

VOGUE

POLSKA

GLIF

WATCHES & JEWELLERY






NOBLE PLACE



PORSCHE

**TWO LEGENDS.
60 ICONIC YEARS.**

THE RACE NEVER STOPS



Zarówno w modzie, jak i dizajnie staramy się wyszukiwać elementy, które naszym zdaniem mają szansę przetrwać próbę czasu.

Wybierając ubrania, biżuterię czy zegarki zwracamy uwagę na projekt, walory użytkowe, rodzaj stosowanych materiałów, styl i unikatowość, a obecnie także na transparentność produkcji i podejście do zrównoważonego rozwoju. Dokonanie transakcji nie rzadko nazywamy inwestycją zamiast zakupem, wiążąc z nią długofalowe plany. Tę tendencję na przestrzeni lat doskonale wyczuły i realizują firmy jubilerskie oraz manufaktury tworzące luksusowe, tradycyjne czasomierze. Tradycyjne pod względem zasad działania i wykorzystania mechaniki, ale jednocześnie nowoczesne w zakresie używanych komponentów, innowacyjne z uwagi na stosowane elementy i odważne dzięki zaskakującym projektom. Nie dziwnego, że ostatecznie trudno wybrać i nosić wyłącznie jeden model, z którym zwiążemy się na wiele lat. Tym bardziej że w każdym roku producenci serwują nam nowe kolekcje, kreując trendy i licząc na to, że wejdą one do kanonu sztuki zegarmistrzowskiej lub jubilerskiej.

wstęp

W najnowszym wydaniu dodatku „Vogue Watches & Jewellery” po raz pierwszy skupiamy się nie tylko na zegarkach, ale i na biżuterii. Z fascynacją wchodzimy w te dwa światy oferujące ponadczasową elegancję i precyzję, a także różnorodność, która pozwala na symboliczne akcentowanie naszej indywidualności.

Inspiracji szukamy na nadgarstkach wpływowych ludzi biznesu. Przyglądając się światu luksusowej mody, stawiamy pytanie, czy czasomierze z logo projektanta mogą być godne tej samej uwagi, co kolekcje haute couture. Z Łukaszem Dorskoczem obserwujemy z ekscytacją nowy rozdział, w jaki wchodzi produkcja zegarków, podejmując wyzwania bardziej ekologicznego i odpowiedzialnego prowadzenia biznesu. Odkrywamy także kulisy inwestowania w czasomierze, podpowiadając, jak poruszać się po tym rynku, by mądrze lokować kapitał. Z kolei w kwestii biżuterii zwracamy uwagę na kamienie szlachetne, które – jak się okazuje – mogą być pośrednikami emocji: od miłości po tęsknotę. Pola Dąbrowska prezentuje obecne tendencje w kolekcjach zaręczynowych, w których dominującą rolę zamiast brylantów powoli przejmują szmaragdy, tanzanity i rubiny. Przygląda się też ich wyjątkowym egzemplarzom uchodzącym za jedno z najbardziej kosztownych szlifów brylantowych – tych w kształcie serca.

Tym wydaniem dowodzimy, że sztuka jubilerska, podobnie jak zegarmistrzowska, ciągle idzie na przód, poszerzając nie tylko swoją ofertę, ale i grono miłośników. Mam nadzieję, że po jego lekturze poczujecie magię oraz pasję, jakie towarzyszą tworzeniu i noszeniu tych niezwykłych przedmiotów, gdzie detal ma znaczenie, a historia i tradycja przeplatają się z nowoczesnością.

Tomasz Kiełtyka



THE FULL FORCE OF McLAREN



ARTURA

ODKRYJ WIĘCEJ



mclaren.warszawa.pl/oneplace

Dane dotyczące zużycia paliwa i emisji CO₂ (WLTP) dla modelu McLaren Artura:
zużycie paliwa (cykl mieszany) 4,6l/100km, emisja CO₂ (cykl mieszany) 104g/km.



McLaren Warszawa
Tel.: +48 22 541 14 96
Warszawa, ul. Ostrobramska 73

miarowy recytatyw

Niektórzy nie wierzą, że zegarki mają duszę. Wątpliwe jednak jest to, czy bez niej tak ładnie potrafiłyby śpiewać o nostalgii i wydarzeniach, które mają nadejść.

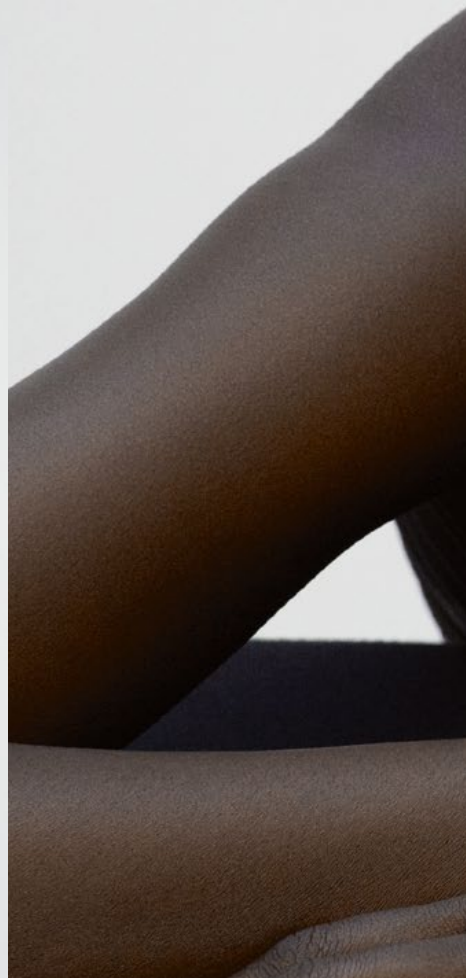
Stylizacja:
Marta Zaczynska

Zdjęcia:
Mateusz Grzelak

Kolezki YES, 1595 zł;
Pin, bransoletki i pierścionek
YES X TOMASZ
OSSOLIŃSKI, 449 zł,
699 zł, 5595 zł, 499 zł;
Top GINA TRICOT /
BREUNINGER.COM,
129 zł

Na stronie obok:

Toto: Kolezki W.KRUK,
8300 zł; Bransoletki
(od lewej) SWAROVSKI,
945 zł, MESSIKA /
NOBLEPLACE.PL,
44 550 zł; Pierścionek
MESSIKA /
NOBLEPLACE.PL,
10 800 zł; Sukienka
FERRAGAMO, 13 025 zł
Karolina: Kolezki
i bransoletka ROBERTO
COIN / W.KRUK,
17 940 zł, 38 230 zł; Zegarek
ALBERT RIELE GALA /
APART.PL, 3090 zł;
Top THE FRANKIE
SHOP, 410 zł





Kolezki TOUS, 899 zł;
Bransoletka POMELLATO /
NOBLEPLACE.PL,
56 500 zł; Zegarek
LONGINES DOLCEVITA
MINI, 9400 zł; Sukienka
MAGDA BUTRYM, 7600 zł

Na stronie obok:

Zegarek ROLEX
DATEJUST / W.KRUK,
73 690 zł; Kolezki
i pierścioneł PANDORA,
419 zł, 419 zł; Pierścioneł
(na dole) GUCCI, 5050 zł;
Koszula THE FRANKIE
SHOP, 460 zł







*Od góry, od lewej: Zegarki TAG HEUER / NOBLEPLACE.PL, 13 950 zł;
HUBLOT CLASSIC FUSION / W.KRUK, 56 390 zł; Pierścionek SWAROVSKI,
845 zł; Zegarek MAURICE LACROIX AIKON, 9900 zł; Bransoletka PANDORA,
649 zł; Zegarek CALVIN KLEIN ICONIC / SWISS, 870 zł;
Koszula PAPERMOON / THEFRANKIESHOP.COM, 830 zł
Na stronie obok: Zegarek CARTIER BAIGNOIRE, 58 970 zł; Płaszcz i pasek
JIL SANDER, ceny na życzenie*



