сейчас люди, ожидающие свои часы по шесть-восемь месяцев, все так же жаждут их заполнить. Никто не покупает часы от Patek Philippe, поддавшись минутному импульсу. Прежде чем совершить покупку, покупатели тратят немало сил на исследование

предложения, поэтому наши клиенты менее склонны реагировать на колебания рынка”.

“Для нас 2008 год все равно более успешен, чем прошлый, — вторит ему Джон Симонян, владелец Westime. — По крайней мере первые девять месяцев были невероятно успешными. Мы работаем в таком уникальном, эксклюзивном и элитарном сегменте, что, что бы ни случилось, у нас всегда будет рынок с весьма незначительной конкуренцией. В сегменте ультрапремиум-класса спрос годами превышал предложение. Сейчас они, возможно, сравняются”.

На данный момент в США уровень потребительских расходов серьезно упал, поэтому даже те марки, дела которых идут хорошо, понимают, что их успех не отображает общую ситуацию на рынке. “Нынешний год проходит успешно для Zenith, но мы прекрасно осознаем, что наш успех не отображает общую ситуацию на рынке, — говорит Пол Зифф, президент американского отделения Zenith. — В год мы обслуживаем всего лишь пару тысяч клиентов, которые могут себе позволить купить наши часы, и, мягко го-

вора, было бы неверно назвать их средними американскими потребителями”.

Продавцы же сейчас начинают сокращать объемы закупок, поскольку большинство из них получают основную прибыль от продаж массовых моделей с высокой оборачиваемостью. “В настоящее время продавцы несколько стопорят бизнес, — говорит Рон Джексон, президент американского отделения Girard-Perregaux/JeanRichard. — Некоторые продавцы на волне пессимизма проявляют большую осторожность, пытаясь управлять своими денежными потоками. Все говорят, что модели в сегменте от \$10 000 и выше продаются намного живее, чем модели до \$10 000. И что именно сегмент до \$10 000 составляет жизненно важную часть их бизнеса, потеря которого в первую очередь негативно отражается на их денежных потоках”.

Как дела?

Продавцы, специализирующиеся на часах низшего ценового сегмента, испытывают трудности, и даже те, которые работают в сегменте от \$1000 до \$10 000, не могут не признать, что дела идут неважно. У продавцов же, предлагающих по-настоящему недорогие модели (\$100-400), дела идут совсем неплохо. Проблемы начинаются, когда цена поднимается до отметки \$1000. Люди начинают сравнивать стоимость часов с выплатами по ипотечному кредиту или подсчитывать, сколько раз они смогут за эти деньги заправить машину, и зачастую прячут кошелек назад в карман.

Раньше вам бы сказали, что люди, покупающие дорогие часы, в такие времена перейдут в более низкий ценовой сегмент, но только не сейчас. Эта категория покупателей, гораздо лучше осведомленная о часах

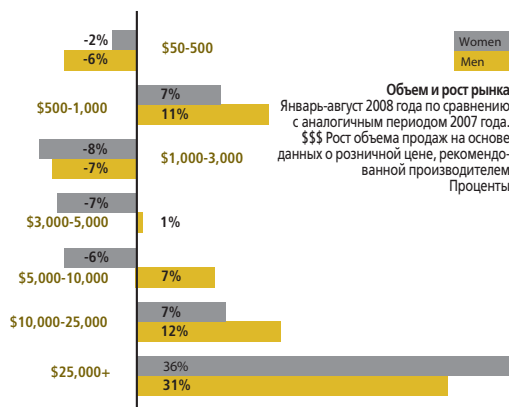
вообще, не будет покупать более дешевые и менее совершенные модели. Они или покупают настоящую классику, даже по более высокой цене, или не покупают вовсе.

“Мы, разумеется, заметили общий спад объемов продаж в элитной категории и осторожное отношение к пополнению запасов, — говорит Стейси Орлофф, президент американского отделения Bell & Ross. — При этом наша основная коллекция Instrument продается все так же хорошо”. Даже те марки, которые не ощущают особого спада, все-таки отлично понимают, что их важные торговые партнеры несут потери. “Мы косвенно уже почувствовали, что у наших продавцов наступили непростые времена, — говорит Пол Зифф из Zenith. — Сократились продажи ювелирных изделий и часов в сегменте \$1000-\$3000, обычно приносящем им основную прибыль. И хотя это не



Объем и рост рынка

Рост по сравнению с предыдущим годом — на основе данных о розничной цене, рекомендованной производителем. Проценты, январь-август 2008 года по сравнению с аналогичным периодом 2007 года.



АВГУСТ 2008

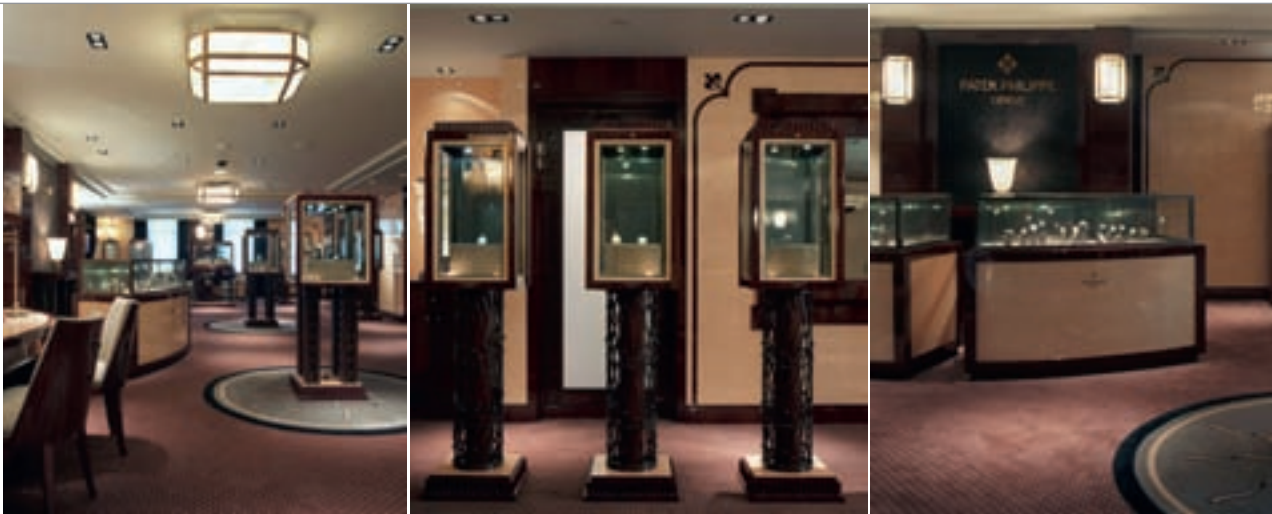
Обзор данных по продажам по географии

	\$\$\$		Units	
	Предполагаемый объем рынка, \$000	Фактические изменения продаж магазинов по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, %	Предполагаемый объем рынка, \$000	Фактические изменения продаж магазинов по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, %
Средний Запад	65,546	5.80	93,919	-1.80
Северо-запад	111,293	6.35	120,352	9.01
Юг	135,704	7.79	176,420	0.35
Запад	118,085	-0.28	105,933	-3.89
Общий показатель по стране	430,627	5.12	496,623	0.84

Обзор данных по продажам по ценовой категории

	\$\$\$		Units	
	Предполагаемый объем рынка, \$000	Фактические изменения продаж магазинов по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, %	Предполагаемый объем рынка, \$000	Фактические изменения продаж магазинов по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, %
\$50 - \$499.99	91,465	1.63	383,611	-1.32
\$500 - \$999.99	36,095	8.10	53,657	12.74
\$1000 - \$2999.99	55,220	-0.72	31,130	2.36
\$3000 - \$9999.99	128,635	3.27	23,300	3.18
\$10000 +	119,212	14.93	4,926	13.41
Всего	430,627	5.11	496,623	0.67

Patek Philippe в Tiffany's



наш сегмент, мы все являемся частью одной системы, и для нас важно, чтобы бизнес наших дилеров был здоровым и прибыльным, обеспечивая постоянный рост объемов продаж часов класса люкс.

Думаю, что по сравнению с прошлым годом общие показатели роста для отрасли составят от -10% до +5%. Если показатели у продавцов останутся на прежнем уровне, год можно будет считать успешным для них”.

