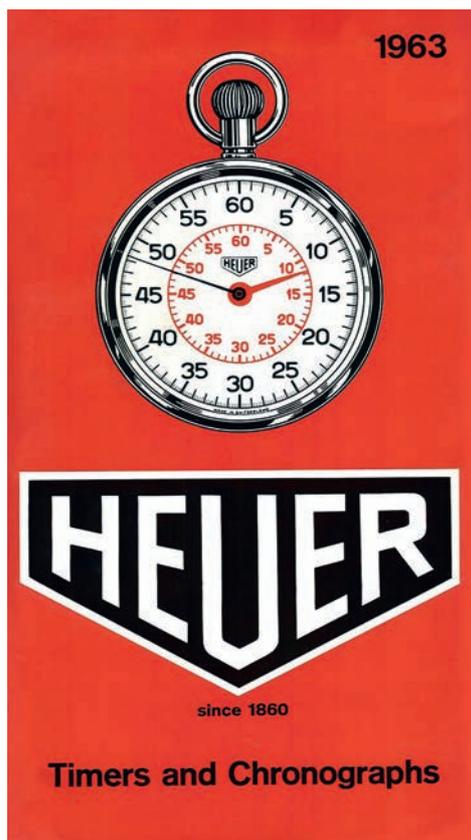


СТИЛЬЧАСЫ

февраль 2013



67__ Драгоценности
от всего сердца
— Piaget, Chanel,
Pasquale Bruni



86__ 50 лет Carrera
TAG Heuer: этапы
большого пути



100__ В эпицентре
квартала моды:
шопинг на виа
Монтенаполеоне

золотого слона с гордым бриллиантовым хоботом.

Азиатский спрос на Metier d`Art играет большую роль для швейцарского производства, это правда. Азиатская публика куда более чувствительна к часам Metier d`Art, чем европейцы или американцы, которые видят в часах в первую очередь функцию, прибор для измерения времени. Для азиатского человека, привыкшего к могущественным корпорациям, к индустрии, промышленности, живущего конвейерной жизнью, швейцарские или французские часы — это объект ручного труда. Тот факт, что ученый, умный, образованный европейский человек потратил на крохотные часики многие месяцы своей жизни, приводит азиатского собирателя кунштюков в невероятный и абсолютно искренний трепет. Я хорошо помню одного скромнейшего мастера-механика из мануфактуры Blancpain, который полгода в одиночку делал для японского коллекционера сложнейшие часы с функцией «уравнение времени». Когда он закончил свое уравнение и написал письмо в Японию — «мол, работа выполнена», — японский коллекционер в ответ прислал красивое приглашение как можно скорее приехать в Страну восходящего солнца первым классом. Мастер взял готовые часы и поехал в гости. В Японии его встречали как божество. Швейцарский мастер провел неделю в гостях и вернулся домой совершенно другим человеком. Не скромным технарем, не часовым гномом, а истинной звездой.

Однако в популярности Metier d`Art явно виноваты не только трепетные азиатские коллекционеры. Президент мануфактуры Piaget Филипп Леопольд-Метцгер, чья марка в декабре 2011 года показала в Пе-