*Wskaźówki najczęściej tańczą po okręgach. To element tradycji dizajnu osadzony w symbolice.
Koło ciągle przechodzi samo w siebie, jest cykliczne, nierozzerwalnie kojarzy się z czasem.*

Toto: Zegarek CARTIER TANK AMÉRICAINÉ MINI, 38 550 zł;
Top THE FRANKIE SHOP, 575 zł
Karolina: Zegarek CARTIER TANK AMÉRICAINÉ, 19 970 zł;
Top HOLZWEILER / ZALANDO.PL, 889 zł
Na stronie obok, od góry: Karolina: Pierścionki MARCO BICEGO / W.KRUK,
26 690 zł; BOUCHERON / NOBLEPLACE.PL, 30 130 zł; ELIXA / APART.PL,
159 zł; Bransoletka W.KRUK, 2990 zł
Toto: Koleczki W.KRUK, 379 zł; Pierścionki (od góry) NANIS, 8890 zł, 8790 zł;
Sukienka TOTEME / VITKAC.COM, 2680 zł



Zdjęcia: Mateusz
Grzelak
Stylizacja: Marta
Zaczyńska
Makijaż: Kasia Biały
/ D'vision Talents
Włosy: Daniel
Gryszke / D'vision
Talents
Manicure: Patrycja
Jewsienia
Asystenci fotografa:
Bartłomiej Kuś,
Karina Łyczkowska,
Roman Polański /
Studio Daylight
Asystenci stylistki:
Kacper Kujawa,
Marta Łuka
Casting: Ernest
Rudzki
Modelki: Toto
Matoch / Munich
Models; Karolina
Warzecha / Model
Plus
Produkcja: Vlad
Mykhnyuk
Asystentka
produkcji: Kasia
Krychowska

Pasjonaci ograniczają się do zegarków mechanicznych, napędzanych systemem połączonych ze sobą komponentów. Część z nich odpowiada za kojący rytm nazywany tykaniem.





CARTIER BAIGNOIRE – IKONA PARYSKIEGO STYLU

Od chwili premiery definiował esencję wyrafinowanej elegancji, zdobiąc nadgarstki filmowych ikon takich jak Catherine Deneuve czy Jeanne Moreau. W tym roku powraca w nowym wydaniu, zachowując jednocześnie charakterystyczny design, szyk i blask oryginału.

Baignoire zajmuje wyjątkowe miejsce w historii zegarków Cartier, będąc symbolem dziedzictwa i pionierskiego podejścia do dizajnu. Historia tego kultowego czasomierza rozpoczyna się w 1912 roku, kiedy to Maison przełamał panujące trendy na okrągłe koperty, tworząc model w kształcie prostokąta z zaokrąglonymi rogami. Wzór przez lata modyfikowano, aż w 1958 roku osiągnął wydłużoną, całkowicie owalną formę wykorzystywaną do dziś. Niespełna dwie dekady później nadano mu nazwę Baignoire, co w języku francuskim oznacza wannę. Choć nazwa może wydawać się prozaiczna, w rzeczywistości inspirowana jest ekskluzywną lożą VIP w operze, która mieściła sześć osób i – otoczona balustradą – przywodziła na myśl wannę. Czasomierz od początku wyróżniał się nie tylko charakterystycznym kształtem, ale i dopracowanymi detalami – tarczą z rzymskimi cyframi i gładką złotą bransoletą, idealnie przylegającą do nadgarstka.

Choć na przestrzeni lat Baignoire był wielokrotnie reinterpretowany, zawsze pozostawał wierny pierwotnemu duchowi i estetyce. W tym roku Cartier proponuje nową odsłonę kolekcji, w której znalazły się zegarki z kopertami wykonanymi z białego, złotego lub różowego złota, oferowane zarówno na skórzanych paskach, jak i bransoletach. Wyjątkowo wymagające klientki Maison mogą również zamówić egzemplarze biżuterijne zdobione diamentami.

Na ambasadorkę linii firma Cartier wybrała francuską *it girl* Lou Doillon – aktorkę, modelkę i piosenkarkę, a także córkę legendarnej Jane Birkin, od której zresztą na 18. urodziny otrzymała swój pierwszy egzemplarz Baignoire. Jak sama podkreśla: „Cartier towarzyszy mi i mojej rodzinie od wielu lat. Urzeka elegancją i szykiem szafirowego szkła, prostotą oraz niezmiennością formy”. Delikatna tarcza w miniaturowej obudowie tworzy harmonijną kompozycję, która jest zarazem subtelna i wyrafinowana. Minimalistyczny styl i proporcje zegarka sprawiają, że jest on idealny zarówno do codziennego noszenia, jak i na specjalne okazje, stanowiąc wyjątkowy element biżuterii. ■



it may concern,

summer of 1984 or 1985, my father was having a tree-house that was cantilevered over a family home. One day in the other. Pop asked counter. Pop asked morning. James replied tolex and said, "My

The backstory is that James and I are good foundation. The Nell Newman world changing ideas, and James has decided to charitable ends. I sup

This letter is to acknowledge personal Rolex Daytona. I wish to thank Joanne Woodward, my mother, to my father and friendship with my father and questions about the authentic office in California. I can be rea

Sincerely,
Paul Newman

Kolekcjonowanie zegarków to nie tylko sposób na zaakcentowanie własnego stylu i poprawę samopoczucia, ale również alternatywna forma inwestycji porównywana do zakupu dzieł sztuki czy złota. Wyobraźnię amatorów rozpalają niebotyczne kwoty osiągane na aukcjach przez wybrane modele. Co warto uwzględnić, by czasomierz mógł stać się lokatą kapitału i przynieść zysk?

Zarabianie na czasie

tekst: Tomasz Kiełtyka

Nabywanie zegarków staje się naturalnym wyborem dla inwestorów chcących zdywersyfikować swoje portfele. Zakupów dokonują zarówno klienci indywidualni, jak i globalne fundusze inwestycyjne, które podejrzewa się o udział w najbardziej spektakularnych transakcjach na rynku aukcyjnym – a tych w ostatniej dekadzie nie brakowało. Wystarczy wspomnieć Rolexa Daytona Ref. 6239 – należącego do Paula Newmana zegarek zlicytowany w 2017 roku przez dom aukcyjny Phillips za astronomiczną kwotę blisko 18 milionów dolarów czy model Patek Philippe Grandmaster Chime Ref. 6300A sprzedany dwa lata później przez Christie's za ponad 31 milionów dolarów, ustanawiając tym samym rekord najdroższego jak dotąd zegarka sprzedanego na aukcji. Sukces inwestycyjny zależy jednak od wielu czynników i wcale nie tak łatwo go osiągnąć. Potrzeba cierpliwości, wiedzy i zaangażowania, a także kapitału.