Продавцы, работающие в определенных ценовых сегментах, пребывают в довольно стесненных обстоятельствах, твердо решив, однако, выдержать все испытания и попытаться увеличить свою долю рынка в эти непростые времена. Ведь, что бы ни случилось, люди никогда не перестанут покупать. “В данное время продажи наших коллекций в среднем ценовом сегменте снизились, — утверждает Кэнди Уделл, глава London Jewelers. — Мы проводим агрессивную маркетинговую и рекламную кампанию, потому что первая мысль клиента должна быть о London Jewelers. Люди все так же отмечают дни рождения, свадьбы, помолвки, Рождество, Хануку и другие события. В нашу задачу входит убедить людей идти за покупками в London Jewelers, а не к нашим конкурентам”. В конце 2008 года компания Levinson Jewelers из Флориды открыла новый, большой магазин, что дает им все основания рассчитывать на успешное завершение года. “Мы нацелены на успех, — говорит Робин Левинсон, со-

владелец Levinson Jewelers. — Мы считаем, что дела пойдут хорошо, ведь мы перебираемся в оживленный район, а людям все так же нужны подарки. Возможно, они приободятся, отправившись за покупками, вместо того чтобы впасть в депрессию”.

Кристофер Вардл, возглавляющий Bozeman Watch Company, одну из немногих американских марок, специализирующихся на элитных часах, утверждает, что ему везет, ведь благодаря ограниченному характеру его серий он точно знает, сколько продаст. Объемы продаж Bozeman Watch Company уже выросли на 80% по отношению к 2007 году, а в 2009-м Вардл надеется на стопроцентный рост. “Рядовые потребители уже ощутили на себе негативное влияние экономической ситуации, но, к счастью, не они составляют нашу клиентуру”, — говорит он. Цена часов от Bozeman колеблется от \$5000 до \$5900, и Вардл пытается обеспечить компании прибыль даже при слабой экономике: “Мы инвестируем доходы в расширение технической базы и персонал, равно как и в комплектующие для использования в будущих моделях”.

Что день грядущий нам готовит?

В экономически непростые времена компании разделяются на два лагеря: смелых и осторожных. Мы отнюдь не пытаемся давать оценки, ведь все стремятся к единой цели — выжить во время кризиса. Одни компании рассматривают подобную ситуацию как воз-

можность увеличить свою долю рынка, а все, чего хотят другие, — затаиться и переждать грозу. На самом деле огромную роль здесь играет ликвидность компании и уверенность в предлагаемых продуктах и услугах.

Не стоит забывать, что смело увеличивая расходы в непростое для экономики время, компания вполне может проиграть и все потерять. В то же время продавец может предпочесть сократить объем закупок и переждать кризис, но отсутствие сделок может также оказаться для него фатальным.

Компания London Jewelers, только что полностью обновившая магазин, смотрит на будущее с оптимизмом. “На 15 000 квадратных футов нашего нового магазина покупатели найдут самые элитные марки в мире, — говорит Кэнди Уделл. — В мире нет другого такого магазина. Мы предлагаем уникальные продукты, сервис высочайшего уровня и надежность семейного бизнеса, процветающего вот уже четыре поколения. Мы надеемся, что London Jewelers оставит далеко позади конкурентов благодаря Watch Salon (Часовому Салону), салону сигар, отделу дизайна интерьеров, эспрессо-винному бару, бутикам Cartier, Van Cleef & Arpels и David Yurman, а также нашему новому Jewelry Salon (Ювелирному Салону), представляющему работы более тридцати дизайнеров, и элегантному Diamond Salon (Салону Бриллиантов) с абсолютно уникальной продукцией”.

London Jewelers



Надеждой часовых марок и продавцов остаются покупатели, которые, какова бы ни была экономическая ситуация, стремятся приобрести качественные и ценные модели. "Мы считаем, что клиенты будут ориентироваться на качественные часы, — утверждает Ларри Петтинелли из Patek Philippe. — И возможно, сейчас более, чем когда-либо. Ручная отделка, ограниченная серия и эксклюзивный список агентов Patek Philippe рисуют самые радужные перспективы для нашей марки".

Непростая экономическая ситуация приведет к тому, что потребители станут придирчиво составлять список покупок, что совсем неплохо для проверенных стабильных марок, но может обернуться катастрофой для мелких.

"Думаю, что касается доли рынка, 2009-й будет удачным годом для Baume & Mercier, — считает Руди Чавес. — Покупатели станут более разборчивыми, от чего только выиграют марки, опирающиеся на традиции и дизайн. И в каждой из этих категорий Baume & Mercier занимает ведущие позиции. Лучше всего у нас продаются модели в ценовом сегменте \$3000-\$5000. И в этой категории компания демонстрирует необычайный рост показателей благодаря успеху таких коллекций, как Classima Executives и Diamant. Можно с полной уверенностью утверждать, что в краткосрочной перспективе рост будет зависеть от увеличения до-

ли рынка и, когда ситуация изменится в лучшую сторону, от позиционирования компании с целью последующего развития".

Отдельные продавцы убеждены, что ситуация на часовом рынке будет благоприятной. "Этот год будет лучше прошлого, — говорит Дуглас Брэдстрит. — У нас нет недостатка в клиентах, запросы которых мы успешно удовлетворяем благодаря проведенному нами обмену товара. Объемы продаж стабильно возрастают. Самым слабым нашим сегментом на сегодня является ассортимент стоимостью до \$5000, также несколько пострадал сегмент до \$10 000. Самые успешные наши позиции составляют модели от \$20 000, а также от \$150 000.

Wynn and Company ждет успешное будущее. Думаю, тот факт, что мы не просто выживаем в это непростое время, но и развиваемся, подтверждает лишний раз силу и стабильность нашей компании с безграничными перспективами в будущем. Мы продолжаем поиски редких и оригинальных моделей, мы постоянно стараемся улучшить наш сервис и никогда не будем рисковать нашими высокими стандартами".

Долго придется ждать полного выздоровления американской экономики, но некоторые люди видят в победе Обамы первые проблески надежды. "Думаю, теперь, после выборов, начнется подъем, и мы выйдем из кризиса приблизительно в третьем или четвертом квартале 2009 года, — утверждает

Пол Зифф из Zenith. — Наша компания отличается завидной живучестью, и когда мы вновь обретем уверенность в себе, мы изменим ситуацию к лучшему. У меня нет никаких сомнений. Мы живем в самой прекрасной стране в мире. Нам не раз приходилось бороться с трудностями, и мы всегда побеждали. Думаю, грядущие реформы финансовых рынков в долгосрочной перспективе будут иметь самый благоприятный эффект.

Чтобы понять, как дела у отдельных наших клиентов, я оцениваю розничные продажи марки. Чтобы получить общее представление о ситуации в отрасли, я использую данные таких компаний, как LGI, которые изучают все ценовые сегменты часового рынка. Я также активно пользуюсь такой весьма "продвинутой технологией", как общение с людьми. Я постоянно разговариваю с владельцами магазинов, чтобы выяснить, как идут дела в их бизнесе. Я получаю множество полезной информации, задавая вопросы и внимательно выслушивая ответы".

Время экономить?

Основной вопрос, который задают себе продавцы и марки: что же делать — переждать или атаковать американский рынок. Компании, преодолевающие кризис, обеспечат себе в будущем выгодные позиции.

"Люди любят покупать часы, а на рынке немало отличных предложений, — говорит



Энди Тальберт. — Люди все равно не перестанут покупать, однако борьба на рынке станет более жесткой. Я бы советовал продавцам и маркам воспользоваться настоящей ситуацией как возможностью. Когда дела идут действительно плохо, выживают лишь сильнейшие. Те из марок и продавцов, которые смогут выжить, выйдут из этой борьбы более сильными. Я имею в виду магазины и марки, предпринимающие активные действия, чтобы избежать опасностей кризиса и работающие более эф-

фективно. По нашим данным, активность некоторых марок и продавцов повысилась. Они учатся и постепенно осознают, что серьезная экономическая ситуация открывает новые возможности для их роста". Ему вторит Рон Джексон из Girard-Perregaux/JeanRichard: "Продавцы, не прекращающие сейчас инвестирование в бизнес, поддерживающие поток товаров, приобретаая новейшие модели, будут иметь лучший ассортимент и в долгосрочной перспективе достигнут большего успеха. Луч-

шая стратегия для низшего ценового сегмента — продолжать делать закупки. Основной мотивацией должен быть не страх неудачи, а поиск новых возможностей.

