

WATERMAN

EDSON

LIMITED EDITION

Edson White

premiera roku 2008

Szanowni Państwo,

Przed nami kolekcjonerskie święto. Tym razem za sprawą marki Waterman, która prezentuje światu kolejne swoje dziecko - Edson White. Fakt ten wykorzystujemy do zaprezentowania ciekawych informacji związanych z ponad stuletnią historią tego producenta. Z racji na dokonania, marka ta ma trwałe miejsce w kronikach, opisujących bogatą historię piór. Bez względu na klucz, jaki stosujemy, Waterman zawsze plasuje się w czołówce wszelkich marketingowych zestawień. Waterman ma też jedną doskonałą zaletę, bowiem poprzez swoją bogatą historię ilustruje zarówno złote czasy, jak i czas dekoninkury, jaki miał miejsce w historii piór wiecznych.

Osoby zainteresowane tematyką piór wiecznych, które dotychczas nie spotkały się z naszym Klubem serdecznie prosimy o kontakt z siedzibą w Centrum Piór Bazarnik. Na miejscu można dokonać wszelkich formalności związanych z wstąpieniem do Klubu, a także zapoznać się z wszelkimi nowościami, jakie pojawiają się na polskim rynku. Poinformujemy o terminarzu najbliższych spotkań klubowych, jakie odbywają się cyklicznie w warszawskim Muzeum Literatury.

Wszystkich chętnych zapraszamy do lektury strony klubowej w magazynie Top Class, naszego patrona medialnego. Znajdą tam Państwo wszystkie informacje dotyczące bieżących prac Klubu.

Zapraszam do lektury

Prezes PKMIKP
Wojciech Bazarnik



Kolejny model z rodziny Edson. Przy tworzeniu tego pióra posłużono się wcześniejszymi rozwiązaniami, jakie wykorzystano przy projektowaniu Edsona i Boucherona. Dlatego bez trudu przypisać go można do tej linii. Wykorzystano charakterystyczną sylwetkę i użyto podobnych rozwiązań technicznych. Istnieje jednak kilka istotnych różnic, które podkreślają, iż projektanci podeszli twórczo do postawionego im zadania. Istotnym wyróżnikiem jest użyty

materiał wykończeń inny niż dotychczas. Cały korpus oraz skuwka zbudowane są ze srebra próby 925 sterling. Dla zabezpieczenia przed ściemnieniem srebrne powierzchnie pokryto warstwą platyny. O ostatecznym efekcie decyduje użyty grawerunek typu „quadrillage”.

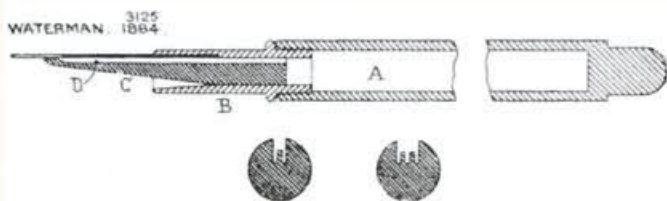
Podkreślić trzeba, że model Edson White występować będzie tylko w nakładzie 4000 sztuk. Nie będą w tej serii produkowane długopisy ani rollery.

Ze względu na zastosowane rozwiązania Waterman reklamuje ten



model jako nie wylewający atramentu samoczynnie nawet na dużych wysokościach. Ważna to uwaga dla często podróżujących samolotami.

Słynny patent z 1884 roku



A - zbiornik atramentu
B - szyjka

C - splywak
D - stalówka

Nie wiemy, czy Lewis Edson Waterman znalazł prawa fizyki, ale jemu jednemu udało się pokonać wszystkie pułapki, na jakie napotykali wcześniejsi wynalazcy, przy wydawaloby się banalnej sprawie jaką jest niekontrolowany wypływ atramentu przy pisaniu. Dopiero patent Watermana „pokonał” siły i zjawiska fizyczne takie jak: ciężenie, inercja, kapilarność, tarcie, obecność powietrza, zmienna lepkość atramentu, zmiany ciśnienia i objętości przy zmianie temperatur. Prosty pomysł z przepływem atramentu przez kanaliki wycięte pod stalówką sprawił, że w trakcie pisania, miejsce w zbiorniku po atramencie zastępowane było powietrzem. Zapobiegało to zarówno powstawaniu próżni jak i wyciekaniu, gdy pióro nie było używane.