WIEDZA TO PRZEWAGA

„Inwestowanie w wiedzę zawsze przynosi największe zyski” – mówił Benjamin Franklin i – w kontekście

zarabiania na zegarkach – nie wypada się z nim nie zgodzić. Kluczem do prawidłowego wytypowania czasomierza, który może przynieść potencjalny zarobek, jest znajomość branży, w tym historii manufaktur, bieżących i poprzednich kolekcji producentów będących w kręgu naszych zainteresowań, charakterystycznych rozwiązań i komplikacji, ale także rynkowych trendów. Warto śledzić bieżące wiadomości, korzystać z newsletterów, brać udział w tematycznych wydarzeniach, a w przypadku inwestowania w egzemplarze vintage sięgać także do archiwalnych źródeł. Można też rozważyć wyspecjalizowanie się w modelach związanych z danym obszarem, np. lotnictwem, sportami wodnymi, motoryzacją czy podbojem kosmosu lub wybranym okresem w dziejach. Podsumowując – aby zarabiać, trzeba się wiele nauczyć. Według Baláza Ferenczi – Content & Social Strategy Team Leadera w Chrono24, największej platformie zajmującej się sprzedażą zegarków na rynku wtórnym – najczęstszą przyczyną nietrafionych inwestycji w zegarki jest brak wystarczającego rozeznania. Osobom rozpoczynającym lokowanie kapitału

Zegarek
ROLEX Daytona
Ref. 6239,
ok. 78 mln zł
Poniżej: Zegarek
PATEK
PHILIPPE,
Grandmaster Chime
Ref. 6300A,
ok. 134 mln zł



Zegarek
F.P. JOURNE,
cena
na życzenie

w czasomierze Ferenczi radzi: „Odrób swoją pracę domową, a kiedy uznasz, że skończyłeś, przejrzyj ją jeszcze raz. Ostatecznie może się okazać, że nie miałeś racji, ale nikt nie powie, że nie zrobiłeś wszystkiego, aby sprawdzić swoją teorię”.

W JAKIE ZEGARKI INWESTOWAĆ?

Wartość inwestycyjna zegarka stanowi sumę różnych czynników, ale najważniejsza jest marka. Choć ostatni rok przyniósł sporą korektę cen na rynku wtórnym, to wciąż jest kilka modeli gwarantujących konkretny zysk już w momencie zakupu, np. stalowy Rolex Daytona, Audemars Piguet Royal Oak czy Patek Philippe Aquanaut. Problem w tym, że tych zegarków nie można kupić od ręki w żadnych butikach, i to często nawet posiadając odpowiednią historię zakupową w danej marce. Czasem niemożliwe staje się nawet zapisanie na tzw. listę oczekujących. Pozostaje zatem poszukiwanie innych możliwości oferowanych przez firmy z większą dostępnością. W tym wypadku warto zwracać uwagę na limitowane wersje nawiązujące do dziedzictwa danego producenta lub ważnych wydarzeń historycznych. Kojarzona z Jamesem Bondem i lądowaniem na Księżycu marka Omega często powraca ze specjalnymi wariantami kultowej linii Speedmaster. Szczególnie cennym egzemplarzem z punktu widzenia kolekcjonera jest limitowany do 1970 egzemplarzy Speedmaster Apollo 13 Silver Snoopy Award przygotowany w 45. rocznicę misji Apollo 13. Powodzeniem cieszą się także limitacje tworzone z myślą o społeczności fanów kolekcji Speedmaster skupionych wokół inicjatywy #SpeedyTuesday. Ciekawe są również egzemplarze powstające w wyniku współpracy kilku podmiotów, np. Zenith Phillips x Kari Voutilainen Calibre 135-O oferowany w zaledwie dziesięciu sztukach. Stosunkowo wysoką stopę zwrotu zapewniają także inne stalowe wersje Rolexa – Submariner, GMT-Master II Pepsi czy Sea-Dweller. Przy nieco niższym budżecie warto obserwować marki Longines (zwłaszcza modele vintage z mechanizmem 13ZN) i Seiko, a ostatnio także markę Swatch, bijącą

rekordy sprzedaży na przystępnych cenowo, wykonanych z bioceramiki interpretacjach kultowej Omega Speedmaster, a obecnie Blancpain Fifty Fathoms. Choć w tym przypadku zyski przyniosło na razie tzw. flipowanie, czyli odsprzedanie czasomierza po wyższej cenie bezpośrednio po nabyciu, które trudno nazwać inwestycją. W długofalowych strategiach opłaca się uwzględnić materiał wykonania czasomierza, jak mówi Tomasz Kotu-

Zegarek
AUDEMARS PIGUET
Royal Oak,
ok. 150 000 zł



Wartość inwestycyjna zegarka stanowi sumę różnych czynników, ale najważniejsza jest marka. Choć ostatni rok przyniósł sporą korektę cen na rynku wtórnym, to wciąż jest kilka modeli gwarantujących zysk już w momencie zakupu.

ła, dyrektor działu zegarków w firmie W.KRUK: „Zegarek wykonany z metali szlachetnych będzie bardziej odporny na upływający czas, choć okres zwrotu z inwestycji będzie znacznie dłuższy”. Podobne zdanie ma Michał Stawecki, dyrektor marketingu marki Apart, podkreślając, że modele ze złota zyskują więcej na wartości w długiej perspektywie. Nie należy jednak

ignorować faktu, że rynek zegarków, jak każdy inny, ulega zmianom. Marka popularna i poszukiwana dziś wcale nie musi wzbudzić zainteresowania jutro. Zwraca na to uwagę Kotuła, ostrzegając przed ryzykiem poddawania się trendom bez dokładnej analizy, skutkującym przypadkowym zakupem i dużym rozczarowaniem. Niektórzy eksperci branżowi przewidują, że firmą, której zegarki w najbliższym czasie mogą znacząco zdrożeć na rynku wtórnym, będzie Cartier. Zachęcają także, w tym Ferenczi z Chrono24, do inwestowania w producentów niezależnych *haute horlogerie*, takich jak F.P. Journe czy Laurent Ferrier.

DOBRY PLAN I CIERPLIWOŚĆ

Błędem popełnianym szczególnie przez początkujących kolekcjonerów jest przypadkowe lokowanie kapitału, bez strategii i wizji tego, jak ma wyglądać inwestycyjne portfolio. Zwraca na to uwagę Kamil Bekier, General Manager w Noble Place: „Często w rozmowach z klientami uwypuklamy konieczność posiadania planu inwestycyjnego, dbamy o przemyślane zakupy oraz dzielimy się wiedzą, które modele szczególnie należy uwzględnić”. Kolejny problem to brak cierpliwości i oczekiwanie szybkich zysków, tymczasem, jak podkreśla Stawecki, na wzrost wartości w przypadku niektórych modeli trzeba poczekać. Alokacja funduszy w zegarki to najczęściej inwestycja długofalowa, wymagająca spokoju i opanowania. W kalkulowaniu budżetu nie należy zapominać o konieczności utrzymania czasomierzy w jak najlepszym stanie do czasu ewentualnej sprzedaży. Oznacza to właściwe przechowywanie, regularne serwisowanie i minimalne zużycie, choć oczywiście niektóre egzemplarze, za którymi stoi legenda właściciela, nawet mocno wyeksploatowane mogą zyskiwać na wartości. Inwestowanie w zegarki nie jest dla każdego i zwykle najlepiej odnajdują się w nim osoby, które w naturalny sposób przeszły z zakupów pojedynczych modeli do budowania świadomej kolekcji. Należy je traktować raczej jako dywersyfikację aktywów niż instrument zastępujący tradycyjne opeje, takie jak zakup złota czy akcji.■

WSKAZÓWKI DO Zegarki

Czas to jedna z najcenniejszych walut. Nie można go kupić, można jedynie dążyć do jego efektywnego wykorzystania, strategicznie inwestując minuty i sekundy. Dla przedsiębiorców zarządzanie czasem jest jednym z kluczowych barometrów sukcesu. Nic dziwnego, że precyzyjnie planują poszczególne dni i godziny, dobierając starannie zegarek, który je odmierza.



