

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

№ 1 | 2014

2014. Первые прогнозы |
Ритейл готов к переменам |
Наставничество в ювелирной компании |
Балет в каратах |

18+





ДА

ДАНИАЛИС
ювелирная косметика.рф



реклама

НА ТЕРРИТОРИИ РФ ТОРГОВАЯ МАРКА ЗАРЕГИСТРИРОВАНА ООО «РА «РУССКИЙ ЮВЕЛИР»
ТОВАР СЕРТИФИЦИРОВАН

По вопросам сотрудничества обращаться в отдел продаж ООО «РА «РУССКИЙ ЮВЕЛИР» (ТМ «DANIALIS»)
г.Санкт-Петербург (812) 327-75-65, 328-05-51, 328-05-61
www.danialis.ru

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин
1-й заместитель главного редактора
Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru
заместитель главного редактора
Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru
эксперт-геммолог
Михаил Чижов
дизайн и верстка
Екатерина Калинина
рисунки
Екатерина Калинина
корректор
Людмила Лебедева
ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ
рекламный отдел
advert@russianjeweller.ru
ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
info@russianjeweller.ru
МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО
директор
Виталий Пилюшин
тел.: +7 (903) 599-59-97, +7 (921) 432-90-53
e-mail: moscow@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ

199034, Санкт-Петербург, В. О., 16 линия, д. 7, оф. 59
Тел./факс: (812) 327-75-65/66
www.russianjeweller.ru
e-mail: info@russianjeweller.ru

Для почтовой корреспонденции:
199034, Санкт-Петербург, а/я 8,
ООО «РА «Русский Ювелир»

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Александр Горыня
Валерий Крылов
Михаил Пиотровский
Александр Рыбаков
Татьяна Фаберже

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Марина Лопато
Владимир Матвеев

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА

Центр учета и аудита

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 1, 2014 год

ТИРАЖ 5000 экз.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации ПИ № ФС77-35990. Выдано 22 апреля 2009 года Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

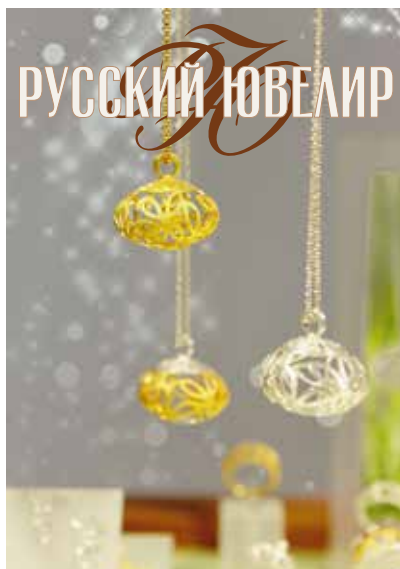
ПЕЧАТЬ Типография «Премиум Пресс», Санкт-Петербург

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. Свободная цена



Журнал «Русский Ювелир» —
кавалер ордена «Карла Фаберже» III степени
Журнал «Русский Ювелир» основан в 1912 году,
возрожден в 1996 году



INHORGENTA MUNICH

Выставка
INHORGENTA MUNICH 2014
14 – 17 февраля 2014 года
www.inhorgenta.com

содержание

МИРОПОРЯДОК

- 6 2014. Первые шаги
- 12 Ритейл готов к переменам
- 36 Размышления после одного аукциона

СЛАГАЕМЫЕ УСПЕХА

- 16 Наставничество в ювелирной компании
- 20 Обратная связь
- 24 Категорийный менеджмент в канале сбыта

FASHION

- 30 Балет в каратах



2014. **6**
Первые прогнозы



20
Обратная связь:
три конкретные схемы
для сотрудников
ювелирного магазина



30 Балет в картах



Размышления после одного аукциона 36

42

УралЮвелир-2013



ВЫСТАВКИ

42 УралЮвелир-2013

ИСТОРИЯ

46 Сервиз Марии Нарышкиной
58 Алексей Козьмич Денисов-Уральский

НАГРАДЫ

61 Деятельность
мемориального фонда Фаберже

ЛЕГЕНДАРНЫЕ ЧАСОВЫЕ БОЕНДЫ

64 Zenith El Primero:
«Следуй за своей звездой»



64

Zenith El Primero:
«Следуй за своей звездой»



46

Сервиз
Марии Нарышкиной

58

Алексей Козьмич
Денисов-Уральский





Двадцать лет
ювелирному
производству



Сегодня ювелирные изделия ОАО «Красцветмет» широко представлены во всех регионах России.

Нашим партнерам гарантирован стабильный и выгодный бизнес, построенный на многолетнем опыте и новейших технологиях.

Фирменную продукцию вы можете приобрести у наших региональных дилеров.

Москва

Ювелирная компания
«Национальное Достояние»
111053, ул. Золоторовский вал, 32
тел.: (495) 287-47-40
факс: (495) 287-47-59
www.nd-gold.ru, sales@nd-gold.ru

Санкт-Петербург

ООО «Санкт-Петербургский Ювелирный
Завод „Ювелиры Северной Столицы“»
194100, ул. Кантемировская, 5, корп. 8, лит. Д
тел.: (812) 677-84-70
факс: (812) 677-84-72
www.uss-spb.ru, uss@uss-spb.ru

Новосибирск

ООО «Компания ИФК»
630108, 1-й переулок Пархоменко, 6
тел.: (383) 351-53-34,
355-86-50, 355-80-95
ifk_nsk@mail.ru

Москва

ООО «Русская платиновая компания»
119017, Пыжевский переулок, 5, стр. 3
Институт Цветметобработка
тел.: (495) 783-52-20, 517-74-46
www.rpc-platina.ru, rpc77@yandex.ru

Екатеринбург

ООО «Ювелир-опт»
620014, ул. Хохлаева, 74 б, 15-й этаж
тел./факс: (343) 379-99-92
www.j-opt.ru, info@j-opt.ru

Батайск, Ростовская область

ООО «Торговый дом „Дондрагмет“»
346880, ул. Половинко, 39
тел.: (86354) 5-10-12
dondragmet@dondragmet.ru

Москва

ООО «Эльтон»
127549, ул. Бибиревская, 10, стр. 1
тел.: (495) 225-92-55, 225-92-50
факс: (495) 225-92-51
www.elton-zoloto.ru, info@elton-zoloto.ru

Кострома

Центр (ООО «Торговый дом
„Золотая линия“»)
156002, ул. Ерохова, 4а
тел.: (4942) 37-17-22, 31-89-81
www.целлцентр.рф, rdm950@yandex.ru

Хабаровск

ИП Шевелев Евгений Климентьевич
(сеть магазинов ТД «Золотая Русь»)
680030, ул. Ленина, 44 б
тел.: (4212) 45-40-75, 40-83-38
8 909 804-63-41
www.zolrus.ru, sale@zolrus.ru

Москва

ООО «Бест Ювелир»
109147, ул. Марксистская, 34, корп. 4
тел.: (495) 788-54-07
факс: (495) 788-54-08
www.best-jew.ru, www.bestgold.ru
info@best-jew.ru

Красноярск

ООО ТПК «Русское золото»
660077, ул. 78-й Добр. бригады, 14а
тел.: (391) 216-02-07, 216-02-08
aurum585@mail.ru



Фото: Roberts World

2014. Первые прогнозы

Всемирный банк сохранил прогноз роста мировой экономики в 2014 году на уровне 3,2%, в 2015 году ожидает роста на 3,4%, в 2016 году — на 3,5%, говорится в январском докладе ВБ «Глобальные экономические перспективы» (Global Economic Prospects). В 2013 году рост мирового ВВП, по оценке банка, составил 2,4%. «Судя по всему, экономический рост набирает темпы как в странах с высоким уровнем доходов, так и в развивающихся странах, однако восстановлению мировой экономики по-прежнему угрожают определенные риски, способные замедлить ее развитие», — считает президент группы Всемирного банка Джим Ен Ким.

Экономика развивающихся стран по-прежнему будет расти более быстрыми темпами, чем в целом в мире. В 2013 году она увеличилась на 4,8%, в 2014 году банк ожидает роста на 5,3% (предыдущий прогноз — 5,5%), в 2015 году подъем составит 5,5%, в 2016 году — 5,7%.

Теперь к странам с высоким уровнем дохода отнесена и Россия, входившая в группу развивающихся стран. Ранее, в декабре, Всемирный банк прогнозировал рост ВВП РФ в 2014 году на 2,2%, в 2015 году — на 2,7%. В январском прогнозе банк по-прежнему ожидает укрепления роста в России до 2,7% в 2014–2016 годах.

Среди стран с высоким уровнем доходов по темпам восстановления лидируют США: по оценке банка, в 2014 году экономика страны вырастет на 2,8% (по сравнению с 1,8% в 2013 году), а в 2015 и 2016 годах темпы ее роста должны увеличиться до 2,9% и 3% соответственно. В еврозоне после сокращения экономики в течение двух лет подряд

в 2014 году прогнозируется рост на 1,1%, а в 2015 и 2016 годах — на 1,4% и 1,5% соответственно.

Каковы же прогнозы для ювелирного рынка?

Всемирный золотой совет в своем отчете за III квартал 2013 года подчеркивает устойчивость мирового рынка золота, отмечает продолжающийся рост потребительского спроса во всем мире.

Общий спрос на золото в III квартале 2013 года составил 869 тонн, что на 21% меньше, чем в III квартале 2012 года. Снижение спроса объясняется в основном продажами крупных инвесторов — они выходят из биржевых фондов. В целом инвестици-

онный спрос сократился на 56% до 185,5 тонны. При этом активы «золотых» фондов сократились на 118,7 тонны, а спрос на слитки и монеты, которые отражают интерес розничных инвесторов к металлу, вырос на 6% до 304,2 тонны.

Вырос потребительский спрос: на слитки, монеты и ювелирные изделия — на 6% до 790,9 тонны. Он рекордно высок, отмечает Всемирный золотой совет: за девять месяцев достиг 2896,5 тонны, а снижение цен на золото сделало его более доступным.

Рассмотрим несколько стран — ключевых игроков ювелирного мира.

КИТАЙ

Территория: 9 597 000 кв. км

Население: 1 363 692 000 чел.



Chinese Chow Tai Fook Jewellery

Демографические и экономические показатели

	2010	2011	2012	2013	2014
Рост реального ВВП (рост, %)	10,4	9,3	7,7	7,5	7,4
Инфляция (рост, %)	3,2	5,5	2,6	2,6	3,0
Потребительские расходы (млн дол. США)	2 072 006,1	2 597 205,5	2 992 168,1	3 264 255,4	3 545 099,4
Совокупный годовой доход (млн дол. США)	3 885 676,8	4 845 888,1	5 530 683,1	5 972 312,4	6 457 311,6
Годовой доход после уплаты налогов и пошлин (млн дол. США)	3 511 925,4	4 367 263,3	4 970 125,0	5 351 591,6	5 771 231,5

Показатели образа жизни

	2010	2011	2012	2013	2014
Интернет-пользователи	457 733,5	513 568,5	569 930,6	626 177,6	677 442,5
Новые регистрации легковых автомобилей	13 757,8	14 472,4	15 495,2	17 744,4	0,0
Потребительские расходы на питание (млн дол. США)	511 360,0	646 191,6	725 397,3	768 073,8	815 353,4

ТЕНДЕНЦИИ

В связи с динамикой спроса в течение 2013 года продолжался рост продаж ювелирных изделий. С ростом доходов населения все больше потребителей стали покупать ювелирные изделия для поддержания статуса или для повышения стоимости своих активов на фоне роста инфляции. Спрос в Китае на ювелирные украшения из золота был самым большим во всем мире — в III квартале 2013 года этот показатель достиг 164 тонн, что на 29% больше по сравнению с тем же периодом прошлого года.

Китай в 2013 году обогнал Индию по объему потребления золота и занимает первое место в мире, приближается к тому, чтобы занять также более значительную долю на мировом рынке экспорта ювелирных изделий. Китайские компании уже увеличили поставки в Дубай, крупнейший пункт назначения индийского ювелирного экспорта.

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА

Крупнейший ритейлер Китая, компания Chow Tai Fook Jewellery Group, приняла стратегию активного развития рынка путем создания общенациональной сети продаж. Она планиру-

ет открыть в общей сложности 2000 торговых точек в Китае к 2020 году. Чтобы охватить большее число потребителей, Chow Tai Fook решила на онлайн-продажи ювелирных изделий, официально открыв свой собственный интернет-магазин www.ctfeshop.com в мае 2013 года, после того как в октябре 2011 года открылась крупнейшая китайская торговая площадка Taobao.com, на которой собраны тысячи продавцов с самыми разнообразными товарами.

ПЕРСПЕКТИВЫ

С ростом доходов населения Китая наибольший рост продаж ожидается в премиум-сегменте рынка ювелирных украшений. Между тем в течение ближайших лет продолжится тенденция вхождения на рынок Китая международных ювелирных брендов, стремящихся в полной мере использовать возможности развития в этой стране. Влияние китайского стиля уже можно наблюдать в ювелирных коллекциях мировых дизайнеров. Кроме того, в самое ближайшее время мы увидим китайскую экспансию во всемирную моду, поскольку китайский покупатель, пусть даже самый экстравагантный, предпочитает традиционный китайский дизайн.

США

Территория: 9 363 130 кв. км
Население: 319 915 000 чел.



Магазин Kay Jewels

Демографические и экономические показатели

	2010	2011	2012	2013	2014
Рост реального ВВП (рост, %)	2,5	1,8	2,8	1,7	2,5
Инфляция (рост, %)	1,6	3,2	2,1	1,5	1,9
Потребительские расходы (млн дол. США)	9 938 909,4	10 444 138,0	10 874 733,8	11 056 993,9	11 299 960,7
Совокупный годовой доход (млн дол. США)	13 716 160,0	14 275 178,2	14 793 726,3	15 004 231,7	15 297 286,5
Годовой доход после уплаты налогов и пошлин (млн дол. США)	11 114 600,0	11 532 700,0	11 952 224,2	12 112 560,7	12 338 408,1

Показатели образа жизни

	2010	2011	2012	2013	2014
Интернет-пользователи	228 918,8	242 630,2	254 415,2	258 996,0	264 448,3
Новые регистрации легковых автомобилей	5 635,4	6 089,4	7 241,9	7 821,8	0,0
Потребительские расходы на питание (млн дол. США)	575 701,6	615 733,7	632 732,4	639 705,1	652 933,2

ТЕНДЕНЦИИ

После роста на 10% в 2011-м и на 6% в 2012-м в прошлом году было зафиксировано снижение роста ювелирного сектора в стоимостном выражении. После рецессии, в 2011 году, американцы вернулись к покупке ювелирных изделий. Рост ювелирного рынка в 2011 году был обусловлен сочетанием высоких цен и отложенного спроса в период экономического спада. Быстрый рост цен на золото и серебро вынудил компании поднять цены на ювелирные изделия, после чего спрос упал.