Думаю, многое зависит от ближайших событий на фондовом рынке. В настоящее время одна из сторон проблемы состоит в том, что люди боятся инвестировать, боятся ухудшения ситуации. Но если продолжится рост рынка, люди поймут, что ситуация налаживается. Отдавая теперь предпочтение маркам с долгой историей и богатыми традициями. Когда речь заходит о таких компаниях, как Patil Philippe и Girard-Perregaux, люди знают, что это часы "на века".

"Думаю, 2009-й для многих будет непростым и в то же время предоставит массу возможностей для тех, кто отбросит поток негативной информации из новостей и сосредоточится, как мы, на своем сегменте рынка, — говорит Дуглас Брэдстрит. — В то время как многие высказывают лишь страх, мы демонстрируем силу".

ПРИМЕТЫ ВРЕМЕНИ

- Компания DHL планирует сократить 9500 из 18 500 рабочих мест в США, закрыть расположенные в США сортировочные центры и терминалы сети наземных перевозок и сократить количество американских сервисных отделений с 412 до 103.
- Закрыты все 373 магазина компании Whitehall Jewelers, объявленной банкротом.
- Объявлена банкротом компания-производитель шоколадного печенья Mrs. Fields.
- Согласно данным USA Today, 76% семей с капиталом от \$1 млн до \$10 млн планируют снизить объемы покупок. И лишь 29% семей с капиталом, превышающим \$30 млн, планируют начать экономить.
- По данным исследования, проведенного Американским обществом пластических хирургов, 59% докторов засвидетельствовали падение спроса на пластические операции.
- По данным исследования Luxury Report 2008, проведенным исследовательской компанией Unity Marketing, состоятельные потребители со средним годовым доходом, составляющим \$209 500, все больше руководствуются здравым смыслом, приобретая различные товары. Теперь они подходят к покупкам стратегически, сравнивая цены в различных магазинах. Однако исследование также показало, что в 15 из 21 категории потребители в среднем потратили больше денег на покупки в третьем квартале, чем в предыдущих.

Момент истины

На самом деле никто не знает, как долго продлится спад американской экономики. В то же время часовые марки и продавцы вряд ли спасутся, если спрячут свои головы в песок в надежде переждать бурю. Самое время для просчитанных инвестиций в подпадающие контролю возможности. <



Пражское время

Каждый раз путешествуя по новой стране, я как международный редактор Europa Star стараюсь отыскать местный магазин, чтобы получить представление об особенностях работы продавцов в разных городах мира. Недавно я побывал в столице Чехии, Праге, шумной, поражающей прекрасной архитектурой, изумительными мостами и бурно развивающейся розничной продажей часов. Я попросил Игоря Афанаскина и Валерия Игнатенко, владельцев магазина U Klementina Jewellery Watches, рассказать о специфике продаж часов в такой туристической Мекке, как Прага.

» Кит В. Стрэндберг

Europa Star: Как идут дела?

U Klementina: Отлично. Но, как известно, в бизнесе всегда есть периоды подъема и спада. Как показывает практика, в зимние месяцы объемы продаж сокращаются.

ES: Расскажите об истории вашего магазина.

UK: Мы проработали многие годы в ювелирном бизнесе. На самом деле мы и сейчас остаемся ювелирами! Но часы нас заинтересовали еще в начале 90-х, и в конце концов в 2003-м мы решили добавить к бизнесу часовой сегмент. И считаем его необычайно интересным и прибыльным.

ES: Изменился ли бизнес за последние годы?

UK: Не особо, а наше к нему отношение в основном сформировалось благодаря нашему опыту общения с клиентами. Мы пытаемся зарабатывать деньги на всех вкусовых тенденциях и потребностях. Люди должны чувствовать, что у нас есть часы только для них.

ES: В чем секрет вашего успеха?

UK: На самом деле нельзя сказать, что у нас есть какой-то особый секрет. Но обучая пер-



Игорь Афанаскин и Валерий Игнатенко

сонал, мы стараемся подчеркнуть, что очень ценим клиентов и что в нашем магазине о них особенно хорошо позаботятся. Мы предпочитаем, чтобы наши сотрудники создавали комфортную атмосферу для клиентов, говорили на их языке, вызывая в них полное доверие к новому продукту, который они готовы приобрести.

ES: А каковы здесь отношения между магазинами?

UK: Мы с удовольствием стараемся перенять у других новые профессиональные подходы к ведению бизнеса. Здесь нет места соперничеству, однако всегда есть куда расти.

ES: Что же вам нравится больше всего?

UK: Мы просто обожаем заказывать, покупать, выставлять новые часы, узнавая обо всех часовых коллекциях вообще. Мы считаем, что у каждой коллекции свои уникальные сердце и душа, свой неповторимый шарм. Часы — это совершенно завораживающий механизм, возведенный в статус шедевра.

ES: С какой самой большой проблемой вам пришлось столкнуться?

UK: Мы сами себе ставим задачи и иногда попадаем в весьма затруднительные обстоятельства, решая их. Но мы ничего не имеем против проблем. Вероятно, самой сложной задачей остается увеличение объемов продаж в зимний сезон. Но сезонный рост и спад не внове для нас. В таком туристическом городе, как Прага, они вполне ожидаемы.

ES: Что бы вы могли посоветовать другим владельцам магазинов?

UK: На наш взгляд, давать советы другим — неблагодарное занятие, но основу конкурентоспособного бизнеса составляют удовольствие от процесса и знание его особенностей. Я бы посоветовал людям всесторонне изучить продукт, чтобы получить максимум удоволь-



Название: U Klementina Jewellery Watches
Расположение: два магазина, Прага, Чехия
Время работы: 5 лет
Сотрудники: 8
Площадь: 102 м²
Средняя цена: 20 000 CZK
Ценовой диапазон: 5 000 CZK – 100 000 CZK
Бестселлер: TAG Heuer (Carrera)
Бренды: TAG Heuer, Longines, Frédérique Constant, Oris, Zeno-Watch Basel, Hamilton, Tissot и другие.

ствия от покупки-продажи, что обязательно отразится и на чувствах покупателей.

ES: Ожидаете ли вы в ближайшее время каких-то проблем?

UK: Одна из самых больших наших проблем на сегодня заключается в том, что глобальная реклама стала по-настоящему мощным оружием, что ужесточило борьбу за самых популярных спортсменов и голливудских звезд, рекламирующих продукцию.

ES: Расскажите о вашей системе скидок.

UK: Мы стараемся весь год радовать покупателей спецпредложениями. Многие из них, однако, знают, что качество бесценно, и хотя и ожидают сюрпризов, приятных для своего кошелька, прежде чем прийти в наш магазин, они, как правило, уже отлично знают цены.

ES: Кто ваши покупатели?

UK: В основном это туристы, приезжающие в Прагу — люди в отпуске, которые приехали повеселиться и хорошо провести время. В какой-то момент в качестве развлечения

они решают заглянуть в наш магазин и вскоре понимают, что покупка могла бы стать замечательной памятью о пребывании в этом незабываемом городе.

ES: Как вы считаете, насколько важную роль играет обслуживание?

UK: Исключительно важную. Мы лично работаем на том, чтобы наши продавцы прошли исчерпывающую подготовку по моделям, которые они продают.

ES: Предоставляет ли магазин гарантийное обслуживание?

UK: Да, разумеется, в том числе и быстрый ремонт неполадок, как простых, так и высокого уровня сложности, что, конечно же, требует высочайшего профессионализма.

ES: В чем заключается обучение персонала в вашем магазине?

UK: Для наших сотрудников обучение — одновременно и личный интерес, и перспектива. Они постоянно изучают разнообразные руководства и журналы, а мы обеспечиваем их всей существующей информацией задолго до появления коллекций.

ES: Важна ли для вас безопасность?

UK: Несомненно. Мы используем все возможные меры предосторожности, начиная от камер видеонаблюдения и заканчивая сигнализацией. Мы уже проходили через ограбления. Кроме часов, наши магазины специализируются на дорогих ювелирных изделиях, что делает их необычайно привлекательными для грабителей. Мы установили сигнализацию, а также оснастили витрины защитным стеклом и металлическими шторами.

ES: Смотрите ли вы в будущее с оптимизмом?

UK: Конечно же. В этой стране произошел целый ряд важных изменений, в том числе в социальной, культурной и экономической сферах. И мы были тому свидетелями. Мы многого ожидаем от новой эры, открывающейся прямо перед нашими глазами.

ES: Что же означает для вас время?

UK: Время для нас — это новые задачи. И разумеется, измеряющие его прекрасные часы!