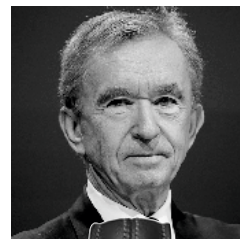
CHRISTINE
LAGARDE

Prezesa Europejskiego Banku Centralnego, a wcześniej pierwsza kobieta na stanowisku dyrektorki zarządzającej Międzynarodowym Funduszem Walutowym, wielokrotnie znajdująca się w czołówce najbardziej wpływowych liderów według magazynu „Forbes”. Jej niezwykle wyczonego stylu dopełniają luksusowe zegarki, między innymi manufaktury Patek Philippe Twenty-4 – zakładany zwykle na specjalne okazje – oraz Bulgari Assioma z dwoma rzędami diamentów przy krawędzi koperty, z którego korzysta



ADENA
FRIEDMAN

Amerykańska biznesmenka oraz obecna prezeska i CEO Nasdaq, która jako pierwsza kobieta w historii stanęła na czele amerykańskiej giełdy papierów wartościowych. Czas otwarcia i zamknięcia sesji na jej nadgarstku odmierzają nieco rzadziej spotykane modele Cartier – Ronde de Cartier (na zdjęciu) oraz Baignoire.



BERNARD
ARNAULT

Numer jeden w 2023 roku na liście najbardziej zamożnych ludzi według „Forbesa”, CEO grupy LVMH, właściciel takich marek jak Louis Vuitton czy Dior, posiada w kolekcji wiele różnych czasomierzy z firm wchodzących w skład koncernu, w tym Hublot i TAG Heuer (na zdjęciu). Na szczególne wyróżnienie zasługuje jednak unikatowy egzemplarz, prawdopodobnie jedyny na świecie, modelu Nautilus 5740 genewskiej manufaktury Patek Philippe z charakterystyczną tarczą w kolorze Tiffany Blue oraz komplikacją wiecznego kalendarza, stworzony z okazji 170. jubileuszu nowojorskiej firmy jubilerskiej kontrolowanej obecnie przez Arnaulta. Ten absolutnie wyjątkowy zegarek stanowi połączenie tradycyjnej sztuki zegarmistrzowskiej oraz klasy godnej właściciela imperium dóbr luksusowych i wytrawnego konesera ekskluzywnego rzemiosła. Jest na tyle unikatowy, że producent nie udostępnia jego zdjęć.

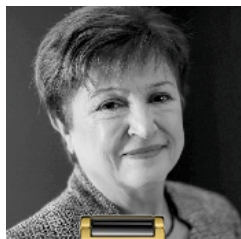
W

erze postępującej digitalizacji i smartfonów noszenie zegarka może się wydawać nieco snobistycznym anachronizmem. Jednak w świecie biznesu klasyczny zegarek nadal ma wartość, której nie daje się zastąpić najnowszą technologią. To symbol statusu, podkreślenie własnego stylu, a czasem podejścia do życia, sposobu myślenia i prowadzenia firmy. Czy to stosunkowo skromne modele vintage z własną legendą, czy nowoczesne dzieła sztuki zegarmistrzowskiej z wyszukaną mechaniką – każdy czasomierz mówi nam coś o jego właścicielu. Przedstawieni tutaj wpływowi ludzie stojący na czele prestiżowych instytucji, światowych koncernów i funduszy doceniają dyskretną siłę oddziaływania właściwie dobranego zegarka, wybierając egzemplarze pasujące do ich pozycji zawodowej i osobowości. ■

SUKCESU

wpływowym ludzi biznesu

tekst: Tomasz Kiełtyka



KRISTALINA
GEORGIEVA

Wybitna ekonomistka, była dyrektorka generalna Banku Światowego i członkini Komisji Europejskiej.

Obecnie pełni funkcję szefowej Międzynarodowego Funduszu Walutowego, na co dzień decydując o dostarczaniu pomocy finansowej zadłużonym krajom członkowskim w zamian za dokonywanie reform. W tej wymagającej pracy na nadgarstku towarzyszy jej dyskretny zegarek Rado Integral Lady Diamonds (na zdjęciu).

Do wykonania koperty tego modelu użyto spieku ceramicznego, który ma dwa razy wyższą twardość niż stal szlachetna, większą niż ona odporność na zarysowania i lżejszą wagę.



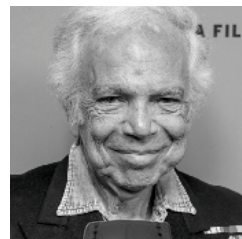
JEFF
BEZOS

Założyciel i dyrektor generalny sklepu Amazon i właściciel prywatnego przedsiębiorstwa przemysłu kosmicznego Blue Origin zgromadził astronomiczny majątek szacowany na ponad 140 mld dolarów. Nadal wybiera jednak stosunkowo skromne zegarki. Przez długi czas widywany był głównie z modelem Ulysse Nardin Dual Time, prezentującym drugą strefę czasową, oraz seryjnie produkowaną Omegą Speedmaster Professional Moonwatch – nawiązującą do eksploracji kosmosu i pierwszego lądowania na Księżycu. Być może to właśnie ten ostatni czasomierz zainspirował Bezosa do inwestowania w pozaziemskie wyprawy i odbycia inauguracyjnego komercyjnego lotu rakiety New Shepard skonstruowaną w jego firmie. Podczas misji na nadgarstku towarzyszył mu egzemplarz Omega Speedmaster Ref. 310.30.42.50.01.001 z heksagonalnym szkiełkiem i kalibrem 3861 z certyfikatem Master Chronometer. Zegarek spersonalizowano, umieszczając na dekle wygrawerowaną nazwę i numer misji, a także nazwisko oraz logo Blue Origin.



BILL
GATES

Zegarkowe wybory unikającego ostentacyjnego bogactwa miliardera, współtwórcy i wieloletniego CEO Microsoftu, obecnie angażującego się głównie w działalność charytatywną, zdają się odzwierciedlać jego styl życia. Publicznie zwykle pokazuje się z prostymi modelami Casio, ostatnio z egzemplarzem z kolekcji Duro (na zdjęciu) wykonanym ze stali, z czarną tarczą oraz mechanizmem kwarcowym.



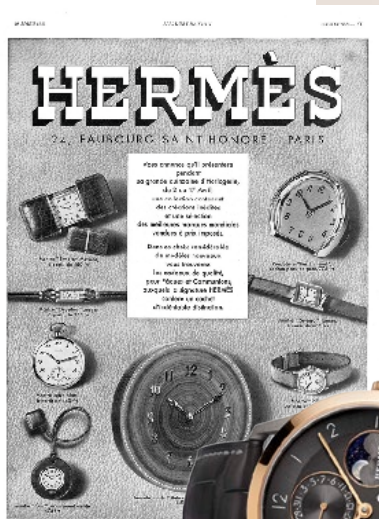
RALPH
LAUREN

Amerykański projektant od blisko 40 lat kolekcjonuje i nosi zegarki vintage – masywne egzemplarze Panerai (na zdjęciu podobny), ale przede wszystkim modele z kolekcji Tank marki Cartier. W wywiadach udzielonych m.in. branżowemu portalowi Hodinkee oraz w książce *A Man & His Watch* Matta Hranka podkreśla, że zegarek to dla niego ruchoma sztuka noszona na nadgarstku, opowiadająca pewną historię, dopasowana do stroju i okoliczności. Do ulubionych zalicza platynowego Cartiera w stylu art déco oraz Cartiera Cintrée osadzonego na złotej bransoletce, na jakiej kiedyś swój zegarek nosił Andy Warhol. Czasomierze wybiera (i projektuje pod swoim logo) tak, by wzbudzały emocje.

Zegarki z logo projektanta często kojarzą się z doskonałym wzornictwem, ale dyskusyjnym wykonaniem i mechaniką. Jednak coraz więcej domów mody łączy doświadczenie w dziedzinie projektowania z wyrafinowanymi komplikacjami zegarmistrzowskimi, tworząc egzemplarze godne uwagi najbardziej wymagających klientów.

Na zdjęciu:
Kampania
zegarków
Hermès
Nantucket.