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА

Сектор розничной торговли ювелирными изделиями в США довольно сильно фрагментирован — ни одна компания не контролирует более 6% продаж. Sterling Jewelers был лидером по продажам в 2012 году с долей 6%. Компании принадлежит ведущий торговый ювелирный бренд в США Kay Jewelers (сеть из 900 магазинов), а также третий по значимости бренд — сеть магазинов Jared the Galleria. Sterling Jewelers смог сохранить свое лидерство в ювелирном ритейле, в том числе благодаря массовым инвестициям в маркетинг. Реклама торговых сетей размещалась большей частью на телевидении во время ключевых праздников Рождества и Дня святого Валентина. Обе сети (Kay Jewelers и Jared the Galleria) предоставляют пожизненную гарантию на ювелирные украшения — услугу, которую независимые ювелирные ритейлеры обычно предложить не в состоянии. Кроме того, эксклюзивные предложения, такие как коллекции Leo Diamond (украшения с бриллиантами уникальной огранки в 66 граней, придающей непревзойденный блеск камню), приносят компании дополнительные, весьма весомые продажи.

ПЕРСПЕКТИВЫ

Поскольку экономические показатели в США улучшаются, в течение ближайших лет потребительский спрос на ювелирные изделия будет расти. Модные тенденции, среди которых особенно популярен в Америке стиль ретрогламура, как ожидается, приведут к хорошему спросу на ювелирные изделия, особенно бижутерию. Продажи ювелирных изделий увеличатся на 14% в стоимостном выражении начиная с 2014 года и в 2018 достигнут 67 300 000 000 долларов США.

РОССИЯ

Территория: 17 075 400 кв. км

Население: 143 864 000 чел.



Ilqiz F



ГРИНГОР
St. Petersburg

Мода проходит —
драгоценное вечно



ПЛАТИНА



ПОСТАВЩИК РОССИЙСКОГО
ИМПЕРАТОРСКОГО ДОМА

191124, Санкт-Петербург,
пл. Растрелли 2
Тел.: (812) 318-18-99, 318-19-39

реклама

Демографические и экономические показатели

	2010	2011	2012	2013	2014
Рост реального ВВП (рост, %)	4,5	4,3	3,4	1,7	2,3
Инфляция (рост, %)	6,9	8,5	5,1	6,7	6,2
Потребительские расходы (млн дол. США)	759 881,7	903 348,7	959 814,6	1 015 745,4	1 075 303,0
Совокупный годовой доход (млн дол. США)	1 104 853,9	1 321 178,6	1 402 551,1	1 479 643,4	1 562 833,1
Годовой доход после уплаты налогов и пошлин (млн дол. США)	923 827,5	1 076 877,5	1 140 597,4	1 202 459,7	1 268 377,8

Показатели образа жизни

	2010	2011	2012	2013	2014
Интернет-пользователи	61 366,8	70 004,1	76 213,0	82 133,5	86 879,0
Новые регистрации легковых автомобилей	1 912,8	2 653,8	2 935,1	2745 6	0,0
Потребительские расходы на питание (млн дол. США)	219 041,6	268 164,6	278 873,9	285 531,1	293 552,4

ТЕНДЕНЦИИ

По данным Гохрана, российский рынок ювелирных изделий оценивается в 80 тонн драгоценных металлов и камней в год на общую сумму 120 млрд рублей. Это касается всех металлов и камней, при этом средняя масса ювелирного изделия — около пяти граммов.

По объемам переработки золота наша страна вышла на 4-е место в мире после Китая, Индии и США.

По данным Росстата, в январе — ноябре 2013 года объем производства ювелирных изделий с бриллиантами в РФ по сравнению с аналогичным периодом прошлого года вырос на 10,8% и достиг 1,7 млн штук.

Ювелирные изделия продемонстрировали рост на 23% в стоимостном выражении в 2012 году.

По данным РБК, одной из тенденций рынка ювелирных изделий является увеличение доли интернет-торговли. Психологически россияне пока настороженно относятся к возможности приобретения товаров через интернет-магазин, тем не менее этот сегмент демонстрирует тенденцию к росту. Если в 2010 году доля покупок ювелирных изделий через Интернет оценивалась на уровне 1%, то на сегодняшний день она составляет не менее 2,5–3%.

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА

В настоящее время ведущие мировые производители ювелирных украшений все увереннее проникают на российский рынок драгоценностей, открывая специализированные салоны-магазины.

Несмотря на то что лидирующее положение по количеству магазинов в России удерживают отечественные производители, иностранные монобрендовые салоны, особенно в сегменте люксов, за последние годы нашли свою нишу на рынке и своего покупателя.

ПЕРСПЕКТИВЫ

Присоединение России к ВТО станет проблемой для многих российских компаний. После открытия границ увеличатся импортные товарные потоки, отчего некоторые компании вынуждены бу-



ОАО "Красносельский ювелиртрест"

дут уйти с рынка или их ждет поглощение более крупными игроками. Кроме того, увеличение импорта ювелирных украшений и бижутерии может привести к снижению объемов производства внутри страны.

ИНДИЯ

Территория: 3 166 830 кв. км
Население: 1 272 338 000 чел.



Tanishq

Демографические и экономические показатели

	2010	2011	2012	2013	2014
Рост реального ВВП (рост, %)	11,2	7,7	3,8	3,9	6,0
Инфляция (рост, %)	12,1	8,9	9,3	10,9	8,4
Потребительские расходы (млн дол. США)	956 811,1	1 089 040,1	1 071 905,2	1 104 808,5	1 158 603,1
Совокупный годовой доход (млн дол. США)	1 428 705,1	1 619 192,6	1 586 315,8	1 634 166,6	1 706 561,3
Годовой доход после уплаты налогов и пошлин (млн дол. США)	1 354 927,0	1 535 577,7	1 504 398,7	1 543 507,2	1 610 230,9

Показатели образа жизни

	2010	2011	2012	2013	2014
Интернет-пользователи	89 415,5	121 866,5	154 499,2	176 097,6	200 778,2
Новые регистрации легковых автомобилей	1 867,2	1 946,4	2 063,2	1 918,6	0,0
Потребительские расходы на питание (млн дол. США)	286 067,8	313 368,9	311 882,9	314 227,9	319 187,8

ТЕНДЕНЦИИ

В апреле — октябре 2013 года экспорт золотых ювелирных изделий из Индии сократился на 54% относительно того же периода прошлого года и составил около 4 000 000 000 дол. из-за нехватки драгметалла. Причиной этого стали новые требования, направленные на сокращение импорта золота в попытке уменьшить хронический внешнеторговый дефицит страны. Чтобы удержать курс рупии, которая опустилась до исторического минимума в августе этого года, Индия повысила налог на импорт драгметалла, а также ввела различные ограничения на использование импортного золота.

Эти меры способствовали достижению желаемого эффекта, однако непредусмотренным результатом стало то, что экспортеры золотых ювелирных изделий не могут найти достаточные объемы золота для выполнения заказов из-за рубежа. При этом новые правила вступили в силу тогда, когда спрос на украшения в США и Европе начал показывать признаки восстановления.

Отмечался огромный рост индийского внутреннего сектора ювелирных изделий. Экспоненциальный рост объясняется повышением благосостояния среднего класса в последнее время и увеличением их расходов на предметы класса люкс.

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА

В результате индийские ювелиры могут потерять свою долю на мировом рынке, которую займут китайские производители, при том, что Турция уже постепенно вытесняет Индию с европейского рынка. В самой Индии местные компании (как производители, так и торговля) доминируют на рынке. Достаточно быстро расширяются такие бренды, как Malabar Gold (100 тор-

говых точек и 10 оптовых подразделений), Kalyan Jewellers India Pvt Ltd (52 салонов) и многие другие.

Крупнейшим и, пожалуй, известнейшим брендом на рынке Индии является Tanishq. Он был создан в 1994 году для создания украшений и ювелирных часов для европейского и американского рынков. Приблизительно в то же время Запад вступил в длительный период медленного экономического роста с последующим спадом, и Tanishq стал присматриваться к индийскому рынку. В 2012 году был открыт 150-й салон ювелирных украшений. К слову сказать, именно Tanishq впервые была реализована концепция фирменных ювелирных изделий и украшений в Индии, и сегодня компания является единственным по-настоящему национальным ювелирным брендом страны.

ПЕРСПЕКТИВЫ

Перспективы этой страны огромны. Средний класс продолжает расширяться, и западного типа ювелирные изделия, а следовательно, и бриллианты и ювелирные изделия с бриллиантами становятся все более популярными. Однако в то же время более половины ювелирных изделий с бриллиантами, которые продаются в Индии, являются драгоценностями традиционного, местного дизайна. Кроме того, более половины произведенных в Индии ювелирных изделий продаются на внутреннем рынке. Традиционно ювелирные украшения в Индии ассоциировались исключительно со свадьбами и праздниками, но сейчас они становятся самостоятельными украшениями. Покупатели, особенно невесты, стали отдавать предпочтение ювелирным изделиям, в которых сочетается традиционный и современный дизайн.





Деловой мир и ювелирная промышленность в том числе претерпели огромные изменения за последние пять лет, не говоря уже о десяти. Не обошли они стороной и рынок ритейла.

Розничная торговля является одним из важнейших секторов экономики, поскольку относится к видам деятельности, затрагивающим все слои населения. Она играет важную роль в экономике любого государства, так как касается ключевых бизнес-процессов, связанных с продажей товаров и услуг, и доведением их до конечного потребителя. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, оборот розничной торговли в России за 10 месяцев 2013 года составил 19 трлн 29 млрд рублей, что на 3,8% превышает результат аналогичного периода прошлого года. Какие факторы окажут влияние на сектор мировой розничной торговли в 2014 году? Исследование на эту тему провела Euromonitor International — компания, занимающаяся стратегическими рыночными исследованиями в 80 странах мира.

Проведенные опросы показали, что жители развитых стран ориентированы в первую очередь на сохранение и увеличение своих сбережений и выплаты кредитных долгов. Устойчиво высокая безработица также не способствует увеличению розничных расходов. Все идет к тому, что и в наступившем году потребители с осторожностью будут относиться к своим тратам — они скорее предпочтут приобрести недорогие вещицы либо товары качественного сегмента по пусть дорогой, но «справедливой», на их взгляд, цене.

В странах с развивающейся экономикой, в том числе и Китае, на развитие розничного сектора действуют свои факторы. Так как экономический рост в этих странах существенно замедлился, то ждать высоких продаж в 2014 году также не стоит. Но поскольку средний класс в развивающихся странах растет, и он еще не насытился привилегированностью обретенного им статуса, следовательно, продажи, в том числе и атрибутов роскоши, к которым относятся и ювелирные изделия, в долгосрочной перспективе будут расти.

Еще один фактор, одинаково присущий как развитым, так и развивающимся странам, — увеличение доли электронной коммерции. Розничные онлайн-покупки растут значительными темпами, так как все больше потребителей в мире имеют доступ к скоростному Интернету, а компании, осуществляющие доставку товаров покупателям, стараются ускорить темпы доставки.

И пока розничные магазины заняты борьбой друг с другом, интернет-маркетологи уведут их клиентов из магазинов. Возможно, в России пока это не приобрело существенных масштабов, но мировой тренд задан, следовательно, к нему нужно готовиться уже сегодня — через 3–5 лет будет поздно.

Аналитики исследовательской компании Emarketer сообщают, что рост онлайн-продаж в Америке вырос от 188 млрд в 2010 году до \$262 млрд 300 млн в 2013 году (эти цифры не включают продажи авиа- и железнодорожных билетов). К 2017 году продажи, как ожидается, достигнут \$440 млрд. Так же стремительно растет сектор так называемой М-коммерции, когда покупки совершаются с помощью мобильных устройств, включая смартфоны и планшеты. По оценкам Emarketer, «мобильные продажи» в США составили \$41 680 млн в 2013 году, что на 68,2% больше, чем в предыдущем.

По данным исследования Национальной федерации розничной торговли (NRF), в этом году несколько вырос процент покупателей, сделавших ювелирные покупки. Если в 2012 году ювелирные украшения приобрели лишь 15% потребителей, то в 2013 году выбор в их пользу сделали 16,9% покупателей — рост почти 2%.

После рецессии 2008–2009 годов розничная торговля как будто бы приходит в норму. Тем не менее как розничные торговцы, так и их клиенты стали гораздо более консервативными, чем были во время экономического бума, который закончился



Реклама




QWILL

Коллекция Sport
Артикул: 8203.01.03.9.17А
Корпус: нержавеющая сталь, ранти из серебра 925°
Механизм: Miyota, кварц

www.qwill.ru

в 2007 году. Все ритейлеры ищут способы сократить операционные расходы. Методы варьируются от уменьшения размера магазинов до снижения числа сотрудников.

В начале года поступило сообщение от третьей по величине розничной компании США Zales (1700 магазинов) о планируемом закрытии в течение года от 70 до 75 магазинов. Но это коснется лишь тех торговых центров, в которых открыто несколько ювелирных отделов компании. Другой крупнейший ритейлер Америки и Великобритании Signet, напротив, планирует открытие новых магазинов. Причем компания, удерживающая, по их оценке, 15% свадебного рынка, планирует дальнейшее развитие именно в этом секторе. По словам исполнительного директора Майкла Барнса, «Signet сделает все для того, чтобы каждый клиент, планирующий покупки к свадьбе, в первую очередь вспомнил о нас». Первые шаги в этом направлении компания уже сделала: адаптировала свой сайт для мобильных устройств, запустила новый информационный сайт для потребителей, интересующихся ювелирными украшениями.

Потребители при выборе покупок ищут наилучшие цены. В США и Европе многие предприятия стали позиционировать себя как поставщики дорогостоящих товаров по умеренным ценам. Еще одно важное наблюдение: личные расходы граждан сместились в сторону товаров и услуг, которые предлагают качество, долговечность, доступность и непреходящую ценность, с меньшим акцентом на приобретение модных предметов ради моды.

На основе вышеизложенного можно выделить пять факторов успешности потребительского товара для покупателя:

1. Высокая воспринимаемая ценность: продукт должен убедительно соответствовать высокому уровню стоимости и долговечности, чтобы дать потребителю уверенность в том, что он совершил разумное вложение денег в товар. Потребитель должен быть уверен в том, что магазин добросовестно устанавливает по возможности максимально низкие цены,

в то время как управляющий магазином должен приложить максимум усилий для получения жизнеспособной прибыли.

2. Качественный и модный: мода останется важным фактором, но качество будет превалировать в сознании многих потребителей. Продукты, которые предлагают качество, полезность и соответствуют моде, будут иметь огромное конкурентное преимущество.

3. Дешевые товары сохраняют свою нишу: если компания хочет завоевать сердца бюджетосознательных потребителей, она должна предоставить изделия, захватывающие дух, но... по доступной цене.

4. Дополнительный сервис: помимо собственно продаж ювелирных изделий магазин должен предлагать услуги, создающие максимальный комфорт посетителю — ремонт, чистка ювелирных украшений, услуги геммолога...

5. Интеграция оф- и онлайн-услуг, что обеспечивает самый высокий из возможных уровней удобства для клиентов. Следует отметить, что сайт должен быть прост в использовании, сугубленной информацией обслуживания клиентов.

Другими словами, нужно признать, что ювелирная промышленность сегодня является «совершенно новым миром», потому важно посмотреть на свой бизнес свежим объективным взглядом — постарайтесь представить, что вы только открываете его.