ES: А есть ли у вас любимые часы?

UK: Нам нравится несколько моделей, однако что касается стиля и вечной красоты, моделям от TAG Heuer равных нет. ⚡

Editorial & Advertisers index

A

Andreas Stricker 31
Angelo Lo Giudice 35
Appella 37
Audemars Piguet 7

B

Baume & Mercier 25, 44, 48
BaselWorld 31, 39
Bell & Ross 36, 46
Blancpain 12-13
Bozeman Watch Company 43, 45
Breguet **COVER IV**, 30
Bulgari 38

C

Carl F. Bucherer 38
Cartier 1, 46
Chanel **COVER I**, 4-7
Chopard 31
Clerc 36
Corum 36
Coudrey Eric 32
CréaLuxe 31

D

Danish Design 40-41

David Yurman 48
deBouille 42
de Grisogono 11, 33, 35

E, F

ETA 1
Fondation pour la Haute
Horlogerie 9, 14-15
Favre-Leuba 10
Frédérique Constant 10

G

Girard Perregaux
COVER II, 20, 29, 46, 49
Glam Rock 36
Grand Prix de Genève 31

H

Harry Winston 29, 35
Hautlence 28, 29
Hublot 41

J

Jacob Jensen 40-41
Jean Dunand 35
Jean-François Ruchonnet 31
JeanRichard 27, 46, 49
Jaeger-LeCoultre 1, 30

K

Kiev Watch Salon **COVER III**, 35

L

Ladoire 35
Lange & Söhne 19
Levinson Jewelers 47
LGI Network 44, 48
London Jewelers 47, 48
Longines 10, 51
Louis Erard 10
Luxury Institute 43

M

Manufacture Contemporaine
du Temps (MCT) 33
Marvin 10
MB&F 28, 30, 31
Maurice Lacroix 1
Minerva 22
Montblanc 22

O, P

Omega 10
Panerai 26, 37
Parmigiani Fleurier 21
Patek Philippe 38, 45, 47,
48, 49
Piaget 23, 43

R

Raymond Weil 10
Romain Jérôme 32
Rolex 10, 32

S

Seiko 37
Swatch Group 1
Swiss Watch Federation 8

T

TAG Heuer 30, 51
Tiffany's 47
Tissot 37

U

U Klementina 50-51
Urwert 32

V

Vacheron Constantin 18,
38, 44
Van Cleef & Arpels 24, 43,
46

W, Z

Wynn Las Vegas 43, 48
Zenith 16-17, 45, 48

Boutiques index

A. Lange & Söhne

"Кристалл" Донецк, ул. Артема,
121, тел.: (062) 335-76-46
"Император" Днепропетровск,
пр-т К. Маркса, гранд-отель
"Украина", тел.: (056) 370-38-39

Appella

"Империял" Кривой Рог,
ул. Косиора, 4, тел.: (056) 423-53-33
"Володар Часу" Львов, ул. Доро-
шенко, 23, тел.: (032) 296-56-82
Tourbillon Ровно, ТЦ "Покровский",
ул. Кн. Ольги, 1,
тел.: (0362) 62-04-82
"Romanson" Харьков, пл. Консти-
туции, 1 тел.: (057) 731-41-17

Audemars Piguet

Gaudi Донецк, ул. Постышева, 129
тел.: (062) 345-46-83
Chopin Киев, ТЦ "Мандарин-Плаза",
ул. Басейная, 4, 2 эт.,
тел.: (044) 230-95-32
Palace Boutique Киев, отель
"Премьер Палас", бул. Т. Шевченко/
ул. Пушкинская, 5-7/29,
тел.: (044) 279-00-70
"Авеню" Киев, ул. Сакаганского,
18/48, тел.: (044) 289-53-21

"Базель" Киев, ул. Б. Васильковская,
114, тел.: (044) 528-33-85
"Базель" Харьков,
ул. Сумская, 6,
тел.: (057) 717-03-80
"Консул" Одесса,
ул. Екатерининская, 6,
тел.: (048) 235-68-96
"Ореанда" Ялта,
Набережная Ленина, 35/2,
тел.: (065) 427-42-44

Baume & Mercier

"Ноблесс" Киев,
ул. Б. Васильковская, 2,
тел.: (044) 234-19-32
"Авеню" Киев, ул. Сакаганского,
18/48, тел.: (044) 289-53-21
"Четыре Сезона" Донецк,
ул. Артема, 125,
тел.: (062) 304-78-34

Bell & Ross

"Кристалл" Киев,
ул. Владимирская, 20/1а,
тел. (044) 278-61-11
"Император" Днепропетровск,
пр-т К. Маркса, гранд-отель
"Украина", тел.: (056) 370-38-39
"Кристалл" Донецк, ул. Артема,
121, тел.: (062) 335-76-46

"Кристалл" Днепропетровск,
пр-т К. Маркса, 22, ТЦ "Атриум",
тел.: (056) 373-83-73
"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

Blancpain

"Кристалл" Донецк, ул. Артема,
121, тел.: (062) 335-76-46
Grand Cru Horloger Киев, ТЦ
"Мандарин-Плаза" ул. Басейная, 4,
1 эт., тел.: (044) 230-95-72
Palace Boutique Киев, отель
"Премьер Палас", бул. Т. Шевченко/
ул. Пушкинская, 5-7/29,
тел.: (044) 279-00-70
"Ореанда" Ялта, Набережная
Ленина, 35/2,
тел.: (065) 427-42-44

Breguet

"Кристалл" Донецк, ул. Артема,
121, тел.: (062) 335-76-46
"Император" Днепропетровск,
пр-т К. Маркса, гранд-отель
"Украина", тел.: (056) 370-38-39
Grand Cru Horloger Киев, ТЦ
"Мандарин-Плаза" ул. Басейная, 4,
1 эт., тел.: (044) 230-95-72

Palace Boutique Киев, отель
"Премьер Палас", бул. Т. Шевченко/
ул. Пушкинская, 5-7/29,
тел.: (044) 279-00-70
Royal Time Киев, ул. Заньковецкой,
6, тел.: (044) 461-90-15
"Ореанда" Ялта, Набережная
Ленина, 35/2, тел.: (065) 427-42-44

Bulgari

Riviera Киев, пер. Музейный, 4,
тел.: (044) 270-51-43
Riviera Киев, ТЦ "Мандарин-
Плаза", ул. Басейная, 4,
тел.: (044) 230-95-47

Carl F. Bucherer

"Базель" Киев, ул. Б. Васильковская,
114, тел.: (044) 528-33-85
"Авеню" Киев, ул. Сакаганского,
18/48, тел.: (044) 289-53-21
"Консул" Одесса,
ул. Екатерининская, 6,
тел.: (048) 235-68-96
Dubey Vendome Киев,
ул. Сакаганского, 15,
тел.: (044) 289-49-29
Vendome Днепропетровск,
пр-т К. Маркса, 20,
тел.: (056) 372-09-53

Boutiques index

Boutique Vendome Днепрпетровск,
пр-т К. Маркса, 98,
тел.: (056) 372-08-53

Boutique Korloff Днепрпетровск,
ул. Короленко, 2, тел.: (056) 744-68-68

Cartier

Royal Time Донецк, отель "Донбасс
Палас", ул. Артема, 80,
тел.: (062) 343-41-12

Cartier Киев, ул. Городецкого, 17/1,
тел.: (044) 461-79-56

Royal Time Киев, ул. Заньковецкой,
6, тел.: (044) 461-90-15

Riviera Киев, пер. Музейный, 4,
тел.: (044) 270-51-43

La Banque Одесса, ул. Екате-
ринская, 22, тел.: (048) 715-50-25

Chanel

Royal Time Донецк, отель "Донбасс
Палас", ул. Артема, 80,
тел.: (062) 343-41-12

Chopard

Riviera Киев, пер. Музейный, 4,
тел.: (044) 270-51-43

Riviera Киев, ТЦ "Мандарин-Плаза",
ул. Басейная, 4,
тел.: (044) 230-95-47

"Кристалл" Донецк, ул. Артема,
121, тел.: (062) 335-76-46

"Император" Днепрпетровск,
пр-т К. Маркса, гранд-отель
"Украина", тел.: (056) 370-38-39