Centrum Piór

BAZARNIK

00-357 Warszawa, ul. Nowy Świat 66, tel./fax: 826 43 34, 826 57 83, 826 73 90

Historia firmy Waterman

Jeżeli wierzyć słynnej legendzie o powstaniu firmy Waterman, wszystko zaczęło się od pechowego przypadku. Podczas podpisywania ważnego kontraktu Lewis Edson Waterman, będący pośrednikiem ubezpieczeniowym, stracił ważny kontrakt, gdy podczas jego podpisywania zawiodło tradycyjne pióro. To spowodowało, że 45 letni Waterman postanowił odmienić swoje i co za tym idzie, nasze życie. Zapraǳiał

bowiem stworzyć niezawodne narzędzia do pisania. Jak postanowił, tak też uczynił i w 1884 roku świat ujrzał banalnie prosty wynalazek, który zrewolucjonizował dotychczasową produkcję piór wiecznych. Wykorzystany został system kapilarny, który skutecznie zapobiegał niekontrolowanemu wypływowi atramentu (szczególnie w tekście o patencie). Sukces prac nad patentem na tyle ośmielił Watermana, że na tyłach sklepu tytoniowego otworzył swój pierwszy warsztat piór, który stał się początkiem późniejszego imperium. Od początku nasz bohater miał niebywałego nosa do robienia interesów. Umiejętnie wykorzystywał chwyt reklamowe i korzystał z nadarzających się okazji. To m.in. szyld umieszczony nad sklepem „Idealne pióra Watermana z pięcioletnią gwarancją” sprawił, że tylko w ciągu pierwszego roku sprzedał 500 sztuk ręcznie wykonanych piór. Także sukcesem zakończyła się propozycja zamieszczenia w magazynie „The Review of Review” płatnych reklam. Pomógł mu

w tym jeden z klientów E. T. Howard, który udzielił bezterminowej pożyczki na wniesienie opłaty za ogłoszenia. Rzecz banalna z dzisiejszego punktu widzenia, ale kwota pożyczki dotyczyła tylko 64 dolarów.

Pozycję firmy na rynku producentów piór ugruntowało podpisanie przez Lloyda George'a Traktatu Wersalskiego, kończącego I Wojnę Światową.

W ciągu swoich burzliwych dziejów firma Waterman na trwałe wpisała się do historii piór wiecznych. Była autorem kilku prekursorskich patentów i rozwiązań. Jako pierwsza wprowadziła w 1905 r. klips na stałe zamocowany do skuwki. Z powodzeniem wykorzystwała też w 1935 roku, wcześniejszy pomysł firmy Eagle ze szklanymi nabojami. W przeciągu tych lat firma z większym lub mniejszym sukcesem wprowadzała różnego systemu napelniania piór. Próbowano chyba wszystkich, jakie modne były w danym czasie: coin filler (monetowy), crescent filler (półksiężycowy) osłonowo-przyciskowy, pump type filling (pompkowo zasysający). Najdłużej wykorzystywany był system dźwigniowy, bo aż do 1954 roku. Dzięki pomysłowości konstruktorów, firma udanie obeszła dźwigniowy patent Sheaffera. Nowe rozwiązanie wprowadzono w 1913 roku. Polegało ono na innym sposobie mocowania, gdzie dźwignia jest przymocowana do oprawy, a nie bezpośrednio do korpusu pióra.