Ну и в конце статьи приведем список десяти мировых гигантов ювелирного ритейла, основанный на розничной стоимости по данным 2011 года (в долларах США). Реализация продукции является главным показателем рыночной силы любого предприятия. Этот показатель говорит о том, насколько четко организован производственный цикл, о доверии потребителей к качеству и ассортименту продукции предприятия, его бренду, торговой марке. Рейтинги интересны и полезны тем, что позволяют определить эффективность компаний, их популярность и распространенность. А также тем, что позволяют сравнить успехи собственного бизнеса с ведущими компаниями мира. Нужно знать, куда расти!

Компания	Штаб-квартира	Розничная стоимость
Chow Tai Fook Jewellery Group Ltd.	Китай. В настоящее время розничная сеть охватывает более 400 городов Китая, Сингапура и Малайзии	\$4,6 млрд
Compagnie Financiere Richemont	Швейцария. Холдинговая компания, специализируется в производстве предметов роскоши	\$4,5 млрд
Tiffany & Co	Соединенные Штаты. На 31 января 2013 года компания обладает 275 магазинами, из них 115 находятся в Америке, 66 в Азиатско-Тихоокеанских странах, 55 в Японии, 34 в Европе и 5 в других странах	\$3,9 млрд
Signet Jewelers Ltd.	Великобритания. Signet Jewelers является крупнейшим ювелирным ритейлером США (более 1400 магазинов) и Великобритании (около 500 магазинов)	\$3,4 млрд
Shanghai Lao Feng Xiang Co. Ltd.	Китай. Предприятие имеет около 2300 торговых точек в Китае, а также франчайзинговые магазины в Австралии, Гонконге, Макао	\$3,3 млрд
Shanghai Yuyuan Tourist Mart Co. Ltd.	Китай. Одна из крупнейших торговых сетей Китая	\$2,7 млрд
Zale Corp.	Соединенные Штаты. Третья по величине американская ювелирная компания владеет шестью розничными брендами, имеет около 1700 розничных точек по всей Северной Америке	\$1,8 млрд
Pandora A/S	Дания. Оптовые продажи собственной продукции осуществляются в более чем 10 300 магазинах 70 стран мира	\$1,7 млрд
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA	Франция. Известный производитель предметов роскоши	\$1,5 млрд
Swarovski AG	Австрия. Swarovski AG принадлежат 75 фабрик, продукция бренда представлена в 31 стране мира. 80% всех кристаллов, используемых в качественной бижутерии, являются камнями Swarovski	\$1,3 млрд



Новости от Клио



В начале нового, 2014 года, торгово-производственная компания «Клио» отметила сразу два новоселья: в Москве, на Рязанском проспекте, открылся новый, современно оборудованный офис, а в Петербурге, в самом сердце ювелирной жизни Санкт-Петербурга, на улице Яблочкова, дом 1, рядом с Северо-Западной инспекцией пробирного надзора, гостеприимно распахнул свои двери второй магазин компании «Клио». Здесь каждый сможет купить все то, что ему необходимо: для тех, кто связан с ювелирным производством, в магазине представлен широкий ассортимент оборудования, расходных материалов, синтетических и полудрагоценных вставок; представители ювелирной торговли могут ознакомиться с последними новинками демонстрационного оборудования, приобрести разнообразную, современного дизайна упаковку для ювелирных изделий. В магазине представлен, пожалуй, самый широкий ассортимент витринного оборудования и ювелирной упаковки в городе. Главное преимущество компании «Клио» — собственное производство, позволяющее изготовить демонстрационное оборудование по индивидуальным эскизам заказчика — любых размеров, материалов и цвета — в кратчайшие сроки. Это позволяет компании оперативно реагировать на изменение спроса, а также предлагать покупателям именно тот товар, в котором они заинтересованы.



Специалистами компании «Клио» накоплен уникальный опыт в области производства и продажи геммологического оборудования, что позволяет удовлетворить запросы самых взыскательных покупателей как по ассортименту представленной продукции, так и по цене. Здесь вы можете приобрести оборудование для диагностики цветных натуральных камней, бриллиантов, муассанитов, драгоценных металлов, в том числе отлично зарекомендовавшие себя надежные детекторы бриллиантов и муассанитов «Клио-Даймонд» и золота «Клио-Голд», имеющие сертификат Госстандарта и являющиеся успешной собственной разработкой компании «Клио». Ассортимент, представленный в магазине, настолько широк, что без труда можно оборудовать геммологическую лабораторию как в экспертном центре, так и на производстве, в ломбарде, музее.

В магазине Вас радушно встретят опытные внимательные сотрудники, которые всегда дадут Вам квалифицированный совет.

В Москве, Санкт-Петербурге и Костроме на протяжении многих лет компания «Клио» является одним из лидеров среди поставщиков выставочного оборудования, упаковки и инструмента для ювелиров. Опыт работы, накопленный за долгие годы, профессионализм специалистов, внедрение новых технологий, постоянное совершенствование производимого оборудования и гибкая ценовая политика позволили компании заслужить безоговорочное доверие покупателей.



В будущем году компания «Клио» отметит 25-летний юбилей, и нет сомнений в том, что к этой дате «Клио» подготовит немало приятных новинок для своих покупателей.



Наставничество в ювелирной компании



В Издательском доме «6 карат» вышла книга «Золотой персонал». Новое издание — юбилейное, десятое в серии книг «Для тех, у кого есть дело — ювелирное». Его выход в свет — определенный этап в работе издательской команды, которая уже десять лет создает уникальный для ювелирного рынка продукт. Книга «Золотой персонал» — ответ на новый запрос руководителей, которым сегодня необходимы адаптированные для ювелирного рынка технологии управления сотрудниками. «Бери и делай!» — девиз, который характеризует формат всех книг серии. Автор учебника не отступила от него и щедро поделилась своим многолетним опытом и знаниями. Материалы специалиста-практика позволят руководителям получить еще один взгляд на работу по управлению персоналом. У кого-то он вызовет живой интерес и благодарность, а у кого-то, может быть, споры и желание подискутировать. В этом номере журнала мы приводим одну из глав книги по организации наставничества в ювелирной компании.

Наставничество — один из самых эффективных способов обучения персонала. Оно не столь затратно для организации, как, например, тренинги, и не требует найма дополнительных специалистов. Но, казалось бы, при всей простоте эта технология не всегда действует одинаково эффективно.

Поговорим о подводных камнях и типичных ошибках при организации наставничества в ювелирной компании.

Первое: отсутствие четкой системы. Часто наставничество происходит стихийно: когда выходит на работу новый сотрудник, мы начинаем ломать голову, кто бы мог его обучить. При этом нет общей методики подачи знаний, новички получают различный объем информации.

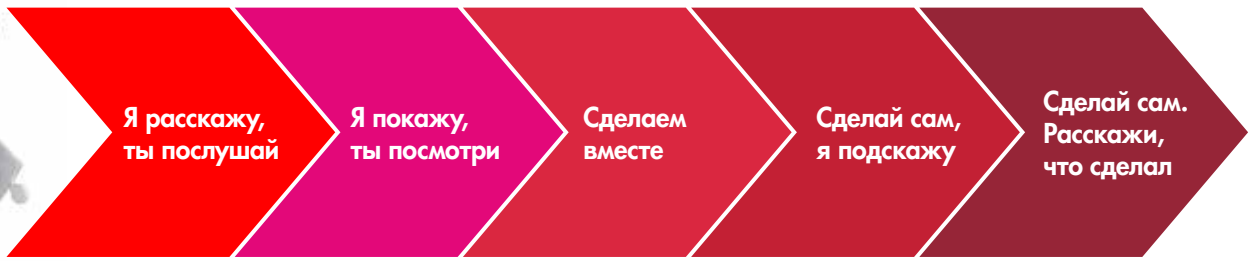
Второе: наставник не подготовлен. Он может быть высококвалифицированным специалистом, знать все тонкости работы, но не умеет грамотно передать свой опыт — не обладает дополнительными методическими знаниями, навыками передачи технологий. При этом деятельность самого наставника мы тоже не можем оценить, поскольку нет разработанных критериев и системы оценки.

Третье: иногда наставники просто не хотят делиться опытом. Это может происходить потому, что

они видят в новичках будущих соперников и конкурентов. Поэтому большой ошибкой является неправильный выбор наставника с точки зрения его личностных качеств. Например, в ситуации, когда наставник демотивирован, он может передать новому сотруднику свое негативное отношение к работе.

Четвертое: существует проблема в системе вознаграждения за наставничество. Когда наставник работает с новичками, у него не хватает времени качественно и на 100% выполнять свои собственные должностные обязанности. Производительность его труда падает, и если это отражается на зарплате, то сотрудник, выбирая между спокойной жизнью и дополнительной нагрузкой, которая влечет за собой к тому же потерю части зарплаты, конечно, выберет первое. Рекомендуется просчитать сумму, которая компенсирует наставнику потерянную часть его зарплаты, и бонус сверх ежемесячного заработка, чтобы сотрудники хотели стать наставниками.

Если нет возможности ввести дополнительные выплаты за наставничество, продумайте нематериальные виды стимулирования, такие как повышение статуса наставника, предложение ему конкретных привилегий, нематериальных благ и бонусов, либо перспективы карьерного роста тем наставникам,



которые справляются с поставленной задачей. Следует постоянно подчеркивать важную роль наставников и создавать в коллективе атмосферу уважения к их деятельности, торжественно вручать им благодарственные письма и грамоты за эффективное наставничество.

Наконец мы переходим к алгоритму наставничества, который состоит из пяти этапов. Почему именно пяти? Потому что пятикратное повторение — это тот минимум, при котором информация и навыки закрепляются эффективнее.

Итак, **первый этап: «Я расскажу, ты послушай».**

На этом этапе мы передаем теоретическую информацию, например о работе на кассовом аппарате. Сначала рассказываем об устройстве кассового аппарата, о том, как проводить различные операции, какие есть сложности в эксплуатации.

Второй этап: «Я покажу, ты посмотри».

Здесь мы уже показываем новичку, как работать, на какие клавиши нажимать, сопровождая свои действия объяснениями. То есть ту же лекцию повторяем еще раз, но уже сопровождаем рассказ действием. Именно в такой последовательности следует начинать обучение.

Следующий, **третий этап: «Сделаем вместе».**

Выполняем все операции вместе с новичком: что делаем, какую клавишу дальше нажимать и т. д.

Четвертый этап: **«Сделай сам, я подскажу».**

Новичок выполняет процедуру, и если он что-то забыл, растерялся, не усвоил, с готовностью ему подсказываем. Этот этап можно проходить несколько раз, до тех пор, пока новичок не станет безошибочно выполнять данную процедуру.

Но это не значит, что нам на этом нужно остановиться и считать процесс передачи знаний завершенным. Последний этап очень важен, потому что включает осознание всех этапов и процессов.

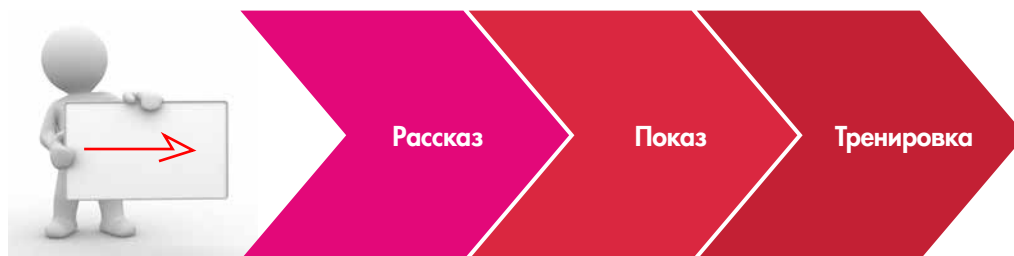
Пятый этап называется **«Сделай сам. Расскажи, что сделал».**

Для нас важно услышать, что новичок не просто механически нажимает на кнопки, но и понимает, зачем он это делает и что будет делать впоследствии, потому что через осознание навыки закрепляются гораздо лучше.

Неважно, какой навык вы тренируете: работу с компьютером, с кассовым аппаратом либо с тем, как поставить магазин на сигнализацию, сложный этот навык или легкий — этот алгоритм во всех случаях работает эффективно.

Пример обучения основам выкладки ювелирных украшений

Этап	Описание
Я расскажу, ты послушай	В нашем магазине ювелирные изделия выложены в строгом порядке, по группам, что помогает и клиенту, и продавцу быстро ориентироваться. Основное разделение витрин — по цвету золота, внутри же витрин мы выкладываем изделия по коллекциям (по видам ювелирных вставок, по дизайну, по назначению и т. д.). Далее рассказываем все о технологии выкладки, объясняете основные приемы и рассказываете о существующих в компании стандартах.
Я покажу, ты посмотри	Посмотрите, в паллетах уже размещены украшения. Когда утром их выставляете в витрину, проверяйте, чтобы ценник и нитка крепления бирки были аккуратно убраны (или, наоборот, чтобы ценник хорошо был виден). Далее демонстрируете стандартную выкладку.
Давай сделаем вместе	Давайте вместе продолжим... Какую паллету вы поставили бы вот сюда, а какую — сюда? Почему именно ее?
Сделай сам, я подскажу	Попробуйте оформить эту витрину самостоятельно, я подскажу, если вы где-то ошибетесь.
Сделай сам. Расскажи, что сделал	А теперь полностью оформите вот эту витрину, без моих подсказок. После выкладки спросите, даже если витрина выставлена в полном соответствии со стандартом: «Расскажите, почему вы именно так все выложили».



Существует более упрощенная система наставничества. Она активно используется военными. Состоит всего из трех этапов: рассказ, показ, тренировка. Как видим, она полностью дублирует пятишаговую систему.

По большому счету, этап тренировки, который в предыдущей модели разбит на три подпункта: «Сделаем вместе», «Сделай сам, я подскажу» и «Сделай сам. Расскажи, что сделал» — здесь объединен в один.

Эту технологию можно использовать при обучении работе с клиентами. Мы рассказываем, из каких этапов состоит у нас продажа, как мы, например, вступаем в контакт с клиентом, как выявляем его потребности, как презентуем наш товар, работаем

с возражениями и завершаем сделку. После опытный продавец показывает эти этапы с клиентом, а новичок наблюдает. Либо они отыгрывают это в ролевой игре, если в магазине нет возможности для новичка в процессе обслуживания находиться в непосредственной близости от клиента, так как иногда это неуместно.

Следующим этапом является тренировка. Если мы говорим про упрощенную технологию тренировки, рекомендуется сначала использовать ролевые игры. Тренировка должна проходить не при клиентах, ведь для магазина цена ошибки в данной ситуации — несостоявшаяся продажа, упущенная выгода или, что еще хуже, потерянный клиент.

Пример обучения этапу выявления потребностей

Шаг	Описание
Рассказ	После вступления в контакт очень важно выявить потребности клиента, то есть понять, чего же он хочет и что мы можем ему предложить. Для этого важно использовать вопросы (далее рассказываете о видах вопросов).
Показ	Давайте вы будете покупателем, а я продавцом. Я буду выявлять у вас потребности... Загадайте какое-нибудь украшение, находящееся на витрине (далее идет демонстрация образца поведения с задаванием вопросов).
Тренировка	Теперь я буду покупателем... Я сейчас загадаю какое-нибудь украшение с витрины, а вы, задавая вопросы, должны понять, что именно я хочу, то есть выявить мою потребность (тренировка проводится до тех пор, пока новичок не научится выявлять потребности).