Zegarek
HERMÈS,
Slim d'Hermès
Quantième,
155 800 zł



STYL I PRECYZJA *Zegarki luksusowych domów mody*

tekst: Tomasz Kiełtyka

Może się wydawać, że moda i zegarmistrzostwo to dwie odległe sfery – jedna zdominowana przez efemeryczność i kapryśność, druga zakorzeniona w stabilności i uporządkowaniu. Ale od chwili, gdy w latach 70. luksusowe marki, takie jak Dior czy Gucci, a jeszcze wcześniej Hermès, zdecydowały się włączyć do portfolio czasomierze z sygnowanymi tarczami, te pozornie niepowiązane dziedziny zaczęły się przenikać i inspirować. Początkowo skupiano się wyłącznie na wzornictwie, odkładając kwestie

rozwiązań technicznych na drugi plan. Liczyło się wprowadzenie do tradycyjnego zegarmistrzostwa artystycznej ekspresji i wyrafinowanego stylu kojarzonego z kolekcjami projektantów. Zorientowanie na rozwój własnych możliwości w produkcji luksusowych zegarków mechanicznych przyszło nieco później i zostało osiągnięte poprzez pogłębienie współpracy ze szwajcarskimi dostawcami, a później przejmowanie ich biznesów. Obecnie elitarne domy mody, w tym Chanel i Louis Vuitton, inwestują w zegarmistrzostwo więcej niż >

Zegarek LOUIS
VUITTON Tambour,
89 900 zł



Zegarek CHANEL
J12 Caliber 12.1, cena
na życzenie





OMEGA SEAMASTER SUMMER BLUE – GDZIE ELEGANCJA SPOTYKA GŁĘBINY

Celebrując 75. rocznicę kolekcji Seamaster, OMEGA zaprezentowała linię zegarków z unikalnymi tarczami w odcieniu Summer Blue.

Z okazji 75. rocznicy kultowej kolekcji Seamaster Omega prezentuje nową linię zegarków wyróżniających się charakterystycznym błękitem tarczy w odcieniu Summer Blue.

Nowa seria zegarków Seamaster Summer Blue obejmuje siedem modeli i łącznie aż jedenaście zegarków. Ich wspólną cechą jest zjawiskowa, błękitna tarcza, której odcień harmonijnie koresponduje z poziomem wodoszczelności danego modelu. Jasny błękit Seamaster Aqua Terra 150M perfekcyjnie komponuje się z luksusowym relaksem na pokładzie jachtu, podczas gdy intensywny, głęboki odcień Planet Ocean Ultra Deep 6000M jest stworzony do eksploracji tajemniczych głębin oceanów.

OMEGA, w swym dążeniu do perfekcji, poddaje swoje wodoszczelne zegarki testom w najbardziej wymagających podwodnych warunkach. Dowodem nieustającego dążenia do doskonałości jest model Ultra Deep, który w 2019 roku dotarł na dno Rowu Mariańskiego, osiągając rekordowe 10 935 metrów zanurzenia. Ten wynik ustanowił nową granicę dla świata czasomierzy, ale także podkreślił niezawodność i kunszt szwajcarskiego producenta.

Nie tylko morskie głębiną stanowią dla OMEGI wyzwanie. Każdy zegarek z najnowszej kolekcji Seamaster Summer Blue został poddany rygorystycznym testom przez Szwajcarski Federalny Instytut Metrologii – METAS – zdobywając prestiżowy certyfikat Master Chronometer. Gwarantuje on

– między innymi – precyzję oraz wyjątkową odporność na pola magnetyczne, które otaczają nas na co dzień.

Premiera kolekcji odbyła się w urokliwych zakątkach wyspy Mykonos, w zachwycającej refleksami słońca scenarii Morza Egejskiego. Wśród zaproszonych gości znalazły się gwiazdy kina i sportu, w tym George Clooney, Naomie Harris oraz Blair Tuke. Nowa seria Seamaster Summer Blue stanowi wyjątkowe połączenie innowacji, eksploracji i ponadczasowego wzornictwa charakterystycznego dla marki OMEGA. ■



kiedykolwiek wcześniej, powiększając obszar wpływów i oferując egzemplarze, w których elegancja spotyka się z precyzją, a unikalny styl nie idzie na kompromis z jakością.

ELEGANCJA W RUCHU

To Hermès dał początek fuzji mody i zegarmistrzostwa. Wykorzystując doświadczenie w produkcji skórzanych wyrobów, już na przełomie 1928 i 1929 roku zaprezentował pierwsze zegarki sygnowane swoją marką tworzone we współpracy z prestiżowymi szwajcarskimi producentami, jak między innymi Audemars Piguet, Vacheron Constantin i Jaeger-LeCoultre. W 1978 roku firma otworzyła w Bienne własną manufakturę La Montre Hermès, a Henri d'Origny – legendarny projektant marki odpowiedzialny wcześniej za wzory ręczników plażowych, jedwabnych apaszek i krawatów – zaprojektował sprzedawany do dzisiaj model Arceau. Od tego momentu Hermès wyraźnie zaznaczył swoją obecność w świecie czasomierzy, wprowadzając na rynek wiele rozpoznawalnych linii zegarków, m.in. Cape Cod, Heure H czy Slim d'Hermès, oraz kierowanych tylko do kobiet kolekcji Nantucket, Faubourg i Galop d'Hermès – z charakterystyczną kopertą w kształcie strzemięcia, przypominającą o jeździeckich korzeniach marki. W latach 80. i 90. oferowano warianty kwarcowe, ale wraz z rosnącą świadomością klientów poszukujących mechanicznych czasomierzy zdecydowano o ich wdrożeniu. Do współpracy wybrano firmę Parmigiani, jednak krótko potem rozpoczęto zaawansowane prace nad zaprojektowaniem własnego mechanizmu. W tym celu firma zainwestowała w udziały w Vaucher Manufacture Fleurier, przedsiębiorstwie specjalizującym się w produkcji niezawodnych werków, i w 2012 roku zaprezentowała kaliber H1837 z nazwą nawiązującą do roku założenia domu mody. Mechanizm ten dodawany jest obecnie do czasomierzy np. z linii Arceau i Hermès H08, ale marka wprowadza też nowe, między innymi ultracienki w zegarkach Slim d'Hermès – kolekcji utrzymanej w poszukiwanej minimalistycznej i oszczędnej stylistyce. Kolejne znaczące inwestycje w rozwój własnej manufaktury to przejście producenta kopert zegarkowych – Joseph Erard Holding oraz firmy Natéber, tworzącej wysokiej jakości tarcze czasomierzy. Konsekwencja i biznesowa wizja uczyniły z zegarków maison Hermès nieustannie ewoluującą ozdobę nadgarstka z powodzeniem łączącą luksusową modę z utrzymanym na wysokim poziomie zegarmistrzostwem.

W DUCHU MADEMOISELLE

Pierwszy zegarek Chanel – model Première – wprowadzono na rynek w 1987 roku. Zaprojektowany specjalnie dla kobiet przez legendarnego Jacques'a Héliu, dyrektora artystycznego odpowiedzialnego w Chanel za perfumy, kosmetyki, biżuterię i zegarki, doskonale odzwierciedlał elementy kojarzone z marką – kopertę w kształcie prostokąta przypominającego korek kultowych perfum N° 5 i bransoletę przeplataną skórą, naśladującą łańcuszek klasycznych torebek. Sześć lat później Chanel przejął szwajcarską manufakturę G&F Châtelaine z La Chaux-de-Fonds, a wraz z rozpoczęciem nowego milenium zaprezentował chyba swój najbardziej roz-

poznawalny mechaniczny zegarek J12, utrzymany w stylu unisex, wykonany z błyszczącej, zaawansowanej technologicznie ceramiki, początkowo w kolorze czarnym, a kilka lat później również w białym. Obecnie czasomierze z tej linii zasilane są kalibrami 12.1 i 12.2 powstającymi w atelier Kenissi – szwajcarskiej firmie produkującej mechanizmy, której od 2019 roku współwłaścicielem jest Chanel. Warto dodać, że ta sama manufaktura dostarcza werki do czasomierzy Tudor i Breitling. Francuski dom mody posiada także udziały w markach Bell & Ross, F.P. Journe oraz Romain Gauthier – innowacyjnego zegarmistrza nagrodzonego tytułem Grand Prix d'Horlogerie de Genève dla „najlepszego męskiego zegarka z komplikacjami”. Pod szyldem Chanel Gauthier stworzył świetnie wykonany mechanizm z naciąganiem ręcznym i trzydniową rezerwą chodu wykorzystany w modelu męskim pod nazwą Monsieur, który do dzisiaj pozostaje w ofercie firmy.

