

ТЕНДЕНЦИИ



—Dolce & Gabbana, ЦУМ



—Gucci, ЦУМ



—Chloe, ЦУМ



—Kenzo, ЦУМ



—Fendi, ЦУМ



—Calvin Klein 205W39NYC, ЦУМ



—Patek Philippe, магазины Mercury



—Gucci, ЦУМ

байер компании Mercury. «Изначально придуманный для мужчин, 40-миллиметровый хронограф Oyster Perpetual Cosmographe Daytona сегодня превратился в любимые часы у женщин. Особенно пользуются популярностью золотые версии с керамическим безелем,— делится своим опытом Александр Ветров.— Cosmographe Daytona — модель, легко узнаваемая с любого расстояния. И что немаловажно, эти часы являются настоящей инвестицией. Покупая их, вы можете быть уверены, что с годами их стоимость будет становиться только выше». Те же, в чьих коллекциях Rolex уже есть, и, возможно, не одни, часто обращают внимание и на другой столп швейцарской часовой промышленности — Patek Philippe. В сознании большинства он больше связан со сложными и дорогими мужскими часами, но в коллекциях бренда есть и женские модели. «Слово Calatrava неизменно ассоциируется с классическими мужскими часами без каких-либо излишеств. Однако в случае с моделью Ref.4899 все с точностью до наоборот,— поясняет Александр Ветров.— Корпус этих женских часов богато украшен розовыми сапфирами и бриллиантами, а их циферблат выполнен из гравированного перламутра. За работу часовой и минутной стрелок отвечает ультратонкий механизм с автоматическим заводом. Такая модель придется по вкусу представительницам всех поколений».

В мире ювелирных украшений, как говорилось выше, стало модным сотрудничество с молодыми успешными звездами. Такой путь выбрала и Валери Мессика, основательница бренда Messika. Совместная коллекция с Джиджи Хадид (сестрой Беллы Хадид, которую мы уже упоминали) не только ознаменовала десятилетие самой первой и успешной коллекции Move, но и принесла марке новых молодых клиентов, а также помогла в очередной раз доказать, что бриллианты украшают даже в самом юном возрасте. В классе уже вечных ценностей выступают рок-н-рольные украшения британского дизайнера Стивена Вебстера. Обзавестись стоит если не полным набором, то хотя бы массивным кольцом — без такого в этом сезоне не обойтись.

ЛОГОМАНИЯ В НОВОМ сезоне не отпускает ни дизайнеров, ни покупателей. НОСИТЬ чужое гордое имя на груди теперь совсем не зазорно