Для процесса обучения рекомендуется организовать какое-то специальное место, использовать дополнительные материалы, выделить определенное время. Важно добиться внимания новичка, прежде чем будете давать ему какую-то информацию.

Длинные этапы и инструкции нужно обязательно разбивать на маленькие шаги, чтобы не перегружать внимание слушающего, и каждый шаг отрабатывать отдельно. Например, при обучении технологии продаж каждый этап следует рассматривать отдельно.

При освещении темы вступления в контакт проходим с ней по всем этапам: рассказ, показ и тренировка. Только после того как у новичка начало получаться, переходим к следующему шагу — выявлению потребностей, потом — презентация, далее — работа с возражениями и завершаем допродажей с оформлением покупки.

Старайтесь предугадать поведение новичков при выполнении задания. Это можно сделать, исходя из вашего опыта наставничества и тех ошибок, которые допускали предыдущие обучаемые.

И самое главное — обеспечьте новичка регулярной обратной связью. То есть говорите ему, что у него получается, что не получается, над чем еще поработать.

Если вы готовите наставника, у которого не было опыта обучения новичков, предложите ему следующую схему обучения. Она максимально развернутая. Не обязательно использовать все пункты, но если наставник при объяснении, при постановке задачи новичку будет использовать этот алгоритм, то будьте уверены, что никакой пункт не выпадет и новичку будет максимально понятно то, что ему объясняют.



ЧТО?	<ul style="list-style-type: none"> • Что именно необходимо сделать? • Какие факторы, условия должны быть приняты во внимание? • Какие трудности могут возникнуть?
КТО?	<ul style="list-style-type: none"> • Кто будет отвечать за выполнение задания? • С кем новичку придется взаимодействовать? • Кого следует проинформировать или поставить в известность?
ЗАЧЕМ?	<ul style="list-style-type: none"> • Как данная задача связана с генеральными целями компании и ее стратегией? • Что произойдет, если порученная задача не будет выполнена?
КАК?	<ul style="list-style-type: none"> • Как выполнить задачу, каков алгоритм? • Какие методы и инструменты следует использовать? • На что обратить внимание? • Каким требованиям должен соответствовать результат? • Какие средства и ресурсы могут быть использованы? • Какие могут быть затраты?
КОГДА?	<ul style="list-style-type: none"> • Когда следует начать работу? • Когда следует ее завершить? • Когда установить промежуточные сроки, контрольные точки? • Когда и в какой форме сотрудник должен информировать наставника о ходе работы? • Когда и в какой форме исполнитель должен информировать наставника об итогах работы?



ИНГА ОРЛОВА,
консультант,
преподаватель
Международного
Бизнес-центра
«6 карат»



ЕЛИЗАВЕТА



Золото 585°

ПРОИЗВОДСТВО ПРЕВОСХОДНЫХ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

ООО «Елизавета»[©]

Адрес производства:
197438, Санкт-Петербург,
Коломяжский пр., д. 10
Торговый отдел +7 (911) 283 76 03
Склад +7 (960) 238 25 19
Тел./факс +7 (812) 492 03 03
www.elizaveta925.ru
ooo-elizaveta@list.ru

Магазин:
ТВК «Гарден Сити», Лахтинский пр., д. 85

Торговое представительство:
Москва, Комсомольская пл., д. 6, оф. 685
Тел. +7 (926) 219 40 62
elizavetamos@gmail.com

реклама

5–9 февраля «JUNWEX Петербург 2014»
Санкт-Петербург, ВК «Ленэкспо», павильон № 3, стенд № 600

Обратная связь: ТРИ КОНКРЕТНЫЕ СХЕМЫ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ ЮВЕЛИРНОГО МАГАЗИНА



На тренингах по управлению персоналом часто сталкиваюсь с проблемой, которую высказывают руководители: «Я говорю, а они не слышат! И снова и снова делают неправильно!». Согласитесь, хотя бы раз с каждым руководителем случалась похожая ситуация. В условиях современного динамичного рынка очень важна скорость обучения персонала — зачастую у компании просто нет времени ждать, когда сотрудник пройдет очередной тренинг или учебный курс, новые способы поведения должны быть внедрены уже сегодня, причем силами самих руководителей.



Для развития и обучения сотрудников, в том числе и на рабочем месте, придумано и применяется множество отличных способов. Сегодня я хотела бы поговорить о таком простом на первый взгляд способе работы с подчиненными, как **ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ**. Это действенный инструмент, доступный для применения в условиях дефицита времени и условий и вместе с тем закладывающий основу эффективного развития сотрудников.

Данная методика особенно актуальна для руководителей розничных ювелирных магазинов — ведь зачастую руководитель находится рядом с подчиненными только ограниченное количество времени, а корректировать поведение сотрудников необходимо, особенно в первые полгода работы в новой должности. С другой стороны, даже короткое пребывание руководителя в магазине обычно дает ему прекрасный материал для обсуждения.

Для начала дадим определение:

Обратная связь — это информация о поведении человека в прошлом, которую сообщают ему в настоящем, рассчитывая, что она повлияет на его поведение в будущем

Можно выделить следующие виды обратной связи, каждый из которых ежедневно применяется руководителем на рабочем месте:

1. Позитивная обратная связь — руководитель сообщает сотруднику, что он положительно оценивает его действия. Главными задачами такой обратной связи являются: мотивация сотрудников, которая стимулирует и повышает веру в собственные силы; демонстрация внимания руководителя, который видит и ценит вклад каждого; оценка поведения, которая укрепляет линию поведения в конкретной ситуации.

Пример ситуации: продавец ювелирного магазина четко определила запрос клиента (серьги в подарок, до 3000 рублей, длинные, с голубыми камнями), сформировала дополнительную потребность (сейчас Новый год, но скоро будет 8 Марта, соответственно, клиент подобрал кольцо и кулон в комплект) и мастерски завершила продажу.

2. Негативная обратная связь служит для оценки неэффективного поведения и направлена на изменение действий сотрудника. Как правило, руководителю нетрудно увидеть недостатки в работе подчиненных. Гораздо труднее конструктивно сообщить подчиненным об этих недостатках — сообщить так, чтобы гарантировать их исправление в будущем. Негативную обратную связь можно разделить на два подвида:

а) **развивающая** — направленная на коррекцию поведения сотрудника. Данный вид обратной связи как раз и является наиболее мощным инструментом развития и совершенствования сотрудников, поскольку направлен на создание новых, конструктивных способов выполнения работы.

Пример ситуации: сотрудник розничного магазина не знала, что за ювелирная вставка в изделии, и назвала камень наугад. Клиент остался удовлетворен ответом, но камень был назван неверно;

б) **конструктивная критическая** — направленная на выражение отношения руководителя к действиям сотрудника. Данный вид обратной связи применяется в критически негативных случаях поведения сотрудника и предназначен для сообщения ему, что данные действия являются недопустимыми.

Пример ситуации: сотрудник ювелирного магазина в ответ на вопрос покупателя о моделях кольца, подходящих к выбранным серьгам, указал на витрину и ответил клиенту: «Все перед вами, выбирайте».

Итак, мы определили виды обратной связи, теперь скажем несколько слов о ее принципах, общих для каждого из видов. Обратная связь должна быть: конкретной (не содержит огульного обобщения), своевременной, конструктивной (предлагает варианты поведения, которые вы хотели бы видеть в будущем) и с последствиями (как оно влияет на вас, на других, на рабочий процесс).

Основной вопрос в том, КАК конкретно эта информация о поведении сотрудника должна быть ему предоставлена.

Основные, общие для каждого вида обратной связи, моменты я могу кратко сформулировать так:

- конкретно описываем ситуацию (всегда шаг первый);
- выражаем свое к ней отношение;
- сообщаем о будущем (всегда шаг последний).

Если мы говорим о развивающей обратной связи, то добавляются несколько дополнительных шагов, направленных на задействование в обсуждении ситуации самого сотрудника: его самооценка и его идеи о будущем.

Схемы обратной связи для каждого из ее видов выглядят следующим образом:

Конкретные шаги

Шаг	Схема позитивной обратной связи	Схема развивающей негативной обратной связи	Схема конструктивной критической обратной связи
0	Предназначение: Позитивная обратная связь — самая приятная для сотрудника, это действенный способ мотивации	Предназначение: Развивающая обратная связь служит инструментом именно развития, а не наказания и демотивации сотрудника. Данный вид обратной связи максимально повышает продуктивность работы сотрудника	Предназначение: Данный вид обратной связи содержит критику поведения сотрудника, его цель — не развитие чего-то нового и хорошего, а пресечение того, чего быть категорически не должно
1	Что было сделано удачно? Пример: «Ты сейчас очень хорошо установила контакт с клиентом, он тебе рассказал так много о человеке, для которого выбирал украшение!»	Что было сделано неудачно? Пример: «Когда клиент спросил тебя о вставке в изделии, ты назвала камень наугад и неверно»	Что было сделано неудачно? Пример: «Когда ты общалась с клиентом, ты отказалась выполнить свои обязанности и проконсультить его по ассортименту»

Шаг	Схема позитивной обратной связи	Схема развивающей негативной обратной связи	Схема конструктивной критической обратной связи
2	Почему я считаю, что это действие удачно? (позитивные последствия) Пример: «Потому что твой ответ произвел на клиента впечатление очень профессионального, и в дальнейшем он доверял тебе и полагался на твои рекомендации»	Отношение руководителя к ситуации Пример: «Я встревожился, поскольку твоя ошибка могла бы полностью подорвать доверие клиента к магазину»	Оценка данного поведения Пример: «Это недопустимо» Ваше отношение как руководителя к произошедшему Пример: «Я возмущен таким отношением к нашим клиентам»
3	Планирование следующего шага в развитии сотрудника Пример: «Что для тебя было бы важно/интересно с точки зрения повышения качества твоей работы?»	Спросить о самооценке Пример: «Как ты оцениваешь ситуацию и свои действия?»	Ваши ожидания на будущее Пример: «Я хочу, чтобы в дальнейшем ты с уважением отвечала на запрос клиента и демонстрировала ему необходимые изделия»
4		Что можно было бы сделать в этой ситуации? Пример: «Возможно, стоило вместе с клиентом посмотреть бирку изделия и заодно предложить померить кольцо»	Санкции Пример: «Тебе выносится замечание/выговор/штраф»
5		Как стоит действовать в будущем? Пример: «В следующий раз, когда ты будешь показывать клиенту изделия, возможно, стоит самой сразу же смотреть бирку, если ты не уверена в каких-то аспектах»	
6		Что именно сотрудник собирается делать в будущем? (договоренность о конкретных шагах) Пример: «Что именно ты собираешься предпринять, чтобы точно узнать/запомнить все наши изделия?»	

Часто после пошагового разбора видов обратной связи участники тренинга пугаются — это слишком сложно и долго, в магазине у меня не будет времени/возможности все это вспомнить и сделать, и так далее и тому подобное. Да, применение инструмента «обратная связь» требует от руководителя усилий и работы. Но с другой стороны, ваши вложения окупаются тем, что вы и ваш сотрудник начинаете говорить на одном языке и в одном «понятийном аппарате», особенно в случае развивающей обратной связи, конечно. Он четко понимает, что конкретно в его действиях вами приветствуется или не одобряется. И конечно же, какими последствиями для него обернется обсуждаемое поведение.

Да и не так уж это страшно и сложно на самом-то деле. Давайте вернемся к нашим примерам начала статьи и послушаем, какую обратную связь сотрудникам дали их руководители.

«Отличная продажа» — пример позитивной обратной связи

Руководитель присутствовал в магазине, когда одна из продавцов очень хорошо поработала с клиентом: четко определила запрос клиента (серьги в подарок, до 3000 рублей, длинные, с голубыми камнями), сформировала дополнительную потребность (сейчас Новый год, но скоро будет 8 Марта, соответственно, клиент подобрал кольцо и кулон в комплект) и мастерски завершила продажу.

В присутствии двух других сотрудников магазина (для усиления мотивирующего воздействия) руководитель дает данной сотруднице позитивную обратную связь:

«Екатерина, это была прекрасная продажа! Ты так расположила клиента к себе, что он рассказал тебе все о своей девушке! И то, что ты практически сразу же предложила ему

именно то, что надо, тоже говорит о высоком профессионализме. Ну а то, что ты смогла сформировать представление о необходимости гарнитура, на мой взгляд, вообще очень важно — теперь это не просто наш постоянный клиент, теперь это наш постоянный клиент, знающий, что покупать надо сразу все вместе!

Я бы хотела обсудить с тобой возможность использования твоих знаний и умений в обучении наших недавно работающих сотрудников. Какие у тебя есть идеи на этот счет?»

«Недостаточная компетентность» — пример развивающей негативной обратной связи

Руководитель присутствует при общении недавно работающей сотрудницы с клиентом. Сотрудница не знала, что за вставка в изделии, заинтересовавшем клиента, и назвала камень наугад. Клиент остался доволен ответом, но камень был назван неправильно.

Наедине с сотрудником, для избегания демотивации, руководитель дает развивающую негативную обратную связь.

«Мария, только что ты сказала клиенту, что это кольцо с кварцем. На самом деле это кольцо с зеленым аметистом, более интересным и редким камнем. Мне не понравилась данная ситуация, потому что это признак нашего непрофессионализма, это могло бы подорвать его доверие к магазину в целом. Кроме того, ты понизила ценность и привлекательность кольца, «заменив» вставку. Как ты сама оцениваешь свои действия? А какие могли бы быть альтернативы? Да, ты совершенно права, стоило достать кольцо и посмотреть бирку, ведь на ней указана вся информация об изделии. Кроме того, достав кольцо с витрины, ты могла бы предложить клиенту его примерить. В следующий раз, когда ты будешь показывать клиенту изделия, возможно, стоит самой сразу же смотреть бирку, если ты не уверена в каких-то аспектах.

А теперь мне хотелось бы обсудить вот какой важный вопрос: что именно ты собираешься предпринять, чтобы точно познакомиться со всеми нашими изделиями?»

«Витрины прозрачные» — пример конструктивной критической негативной обратной связи

Руководитель находился за спиной продавца (сотрудница его не видела, торговый павильон — «остров») и стал свидетелем следующей ситуации. Продавец в ответ на вопрос покупателя о моделях кольца, подходящих к выбранным серьгам, указала на витрину и ответила клиенту: «Все перед вами, выбирайте».

В отсутствие свидетелей, сразу же после наблюдаемой ситуации, руководитель дает сотруднику конструктивную критическую негативную обратную связь.

«Татьяна, только что я была свидетелем очень неприятной ситуации. Ты прямо отказалась выполнять свои обязанности и помочь клиенту в выборе кольца. Данная ситуация является недопустимой. Я крайне возмущена таким отношением к клиентам и к выполнению своих обязанностей. Я хочу, чтобы в дальнейшем ты с уважением отвечала на все запросы клиента и демонстрировала ему необходимые изделия. По итогам этой ситуации я выношу тебе предупреждение и в дальнейшем, если случатся похожие инциденты, будет идти речь о выговоре и лишении премии».