MOCNE UDERZENIE

Louis Vuitton – marka kontrolowana przez koncern LVMH, do którego należą tacy producenci, jak TAG Heuer, Zenith czy Hublot, własną kolekcję zegarków zaprezentowała stosunkowo późno, bo dopiero w 2002 roku wraz z premierą modelu Tambour. Początkowo czasomierze poza dizajnem, a szczególnie kształtem koperty nawiązującym do oryginalnej nazwy, czyli bębna, nie wyróżniały się na tyle, by skupić uwagę koneserów. Zasadnicze zmiany nadeszły dziewięć lat później wraz z przejściem La Fabrique du Temps – genewskiej manufaktury zegarkowej specjalizującej się w projektowaniu oraz produkcji skomplikowanych mechanizmów wyposażonych w tourbillony i repetycję minutową. W następnych latach nastąpiły kolejne akwizycje, w tym niezależnego atelier tworzącego tarcze. Ostatecznie w 2014 roku w Genewie otwarto La Fabrique du Temps Louis Vuitton – miejsce, w którym udało się zintegrować niemal wszystkie niezbędne etapy powstawania zegarka, od wykwalifikowanych zegarmistrzów, nowoczesnego zaplecza maszynowego po rzemieślników – artystów odpowiedzialnych za ręczne dekorowanie. Zaledwie przed kilkoma miesiącami pokazano całkowicie przeprojektowaną flagową linię Tambour, stanowiącą kolejną ewolucję w portfolio firmy, zarządzanej obecnie przez Jeana Arnaulta. W prezentowanych zegarkach męskich znacząco zmniejszono rozmiar średnicy koperty (do 40 mm) i grubość (8,3 mm) oraz zastosowano nowy werk wykonany przez La Fabrique du Temps wraz ze specjalizującą się w mechanizmach firmą Le Cercle des Horlogers. Cena zegarka to 19 500 euro, co oznacza, że w tym segmencie konkuruje praktycznie z większością prestiżowych manufaktur o ugruntowanej historycznej pozycji w branży. I w tym chyba tkwi największy problem czasomierzy z logo wielkich domów mody – w zmianie ich postrzegania przez potencjalnych kolekcjonerów, dla których często liczy się marka i pochodzenie. Z drugiej strony sztuka zegarmistrzowska idzie jednak naprzód, zarówno pod względem wzornictwa, jak i proponowanych rozwiązań, poszerzając grono miłośników wśród różnych grup klientów, w tym kobiet, które chętniej inwestują w luksusowy czasomierz sygnowany przez projektanta. ■

T + TISSOT



PRX

TISSOT PRX 35 MM AUTOMATIC
REEDYCJA SZWAJCARSKIEGO ZEGARKA TISSOT
ZAPROJEKTOWANEGO W 1978 ROKU.

W. KRUK

1 8 4 0

Diamonds Are a Girl's Best Friend" – śpiewała Marilyn Monroe. Prywatnie brylantów nie nosiła. (Najcenniejszą ozdobą w jej niewielkiej kolekcji był wysadzany 73 diamentami zegarek firmy Blancpain, który podarował jej trzeci mąż Arthur Miller). Ale to ona sprawiła, że drogocenne kamienie stały się popkulturowym fenomenem. Obiektem pożądania uczynili je z kolei szefowie korporacji De Beers.

W 1870 roku w Republice Południowej Afryki natrafiono na przepastne złoża diamentów pozyskiwanych dotąd wyłącznie w Indiach. Właściciele trzech wiodących kopalni uznali, że jedynie utrzymując mit co do rzadkiej natury minerału, mogą chronić swoje inwestycje. Powstało De Beers Consolidated Mines, które nie tylko nadzorowało rynkowy przepływ diamentów, lecz także we współpracy z nowojorską agencją reklamową N.W. Ayer zarządzało ich wizerunkiem. Uruchomiono cykl wydań i publikacji prasowych. Zaprzęgnięto zespoły ekspertów, a z gwiazd uczyniono ambasadorów. Zwieńczeniem wysiłków było ukute w 1947 roku hasło „diamenty są wieczne”, które obiecywało, że te będą nie tylko najlepszą lokatą kapitału, ale także uczuć. Zimne kalkulacje nie ostudziły romantyzmu – w samych tylko Stanach Zjednoczonych w latach 1939-1979 wpływy De Beers wzrosły z 23 milionów do 2,1 miliarda dolarów. I nadal nie studzą. W biżuterii zaręczynowej na drugi plan wysuwają się jednak niedoceniane przez dekady barwne szmaragdy, tanzanity czy królewskie rubiny.

Choć szafiry występują w niezliczonych wariacjach kolorystycznych (od jasnoniebieskich przez zielonkawe po brzoskwińowo-malinowe), za najcenniejsze i najbardziej pożądane uchodzą te w niebieskościach bławatka, a więc wydobywane w Birmie, Tajlandii oraz Kaszmirze. Niektóre ich odmiany wykazują pleochroizm (zmieniają barwę w zależności od padającego na nie światła), inne rozszczepiają strzałki na wąskie smugi układające się w kształt ciał niebieskich. To przez wzgląd na charakterystyczny poblask w Sri Lance powstała legenda, według której szafir gwiazdzisty jest pozostałością po gwiazdzie strąconej przez zaurozonego jej barwą łowcę.



STUDIUM KOLORU

„Te klejnoty mają w sobie życie, ich kolory mówią. A mówią to, czego brakuje słowom” – pisała George Eliot. W biżuterii zaręczynowej pełne pasji rubiny nazywają uczucia, słoneczne cytryny przemycają wspomnienia, a określane kamieniami magii tanzanity ponoć kierują życiem, jak na stronicach najpiękniejszych baśni.

tekst:
Pola Dąbrowska



Od góry:
Pierścionek YES, 4295 zł;
Pierścionek NANIS/
W.KRUK, 20 890 zł;
Pierścionek APART, 4390 zł

Najpiękniejsze z pomarańczów i granatów szafirów jubilerzy uwydatniają poprzez proste obrączki. Tak jak w Aparcie, gdzie ponadkaratowy kamień zakuto w artdecowski koszyk z białego złota i brylantów.

Rubin, podobnie jak szafir, wywodzi się z rodziny korundów. W skali twardości Mosha ustępuje więc jedynie diamentowi. Jako że samym kolorem (jego barwa oscyluje wokół różu, fioletów, czerwieni krwi gołębiej oraz brązów) rozpala namiętność, Rzymianie przypisywali go bogini Wenus, a królowa Kleopatra nakazała inkrustować rubinami ściany swoich komnat. Ludzie doby średniowiecza uważali rubin za kamień przynależny władcem, stąd do dziś ceną i wzbogacającą go oprawą potrafi przewyższać wartość niejedną klejnot. W dwustronnym pierścionku włoskiej marki Nanis z kolekcji W.Kruk – Białe Kruki kilkanaście rubinów zamknięto w obrotowej koronie o formie przypominającej szept napaństwa. Tym samym wyeksponowano najróżniejsze odcienie korundu i zerwano z zaproponowaną przez markę Tiffany & Co formą pierścionka zaręczynowego akcentującego jeden osadzony na sześciu łapkach kamień.