"Кристалл" Днепрпетровск,
пр-т К. Маркса, 22, ТЦ "Атриум",
тел.: (056) 373-83-73

Chopard Киев, ул. Городецкого,
11а, тел.: (044) 279-02-22

Chopard Одесса, ТЦ "Сады Победы",
пл. 10-го Апреля,
тел.: (048) 785-32-10

Corum

"Шатель" Донецк, Артема, 76,
тел.: (062) 345-20-67

"Шатель" Харьков, ул. Иванова, 18,
тел.: (057) 714-64-37

"Ноблесс" Киев, ул. Б. Василь-
ковская, 2, тел.: (044) 234-19-32

"Базель" Киев, ул. Васильковская,
114, тел.: (044) 528-33-85

"Консул" Одесса, ул. Екате-
ринская, 6, тел.: (048) 235-68-96

"Четыре Сезона" Донецк, ул. Артема,
125, тел.: (062) 304-78-34

"Ноблесс", Одесса, ул. 10 Апреля,
ТЦ "Сады Победы", тел.: (048) 233-
89-82, (062) 345-46-83

"Авеню" Киев, ул. Саксаганского,
18/48, тел.: (044) 289-53-21,
(044) 289-34-47

"Вектор де Люкс" Днепрпетровск,
ул. Карла Маркса, 98,
тел.: (056) 778-28-22

de Grisogono

Don Corleone Киев, ТЦ "Мандарин-
Плаза", ул. Басейная, 4, 2 эт.,
тел.: (044) 230-95-32

Palace Boutique Киев, отель
"Премьер Палас", бул. Т. Шевченко/
ул. Пушкинская, 5-7/29,
тел.: (044) 279-00-70

"Ореанда" Ялта, Набережная
Ленина, 35/2, тел.: (065) 427-42-44

"Кристалл" Донецк, ул. Артема,
121, тел.: (062) 335-76-46

"Хроностиль" Днепрпетровск, ТДЦ
"Босфор", бул. Катеринославский, 2,
тел.: (0652) 33-55-77

Frédérique Constant

"Акцент" Запорожье, пр-т Ленина,
151, тел.: (061) 212-58-41

"Биг Бен" Кременчуг, ул. Ленина,
24/14, тел.: (0536) 79-11-35

"Вектор Д" Днепрпетровск,
ул. Чкалова, 33, тел.: (056) 744-45-07

"Версаль" Донецк, ТЦ "Белый
Лебедь", ул. Артема, 143, нов. корп.,
2 эт., тел.: (062) 311-08-01

"Выбор" Полтава, ул. Октябрьская,
25, тел.: (0532) 22-25-68

"Время и стиль" Луганск, пл. Героев
ВОВ, 7, тел.: (064) 242-01-45

"Женева" Днепрпетровск,
ул. К. Маркса, 98,
тел.: (056) 778-28-22

"Женева" Донецк, ТЦ "Белый
Лебедь", ул. Артема, 143, ст. корп. 1 эт.

"Женева" Симферополь,
ул. Кирова, 14, тел.: (0652) 27-64-89

"Империял" Кривой Рог,
ул. Косиора, 4, тел.: (056) 423-53-33

"Лозанна" Киев, ТЦ "Глобус",
Майдан Незалежности, 1,
тел.: (044) 590-18-56

"Лозанна" Днепрпетровск,
ТРЦ "Мост-Сити", ул. Глинки, 2

"Лозанна" Киев, ТЦ "Материк",
ул. Борщаговская, 154,
тел.: (044) 495-32-52

"Лозанна" Львов, ТЦ "ВАМ",
ул. Выговского, 100,
тел.: (032) 295-18-71

"Лозанна" Львов,
ТП "Роксолана", пл. Мицкевича, 5,
тел.: (032) 297-19-73

"Людмила" Ужгород, ул. Корзо, 9,
тел.: (031) 261-20-81

"Мир Часов" Черкассы,
ул. Лазарева, 2,
тел.: (0472) 45-53-46

"Свое время" Луцк,
ТЦ "Глобус", ул. Ершова, 11

"Секунда" Херсон,
ул. К. Маркса, 42а

"Стиль и Время" Запорожье,
бул. Центральный, 4, 1 эт.,
тел.: (061) 220-05-63

"Стиль Тайм" Кировоград,
ул. Шевченко, 20/24

"Швейцария" Киев,
ул. Димитрова, 13,
тел.: (044) 287-47-61

"Эталон" Киев, ул. Сагайдачного,
41, тел.: (044) 425-14-62

Gaudi Донецк, ул. Постышева, 129,
тел.: (062) 345-46-83

Gaudi Киев, ул. Грушевского, 28/2

"Швейцарские часы" Киев,
ТРЦ "Глобал ЮА", ул. Бальзака, 2а,
тел.: (044) 459-38-27

Montres Киев, ТЦ "Караван",
ул. Луговая, 12, тел.: (044) 206-43-57

Orient Киев, универмаг "Украина",
пр-т Победы, 3, 1 эт.,
тел.: (044) 496-16-75

Swiss Corner Днепрпетровск,
ул. К. Маркса, 53а,
тел.: (0562) 31-65-38

Swiss Time Одесса,
ТЦ "На Среднефонтанской",
пер. Семафорный, 4, 2 эт.,
тел.: (048) 728-27-59

Swiss Time Одесса, ТЦ "Новый
привоз", ул. Пантелеимоновская, 25,
тел.: (0482) 39-27-80

Swiss Time Одесса, ТЦ "Афина",
пл. Греческая, 3/4,
тел.: (048) 734-20-12

Swiss Time Симферополь,
пр-т Кирова, 40/1,
тел.: (0652) 51-03-73

Swiss Time Севастополь,
ул. Очаковцев, 19, "Консоль Плаза",
2 эт., тел.: (0692) 47-91-80

Swiss Time Запорожье,
СП "Интерейд", пр-т Ленина, 53,
тел.: (061) 222-41-27

Swiss Time Киев,
ТЦ "Большевик", ул. Гетьмана, 6

Swiss Time Киев, ТЦ "Городок",
пр-т Московский, 23,
тел.: (8 098) 219-36-06

Swiss Time Николаев, пр-т Ленина,
98, ТРЦ "City Center", 2 эт.,
тел.: (0512) 58-28-04

Vendome Киев, ул. Саксаганского,
15, тел.: (044) 289-49-29

"Часомерье" Харьков,
пл. Конституции, 1,
тел.: (057) 754-35-35

"Токио" Харьков, пл. Конституции, 1
тел.: (057) 719-97-43

Girard-Perregaux

Gaudi Донецк, ул. Постышева, 129,
тел.: (062) 345-46-83

"Акцент" Запорожье, пр-т Ленина,
151, тел.: (061) 213-19-15

Chopin Киев, ТЦ "Мандарин-Плаза",
ул. Басейная, 4, 2 эт.,
тел.: (044) 230-95-32

Palace Boutique Киев, отель
"Премьер Палас", бул. Т. Шевченко/
ул. Пушкинская, 5-7/29,
тел.: (044) 279-00-70

"Женева" Львов, ул. Театральная,
10, тел.: (032) 272-06-05

La Banque Одесса,
ул. Екатерининская, 22,
тел.: (048) 715-50-25

"Ореанда" Ялта, Набережная
Ленина, 35/2, тел.: (065) 427-42-44

"Хроностиль" Днепрпетровск,
ТДЦ "Босфор",
бул. Катеринославский, 2,
тел.: (056) 233-55-77

"Часомерье" Харьков,
пл. Конституции, 1,
тел.: (057) 754-35-35

"Кристалл" Донецк, ул. Артема,
121, тел.: (062) 335-76-46

"Кристалл" Киев,
ул. Владимирская, 20/1а,
тел.: (044) 278-61-11

"Император" Днепрпетровск,
пр-т К. Маркса, гранд-отель
"Украина", тел.: (056) 370-38-39

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

Harry Winston

"Кристалл" Донецк, ул. Артема,
121, тел.: (062) 335-76-46

"Кристалл" Киев,
ул. Владимирская, 20/1а,
тел.: (044) 278-61-11

"Император" Днепрпетровск,
пр-т К. Маркса, гранд-отель
"Украина", тел.: (056) 370-38-39

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

Hermès

Royal Time Киев,
ул. Заньковецкой, 6,
тел.: (044) 461-90-15

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

"Кристалл" Одесса, пл. 10-го
Апреля, ТЦ "Сады Победы",
тел.: (048) 785-03-85

Boutiques index

"Ноблесс" Киев, ул. Б. Васильковская, 2, тел.: (044) 234-19-32

JeanRichard

Swiss Made Киев, ТЦ "Мандарин Плаза", ул. Бассейная, 4, тел.: (044) 230-95-31

Time's: square Киев, ул. Крещатик, 29, тел.: (044) 235-25-66

Longines

"Авеню" Киев, ул. Сакаганского, 18/48, тел.: (044) 289-53-21

"Базель" Киев, ул. Б.Васильковская, 114, тел.: (044) 528-33-85

"Базель" Харьков, ул. Сумская, 6, тел.: (057) 717-03-80

"Базель" Одесса, ул. Дерибасовская, 33, тел.: (048) 726-14-53

"Валенсия" Запорожье, пр-т Ленина, 155, тел.: (061) 213-19-15

"Версаль" Донецк, ТЦ "Белый Лебедь", ул. Артема, 143, нов. корп., 2 эт., тел.: (062) 311-08-01

"Время и стиль" Луганск, пл. Героев ВОВ, 7, тел.: (064) 242-01-45

"Галерея Времени" Симферополь, ул. К. Маркса, 14/9, тел.: (065) 251-04-38

"Диамант" Тернополь, ул. Листопадова, 8, тел.: (035) 252-10-55

"Женева" Донецк, ТЦ "Белый Лебедь", ул. Артема, 143, ст. корп. 1 эт.