Развивайте ваших сотрудников — и высоких вам продаж!



Всероссийская специализированная выставка
ЮвелирЭКСПО
2014

19-23 ФЕВРАЛЯ

18-22 ДЕКАБРЯ



ВОЛГОГРАД
ЭКСПОЦЕНТР

реклама

Организатор

 **Волгоград ЭКСПО**

(8442) 55-13-17
www.volgogradexpo.ru

Генеральный информационный спонсор
Генеральный информационный партнер

всероссийский ювелирный каталог
ЭКСПО ЮВЕЛИР

 **АЙОЛАНТА**

Категорийный менеджмент в канале сбыта

ЧАСТЬ 3



Представляем последнюю, заключительную часть цикла статей об использовании категорийного менеджмента в оптовых компаниях ювелирного сектора.



В заключение поговорим о том, чем же отличается работа категорийного менеджера от менеджера по закупкам и есть ли при этом разница в системе их мотивации?

Категорийный менеджер — это новая должность, новый подход, новая ответственность... потому что он должен не только думать, как выторговать лучшую для себя цену, но и разбираться во всем

комплексе проблем, связанных с той или иной категорией ассортимента. Он должен знать, что происходит на рынке, быть в курсе проблем логистики, принимать ответственность за финансовые вопросы. Таким образом, категорийный менеджер берет на себя ответственность за принятие решений и получение максимального экономического эффекта по каждой категории.

Характерные отличия торгового категорийного менеджмента

Основные положения	Торговый менеджмент	Категорийный менеджмент
Особенности системы управления	Централизованная система управления на базе моноцентрической системы хозяйствования	Полицентрическая система управления, предполагающая создание нескольких центров ответственности
Объект управления	Хозяйственная деятельность компании в целом или ее конкретные сферы	Категории торгового ассортимента и процесс их формирования; процесс реализации
Основная цель деятельности компании на рынке	Обеспечение прибыльности или доходности компании	Достижение максимального соответствия ассортимента дифференцированным потребностям рынка
Специализация управления	По ключевым сферам деятельности, образующим подсистемы менеджмента	По категориям объекта управления

Основные положения	Торговый менеджмент	Категорийный менеджмент
Преимущественный тип организационной структуры	Линейная структура с установленной иерархией управления	Матричная организационная структура, ориентированная на самостоятельное принятие решений и координацию деятельности по горизонтали
Порядок распределения ресурсов	Ресурсы внутри товарных групп	Принцип самоуправления категорией. Распределение ресурсов по всем товарным категориям
Критерии эффективного управления	Приобретенный стратегический потенциал компании, доля рынка, прибыльность	Приобретенный стратегический потенциал компании, степень соответствия торгового ассортимента действующему спросу
Характер ассортимента, стратегии	Организация ассортимента тех групп товаров, которые пользуются спросом и способны принести компании прибыль	Организация ассортимента тех групп товаров, которые соответствуют потребности рынка и способы повысить общую потребительскую ценность всего ассортимента
Направление совершенствования ассортимента	Совершенствование структуры торгового ассортимента	Совершенствование концепции торгового ассортимента
Процесс целеполагания	Постоянная корректировка ассортимента в зависимости от состояния рынка	Постоянное совершенствование структуры ассортимента независимо от состояния рынка
Характер принимаемых решений	Принимаемые решения не требуют многовариантных расчетов	Принимаемые решения основываются на статистических методах
Взаимоотношения с поставщиками	Компания имеет большое число поставщиков и имеет возможность выбрать тех из них, которые предлагают поставки на более выгодных условиях	Компания устанавливает более широкие партнерские отношения с поставщиком, идет на развитие стратегических союзов и альянсов
Мотивация персонала	На выполнение должностных инструкций, формальных обязанностей. Главная задача — обеспечить основание бюджета на закупку, нормативный товарный запас	На творческий подход к своим обязанностям, на поиск оригинальных решений, на коммерческий успех. Главная задача — обеспечить эффективную работу финансового потока вложенного в товарные запасы, процент по маргинальному доходу с учетом оборачиваемости по категории

Для реализации идеи категорийного управления важен переход на матричную систему управления. Это достаточно сложно для нашего менталитета и для обычных функциональных структур оптовых компаний. Впрочем, и в рознице полностью идею матричного управления реализовать не так просто. Поэтому чаще всего категорийный менеджмент если и используется, то как маркетинговый подход. Но поскольку кто-то маркетинговую идею должен «вести и не терять нить», то функцию категорийного менеджера может взять на себя коммерческий директор оптовой компании. Согласовывая свои действия с директором по продажам и используя аналитические инструменты, он может давать точные параметры для работы закупщиков. Закупщи-

кам же важно будет закрыть потребность в артикулах по категориям, выбирая по более выгодным сейчас предложениям от производителей и более крупных поставщиков.

Не могу не остановиться на еще одном важном вопросе, который возникает при переходе на категорийный менеджмент: подходят ли инструменты анализа, используемые для оценки работы ассортимента в рознице, для оптовых продаж?

Практически все инструменты анализа и оценки эффективности работы ассортимента применимы как в рознице, так и в опте: ABC, XYZ, матричный анализ, расчет оборачиваемости и маргинального дохода с учетом оборачиваемости, ролевой анализ (на базе кросс-категориального) и другие.



В рознице дополнительно используются методики оценки эффективности использования торговой площади: расчет съема с квадратного метра, с выставочной площади и другие.

Инструменты планирования также могут использоваться аналогичные. Например, для согласования планов продаж по категориям и планов продаж по форматам магазинов используется матричный подход.

Его же можно применить в опте, планируя продажи по сегментам своих клиентов.

Категорийный менеджмент — это эффективный инструмент управления цепочкой поставок с применением наиболее прогрессивных методик организации в каждом из звеньев этой цепи.

Построение такой основанной на современных методах управления системы дает целый ряд неоспоримых преимуществ для всех участников цепи поставок.

Среди них наиболее значимые:

- общее снижение издержек в цепи поставок, связанное не только с повышением эффективности процессов и производительности труда, но и с более очевидными статьями экономии, например на снижении товарных запасов или оптимизации документооборота;
- повышение прозрачности компаний для управленцев, обеспечивающее более эффективное поле для принятия решений;
- повышение вовлеченности сотрудников в достижение стратегических целей компании;
- обеспечение наиболее быстрой реакции на изменяющуюся внешнюю среду.

	Категория А	Категория Б	Категория С	Категория Д	
Клиенты, сегмент 1	100	100	70	70	340
Клиенты, сегмент 2	50	50	30	10	140
Клиенты, сегмент 3	20	20	0	50	90
	170	170	100	130	570

Итак, какой же вывод можно сделать из всего вышесказанного и материалов, размещенных в статьях, напечатанных в двух предыдущих номерах?

СЕМИНАРЫ ЕКАТЕРИНЫ КАЗАРИНОВОЙ, КОНСУЛЬТАНТА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕС-ЦЕНТРА «6 КАРАТ»

«Инструменты анализа в управление ассортиментом по товарным категориям для Торговых домов и ювелирных магазинов»

12 марта 2014 года «Экономика ювелирного магазина»

13–14 марта 2014 года «Инструменты анализа в управлении ассортиментом по товарным категориям для торговых домов и ювелирных магазинов»

Запись и информация по телефонам: (495) 232-22-60, 232-33-79 или 744-34-64



РАСПИСАНИЕ УЧЕБНОГО ЦЕНТРА «ЮВЕЛИР-ПРОФИ»
 НА I КВАРТАЛ 2014 ГОДА

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
ФЕВРАЛЬ			
1	3–4 февраля	Практический курс от известного маркетолога-практика «Эффективное продвижение на ювелирном рынке с минимальным бюджетом при максимальной конкуренции»	Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга, PR-специалисты
2	26 февраля	От шведского дизайнера Семинар «Стили, мода и дизайн ювелирных украшений. Основные тренды 2014 года»	Владельцы и руководители ювелирных компаний, коммерческие директора, технологи, арт-директора, дизайнеры, менеджеры по продажам и закупкам, продавцы-консультанты, мерчандайзеры и широкий круг покупателей ювелирного искусства.
3	26–27 февраля	От шведского дизайнера NEW! Семинар и мастер-класс «Минимализм, концептуализм и хай-тек в дизайне ювелирных украшений. Основные тренды 2014 года» «Проектирование украшений в стиле минимализм с использованием элементов хай-тека. Разработка коллекций концептуальных направлений»	Технологи, арт-директора, дизайнеры, художники
4	27–28 февраля	Тренинг «Руководитель как наставник: развитие сотрудников ювелирного магазина на рабочем месте»	Владельцы, директора, управляющие, администраторы, руководители по персоналу, наставники
МАРТ			
5	12 марта	Семинар «Экономика ювелирного магазина»	Руководители ювелирных магазинов, коммерческие директора, экономисты
6	13–14 марта	Семинар «Подходы к созданию категорийного справочника товаров. Инструменты анализа в управлении ассортиментом для торговых домов и ювелирных магазинов»	Руководители, администраторы, мерчандайзеры, специалисты по маркетингу, закупкам, товароведы
7	13–14 марта	Тренинг «Практика оптовых продаж ювелирных украшений»	Специалисты по оптовым продажам
8	18 марта	Семинар «Федеральный пробирный надзор: учет драгоценных металлов и драгоценных камней, специфика документооборота на предприятиях ювелирной отрасли»	Руководители, владельцы, бухгалтеры, экономисты ювелирных компаний
9	24–25 марта	Тренинг для тех, кто обучает продавцов «Научите их продавать, или Практика обучения искусству продаж»	Для всех, кто занимается обучением персонала по эффективным продажам

Проводятся семинары в корпоративном формате (наши специалисты приедут в вашу компанию, в ваш город или пригласят в Международный Бизнес-центр «6 карат» в Москву). Заказывайте обучение заранее!

Внимание! В расписании возможны изменения. Следите за обновлениями на сайте:

<http://www.6carat.ru/>

Получить информацию по семинарам можно по телефонам: + 7 (495) 744-34-64, 232-22-60, 232-33-79
или по e-mail: info@6carat.ru; 6carat@inbox.ru

26 ФЕВРАЛЯ 2014 ГОДА

**Семинар «Стили, мода и дизайн ювелирных украшений.
Основные тренды 2014 года».**

26–27 ФЕВРАЛЯ

NEW! Мастер класс от шведского дизайнера

«Проектирование украшений в стиле минимализм с использованием элементов хай-тека. Разработка коллекций концептуальных направлений».





Элегантный подарок ДЛЯ НЕГО...

Коллекция «Маэстро»

В мире серьезных мужчин царят особые законы. Разговоры здесь не бывают праздными, запахи при- торными, а игрушки – дешевыми. Но будет опромет- чиво утверждать, что в мужском царстве нет места украшениям. Конечно, есть! Только это особые вещи, созданные специально для настоящих мужчин. Бриллианты и золото... Вряд ли можно представить себе более гармоничное сочетание в мужских украше- ниях. Классика на все времена, когда нет места сомне- ниям, а есть твердые намерения и способность претво- рить их в жизнь. Маэстро, это создано для Вас!



14033950
Кольцо

Золото 750°, бриллианты



54033950
Зажим

для галстука



04033978
Запонки

Золото 750°, бриллианты



14033978
Кольцо



54033978

Зажим для галстука

Коллекция «Денди»

Какие ассоциации может вызвать слово «денди»? Воображение сразу рисует портрет элегантного муж- чины в безупречном костюме, а возможно в смокинге с бабочкой, с дорогой курительной трубкой и сдержанными, отточенными движениями. Мужской гарнитур «Денди» – это атрибут особой моды и стиля изысканной жизни.



08033858
Запонки

Золото 750°, бриллианты

58033858
Зажим для галстука



от «Алмаз-Холдинга» ДЛЯ НЕЁ...

Коллекция «Эффект муската»

В новом эксклюзивном гарнитуре слито воедино все, что так притягивает истинных ценителей стильных украшений. Большая жемчужина цвета светлого муската смотрится в окружении золота 750-й пробы настолько органично, что кажется, будто эти драгоценные материалы всегда были вместе, соединенные мастером в неведомый и чарующий узор. Бриллиантовый декор гарнитура подчеркивает оригинальность и ценность украшения.

18634003
Кольцо
Золото 750°, бриллиант,
морской жемчуг



28634003
Серьги

Коллекция «Любовь к четырем апельсинам»



14С44674
Кольцо

34С44674
Подвеска
Золото 750°,
бриллианты,
цитрины, опал



24С44674
Серьги

Коллекция «Долина солнца»



28644014

Серьги

Золото 750°, кварц коньячный,
сапфиры желтые, бриллианты

18644014
Кольцо



Балет в каратах



Может ли что-нибудь так прекрасно передать пластику тела, как это делает балет? В балете есть все — он образец красоты и грациозности. Это формы, находящиеся на пике совершенства. Легкость и гибкость, выразительность и душевность — лишь малые фрагменты дивного торжества под названием Балет!

Фрай Вилле (Frey Wille)

Тонкие силуэты танцующих балерин не раз вдохновляли людей искусства. Этот танец воспевали великие поэты, всемирно известные живописцы, непревзойденные скульпторы, отражая все новые грани изящества тела и души.

Художникам-ювелирам тема балета тоже не чужда: существует огромное множество миниатюрных куколок на пуантах. Порхающие кулоны, брелоки, броши и сережки особенно актуальны у мастеров ювелирии, но тему балета воспевали не только они, но и маэстро высокого ювелирного искусства.

Мы не найдем изящных балерин в изделиях Античности, так как история балета берет свое начало гораздо позже, в эпоху Возрождения, когда в Северной Италии местная аристократия проводила вечера с пышными танцами. Такие встречи участники обустраивали с большим вкусом и утонченностью, заранее оттачивая свои выступления. Придворные танцмейстеры обучали гостей постановкам, где сольные выступления чередовались с групповыми композициями. Постепенно танцы становились все более театральными, а движения — сложными и требующими мастерства.

Днем рождения балета принято считать 15 октября 1581 года, когда итальянец Балдасарино ди Бельджойозо поставил во Франции «Комедийный балет Королевы». Этим театральным действием должны были завершиться пиршества по поводу свадьбы сестры королевы Маргариты Лотарингской и герцога де Жуайез. Балетмейстер создал удивительное для того времени зрелище, где в едином ритме и в строгом порядке действовали разные персонажи, рисуя движениями сложные фигуры. Это был первый опыт соединения музыки и танца со сценическим действием, открывший новый жанр, возводящий балет в ранг искусства.

Вскоре на сцене начали блистать балеты-маскарады с вокальными ариями и чтениями стихов. Танец стал пользоваться большой популярностью, и в 1661 году во Франции была создана первая Королевская академия музыки и танца, а европейские города заповольняли все новые театры. Под неспешные менуэты, гавоты и паваны танцоры исполняли партии в пышных платьях, масках и на высоких каблуках. Костюм танцора мало

чем отличался от бытовой одежды аристократической среды.