Sukcesy jakie odnosił Waterman na rynku amerykańskim sprawiły, że tylko kwestią czasu była ekspansja na inne rynki zbytu. Wybór padł na Europę. Powstały filie we Włoszech i Francji. Do zasadniczych zmian doszło w 1926 roku, kiedy to Jules Fagard dotychczasowy dystrybutor marki na Belgię, Francję i kolonie francuskie, założył własną spółkę J i F Waterman. Dalsze sukcesy marki to zasługa nowej firmy. Dzięki ugruntowanej pozycji wśród użytkowników firma pomyślnie przeszła wszystkie zawirowania jakie miały miejsce w historii piór. Nie zaszkodziła ani wojna światowa, perturbacje w zarządzaniu firmą w latach sześćdziesiątych, ani chwilowa moda na używanie innych przyborów aniżeli pióra.

Jeszcze raz wygrała maksyma, że pióra wieczne są wieczne.

Historia firmy Waterman - najważniejsze daty -

- 1837 - Decatur, Otsego Country, N.Y. USA narodziny Lewisa Edsona Watermana założyciela firmy.
- 1884 - opatentowanie wynalazku z zastosowaniem systemu kapilarnego
- 1890 - powstanie pióra na biurko
- 1900 - złoty medal za osiągnięcia na światowej wystawie w Paryżu
- 1901 - śmierć założyciela firmy. Przejęcie zarządzania przez wnuka Franka. D. Watermana
- 1903 - wprowadzenie systemu napelniania „pump filling system”
- 1905 - wprowadzenie klipsa na trwale połączony z korpusem
- 1926 - założenie przez Julesa J. Fagarda legendarnej J i F - Waterman we Francji
- 1927 - powstanie nowoczesnej fabryki w Issy-les-Moulineaux pod Paryżem
- 1927 - wprowadzenie wymiennego szklanego naboju
- 1935 - otrzymanie patentu na szklany nabój
- 1943 - przejęcie zarządu nad firmą przez Madame Fagard
- 1954 - zamknięcie fabryki w Stanach Zjednoczonych
- 1954 - wprowadzenie do oferty plastikowych naboju
- 1964 - przejęcie po śmierci Madame Fagard zarządu nad firmą przez jej córkę
- 1971 - zmiana nazwy firmy J i F Waterman na Waterman SA
- 1975 - wprowadzenie akcji firmy na paryską giełdę
- 1985 - Waterman staje się częścią grupy Gillette
- 2002 - przejęcie firmy przez grupę Sanford

Historia Świata pisana piórem Watermana

Historię tworzą ludzie, lecz niemymi jej świadkami są przedmioty im towarzyszące. Do tego kręgu zaliczyć możemy pióro wieczne.

Często oglądając archiwalne zdjęcia lub kroniki filmowe widzimy przydialny stół z wielkimi tego świata, podpisującymi kolejny ważny akt lub dokument. Wśród marek piór, które dostępują szczytu uczestniczenia w tych wydarzeniach, swoje miejsce ma też marka Waterman.

To m.in. Watermanem :

- premier Wielkiej Brytanii Lloyd George podpisał 28.06.1919 Traktat Wersalski
- prezydent Aleksander Kwaśniewski podpisał Konstytucję III Rzeczypospolitej (model Man 100)
- zostali obdarowani wszyscy nominowani przez Akademię Filmową do nagrody Oscara w 1999 r.

Pióro konkretnej marki w ręku sławnej osoby to najlepsza reklama dla tej firmy. Dotyczy to zarówno sław z minionych lat jak i z tych współczesnych. Poniżej przedstawiamy listę znanych osób, które były lub są sympatykami i posiadaczami wybranych modeli Watermana:

Albert I król Belgii, królowa Rumunii, ostatni cesarz Chin, Fred Astaire, Suzanne Lenglen, Charles Lindberg, Jose Carreras

To początek. Spróbujmy wspólnie dopisać jej ciąg dalszy. Jeżeli dysponują Państwo wiedzą, pozwalającą uzupełnić nasze dwie listy, prosimy o nadsyłanie sprawdzonych danych.