"Женева" Днепропетровск, ул. К. Маркса, 98, тел.: (056) 778-28-22

"Женева" Одесса, ул. Ришельевская, 21, тел.: (048) 234-66-01

"Империял" Кривой Рог, ул. Косиора, 4, тел.: (056) 423-53-33

"Консул" Киев, ТЦ "Городок", пр-т Московский, 23, тел.: (044) 537-67-63

"Консул" Одесса, ул. Екатерининская, 6, тел.: (048) 235-68-96

"Кристалл" Донецк, ул. Артема, 121, тел.: (062) 335-76-46

"Кристалл-Подарки" Донецк, ул. Артема, 76, тел.: (062) 381-06-12

"Людмила" Ужгород, ул. Корзо, 9, тел.: (031) 261-20-81

"Ноблесс" Киев, ул. Б. Васильковская, 2, тел.: (044) 234-19-32

"Ноблесс" Киев, ТЦ "Караван", ул. Луговая, 12, тел.: (044) 206-43-93

"Ноблесс" Одесса, ТЦ "Европа", ул. Дерибасовская, 21, тел.: (048) 728-47-37

"Шатель" Харьков, ул. Иванова, 18, тел.: (057) 700-49-86

"Четвертое измерение" Киев, ул. П. Сагайдачного, 25

Montres Киев, ТЦ "Альта-Центр", пр-т Московский, 11а, тел.: (044) 569-34-75

Swiss Corner Днепропетровск, ул. К. Маркса, 53а, тел.: (0562) 31-65-38

Vallee Des Bijoux Киев, ул. Б. Хмельницкого, 12, тел.: (044) 235-10-58

"Часомерье" Харьков, пл. Конституции, 1, тел.: (057) 754-35-35

Louis Erard

"Гринвич" Донецк, бул. Пушкина, 23, тел.: (062) 304-81-48

Vendome Киев, ул. Сакаганского, 15, тел.: (044) 289-49-29

Vendome Днепропетровск, пр-т К. Маркса, 20, тел.: (056) 372-09-53

"Дом Подарков" Днепропетровск, ул. Короленко, 2, тел.: (056) 371-28-57

ЦУМ 1 эт., Днепропетровск, пр-т К. Маркса, 52, тел.: (056) 745-24-21

"Кристалл-Подарки" Донецк, ул. Артема, 76, тел.: (062) 381-06-12

"Женева" Львов, ул. Театральная, 10, тел.: (032) 272-06-05

"Еврочас" Винница, ул. Соборная, 95, тел.: (043) 235-57-56

"Женева" Одесса, ул. Ришельевская, 21, тел.: (0482) 34-66-01

VIP Time Днепропетровск, ТРЦ "Мост-Сити", ул. Глинки, 2

La Banque Одесса, ул. Екатерининская, 22, тел.: (048) 715-50-25

"Ювитель" Донецк, ТЦ "Планета", ул. Артема, 50а

"Выбор" Полтава, ул. Октябрьская, 25, тел.: (0532) 22-25-68

"Час Пик" Донецк, ул. Артема, 80а, тел.: (062) 381-02-04

"Меркурий" Харьков, ул. Сумская, 112

"Акцент" Запорожье, пр-т Ленина, 151, тел.: (061) 212-58-41

"Магчас" Хмельницкий, ТЦ "Пассаж", ул. Подольская, 45

"Галерея Времени" Симферополь, ул. К. Маркса, 14/9, тел.: (065) 251-04-38

"Время и стиль" Луганск, пл. Героев ВОВ, 7, тел.: (064) 242-01-45

"Секунда" Киев, ул. Сакаганского, 84/86

"Стиль Тайм" Кировоград, ул. Шевченко, 20/24

"Swiss Time" Одесса, ТВЦ "На Среднефонтанской", пер. Семафорный, 4

"Империял" Кривой Рог, ул. Косиора, 4

"Часомерье" Харьков, пл. Конституции, 1, тел.: (057) 714-97-10

"Swiss Time" Николаев, ТВЦ "City Center", пр-т Ленина, 98

Maurice Lacroix

"Акцент" Запорожье, пр-т Ленина, 151, тел.: (061) 212-58-41

"Версаль" Донецк, ТЦ "Белый Лебедь", ул. Артема, 143, нов. корп., 2 эт., тел.: (062) 311-08-01

"Время и стиль" Луганск, пл. Героев ВОВ, 7, тел.: (064) 242-01-45

"Галерея Времени" Симферополь, ул. К. Маркса, 14/9, тел.: (065) 251-04-38

"Гринвич" Донецк, бул. Пушкина, 23, тел.: (062) 304-81-48

"Женева" Львов, ул. Театральная, 10, тел.: (032) 272-06-05

"Женева" Одесса, ул. Ришельевская, 21, тел.: (048) 234-66-01

"Женева" Донецк, ТЦ "Белый Лебедь", ул. Артема, 143, ст. корп. 1 эт.

"Женева" Днепропетровск, ул. К. Маркса, 98, тел.: (056) 778-28-22

"Империял" Кривой Рог, ул. Косиора, 4, тел.: (056) 423-53-33

"Людмила" Ужгород, ул. Корзо, 9, тел.: (031) 261-20-81

"Хроностиль" Днепропетровск, ТДЦ "Босфор", бул. Катеринославский, 2, тел.: (056) 233-55-77

"Швейцария" Киев, ул. Димитрова, 13, тел.: (044) 287-47-61

La Banque Одесса, ул. Екатерининская, 22, тел.: (048) 715-50-25

Montres Киев, ТЦ "Караван", ул. Луговая, 12, тел.: (044) 206-43-57

Montres Киев, ТЦ "Альта-Центр", пр-т Московский, 11а, тел.: (044) 569-34-75

Swiss Made Киев, ул. Бассейная, 4, ТЦ "Мандарин-Плаза", тел.: (044) 230-95-31

"Часомерье" Харьков, пл. Конституции, 1, тел.: (057) 754-35-35

"Часомерье" Харьков, пл. Конституции, 1, тел.: (057) 754-35-35

"Часомерье" Харьков, пл. Конституции, 1, тел.: (057) 754-35-35

"Часомерье" Харьков, пл. Конституции, 1, тел.: (057) 754-35-35

"Часомерье" Харьков, пл. Конституции, 1, тел.: (057) 754-35-35

"Часомерье" Харьков, пл. Конституции, 1, тел.: (057) 754-35-35

Montblanc Киев, ул. Б. Хмельницкого, 12, тел.: (044) 279-72-03

"Женева" Львов, ул. Театральная, 10, тел.: (032) 272-06-05

Montblanc Одесса, ул. Гаванная, 6, тел.: (048) 233-76-59

Montblanc Днепропетровск, ТРЦ "Мост-Сити", ул. Глинки, 2, тел.: (056) 790-30-44

Omega

"Авеню" Киев, ул. Сакаганского, 18/48, тел.: (044) 289-53-21

"Базель" Киев, ул. Б.Васильковская, 114, тел.: (044) 528-33-85

"Базель" Харьков, ул. Сумская, 6, тел.: (057) 717-03-80

"Базель" Одесса, ул. Дерибасовская, 33, тел.: (048) 726-14-53

"Валенсия" Запорожье, пр-т Ленина, 155, тел.: (061) 213-19-15

"Время и стиль" Луганск, пл. Героев ВОВ, 7, тел.: (064) 242-01-45

"Женева" Днепропетровск, ул. К. Маркса, 98, тел.: (056) 778-28-22

"Император" Днепропетровск, пр-т К. Маркса, гранд-отель "Украина", тел.: (056) 370-38-39