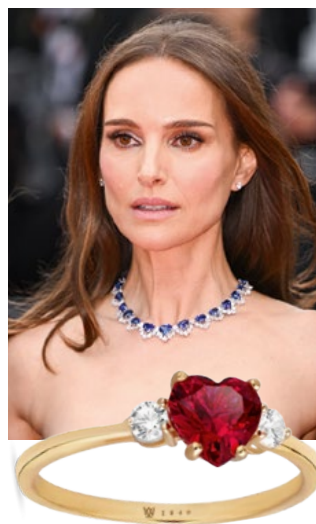
Z czerwieniami, fioletoami i różami romansują jeszcze winny granat, pudrowy morganit oraz wrzosowy ametyst. Topaz, jak ten z kolekcji YES, potrafi na przemian mienić się purpurą i błękitem. Wśród popularnych klejnotów ślubnych wymienia się również akwamaryn o odcieniu tropikalnego oceanu (dawniej wierzono, że uspokaja wody i chroni żeglarzy, dziś symbolizuje więc harmonię i nadzieję), promienny cytryn czy jeden z najrzadziej występujących kamieni szlachetnych – tanzanit, którego złoża odkryto w jednym miejscu na świecie – w Tanzanii. Bywają pierścionki z jodłowym szmaragdem (warto zwrócić uwagę na stopień przejrzystości klejnotu) oraz kamieniem księżycowym. I nawet jeśli nie mają towarzyszącego im brylantu, wszystkie można uznać za wieczne. Od antyku pierścionki formuje się bowiem na obrączce o sylwetce okręgu, a ten jeszcze w starożytnym Egipcie miał być uznawany za dający nieśmiertelność. ■

Uchodzi za jeden z najbardziej kosztownych szlifów oraz najtrudniejszy w formowaniu. Jest unikatowy, a jego wykonanie poprzedzają lata praktyki. W jubilerstwie bowiem, jak w medycynie, nie ma miejsca na niedociągnięcia i skazy. Brylanty o kształcie serca powstają na bazie przysadzistej gruszkii. Są pękate, mają perfekcyjnie symetryczne skrzydła oraz długość równą szerokości kamienia. Na przestrzeni dekad rys ten właściwie się nie zmienił. Technologiczny postęp dopracował jedynie ich linię, dodał 57, 58 lub 59 faset i zmaksymalizował brylantację.

Ale to także szlif, który niesie za sobą nie lada wyzwanie. Jako że uwydatnia wszelkie wady minerału, wymaga najwyższej jakości kamieni oraz oprawy (ta ma na ogół postać dwóch łapek i stożka, zaczepionych o najdalsze punkty brylantu) wydobywającej pożądaną stopień ognia i blasku. Diamenty zamknięte w klasycznym okręgu przypominają bowiem skrzące się w mroku gwiazdy. Przełożone na symbol serca są jak uczucia – rozszczepiają wiązki światła na miliony kawałków, żarzą się i płoną na przemian.

Ich urodę musieli docenić książę Mediolanu Galeazzo Maria Sforza, który o kamieniach w kształcie serca rozpisывał się w prywatnej korespondencji datowanej na drugą połowę XV wieku, czy Richard Burton, który chcąc obwieścić światu zakup dla Elizabeth Taylor diamentu Tadz Mahal, zorganizował w tym celu konferencję prasową. A także jedenastu złodziei. Ci – na darmo – ryzykowali wolność dla błękitnego, ponad 27-karatowego Heart of Eternity.

Tym, co te walentynkowe kamienie wyróżnia, jest jedyna w swoim rodzaju lekkość, beztraska. Domowi mody Gucci w kolekcji Hortus Deliciarum High Jewellery udało się ją przełożyć nawet na 112-karatowy trumalin zakuty w maszyną bransoletę z ornamentami w brylantach, szmaragdach i złocie. Graff poezję kamieni w kształcie serca zaprezentował w 2021 roku podczas otwarcia salonu jubilerskiego w Tokio. Wystawiono tam jeden z największych sercowych brylantów na świecie – ważący 157,8 karata klejnot Infinity umocowano



SERCE Z KAMIENIA

W 1982 roku w Utah zespół lekarzy pod przewodnictwem Roberta Jarvika skonstruował pierwsze w historii sztuczne serce. Przyjmuje się, że jubilerzy sztukę tę opanowali jeszcze w XV wieku. Tak jak medycy, z nie mniejszą precyzją tworzyli serca od podstaw – robili je z diamentów, rubinów czy szmaragdów.

tekst:
Pola Dąbrowska



Od góry:

Pierścienek W.KRUK, 579 zł;
Koleżki TOUS, 749 zł / para;
Zawieszka APART, 459 zł;

na finezyjnej tiarze w towarzystwie 18 innych kamieni.

Projektanci W.Kruk eksperymentują nie tyle ze skalą, co z aranżacją minerałów: specjalnie szlifowane rodolity zakuwają w zawieszki, brylanty – w koleżki na sztyfcie oraz obrączki. Raz – jak w złotej linii Recarlo – reprezentujące oszczędne w formie pierścienki zaręczynowe, a raz rozbudowane konstelacje złożone z ciętych na wzór serca diamentów i szafirów. W Tous romantyczny prym wiodą pękate koleżki z kwarcem zatopionym w różowe srebro Vermeil, a zespół kreatywny Apartu serduszką z ametystów, tanzanitów lub topazów osadza w naszyjnikach ze złota i – śladem XIX-wiecznych jubilerów – dopełnia je reprezentującymi stałość diamentami.

Same serca na przestrzeni dziejów odnosiły się do następujących po sobie faz miłości: od przyjaźni i wiecznego oddania po romans oraz pasję. Jedni – jak antropolog Desmond Morris – ich popartowej formy doszukiwali się w anatomii człowieka, w kształcie piersi czy linii bioder. Inni sugerowali, że sylwetka gruszkii pochodzi od serca bawołu albo owoców wymarłej rośliny sylfion, która jako starożytny substytut środków antykoncepcyjnych, uchodziła za ziele wolnej miłości. W mitologii symbolizowały prawdę. W średniowieczu uważano je za siedzibę myśli, rozumu, uczuć i odwagi. Były tłumaczone na język reklamy (patrz: „I love NY” Milтона Glasera ukute w 1976 roku z okazji 200-lecia USA) i nuty („Serce to najpiękniejsze słowo świata” – śpiewała Irena Santor). Ale jak mawia specjalista ds. sprzedaży biżuterii Benjamin Zenou, dopiero w połączeniu ze szlachetnymi kamieniami serca „tworzą skoncentrowany nektar miłosny”. Niemożliwy do rozpracowania przez kardiologów.■



ZRÓWNOWAŻONE ODMIERZANIE CZASU

tekst: Łukasz Doskocz

Kryzys klimatyczny staje się jednym z zasadniczych czynników kształtujących nasze wybory zakupowe. Konserwatywna branża zegarkowa również zmienia oblicze w odpowiedzi na współczesne wyzwania. Od wykorzystywania materiałów pochodzących z recyklingu, przez innowacje technologiczne oszczędzające energię, po programy odpowiedzialnego pozyskania surowców – producenci stawiają wolne, ale znaczące kroki, by pogodzić luksus i elegancję z etyką i ekologią.



Według raportu Deloitte Swiss Watch Industry Study podsumowującego 2022 rok „zrównoważone działania oraz wpływ na środowisko” były trzecim najważniejszym kryterium uwzględnianym przy zakupie zegarka (poza marką i ceną) wśród konsumentów w Chinach, Singapurze i Hongkongu. Szczególnie duże znaczenie kwestiom związanym z ochroną klimatu i ekologią przypisywali przedstawiciele generacji Z oraz milenialsi, umieszczając je w hierarchii wyżej niż historię marki, poziom zegarmistrzostwa czy znanych ambasadorów. Coraz bardziej świadomi klienci chcą dokonywać wyborów zgodnych zarówno z najwyższymi standardami estetyki, jak i etyki. Dzięki temu wiele marek zegarkowych, które jeszcze pięć lat temu w raporcie WWF określano jako spóźnione i nietransparentne we wdrażaniu standardów środowiskowych, obecnie podejmuje inicjatywy godne odnotowania i naśladowania.