Z życia Klubu

Polskie Pióro

Na naszym rynku pojawiło się nowe, kolejne pióro o polskim rodowodzie. - Nicolaus Copernicus firmy Montblanc. Pióro to powiększy liczną już rodzinę modeli, które ściśle związane są z naszym krajem. Do tej pory były to: Omas - Lech Wałęsa, Montegrappa - Pióro Klubowe i Papal Pen, Marlen - Polish Prestige, Montblanc - Chopin.

Obecny model dedykowany jest Kopernikowi i stanowi część projektu jaki od 1992 roku realizuje firma Montblanc. Każdego roku edytowane są dwie serie piór limitowanych: jedna dedykowana pisarzom, druga zaś poświęcona patronom sztuki. Model Copernicus należy do elitarnej grupy dedykowanej patronom sztuki.

Kolekcyjnerska okazja

- Kolekcjoner poszukuje piór z limitowanych serii Montblanc: Agatha Christii, Octavian.
- W bardzo atrakcyjnej cenie do nabycia jest kaseta na pióra marki Visconti. Wykończenie w okleinie mahoniowej, pojemność na 384 sztuk piór.

Szczegóły w Centrum Piór Bazarnik.

Ostatnie egzemplarze

Na Polskim rynku dostępne są jeszcze ostatnie egzemplarze piór włoskiej marki Montegrappa z serii papieskiej. Są to pióra z wersji złoto-srebrnej z limitowanego nakładu jedynie 50 sztuk.

Seria ta dostępna jest tylko na naszym polskim rynku, nigdzie więcej. W ten sposób firma Montegrappa, wyróżniła Polskę za sukces, jakim była sprzedaż pióra papieskiego w wersji srebrnej w 2000 roku.

Encyklopedia kolekcjonera „próby złota”

Złoto należy do najczęściej używanych metali do produkcji piór wiecznych. Dotyczy to zarówno czasów historycznych jak i współczesnych. Najczęściej ten cenny kruszec stosowany jest do wszelkich zdobień, ale najpopularniejsze zastosowanie znalazł przy produkcji stalówek.

Użycie złota jako materiału na stalówkę jest uzasadnione doskonałymi cechami jakie posiada ten kruszec. Po licznych próbach z użyciem innych materiałów np. stali okazało się, że złoto najlepiej spełnia wszystkie wymagania, jakim musi odpowiadać ta najważniejsza część pióra. Złoto bowiem jest odporne na korozję, co jest niezbędne przy kwasowości atramentu, oraz jest metalem o dużej plastyczności, co zapewnia efekt miękkości przy pisaniu. O tej drugiej właściwości w dużym stopniu decyduje próba złota. Czym wyższa próba, tym stalówka jest bardziej elastyczna.

Istnieją dwa sposoby na określenie próby: próba tysięczna i karatowa. Na wszystkich stalówkach najczęściej wybite są symbole określające oba te sposoby np. 750 i 18 K. Warto wiedzieć, że:

Próba tysięczna 333 odpowiada 8 karatom, 585 odpowiada 14 karatom, 750 odpowiada 18 karatom, 999,9 odpowiada 24 karatom. Najpopularniejsze stalówki to te z oznaczeniem 14 i 18 karatów.

Należy pamiętać, że złoto ze względu na swoją miękkość nie występuje w czystej postaci, a zawsze w stopie z innymi dodatkami (np. miedź, cynk, nikiel). Np. jeżeli mamy stalówkę wykonaną ze złota z wybitą próbą 750 oznacza to, że produkt wykonany jest ze stopu złota i zawiera 750 tysięcznych części czystego złota. Suma zawartości czystego złota (próba) i składników

Ankieta „Moje pióro marzeń”

Podczas ostatniego, przedwakacyjnego spotkania Klubu miała miejsce ożywiona dyskusja, dotycząca podejmowania decyzji przy zakupie dobrego pióra. Za pretekst posłużył wykład kolegi Macieja Wardeckiego na temat jego preferencji przy wyborze „pióra marzeń”.

