



67__Bell & Ross
набирают высоту
с часами Rafale

рождение нового класса «коннектированных» часов повлияет на все часовые марки, кроме, может быть, отдельных производителей механических чудес. По его расчетам, рынок умных наручных приборов, который оценивался год тому назад в \$1,3 млрд, уже через пять лет достигнет \$117 млрд. Но вопрос в том, как оценивать эту невероятную цифру — как прямую угрозу или как поле неограниченных возможностей.

На штурм рынка уже вышли Swatch с их Touch Zero One. Свои модели еще перед Базелем представили изготовители более дорогих — в пределах 1000 франков — часов Frederique Constant и Alpina, а на Базельском салоне свое видение «коннектированных» часов представили марки верхнего ценового сегмента.

Bvlgari поставили на часы идентификатор с чипом-паролем, который поможет открыть любые двери — от автомобиля до банка. Breitling с его постоянным интересом к авиационной технике предпочел изготовить помощника пилота, часы B55 Connected. Обе марки не стали связываться с компьютерными гигантами и предпочли доверить разработку



MIKAEL JANSSON FOR BVLGARI



«BVLGARI — ЭТО НЕ ПРОСТО БРЕНД. ЭТО ЛЕГЕНДА, ОСОБЕННО В ИТАЛИИ! ВЫ СЛЫШИТЕ НАЗВАНИЕ BVLGARI, И ЧУВСТВУЕТЕ ТЕПЛО, ЭКСТРАВАГАНТНОСТЬ, РАДОСТЬ, ВИДИТЕ ЦВЕТА РИМА, РАЗЛИЧАЕТЕ ВКУС DOLCE VITA. Я ОЧЕНЬ ПРИВЯЗАНА К ИТАЛЬЯНСКИМ КОРНЯМ, И С BVLGARI У МЕНЯ МНОГО ОБЩЕГО».

Карла Бруни с. 38