KOMPONENTY EKO

Jedną z wiodących tendencji jest coraz częstsze wykorzystywanie przy produkcji zegarków przetworzonych surowców. Znany od dawna w branży mody proces w stosunkowo tradycyjnym uniwersum sztuki zegarmistrzowskiej stanowi istotną ewolucję. Marki reprezentujące praktycznie każdy segment rynku odważnie włączają w swoje projekty materiały pozyskane z recyklingu. Co ciekawe, wiele z nich pochodzi z zanieczyszczonych mórz i oceanów. Odzyskiwany z wody plastik i syntetyczne sieci rybackie są wykorzystywane do produkcji tarcz zegarków, m.in. firmy Oris – prawdziwego pioniera w dziedzinie zrównoważonego wytwarzania czasomierzy. W modelu Aquis x Bracenet zielone, nieregularne, a przez to unikatowe cyferblaty, powstają z wyłowionego i przetworzonego plastiku. Jeszcze popularniejsze jest sięganie po recykling przy tworzeniu pasków. We współpracy z firmą Tide Ocean SA z tworzyw sztucznych odzyskanych z oceanów powstają paski tekstylne zegarków Certina. Z podobnych rozwiązań korzysta również Zenith – wykorzystując niepotrzebne tkaniny należące do jego obecnego właściciela, czyli grupy LVMH oraz Breitling. Ten ostatni oferuje swoim klientom idealnie pasujący do sportowych czasomierzy pasek NATO Econyl®, uszyty z odzyskanych nylonowych włókien. Powtórne użycie materiałów znajduje swoje zastosowanie także w budowie zegarkowych kopert. Holenderski start-up Gyre z ekologii uczynił motyw przewodni swojej działalności, a premierowy model o sugestywnej nazwie SeaCleaner, ma nie tylko pasek, ale i kopertę wykonaną z materiału wyprodukowanego z dryfujących starych sieci rybackich.

Nieco inne podejście do tematu zrównoważonych zasobów prezentują marki Chopard i Panerai, które systematycznie zwiększają wykorzystanie odzyskanej stali. Chopard własnym sumptem produkuje stop o nazwie Lucent Steel >



Od góry:

Zegarki: ORIS x Bracenet Aquis Date, 11 290 zł; CERTINA DS Super PH500M Sea Turtle Conservancy, 4640 zł; GYRE SeaCleaner, 1325 zł

CERTINA

SWISS WATCHES SINCE 1888



COUNT ON ME

DS-7 CHRONOGRAPH

QUARTZ MOVEMENT
SWISS MADE

DS-7 POWERMATIC 80

AUTOMATIC MOVEMENT
80-HOUR POWER RESERVE · SWISS MADE



G-SHOCK

MT-G

MTG-B3000D-1A9ER



ZEGAREK DOSTĘPNY WYŁĄCZNIE W

W. KRUK

1 8 4 0



składający się w mniej więcej 80 procentach ze stali pochodzącej z recyklingu, a Panerai zaprezentował czasomierz Submersible QuarantaQuattro z kopertą wykonaną w 95 procentach z odzyskanego surowca. W tym kontekście na uwagę zasługuje również genewska Alpina, która jako jedna z pierwszych wprowadziła na rynek czasomierz – model Seastrong Diver 300 Automatic – z kopertą wykonaną wyłącznie z recyklingowej stali PuReSteel firmy Thyssen Krup.

Producenci minimalizują negatywny wpływ na środowisko, redukując także wagę opakowań i zmniejszając tym samym ślad węglowy oraz wykorzystując biodegradowalne komponenty do ich wykonania. Papierowe lekkie pudełka ma wiele marek, w tym Panerai i Certina, natomiast Breitling przedstawił pierwsze składowane opakowanie na zegarki wielokrotnego użytku wykonane w 100 procentach z plastikowych butelek pochodzących z recyklingu.

MANUFAKTURY EKO

Nie mniejsze znaczenie niż same komponenty wykorzystywane do produkcji zegarków ma to, w jakich warunkach powstają. Współczesne zegarmistrzostwo w dużym stopniu opiera się na produkcji seryjnej, a manufaktury przypominają ogromne, sprawnie działające fabryki wykorzystujące adekwatnie duże ilości energii. W odpowiedzi na dążenie do neutralności klimatycznej i redukcji emisji CO₂ wiele czołowych firm szuka rozwiązań pozwalających ograniczać ślad węglowy i działać w zgodzie z ekologiczną odpowiedzialnością. Wspomniany już Oris od ponad dwóch lat jest całkowicie neutralny klimatycznie i według raportu organizacji ClimatePartner z 2021 roku poprzez swoje działania zrównoważył emisję na poziomie 2500 ton CO₂.

Ekologicznie powstają również zegarki w manufakturach tak uznanych producentów, jak IWC Schaffhausen, A. Lange & Söhne czy Tudor. W położonym w niemieckojęzycznej części Szwajcarii Schaffhausen nad Renem IWC tworzy swoje naręczne czasomierze z wykorzystaniem tylko czystej energii odnawialnej, a status neutralności klimatycznej osiągnęło już w 2007 roku. Z kolei aby uczynić bardziej ekologiczną otwartą 8 lat temu w niemieckim Glashütte nową siedzibę manufaktury A. Lange & Söhne do ogrzewania, chłodzenia i ciepłej wody, wykorzystywana jest tam geotermalna pompa ciepła, a pozostała niezbędna energia dostarczana jest z zielonych źródeł, zapewniając bezemisyjność.

Od góry:
Zegarki:
CHOPARD
Alpine Eagle,
ok. 71 000 zł;
ALPINA
Seastrong 300
Automatic
Calanda,
8790 zł



W odpowiedzi na dążenie do neutralności klimatycznej i redukcji emisji CO₂ wiele czołowych firm szuka rozwiązań pozwalających ograniczać ślad węglowy i działać w zgodzie z ekologiczną odpowiedzialnością.

STRATEGIE EKO NA PRZYSZŁOŚĆ

Chociaż branża zegarkowa zaczyna rozumieć konieczność ochrony środowiska i kieruje się ku bardziej zrównoważonej produkcji, aktualne działania wielu firm są jak na razie skromne i ostrożne, choć deklaracje na przyszłość konkretne. W kwietniu ubiegłego roku Cartier i grupa Kering zawarły pakt Watches & Jewellery Initiative 2030, do którego zaprosiły innych branżowych graczy. Jego założeniem jest zwiększenie odporności na skutki zmian klimatycznych, ochrony zasobów oraz inkluzyjności w zgodzie z 17 Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ oraz dziesięcioma zasadami ONZ Global Compact. Do inicjatywy dołączyły już Chanel, Montblanc, IWC, Jaeger-LeCoultre, Panerai i Piaget.

Należy się spodziewać, że w nadechodzących latach strategie eko staną się jednym z kluczowych elementów planów biznesowych większości marek, nie tylko ze względu na wdrażane ogólnie regulacje środowiskowe, ale również dążenie do zaspokajania coraz bardziej świadomej klienteli. Dzisiaj luksus nie polega tylko na prestiżu, ale również na odpowiedzialności i wsłuchaniu się w potrzeby współczesnego świata. ■



Broszka Hermès z kolekcji Lignes Sensibles. Różowe złoto, diamenty, kwarc w trzech odcieniach, chalcedon i czarny jodeit, cena na życzenie.