НОВОСТИ



С появлением новых партнеров женевский ювелирно-часовой дом de Grisogono получит привилегированный доступ к рынку анголь-ских алмазов. Фаваз Гру-ози останется главным дизайнером

de grisogono соблазнилась дочь президента

Как стало известно газете Le Matin Dimanche, основатель и глава швейцарской ювелирной и часовой марки de Grisogono Фаваз Груози продал большую часть своего предприятия инвесторам, среди которых фигурируют базирующаяся в Антверпене бельгийская компания Omega Diamonds и госкомпания из Анголы Endiama, а также их совместное предприятие — Ascorp Diamond Traiding Company, работающая в Луанде. Обе ангольские компании контролируются государством и Изабель душ Сантуш, дочерью ангольского президента, большого друга Советского Союза, выпускника Азербайджанского института нефти и химии Жозе Эдуарду душ Сантуша, который остается на своем посту вот уже почти 33 года.

Изабель душ Сантуш, рожденная в Баку от русской мамы и живущая в основном в Лондоне, в числе прочих государственных обязанностей контролирует экспорт алмазов, который приносит более $40 млрд в год. В сравнении с этими цифрами оценка компании Фаваза Груози в 50 млн франков, которая заставила ждать покупателя почти год, не кажется завышенной. В 2008 году марка уже привлекала инвесторов, которым принадлежит теперь 10% ее акций. Вместо своих 60% Фаваз Груози оставит себе только 15%. Все остальные акции получат компании из Анголы и Бельгии. Фаваз Груози подтвердил, что в новом альянсе он акционер миноритарный, но «значительный — в качестве основателя, генерального директора и главного дизайнера». Он сообщил также, что все долги, имевшиеся у марки и ставшие во многом причиной ее продажи, отныне погашены.

С появлением новых партнеров марка de Grisogono получит привилегированный доступ к рынку ангольских алмазов. Фаваз Груози, который всегда славился умением ввести в моду и превратить в драгоценность камни любого качества, отныне сможет соперничать с бриллиантовыми грандами ювелирного рынка. Марка, которая удвоила свой капитал и оценивается теперь в 100 млн франков, намерена вложить средства в открытие новых бутиков, а главное — в строительство новой большой мануфактуры на часовых землях женевского пригорода План-лез-Уат.

Алексей Тарханов



ПРЕДОСТАВЛЕНО КОМПАНИЕЙ ROLEX

Rolex предоставила Джеймсу Кэмерону опытную модель Oyster Perpetual DeepSea Challenge. Часы были сделаны специально для экспедиции



глубина с rolex

Режиссер «Титаника» Джеймс Кэмерон погрузился на дно «Бездны Челленджера» — самой глубокой точки Марианской впадины. Глубина погружения батискафа составила 10 898 м. Экспедиция была организована Национальным географическим обществом, а часовая компания Rolex выступила партнером проекта, предоставив режиссеру модель для глубоководных погружений — Oyster Perpetual Rolex DeepSea Challenge.

Часы были закреплены на внешнем манипуляторе батискафа DeepSea Challenger. Техническое свойство этих часов таково, что они способны обеспечивать водостойкость на глубине 12 тыс. м. Иными словами, у Джеймса Кэмерона и его Rolex еще оставалось в запасе 1102 м.

Эта модель Rolex была создана специально для экспедиции: она представляет собой усовершенствованную версию профессиональных дайверских часов Rolex DeepSea, представленных в 2008 году. Новая опытная модель обладает диаметром 51,4 мм и толщиной 28,5 мм. Часы оснащены запатентованной системой архитектуры корпуса Ringlock и оборудованы Triplock — схемой тройной герметизации.

Экспедиция Джеймса Кэмерона с часами Rolex на руке повторила историческое погружение батискафа «Триест» на дно Марианской впадины, имевшее место в январе 1960 года. Тогда «Триест» ушел на невероятную глубину, пилотируемый лейтенантом ВМС США Доном Уолшем и швейцарским океанографом Жаком Пикаром. Как и в 2012 году, в 1960-м на борт батискафа были прикреплены часы Rolex DeepSea Special, благополучно выдержавшие давление воды.

Екатерина Истомина

часам шьют дело

Женевская компания Richemont Group (которой, в частности, принадлежат такие часовые марки, как Cartier, Van Cleef & Arpels, Vacheron Constantin, Jaeger-LeCoultre, IWC, Officine Panerai) пытается добиться того, чтобы российская компания Ritter-Gentlemen прекратила шить одежду с ярлыками Vacheron Constantin и Jaeger-LeCoultre.

В 2003 году компания Ritter-Gentleman зарегистрировала их в Роспатенте на свое имя наряду с некоторыми другими марками, названия которых повторяют названия известных швейцарских часовых брендов. С тех пор, несмотря на все юридические усилия, часовщикам не удается доказать в российском суде, что никто не имеет права под их титулами распространять произведенные не ими товары. Все это время часовщики слышат, что марки зарегистрированы как марки одежды — перепутать рубашку с часами все равно невозможно, так что нечего волноваться.

Использование чужих имен — довольно распространенная история в эпоху дикого русского капитализма. Разница в том, что те, у кого был талант и воображение, придумывали имена — иногда по созвучию, иногда по вдохновению. Те, у кого воображения не было, брали готовое — хотя, правду сказать, какого покупателя можно поймать на меховое пальто Jaeger-LeCoultre? Примерно такого же, как и ты сам. Сейчас в интернетной рекламе многочисленные магазины Lady & Gentleman City предагают, например — «Parmigiani — мужская одежда для настоящих ценителей» и «Eterna — коллекция мужских сорочек, галстуков и женских блуз».

Я сам раньше думал, зачем знаменитые модные марки вроде Chanel или Louis Vuitton выпускают свои часы и даже делают их вполне замечательными. Теперь я понимаю. Если наш суд, всемирно известный своими беспристрастностью и строгим соблюдением законов, отнимет у российской компании Ritter-Gentlemen возможность одевать нас с ног до головы в Vacheron Constantin, она не сможет в отместку выпустить часы, скажем, под названием Gucci. Они и так есть.

Алексей Тарханов