Każdy, kto choć raz w życiu miał do czynienia z piórem wiecznym, może odpowiedzieć, co jego zdaniem wpływa na taki, a nie inny wybór modelu. Uznaliśmy, że najlepszą formą wypowiedzi będzie ankieta. Pytania do niej zostały już wydrukowane na naszej stronie klubowej w Magazynie Top Class nr 2/2003.

Zostaliśmy miło zaskoczeni ilością odpowiedzi. Wciąż napływają nowe. Aby dać szansę tym, którzy nie mieli do czynienia z magazynem Top Class, ponownie zamieszczamy (w załączeniu) tekst naszej ankiety.

stopowych jest zawsze równa 1000. Próby karatowej złota nie należy mylić z karatem występującym przy podawaniu wielkości kamieni szlachetnych. W kamieniu próba ta określa ich masę (1 karat = 0,2 grama)

A swoją drogą, ciekawa jest etymologia słowa karat. Słowo to pochodzi od arabskiego określenia nazwy nasienia drzewa szarańczyny *Ceratonia siliqua* (drzewa chleba świętojańskiego). Nasiona te w dawnych czasach miały bardzo praktyczne przeznaczenie. Używano ich jako odważników.

Należy mieć także na uwadze fakt, że kolor złota o niczym jeszcze nie świadczy, a na pewno nie określa zawartości czystego złota w danym wyrobie. Spotykamy więc tzw. żółte złoto, złoto białe, niebieskie, czerwone czy też innego koloru. O wszystkim decydują użyte domieszki innych metali.

A czy ktoś z Państwa słyszał o holenderskim zlocie lub inaczej holenderskim metalu? Oprócz słowa złoto w nazwie, nic to nie ma wspólnego z tym „naszym” prawdziwym złotem. Po prostu jest to pocziwy tombak, czyli stop miedzi z cynkiem, tak nieraz udanie imitujący szlachetny kruszec.

Na koniec ważna informacja, dotycząca powierzchni platerowanych złotem. Należy mieć na uwadze, że zgodnie z prawem, zawartość czystego złota w powłokach nie podlega cechowaniu. Dotyczy to zarówno prób tysięcznych jak i karatowych.

EDSON

LIMITED EDITION

Edson 1992 *futurystyczne dzieło* *dedykowane* *założycielowi.*

Jest jednym z najbardziej niezwykłych piór wiecznych w historii, a jednocześnie jednym z najdroższych piór produkowanych seryjnie, jakie kiedykolwiek powstało. Jego niezwykłość to przede wszystkim kształt, daleko odbiegający od współczesnych form piór wiecznych, nawiązujący bezustannie do niemal archeotypowych kształtów piór „złotego wieku” - czyli przełomu lat dwudziestych i trzydziestych. Tym modelem Waterman zadał kłam twierdzeniom, że tylko tradycyjne wzorce mogą być wyznacznikiem dobrego smaku, jakości i oryginalności. Edson to połączenie rzeczy wydawałoby się niemożliwych: futurystycznej, rewolucyjnej i wybiegającej w XXI wiek stylistyki z prawdziwie francuskim wyrafinowaniem i klasą oraz dozą prostoty. Tworząc ten model zastosowano kilka nowatorskich rozwiązań i użyto nietypowych materiałów. Korpus ma niespotykaną dwuścienną budowę, gdzie warstwa wewnętrzna wykonana jest z mosiądzu, otrzymywanego z formy wtryskowej, a następnie idealnie wykończonego. Część zewnętrzną zaś zrobiono ze styrenu akrylonitrylu, który ma zapewnić przejrzystość i głębię. Końcowy efekt uzyskuje się poprzez nałożenie trzech kolejnych warstw

blony ochronnej, utwardzanej w promieniach ultrafioletowych. Aby jeszcze spotęgować efekt przejrzystości i rozpraszania światła pomiędzy tymi dwoma warstwami zachowano odstęp 0,1 milimetra.