Одной из первых изменивших образ балерины была Мари-Анна Кюпп де Камарго. Эта известная танцовщица стала реформатором начала XVIII века. Звезда парижского театра покорила сердца многих ценителей, удивляя их то внешним видом, то виртуозным антраша и кабриоли. В своих выступлениях законодательница моды отказалась от панье, укоротила юбку и ввела для танца специальные туфли. Такая смелость породила скандал, который, впрочем, создал ей не только противников, но и союзников. Имя Мари-Анны вписано в историю, ей посвящались оперы, балеты, оперетты. Полотна живописца Никола Ланкре сохранили нам ее облик, который стал прообразом изящной подвески американской художницы-ювелира Хайди Даус (Heidi Daus). Эта подвеска-брошь является частью коллекции Даус «Могу ли я пригласить Вас на танец» (May I Have This Dance), где маленькая балерина выполнена в ретро-стиле и украшена цветными стразами. В 1951 году Адольф Кац, арт-директор крупнейшей американской фирмы по выпуску ювелирии Коро (Cogo) запатентовал коллекцию украшений «Балерина» в которой также блистала Мари Камарго. Ван Клиф и Арпельс в 1942 году отразили ее образ в платине, где наряд балерины украшали рубины, изумруды и бриллианты.

Далее значительные изменения в театральном танце произошли во времена Великой французской революции. Все силы, чаяния и



Бетси Джонсон
(Betsey Johnson)



Бушерон
(Boucheron)



Ван Клиф и Арпельс (Van Cleef & Arpels)

Фрай Вилле (Frey Wille)



Хайди Дэйс (Heidi Daus)

Никола Ланкре (Nicolas Lancret).
Танцовщица Камаро 1730 г.



March 13, 1951

A. KATZ
BROOCH OR SIMILAR ARTICLE
Filed Jan. 12, 1951

Des. 162,419



Fig. 1.

Fig. 2.

РДОЛФ КАТЗ
INVENTOR.

BY

Adolph Katz
1874

Адольф Катц (Adolph Katz)

Ван Клиф и Арпелс
(Van Cleef & Arpels)



Джозеф Визнер
(Joseph Wiesner)



Ван Клиф и Арпелс
(Van Cleef & Arpels)



Большее начало XX века.
Автор неизвестен



Альфред Эдвард Шалон (Alfred Edward Chalons). Известные танцовщицы
Королевской оперы «Ма-де-кастр» М. Тризи,
М. Мильони, Л. Гран и Ф. Черрито. 1845



Адольф Катц
(Adolph Katz)

Хосе Клара (Jose Clara). Айседора Дункан

надежды, подспудно таившиеся в обществе, выплеснулись наружу, и творческие порывы получили неограниченные возможности для реализации. Еще немислимое вчера оказывалось реальностью сегодня. Возвращение к античным стандартам в политике и культуре повлекло за собой массовую «антикоманию». Идеалы классической демократии, родившиеся в Римской и Афинской республиках, господствовали не только в политике, но и в общественных праздниках, архитектуре и танце. Движения, даже заимствованные из народной пляски, выдавались за античные. Платье Флоры, туника Цереры, наряд весталки прочно вошли в балетный образ, ведя за собой все большее обнажение. В этот период стремительно развивается балетная техника, а костюм все меньше сковывает движения. Образ танцоров этой эпохи мы видим на французской фарфоровой камее начала 1900-х годов.

Надо упомянуть два влияния на танец конца XVIII века. Это античные «аттитюды» леди Гамильтон и танцы Вигано. Они стояли у истоков новых па, которые в наше время считаются неотъемлемыми в балете, а в те времена — революционными, вызывавшими множество нареканий и сомнений даже у профессионалов. В 1803 году крупнейший хореограф Жан-Дорж Новерр негодовал: «...Руки — потеряны... эти руки, наконец, вечно воздетые к небу, рисуют нам образ опьянения вакханок или отчаяние Ниобид...».

Возможно, именно такой образ в 1948 году неоднократно использовал в своих ювелирных произведениях Фредерик Массенгам (Frederick Massingham). Своих балерин художник исполнил для английской фирмы Jewellers D H Philips Ltd, причем существует мнение, что образ возник под влиянием художественного фильма о мире балета «Красные башмачки», который вышел в Британии также в 1948 году.

Прекрасный арабеск воспринимался современниками как поза, враждебная грации: «Она пригодна лишь для того, чтобы повергать в изумление партер», — говорила первая танцовщица Королевской академии музыки Мари-Мадлен Гимар в начале века. Только спустя двадцать лет автор многочисленных работ по хореографии Карло Блазис напишет: «Поза, называемая танцовщиками аттитюд, самая прекрасная из всех существующих в танце» и «Нет ничего более грациозного, чем эти очаровательные позы, которые называются арабеском».

Ювелирная «Галерея Михайлов» награждала драгоценным арабеском победителей первого конкурса молодых танцоров «Большой балет»: статуэтка Гран-при была выполнена с большой утонченностью — балерина на ней лишь едва касалась камня кончиком пуанта. Или, к примеру, мы видим арабеск на скромных брошах Small Change (Австралия): маленькие красавицы демонстрируют, как правильно исполнять эту позу. Все украшения фирмы Small Change сделаны на основе ретрокинг, и вот однажды в их руки попал учебник по основам балета Thalia Maga 1955 года «Балет. Домашняя практика для начинающих», послуживший основой для основной коллекции.

Множество имен, образов и исканий дарит история XVIII века. Постепенно в балет проникает романтизм, и на арену выходит великая Мария Тальони, полностью изменившая представления о балете. Дочь известного балетмейстера и хореографа Филиппе Тальони не была красавицей, и ее фигура не соответствовала общепринятым канонам. На фоне остальных балерин она проигрывала в росте и длине ног. Тогда настойчивый отец стал отрабатывать с ней безупречную технику, которая впоследствии была поддержана удачным амплуа. Мир ирреальных персонажей, нежных и невесомых — в этом образе ее увидел отец и поставил специально для нее несколько балетов. Облик молодой девушки был идеально продуман: для удлинения силуэта и пропорций отец поставил балерину на носочки, впервые изготовив для этого пуанты, известный художник Эжен Лами одел ее в многослойную легкую юбку-туннику, легкие крылышки за спиной — и вот перед нами образ Сильфиды.

Сказочный дух таинственной сцены — именно с этим образом ассоциируется балерина сегодня. Его мы видим в половине ювелирных украшений на тему балета. Нимфы Марсея Буше, жемчужные феи

Джудит Нейгебауэр
(Judith Neugebauer)



Аиова (Amova Jewelry)



Ма Беле (Ma Belle)

Деза (Degas)



Анна Фаньина

Коро Аксессуары
(Koro Accessories)



Анна Фаньина

Анна Фаньина

Ван Клиф и Арпелс
(Van Cleef & Arpels)



Ювелирный дом Сасонко
(Sasonko Jewellery house)

Джозефа Визнера вновь и вновь возвращают нас в удивительный мир романтизма. Пуанты, ставшие неотъемлемым символом балета, блистают в коллекциях Тиффани, Амовой, Пандоры и Клингер. Платиновые и золотые, с лентами и бантами — пуанты не перестают вдохновлять художников.

Вслед за «Сильфидой» появляется много прекрасных постановок, но романтизм уходит, а вслед за ним и период расцвета танца на Западе. И все взгляды устремляются на Россию, где мир балета предстает во всей красе.

В 1877 году на сцене московского Большого театра прошла первая постановка «Лебединого озера». Популярность балета была настолько велика, что он стал символом всего балетного искусства. Несмотря на то что хореография балета неоднократно менялась (в разное время над ней работали Венцель Рейзингер, Йозеф Хансен, Мариус Петипа), образы сказочного представления прочно закрепились в сознании зрителя: берег озера, принц Зигфрид и его любовь к принцессе-лебедь. Чарующая нежность Одетты и роковая грация Одиллии воспеты в кольцах Бушерон, покрытых белыми и черными бриллиантами, броши Ван Клиф и Арпельс рисуют в арабесках балерин, Фрай Вилле на эмалях вторит пачке примы, характерную Одиллию мы видим у Жасмин Томас-Герван. Прекрасные лебеди в искусстве воспеты сполна.

На рубеже веков Россия славилась лучшей в мире балетной школой. Вместе с отечественными мастерами балет совершенствовали ведущие имена зарубежья. В Москве и Петербурге работали Шарль Дидло, Артур Сен-Леон и многие другие. Нигде в мире они не могли найти такой большей и профессиональной труппы. Балет блистал красивейшими постановками, которые мы видим по сей день.

Наряду с классическим балетом возникают новые движения, отвергавшие условия и правила. Выступления босой Айседоры Дункан в летящем хитоне изрядно шокировали публику: особая острота, внезапная смена ритмов — то патетический взлет, то трагический гротеск. Зритель порой не знал, рукоплескать или освистывать. Основоположницу свободного танца называли гениальной, сравнивали с родоначальницами новых эпох и стилей. «Нет такой позы, такого движения или жеста, — говорила Дункан, — которые были бы прекрасны сами по себе. Всякое движение будет только тогда прекрасным, когда оно правдиво и искренне выражает чувства и мысли. Линия тогда красива, когда она направлена к прекрасной цели». Уместно рядом с ее танцами вспомнить работы американской художницы-ювелира Джудит Нейгебауэр (Judith Neugebauer). Линии, жемчуга и узоры изделий эмоционально иллюстрируют танцевальные импровизации. Украшения этой художницы интересны еще и тем, что Джудит Нейгебауэр профессиональная балерина, посвятившая много лет классическому балету и выступавшая в музыкальных постановках по всей стране. Глубокое осознание танца изнутри передается в каждом изделии автора. «Движение, линия, баланс — это те качества, которые я всегда пытаюсь включить в дизайн украшений, — говорит художница, — впрочем, как и в мою жизнь».

Эпоха жаждала нового, и первым, кто это заметил, был Сергей Дягилев, организовавший выступления русских артистов за рубежом. Гастроли, носившие название «Русские сезоны», стали событием мирового значения. Русский балет с музыкой Н. Римского-Корсакова, И. Стравинского, постановкой М. Фокина, несравненными танцовщиками В. Нижинским и Т. Карсавиной оказали мощное влияние на западную культуру в самых различных ее проявлениях. Например, Пьер Арпельс (Van Cleef&Arpels), еще в детстве очарованный «Русскими сезонами», создал в 1940-е годы целую коллекцию украшений, посвященных балету. Многие годы американская и европейская ювелирная находится под влиянием этих работ, в связи с чем мы встречаем многочисленные вариации на тему Ван Клифа и Арпельса.


История коллекции была с продолжением. В 1960-е годы Жорж Балачин посвятил ей балет «Драгоценности», где Изумруд звучал под музыку Форте, Рубин под музыку Стравинского, а несравненный Бриллиант бли-

стал с Чайковским. Так «Русские сезоны» влияли на историю балета многие годы.

В период расцвета «Русских сезонов» в Европу пришла мода на все русское. Иностранцы, дабы привлечь внимание публики, брали русские имена. Так, артисты Патрик Хили-Кей, Элис Маркс и Хильда Маннингс остались в истории как Антон Долин, Алисия Маркова, Лидия Соколова. Ценилась русская красота, модные дома черпали вдохновение в России, невеста английского короля Георга VI выходила замуж в платье а-ля рюс. В коллекции Фаберже «Русские сезоны» мы видим очарованность этой культурой. Расписные платки, купола и длинные косы говорят со зрителем яркими образами.

Но вернемся к балету. В начале XX века вклад в развитие образа балерины внесли русские художники Лев Бакст, Константин Коровин, Николай Рерих. Костюм стал рассматриваться как пятно в общей картине, он порой игнорировал танцора. В эту эпоху рождаются смелые, живые и красочные персонажи. Михаил Фокин вновь обратился к романтизму в своей «Шопениане», надев на балерину легкую туннику. Шопеновка, как называли ее позже, стала опять популярна. С усложнением танца ее укорачивают и делают более пышной, что видно в образах Г. Улановой, Н. Дудинской, Т. Вечесловой. С 1960-х годов пачка превращается в круг, словно плывущий по глади озера. Она становится своеобразным символом балета, именно ей посвящена коллекция украшений «Образы русского балета» ювелирного дома Сасонко (Sasonko). Прозрачные эмали, аквамарины и белое золото кружатся в фуэте изящной балерины. Автор коллекции Татьяна Хромосеева представила вариации нежного образа, проследив всю историю балерины на сцене.

К середине XX века многоцветье образов драматического театра переходит в балет. Народный, исторический и бытовой костюм наполняет сцену середины XX века. Например, в броши фирмы «Айзенберг» «Русская балерина» отражен образ народного костюма. Позже мы видим трико и купальники на сценической прима. Появляются индивидуальные образы — для Е. Гельцер, М. Плисецкой, М. Семеновой.

У современных художников в арсенале большой исторический спектр решений. Но новые имена рожают новые образы, чему яркий пример коллекция Анны Фаныгиной «Любовь к невозможному». Украшения созданы в момент работы знаменитого хореографа Начо Дуато над балетом «Ромео и Джульетта» в Михайловском театре. По словам Анны Фаныгиной, в своей коллекции ювелирных украшений она продолжает исследование темы брошей как особого украшения, символизирующего собой некое яркое и пронзительное впечатление. Те обостренные чувства и уникальные переживания, которые дарит нам балет, постоянно раздвигая границы возможного, вызывают желание «приколоть их к сердцу» и унести с собой, сохранить надолго, поделиться с другими и самому вдохновиться на невозможное. А «любовь к невозможному» и есть та движущая сила, которая позволяет нереальному становиться реальным. 

А. Е. Могилевский (г. Магнитогорск),
эксперт-геммолог, кавалер ордена Франца Бирбаума
и ордена Михаила Перхина

Размышления после одного аукциона



Без преувеличения можно сказать, что в среду, 13 ноября 2013 года, внимание всех ведущих ювелиров, коллекционеров и ценителей драгоценностей было приковано к отелю Beau Rivage на берегу Женевского озера.

*Розовый алмаз Pink Star,
59,60 карата
Фото: Sotheby's*



В этот день на аукционе Sotheby's был выставлен на продажу самый крупный в мире розовый алмаз — Pink Star, или «Розовая Звезда», весом в 59,60 карат. Уникальный камень был найден в Африке в 1999 году и весил в необработанном виде 132,5 карата. Специалисты компании Steinmetz потратили почти 20 месяцев на его огранку. Розовый алмаз обладает самым желанным цветом по шкале GIA — Fancy Vivid Pink и характеризуется безупречной чистотой — Internally Flawless. До 2007 года он носил имя Steinmetz Pink, но в 2007 году он был продан неизвестному покупателю. Сумма сделки также не разглашалась.

Интрига усиливалась еще и тем фактом, что буквально за день до этого в Женеве на аукционе

Christie's был продан крупнейший в мире оранжевый алмаз весом 14,82 карата, цвет — Fancy Vivid Orange. Об оранжевых алмазах известно крайне мало по причине их необыкновенной редкости. Они встречаются значительно реже, чем алмазы розовые или голубые. Знатки ценят их за прекрасный цвет и редкость, поэтому ожидалась серьезная борьба. Действительность превзошла все ожидания: при верхней границе эстимейта в \$20 680 273 алмаз был продан за рекордную сумму в \$35 531 974! Было установлено два важных рекорда — куплен самый дорогой оранжевый алмаз, причем по самой высокой цене за один карат для всех цветных алмазов — \$2 397 569! Предыдущий рекорд \$2 155 332 за карат был установлен в 2009 году, когда розовый алмаз весом 5 карат и цветом Fancy Vivid Pink был продан на аукционе Christie's в Гонконге.