"Кристалл" Донецк, ул. Артема, 121, тел.: (062) 335-76-46

"Кристалл" Днепропетровск, пр-т К. Маркса, 22, ТЦ "Атриум", тел.: (056) 373-83-73

"Кристалл-Подарки" Донецк, ул. Артема, 76, тел.: (062) 381-06-12

"Консул" Киев, ТЦ "Городок", пр-т Московский, 23, тел.: (044) 537-67-63

"Консул" Одесса, ул. Екатерининская, 6, тел.: (048) 235-68-96

"Людмила" Ужгород, ул. Корзо, 9, тел.: (031) 261-20-81

"Ноблесс" Киев, ул. Б. Васильковская, 2, тел.: (044) 234-19-32

"Ноблесс" Киев, ТЦ "Караван", ул. Луговая, 12, тел.: (044) 206-43-93

"Ноблесс" Одесса, ТЦ "Европа", ул. Дерибасовская, 21, тел.: (048) 728-47-37

"Шатель" Харьков, ул. Иванова, 18, тел.: (057) 700-49-86

Swiss Corner Днепропетровск, ул. К. Маркса, 53а, тел.: (0562) 31-65-38

Swiss Corner Днепропетровск, ул. К. Маркса, 53а, тел.: (0562) 31-65-38

Swiss Corner Днепропетровск, ул. К. Маркса, 53а, тел.: (0562) 31-65-38

Swiss Corner Днепропетровск, ул. К. Маркса, 53а, тел.: (0562) 31-65-38

Swiss Corner Днепропетровск, ул. К. Маркса, 53а, тел.: (0562) 31-65-38

Swiss Corner Днепропетровск, ул. К. Маркса, 53а, тел.: (0562) 31-65-38

Boutiques index

Vallee Des Bijoux Киев,
ул. Б. Хмельницкого, 12,
тел.: (044) 235-10-58

Panera

Royal Time Киев, ул. Заньковецкой,
6, тел.: (044) 461-90-15
"**Кристалл**" Донецк, ул. Артема,
121, тел.: (062) 335-76-46
"**Кристалл**" Днепропетровск,
пр-т К.Маркса, 22, ТЦ "Атриум",
тел.: (056) 373-83-73

Parmigiani

Royal Time Донецк, отель "Донбасс
Палас", ул. Артема, 80,
тел.: (062) 343-41-12
Royal Time Киев, ул. Заньковецкой,
6, тел.: (044) 461-90-15

Piaget

Riviera Киев, пер. Музейный, 4,
тел.: (044) 270-51-43
Piaget Киев, ул. М. Заньковецкой, 4,
тел.: (044) 279-46-58

Raymond Weil

"**Акцент**" Запорожье, пр-т Ленина,
151, тел.: (061) 212-58-41
"**Женева**" Днепропетровск,
ул. К. Маркса, 98,
тел.: (056) 778-28-22
"**Женева**" Львов, ул. Театральная,
10, тел.: (032) 272-06-05
"**Женева**" Одесса, Ришельевская,
21, тел.: (048) 234-66-01
"**Людмила**" Ужгород, ул. Корзо, 9,
тел.: (031) 261-20-81
"**Монте Кристо**" Киев,
ТЦ "Глобал ЮА", ул. Бальзака, 2а
Royal Time Киев, ул. Заньковецкой,
6, тел.: (044) 461-90-15
Vendome Киев, ул. Сакаганского,
15, тел.: (044) 289-49-29
"**Часомерье**" Харьков
пл. Конституции, 1,
тел.: (057) 754-35-35

Rolux

Royal Time Донецк, отель "Донбасс
Палас", ул. Артема, 80,
тел.: (062) 343-41-12
Royal Time Киев, ул. Заньковецкой,
6, тел.: (044) 461-90-15

Seiko

"**Секунда**" Донецк,
пл. Павших Коммунаров, 2,
ТРЦ "Золотое Кольцо",
тел.: (062) 345-64-91
"**Дека**" Донецк, пр-т Гурова, 13,
тел.: (062) 335-99-77

"**Империял**" Кривой Рог,
ул. Косиора, 4,
тел.: (056) 423-53-33
"**Фаина**" Днепропетровск,
пр-т К. Маркса, 67,
тел.: (056) 372-30-45
"**Секунда**" Херсон, ул. К. Маркса,
42а, тел.: (055) 222-92-21
Swiss Time Одесса, ТЦ "Афина",
пл. Греческая, 3/4,
тел.: (048) 734-20-12
Swiss Time Одесса,
ТЦ "На Среднефонтанской",
пер. Семафорный, 4, 2 эт.
тел.: (048) 728-27-59
Swiss Time Одесса, ТЦ "Новый
привоз", ул. Пантелемоновская, 25,
тел.: (0482) 39-27-80
"**Арбат**" Запорожье, пр-т Ленина,
144, тел.: (0612) 63-59-51
"**ЧАС ПИК**" Симферополь,
пр-т Кирова, 14,
тел.: (0652) 27-46-89
Swiss Time Севастополь, ТЦ "Консоль
Плаза", ул. Очаковцев, 19,
тел.: (0692) 47-91-81
Swiss Time Киев, ТЦ "Городок",
пр-т Московский, 23,
тел.: (8 098) 219-36-06
"**Часы**" Бровары, ТЦ "Терминал",
ул. Киевская, 315
Swiss Time Николаев, пр-т Ленина,
98, ТРЦ "City Center", 2 эт.,
тел.: (0512) 58-28-04
TARGET Харьков, ТЦ TARGET,
пр-т Московский, 257
Tokyo Харьков, пл. Конституции, 1,
тел.: (057) 719-97-43

TAG Heuer

"**Часомерье**" Харьков
пл. Конституции, 1,
тел.: (057) 754-35-35
"**Кристалл**" Киев, ул. Владимирская,
20/1а, тел.: (044) 278-61-11
"**Кристалл**" Днепропетровск,
ТЦ "Атриум", пр. К. Маркса, 22,
тел.: (056) 373-83-73
"**Кристалл**" Донецк, ул. Артема 121,
тел.: (062) 3357646
"**Кристалл**" Одесса, галерея "Сады
Победы", пл. 10 Апреля, тел.: (048)
785-03-85
"**Женева**" Львов, ул. Театральная,
10, тел.: (032) 272-06-05
"**Валенсия**" Запорожье,
пр-т Ленина, 155,
тел.: (061) 213-19-15
"**Время и стиль**" Луганск,
ул. Героев ВОВ, 7,
тел.: (064) 242-01-45

Tissot

"**Альтаир**" Ужгород,
пл. Театральная, 4а,
тел.: (0312) 61-20-81
"**Акцент**" Запорожье, пр-т Ленина,
151, тел.: (061) 212-58-41
"**Вектор Д**" Днепропетровск,
ул. Чкалова, 33, тел.: (056) 744-45-07
"**Версаль**" Донецк, ТК "Белый
Лебедь", ул. Артема, 143, нов. корп,
2 эт., тел.: (062) 311-08-01
"**Володар Часу**" Львов,
ул. Дорошенко, 23,
тел.: (032) 296-56-82
"**Время и стиль**" Луганск, пл. Героев
ВОВ, 7, тел.: (064) 242-01-45
"**Галерея Времени**" Симферополь,
ул. К. Маркса, 14/9,
тел.: (065) 251-04-38
"**Гринвич**" Донецк, бул. Пушкина,
23, тел.: (062) 304-81-48
"**Годинниковий світ**" Львов,
ТЦ "Европа", ул. Щирецкая, 36
"**Годинниковий світ**" Львов,
Универмаг "Львов",
ул. Кн. Ольги, 106
"**Дека**" Донецк, пр-т Гурова, 13,
тел.: (062) 335-99-77
"**Женева**" Донецк,
ТК "Белый Лебедь", ул. Артема, 143,
ст. корп, 1 эт.
"**Женева**" Днепропетровск,
ул. К. Маркса, 98,
тел.: (056) 778-28-22
"**Империял**" Кривой Рог,
ул. Косиора, 4,
тел.: (056) 423-53-33
"**Консул**" Киев, ТЦ "Городок",
пр-т Московский, 23,
тел.: (044) 537-67-63
"**Лозанна**" Киев, ТЦ "Глобус",
Майдан Незалежности, 1,
тел.: (044) 590-18-56
"**Лозанна**" Киев, ТЦ "Материк",
ул. Борщаговская, 154,
тел.: (044) 495-32-52
"**Лозанна**" Днепропетровск,
пр-т К. Маркса, 88,
тел.: (056) 778-17-34
"**Лозанна**" Львов, ТЦ "ВАМ",
ул. Выговского, 100,
тел.: (032) 295-18-71
"**Людмила**" Ужгород, ул. Капушанс-
кая, 15 тел.: (0312) 23-41-08
"**Монте Кристо**" Киев, ТЦ "Глобал
ЮА", ул. Бальзака, 2а
"**Пульсар**" Днепропетровск,
пр-т К. Маркса, 96,
тел.: (0562) 778-47-25
"**Секунда**" Киев, ТЦ "Метроград",
пл. Бессарабская, сектор А,
тел.: (044) 247-55-40