Edson Boucheron 1996 *jubilerskie cacko*

Model ten, jak na dzieło sztuki przystało, miał okazałą premierę 18.09.1996 roku w słynnym paryskim hotelu Scheraton. Edycja stanowi unikalne połączenie doświadczeń dwóch znamienitych francuskich marek - Watermana i jubilerskiej firmy Alaina Boucheron.

Przy powstaniu tego pióra za wzór posłużył wcześniejszy model Edson. Zastosowano podobne rozwiązania materiałowe,



ale najbardziej wyróżnia to pióro spośród wszystkich innych zewnętrzną kieszonką, będącą efektem pracy mistrzów sztuki jubilerskiej.

Umieszczenie jej na korpusie

to celowe nawiązanie do początków piór wiecznych, kiedy zdobienie filigranem było najpopularniejszym sposobem ich upiększania. W rzeczywistości jest to blaszka z otworami zrobionymi z masestrią w formie fal, nie mająca nic wspólnego z tradycją filigranu. Końcowy efekt jest zdumiewający.

Na uwagę zasługuje też fakt, że w odróżnieniu od swojego pierwowzoru pióro to wyprodukowano w serii limitowanej. Cały nakład liczy zaledwie 3741 sztuk. Jest to jednakże nieprzypadkowa liczba, gdyż jest efektem połączenia dwóch najważniejszych dat z życia obu firm - dat powstania: Watermana 1883 i daty założenia firmy Boucheron 1858.

„Falszywy” Waterman

Wszystkie dobre marki są narażone na to, że ich produkty wcześniej czy później będą kopiowane przez innych. Tak też było w przypadku naszego bohatera firmy Waterman.

W latach 1895 do ok. 1920 roku istniała w Stanach Zjednoczonych firma o nazwie, Modern Fountain Pen Co., która z czasem zmieniła nazwę na A. A. Waterman Modern Pen Co. Pretekstem do tego był fakt wykorzystania w nazwie nazwiska założyciela tej firmy. Można jedynie przypuszczać, że zabieg ten nie był przypadkowy i służyć miał zwiększeniu sprzedaży, poprzez proste skojarzenie produktów tej marki z bardziej słynną marką Waterman. Warto dodać, że w opinii nabywców, pióra „falszywego” Watermana były dobrej jakości i bardzo piękne. Podobne były także systemy napelnienia. Nie powinna zatem dziwić postawa sławniejszego Watermana, gdy wszczął proces o ograniczenie tego procederu. Sprawa zakończyła się pomyślnym wyrokiem sądowym dla L. E. Waterman. Był to początek

końca dla konkurenta. Bowiem w sentencji wyroku zobligowano go do umieszczania na piórach napisu o treści „, A. A. Waterman Modern Pen Company, not related to the L.E. Waterman Company”. Co w tłumaczeniu na język polski oznaczało, że nie należy produktów tej marki łączyć ze słynnym Watermanem. Napis ten skutecznie zniechęcał potencjalnych nabywców, a firmę wpędził w poważne kłopoty finansowe.

Przykład ten nie jest jedynym w długiej historii marki Waterman. Często jednak na nieprawidłowe wykorzystywanie marki bądź logo miała wpływ niefrasobliwa polityka marketingowa Watermana. M. in. w pewnym okresie sprzedawał on lokalnym producentom całą mechanikę niezbędną do produkcji, wraz z zakończeniem obsadki z napisem Waterman 42.

Przy okazji należy wspomnieć, że często producenci nie ułatwiali życia kolekcjonerom. Istniały bowiem przypadki zmian firm, a także przypadki licznych kooperacji pomiędzy nimi. Czasami spowodowane było to względami ekonomicznymi. Przykładem jest prowadzenie polityki wspólnych zakupów surowców z jednego magazynu, w celu obniżenia kosztów produkcji. Miało to miejsce podczas wielkiego kryzysu w Stanach Zjednoczonych.

To wszystko sprawia, iż często nie mamy szansy na jednoznaczny identyfikację.