*Оранжевый алмаз, 14,82 карата
Фото: Christie's*



На риторический вопрос, оправдались ли сенсационные ожидания, однозначно ответить нельзя. С одной стороны, был продан самый крупный в мире розовый алмаз. Сумма продажи составила \$83 187 381 — это самая большая сумма, уплаченная вообще за любой бриллиант, как цветной, так и прозрачный. В этом смысле рекорд был установлен. Был также превышен эстимейт, который составлял 60 миллионов долларов. А вот что касается стоимости одного карата, то она в данном случае составила \$1 395 761. Это значительно меньше, чем заплатил Лоренс Графф за розовый алмаз Fancy Intense Pink весом 24,78 карата в ноябре 2010 года, а именно \$1 862 739. Общая сумма составила тогда \$46 158 674. Достоин упоминания тот факт, что эта сумма была уплачена за алмаз, не обладающий высшей оценкой цвета — лишь Fancy Intense Pink. Через некоторое время камень подвергся минимальной переогранке, которая позволила ему получить желанную оценку цвета — Fancy Vivid Pink и безупречную чистоту — Internally Flawless. Сейчас он называется Graff Pink и весит 23,88 карата.

*Розовый алмаз Graff Pink Star, 23,88 карата
Фото: Graff*

Насколько справедливой в таком случае является цена «Розовой Звезды»? Если рассматривать алмаз Graff Pink, то после того как он получил цвет Fancy Vivid Pink и безупречную чистоту IF, его стоимость должна повыситься минимум на 30% и составить примерно 60 миллионов долларов. Вес «Розовой Звезды» более чем в два раза превышает вес Graff Pink. Разумеется, это должно повысить цену не просто в два раза, ведь бриллиант весом в 10 карат стоит намного дороже, чем два бриллианта по 5 карат. Но и в этом случае мы получаем около 120 миллионов долларов. Даже с учетом всех прочих обстоятельств минимальная справедливая цена «Розовой Звезды» должна составлять не менее 100 миллионов долларов.

Разумеется, эта сумма может показаться чрезмерной, но если обратиться к результатам аукционных торгов в сфере предметов искусства, то выяснится, что продажи в этом ценовом диапазоне не являются чем-то исключительным.

В мае 2012 года картина Марка Ротко была продана за \$86 882 500. Эстимейт был превышен почти вдвое.



*Картина Марка Ротко «Orange, Red, Yellow»
Фото: Christie's*

Скульптура Альберта Джакометти «Шагающий человек»
Фото: Sotheby's

В феврале 2010 года статуя «Шагающий человек» работы Альберто Джакометти была продана за \$103 312 987. Всего за 8 минут эстимейт был превышен в три раза.



Картина Эдварда Мунка «Крик»
Фото: Sotheby's

В мае 2012 года картина Эдварда Мунка «Крик» была продана за \$119 922 500.



Последним событием явилась продажа триптиха кисти Френсиса Бэкона «Три наброска к портрету Люсьена Фрейда» на аукционе Christie's 11 ноября 2013 года. Сумма продажи составила \$142 405 000.

Френсис Бэкон
«Три наброска к портрету Люсьена Фрейда»
Фото: Christie's

Для того чтобы определить, насколько справедливо была оценена та или иная драгоценность или драгоценный камень, очень важно знать, кто стал покупателем. Как известно, на аукционах встречаются два типа покупателей: профессионалы (огранщики, ювелиры, диамантеры), которых называют по-английски *members of the trade*, и частные лица (коллекционеры и просто любители драгоценностей).

Известен тот факт, что в настоящее время добывается не так много прекрасных камней, поэтому в ряде случаев вторичный рынок, а именно аукционы, являются единственным их источником как для профессионалов, так и для частных лиц. Аукцион — это единственное место, где они имеют равные возможности. Как правило, основной целью профессионалов является приобретение прекрасных и редких камней с целью последующей перепродажи частным лицам. Они могут переогранить камень, создать с ним ювелирное изделие, но в любом случае продан он будет по более высокой, «розничной» цене. Поэтому профессионалы редко соглашаются платить выше справедливой в их понимании «оптовой» цены. Если они видят, что те или иные частные покупатели с увлечением торгуются за какой-либо понравившийся им камень и его цена уже превышает уровень «оптовой», они просто оставляют этот лот. Частный же покупатель, как правило, остается в выигрыше, поскольку уплаченная им на аукционе цена всегда будет

Фото: Christie's



Сложно представить, что какой-либо профессионал мог бы отдать \$1 022 500 за обручальные кольца Элизабет Тейлор и Ричарда Бартон, которые были изначально оценены в 6000–8000 долларов!

Фаберже
«Пасхальное яйцо
Ротшильда»
Фото: Christie's



ниже той, которую впоследствии ему пришлось бы уплатить в магазине. Разумеется, это утверждение справедливо для камней, обладающих очевидной ценностью, поскольку частные покупатели могут иногда чрезмерно увлечься и переплатить за «эмоциональную» составляющую.

Как мы можем видеть, частные лица весьма активны на аукционах и иногда могут себе позволить заплатить намного больше, чем профессионалы. Это касается и наших соотечественников, которые активно покупают русский антиквариат, включая Фаберже, полотна великих русских художников, как классиков, так и авангардистов. Во многом благодаря им в последние годы так сильно повысились цены на полотна Репина, Шишкина, Айвазовского и многих других художников.

Последнее из выставленных на аукцион пасхальных яиц работы Фаберже («Яйцо Ротшильда») было куплено российским коллекционером Александром Ивановым за \$18 499 830 в ноябре 2007 года.

Широко известна и покупка Виктором Вексельбергом коллекции изделий Фаберже у семьи Форбсов. Этот феномен не нов и характерен для всех стран, где разбогатевшая элита начинает проявлять интерес к произведениям искусства своей культуры. Ранее в этой роли выступили китайские миллиардеры, которые резко подняли спрос (и цены) на предметы искусства, произведенные китайскими мастерами.

Разумеется, частные коллекционеры не обходят вниманием и шедевры мировой культуры. В частности, известно, что Роман Абрамович приобрел на аукционах несколько полотен, включая «Спящую сограбницу» Люсьена Фрейда за \$33,6 млн, и «Триптих» Френсиса Бэкона за \$86,3 млн.

Возвращаясь к алмазу «Розовая Звезда», отмечаем, что покупателем этого уникального камня стал известный и очень уважаемый огранщик из Нью-Йорка Исаак Вулф. Он же переименовал камень в третий раз, теперь алмаз носит имя Pink Dream («Розовая Мечта»). Очевидно, что цена алмаза не превысила приемлемый для профессионалов уровень, следовательно, частные лица не проявили к нему достаточный интерес. Возникает вопрос — чем объяснить ситуацию, при которой частные лица могут выложить сто и более миллионов долларов за полотно, причем существующее в нескольких вариантах, но не считают возможным заплатить \$80 млн за уникальный, самый крупный в мире розовый алмаз, обладающий самыми лучшими характеристиками?

Объяснение, как мне кажется, довольно простое. В мире существует очень развитое и влиятельное художественное сообщество, в которое входят владельцы галерей, арт-дилеры, художественные критики, искусствоведы. Именно мнение входящих в это сообщество людей определяет судьбу живописцев и их полотен. Сообщество с помощью книг, статей в журналах, выступлений в средствах массовой информации генерирует мощное информационное поле, в сферу которого попадают практически все образованные и богатые люди. Участники сообщества являются желанными гостями на любой великосветской вечеринке, они обаятельны, приятны в общении. Именно они формируют общественное мнение относительно гениальности художника и ценности его полотен. Люди, готовые платить миллионы долларов за полотна, редко способны разобраться в тонкостях современного искусства, да и часто ими движут соображения выгодного инвестирования средств. Именно консенсус художественного сообщества дает им основание полагать, что покупка картин явится выгодной инвестицией, поскольку всегда найдутся такие же инвесторы, готовые заплатить еще больше в будущем.

Что касается драгоценных камней, то здесь такого сообщества просто не существует... Даже самые известные диамантеры, как правило, не являются публичными персонажами и их редко можно встретить на светских раутах. Огромный объем цветной рекламы в престижных журналах дает лишь визуальные образы и минимум полезной информации, которая могла бы донести до читателя инвестиционную привлекательность драгоценных камней. В результате уровень знаний у большинства потенциальных покупателей минимален, а основными заинтересованными лицами выступают либо профессионалы, либо «продвинутые» коллекционеры и ценители прекрасных камней.



А. Е. Могилевский (г. Магнитогорск), эксперт-геммолог, кавалер ордена Франца Бирбаума и ордена Михаила Перхина

Не подлежит сомнению, что со временем информация о цветных алмазах и драгоценных камнях станет столь же доступной большинству коллекционеров и инвесторов, что информационный поток станет более широким и всеобъемлющим. В результате стоимость уникальных произведений природы будет в большем соответствии с их реальной ценностью и редкостью. И тот, кто раньше сможет приобщиться к миру волнующих и прекрасных камней, получит вполне ощутимое вознаграждение.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ НОВОГО ПРОЕКТА НА ВЫСТАВКЕ "JUNWEH ПЕТЕРБУРГ" 2014 г.



МУЗЕЙНАЯ РОСКОШЬ В ВАШИХ РУКАХ

JEWELRY-MUSEUM.RU



XIII российская выставка-ярмарка «УралЮвелир-2013»

В середине ноября прошлого года в столице Урала Екатеринбурге прошла одна из самых известных и авторитетных региональных ювелирных выставок России. По мнению участников ювелирного рынка (учитывая сочетание оптовых и розничных продаж), выставке удалось стать самой эффективной региональной экспозицией России. «УралЮвелир» — выставка, которую каждую осень, вот уже тринадцатый год, с нетерпением ждут любители ювелирных украшений и специалисты оптовой и розничной торговли ювелирного рынка Уральского региона.

Несмотря на чрезвычайно сложные условия работы, сложившиеся в последние несколько лет, а также жесткую конкуренцию, выставка успешно существует и уверенно смотрит в будущее. Это происходит прежде всего за счет понимания организаторами интересов ювелирной отрасли и стремления максимально удовлетворять потребности экспонентов. Признание горожан и гостей уральской столицы объясняется не только огромным ассортиментом и высоким стабильным качеством представляемых ювелирных изделий, но и тем, что выставка проводится в черте города, в прямой доступности к его центру, вокзалу, аэропорту.

И в этом году работа на выставке принесла участникам заслуженный успех и массу выгодных контрактов, а деловым посетителям — новый ассортимент брендов на прилавках их магазинов. В дни работы «УралЮвелир-2013» посетили более 5000 торговых представителей, которые приехали из городов Большого Урала, Сибири, Поволжья, Башкортостана и других российских регионов. Общее число посетителей составило более 15 000 человек.

Ювелирные изделия в экспозиции 2013 года представили около 100 компаний. Осенняя выставка собрала тех, кто достойно представляет современную ювелирную промышленность, российское искусство





ювелиров и камнерезов. Среди экспонентов — ювелирные предприятия, известные мастера-ювелиры, индивидуальные предприниматели, а также молодые мастера из Екатеринбурга, Москвы, Санкт-Петербурга, Костромы, Иванова, Челябинска, Кирова, Перми, Новосибирска, Якутска, Ростова-на-Дону, Махачкалы и других регионов страны.

Центральное место в программе деловых событий выставки традиционно занимает конкурс современного ювелирного искусства.

В 2013 годузыскаательное жюри решило не присуждать Гран-при, но отметило достойные работы в двух номинациях: «Стилевая линия» и «Новая форма».

В номинации «Стилевая линия» за оригинальное решение юбилейного сувенира, посвященного 400-летию Дома Романовых, первое место получила серебряная шкатулка «Девичьи грезы», выполненная ювелирной компанией «Сорокин» из п.г.т. Красное-на-Волге. Автор шкатулки — художник-стилист Дарья Сорокина.

За виртуозную технику в работе с камнем первое место в этой номинации было отдано также трем кулонам из полудрагоценных камней, созданным А. Н. Селивановым и П. Л. Прозоровым из ЗМКП «Музей минералогии, камнерезного и ювелирного искусства», Свердловская обл., г. Заречный. Второе место в этой номинации жюри присудило художнику-граверу В. В. Красновой (Златоустовский завод оружейных специализированных сталей) за ларец с фужером «Ходжа Насреддин», выполненный в златоустовской традиции гравюры на стали. Коллекция «Южная ночь» московской компании «Чиринели» получила третье место за сохранение и развитие традиций византийской технологии с горячей перегородчатой эмалью.


Медали в номинации «Стилевая линия» получили: жесткий браслет из серебра «Дыхание

зимы» Сергея Александровича Зайцева из Костромы, гарнитур «Роскошь» екатеринбургской компании «Самоцвет-2000», серьги и кольцо «Цветы» Игоря Гончарова из г. Волжский Волгоградской области.

В номинации «Новая форма» первое место получили дизайнеры Ольга и Алексей Большаковы из московской компании «Ауджа» за оригинальное конструктивное решение серег с поворотным механизмом, которые можно носить на две стороны: первая — с бриллиантами, вторая — с сапфирами.

Впервые была учреждена номинация «Камнерезная пластика», и за первое место награждена кубком камнерезная работа «Золотой колосок» (серая яшма, змеевик, серебро, золочение) С. В. Старикова из ТК «Коллекция АРТ», Екатеринбург.

Скаждым годомрастетпрестижвыставки«Урал-Ювелир» в деловых кругах не только Екатеринбурга, но и всей страны. Организаторы стремятся в рамках одного проекта объединить интересы отечественных производителей ювелирных изделий и торговых организаций. Для простых же посетителей и гостей выставки она неизменно становится ярким, праздничным светским событием. Особую дружескую атмосферу, радушный прием организаторов и внимание к каждому экспоненту как отличительную черту «УралЮвелира» отмечает большинство участников выставки.

Нет сомнения, что «УралЮвелир» в Екатеринбурге, географическом центре России, расположенном на границе двух континентов, и в дальнейшем будет способствовать развитию российской ювелирной и камнерезной отраслей, приносить ее участникам заслуженный успех, новые интересные встречи на Уральской земле. 

TULUPOV

JEWELRY



КОЛЛЕКЦИЯ ЭКСКЛЮЗИВНЫХ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ 2014 ГОДА
ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ИЗЫСКАННЫМ ВКУСОМ

ДРАГОЦЕННЫЕ МЕЧТЫ  PRECIOUS DREAMS

ЮВЕЛИРНАЯ СТУДИЯ: Екатеринбург, ул. Первомайская, 15, оф. 1301; тел./факс: (343) 278 73 62, тел.: (343) 278 73 61

ЮВЕЛИРНЫЙ САЛОН: Сочи, Красная Поляна, Гранд Отель Поляна, корпус В; тел.: (8622) 902 902

ЮВЕЛИРНЫЙ САЛОН: Москва, Новинский бульвар, 8; Торговый комплекс «Lotte Plaza»

tulupovjewelry@mail.ru
www.uvelir-ural.ru

Любовь есть! И есть ее доказательства...