"**Секунда**" Донецк, пл. Павших
Коммунаров, 2, ТРЦ "Золотое
Кольцо", тел.: (062) 345-64-91
"**Четвертое измерение**" Киев,
ул. П. Сагайдачного, 25
Montres Киев ТЦ "Альта-Центр",
пр-т Московский, 11а,
тел.: (044) 569-34-75
Montres Киев, ТЦ "Караван",
ул. Луговая, 12,
тел.: (044) 206-43-57
Tourbillon Ровно, ТЦ "Покровский",
ул. Кн. Ольги, 1,
тел.: (036) 262-04-82
"**Часомерье**" Харьков, пл. Консти-
туции, 1, тел.: (057) 754-35-35

Urwerk

"**Кристалл**" Киев, ул. Владимирская,
20/1а, тел.: (044) 278-61-11
"**Император**" Днепропетровск,
пр-т К. Маркса, гранд-отель
"Украина", тел.: (056) 370-38-39
"**Кристалл**" Донецк, ул. Артема,
121, тел.: (062) 335-76-46

Vacheron Constantin

Royal Time Киев, ул. Заньковецкой,
6, тел.: (044) 461-90-15

Van Cleef & Arpels

Van Cleef & Arpels Киев,
ул. Заньковецкой, 4,
тел.: (044) 279-46-42

Zenith

"**Авено**" Киев, ул. Сакаганского,
18/4, тел.: (044) 289-53-21
"**Акцент**" Запорожье, пр-т Ленина,
151, тел.: (061) 212-58-41
"**Базель**" Киев, ул. Б. Васильковская,
114, тел.: (044) 528-33-85
"**Гранд Премьер**" Одесса,
ул. Пушкинская, 14
"**Базель**" Харьков, ул. Сумская, 6,
тел.: (057) 717-03-80
"**Император**" Днепропетровск,
пр-т К. Маркса, гранд-отель
"Украина", тел.: (056) 370-38-39
"**Кристалл**" Днепропетровск,
пр-т К. Маркса, 22, ТЦ "Атриум",
тел.: (056) 373-83-73
"**Кристалл**" Донецк, ул. Артема,
121, тел.: (062) 335-76-46
"**Ноблесс**" Киев,
ул. Б. Васильковская, 2,
тел.: (044) 234-19-32
Boutique Korloff Днепропетровск,
ул. Короленко, 2,
тел.: (056) 744-68-68
Vendome Киев, ул. Сакаганского,
15, тел.: (044) 289-49-29

europa star

www.europastar.com

Managing Director: Philippe Maillard

EDITORIAL

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

CONTRIBUTORS

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

ART

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

MARKETING & CIRCULATION PRINT/E-MEDIA

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

PUBLISHING & PRODUCTION PRINT/E-MEDIA

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

ADVERTISING / INTERNATIONAL SALES MANAGERS

Switzerland / Italy / US: Casey K. Bayandor.
Tel: +41 22 307 78 37 Fax: +41 22 300 37 48 • cbayandor@europastar.com
Europe & International: Nathalie Glattfelder.
Tel: +41 22 307 78 37 Fax: +41 22 300 37 48 • nglattfelder@europastar.com
Spain: Carles Sapena, Grupstar.
Tel: +34 692 89 89 81 Fax: +34 93 165 87 35 • europastarspain@gmail.com
Asia: Maggie Tong.
Tel: +852 9658 1830 Fax: +852 2527 2728 • maggietong@europastar.com
Ukraine: Sergiy Kuzmenko
Tel: +38 044 205 4089 Fax: +38 044 205 4099 • skuzmenko@karavan.ua

ACCOUNTING

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

NEWSPAPERS AND MAGAZINES

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

WEBSITES

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

SHOWS

Couture, JA New York

Europa Star head office: VNU Business Media SA, Route des Acacias 25,
CH-1227 Carouge/Geneva - Switzerland
Tel +41 22 307 78 37, Fax +41 22 300 37 48,
http://www.europastar.com



President: Greg Farrar

Senior Vice President, Human Resources: Michael Alicea

Senior Vice President, Marketing: Mark Hosbein

Senior Vice President, Finance: Derek Irwin

Senior Vice President, Entertainment: Gerry Byrne

Senior Vice President, Marketing, Media & Visual Arts: Sabrina Crow

Senior Vice President, Retail: David Loechner

Senior Vice President, Online: Linda McCutcheon

Senior Vice President, Building & Design: Joe Randall

Senior Vice President, Central Services: Mary Kay Sustek

Vice President, Licensing: Howard Appelbaum

Vice President, Manufacturing & Distribution: Jennifer Grego

Vice President, Audience Marketing: Joanne Wheatley

UKRAINIAN EDITION

europa star

Шеф-редактор: Екатерина Светличная

Дизайнер: Сергей Григурко

Переводчик: Людмила Волынская

PR-менеджер: Виктория Ворона

Учредитель: ООО "Лэнд Медиа"
Генеральный директор: Елена Чернова
Издатель: ООО "Лэнд Медиа"

По вопросам размещения рекламы и распространения
журнала обращаться к руководителю проекта Сергею Кузьменко
Тел. +380 44 205 40 87 • skuzmenko@karavan.ua

Редакция в переписку с читателями не вступает.
Перепечатка материалов (фото и текстов)
без разрешения редакции запрещена.
За содержание рекламы редакция ответственности не несет.

Адрес редакции: Киев, ул. Мельникова, 83д, 6-й этаж
Адрес издателя: Киев, ул. И. Кудри, 37а
Свидетельство о регистрации: КВ № 10526 от 19.10.2005 года
Подписан в печать 12.01.2009 г. Тираж: 5000 экз. Цена договорная
Отпечатано в ООО "Триада", г. Киев, ул. Артема, 25

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

19-22
ЛИСТОПАДА

ЗАПРОШУЄМО ДО УЧАСТІ!

КИЇВ.
САЛОН
ГОДИННИКІВ 2009

7 СПЕЦІАЛІЗОВАНА ВИСТАВКА



Місце проведення: ВИСТАВКОВИЙ ЦЕНТР
КИЇВ ЕКСПОПЛАЗА

м. Київ, вул. Салютна, 2-6, www.expoplaza.kiev.ua



Акціонерне товариство
"КИЇВСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ
КОНТРАКТОВИЙ ЯРМАРОК"

Офіційний
спеціалізований
медіа - партнер



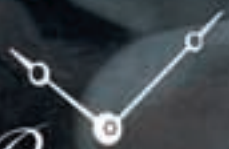
Офіційний
радіопartner:



Інформаційні партнери:



Тел.: +38(044) 490 6221, 461 9343, 490 6219, E-mail: watch@kmya.kiev.ua, <http://www.kmya.kiev.ua>


Breguet
Depuis 1775

**Наполеон Бонапарт,
клиент компании Бреге, с 1798 года.**



Коллекция Classique Grande Complication - Турбийон и Вечный календарь - 3755PR



Les Montres Suisses

De Montreux Suisse - Origine et Qualité

Palace Boutique, Київ, Прем'єр Палас Хотел, т. (044) 279 00 70, **Grand Cru Horloger**, Київ, Мандарин Плаза, т. (044) 230 95 70,
Oreanda Boutique, Ялта, готель "Орланд", т. (0654) 274 244, **Grand Premier**, Одеса, вул. Пушкінська, 14, т. (048) 794 84 00