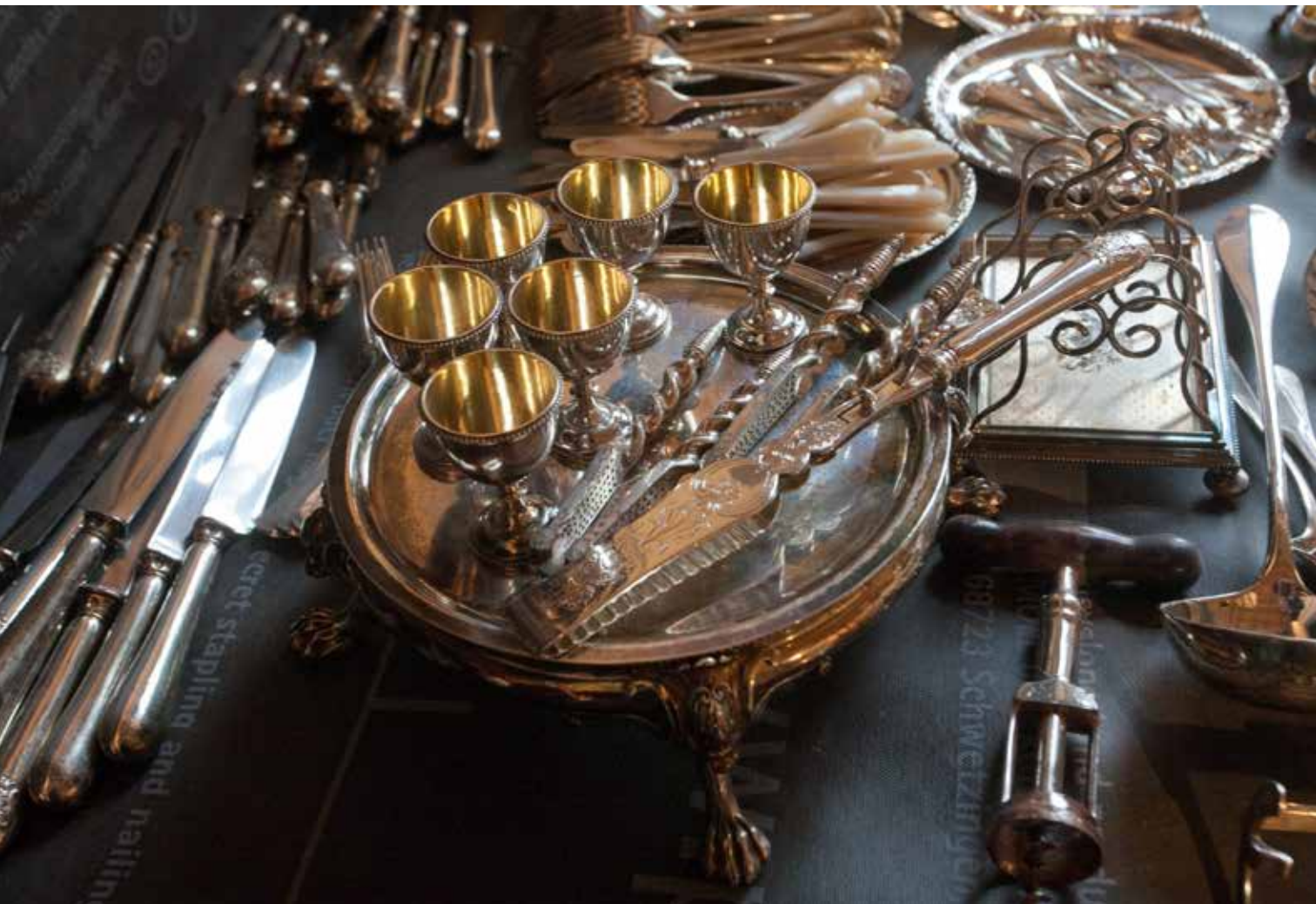


фото: www.fontanka.ru

Галина Васильевна Крганова, искусствовед,
методист экскурсионного отдела ФБГУ «Дворец конгрессов»

Сервиз Марии Нарышкиной

Обнаруженный в С.-Петербурге весной 2012 года в бывшем особняке Нарышкиных¹ огромный комплекс старинной серебряной утвари, дорогих бытовых вещей, наград и документов в количестве 2193 предмета можно, несомненно, отнести к уникальным находкам. Этот клад представляет собой самую большую и самую значительную по художественной ценности тайную «закладку» революционной поры из когда-либо обнаруженных в Ленинграде — С.-Петербурге. Входящие в его состав столовые, чайные, кофейные сервизы, наборы туалетных принадлежностей, декоративные композиции и другие изделия из серебра были изготовлены лучшими русскими и иностранными (в основном французскими) мастерами XIX — начала XX века, которые почти все являлись поставщиками Российского Императорского двора и монарших домов европейских держав. Стоит отметить и великолепную сохранность всех предметов клада, а также редкую даже для музейных собраний целостность комплектации сервизов.



George Dave (1781–1829)
Нарышкина Мария Скобелева с детьми Львом, Сергеем и Александром
(1823, Государственный Русский музей)

Велико и историческое значение находки — эти ценности когда-то принадлежали представителям знатнейшего аристократического рода, а именно семье Василия Львовича Нарышкина (1841—1906), на что, помимо самого факта обнаружения клада во флигеле принадлежащего им особняка, указывают литые и гравированные фамильные гербы рода Нарышкиных на поверхности многих предметов и обнаруженные среди вещей документы.

Этот знаменитый «клад века», как метко охарактеризовали его журналисты, был передан на временное хранение в ГК «Дворец конгрессов» в Стрельне, и сейчас его избранную часть можно увидеть на выставке, развернутой в залах Константиновского дворца.

Основной массив серебряной утвари датируется периодом 60 гг. XIX — 10-х гг. XX века, то есть ее приобретали, заказывали или получали в дар хозяева особняка — Василий Львович, его супруга² и, возможно, их дети³: например, в составе клада есть набор туалетных принадлежностей, изготовленный к свадьбе младшей дочери Натальи Васильевны и Сергея Сергеевича Сомова.

В состав клада входит и относительно небольшая группа вещей, которые, как следует из дат на пробирных клеймах, были изготовлены в первой половине XIX века и, следовательно, являлись для семьи Василия Львовича наследственными ценностями. Наибольший интерес представляет чайно-кофейный сервиз из золоченого серебра в стилистике неорококо, состоящий из чайника, кофейника, сахарницы, сливочника, сухарницы, кон-

фетницы, компотницы, бульотки, щипцов для сахара и ложки-сита. Тулова этих предметов украшают декоративные картуши, в центре которых размещены с одной стороны брачный герб Нарышкиных и Долгоруковых (фото 1), а с другой — монограмма «МН» (Мария Нарышкина. — Г. К.) под короной (фото 2). Наличие подобного декора и даты, указанные на пробирных клеймах: 1836, 1837 гг. — дают основание полагать, что этот сервиз был заказан в качестве приданого невесты к бракосочетанию родителей Василия Львовича — Льва Кирилловича и Марии Васильевны, которое состоялось 26 апреля 1838 года⁴.

История сохранила не много сведений о владельцах сервиза, но, собранные воедино, они все же позволяют составить о них некоторое представление. «Рождением Петра Великого род Нарышкиных сделался на вечные времена славным» — эта фраза из «Общего Гербовника дворянских родов Всероссийской Империи» точнее всего определяет, к какому уровню столичной аристократической знати принадлежали наши герои. Лев Кириллович Нарышкин был представителем одной из пяти ветвей этого рода — той, которая на протяжении XVIII — начала XX века занимала самое высокое место в родословной иерархии знаменитого семейства и вошла в историю как «романовская». Родоначальником этой ветви был родной брат матери Петра Первого и по совпадению полный тезка нашего героя — боярин Лев Кириллович Нарышкин (1664—1705). Именно его прямыми потомками являлись сам Лев Кириллович, его сын Василий Львович и его внуки.



фото 1



фото 2

Родился Л. К. Нарышкин 27 июля 1809 года в семье обер-гофмаршала двора императора Николая I Кирилла Александровича Нарышкина (1768–1838) и Марии Яковлевны (1789–1854), урожденной княжны Лобановой-Ростовской, дочери малороссийского губернатора. По окончании Царскосельского лицея он поступил в Коллегию Иностранных Дел, но спустя два года перешел на военную службу и за десять лет пребывания в составе разных полков достойно проявил себя на полях сражений. Закончил же карьеру гражданским — служил в Министерстве внутренних дел, где достиг чина действительного статского советника, что соответствовало званию генерал-майора в армии. Будучи одним из богатейших землевладельцев России, Л. К. Нарышкин имел обширные поместья в Московской, Пензенской, Самарской, Саратовской, Ярославской губерниях. Оценить масштаб его состояния можно на примере доходности лишь одного из владений — саратовского имения Пады, которое в год приносило хозяину более 200 тысяч рублей. Скончался Лев Кириллович в С.-Петербурге в 1855 году и был похоронен в Благовещенской церкви Александро-Невской лавры.

Мария Васильевна Нарышкина родилась 14 апреля 1814 года. Она была старшей дочерью князя Василия Васильевича Долгорукова (1786–1858), егермейстера при дворе императора Александра I, а затем обер-штальмейстера при дворе императора Николая I. Ее мать Варвара Сергеевна (1793–1833), урожденная княжна Гагарина, имела придворное звание статс-дамы в свите вдовствующей императрицы Марии Федоровны.

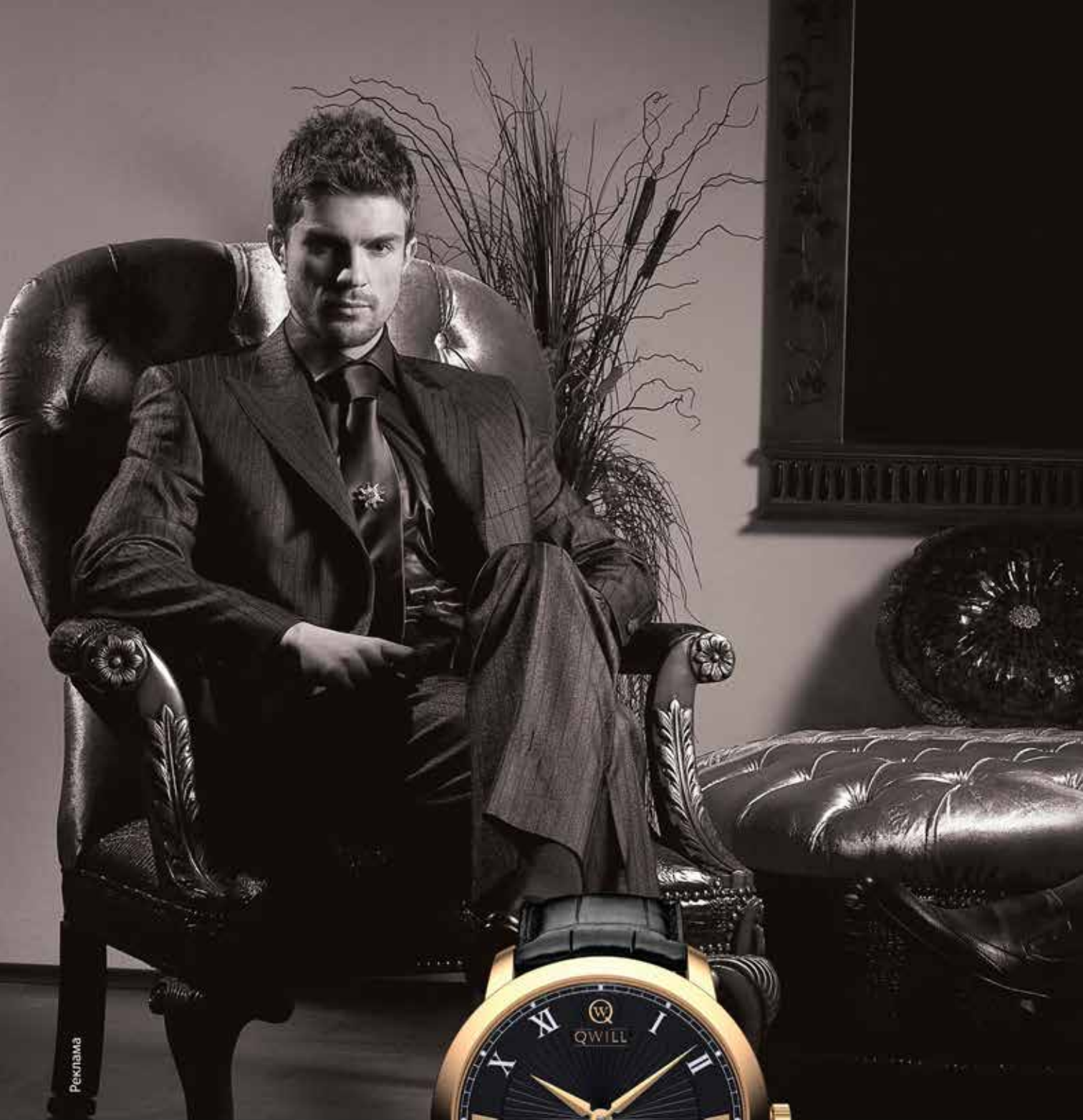
Мария Васильевна вышла замуж в 24 года за Льва Кирилловича Нарышкина, которому в ту пору было 29 лет. У нее было «замечательное лицо редчайшей красоты, прекрасный профиль, правильные и тонкие черты, очень живые красивые черные глаза и черные волосы» — такой образ Марии Долгоруковой запечатлела на страницах своего дневника хозяйка знаменитого на весь Петербург литературного салона графиня Долли Фикельмон⁹. Через год после свадьбы, в 1839 году, Мария Васильевна родила первенца Кирилла, а в 1841 году — Василия. Кирилл умер в возрасте 20 лет и был погребен в Федоровской церкви Александро-Невской лавры. Рядом с ним был захоронен и прах Марии Васильевны, скончавшейся в Париже в 1869 году.

Сервиз из приданого Марии Нарышкиной (Долгоруковой) выполнен в стилистике неорококо — одного из направлений историзма 30–40-х годов XIX века, черты которого прослеживаются как в целом образе предметов, так и отдельных элементах: в фигурных ручках, криволинейных очертаниях бортов, овальных основаниях на изящных ножках. Они явственно проявляются и в орнаментах накладного декора, составленных из разнообразных вариантов рокайлей, растительных завитков, стилизованных цветочных мотивов.

Впечатление пышной роскоши этому сервизу придает позолота. В то время использовался только один способ золочения — ртутное, или «огневое»: золото смешивали с ртутью и в виде пасты наносили на предмет, который затем обжигали — ртуть испарялась, а золото соединялось с металлической основой. При таком способе толщина золотого слоя



фото 3



Реклама




QWILL

Коллекция Classic
Артикул: 6000.01.01.1.51
Корпус: золото 585°
Механизм: кварц, Ronda

www.qwill.ru

достаточно велика по сравнению с тонкой пленкой позолоты, образующейся на поверхности предмета при гальваническом способе, который стали применять в России лишь с конца 40-х годов XIX столетия. Повышенная декоративность золоченой поверхности, прочность соединения позолоты с основой, ее долговечность — этими качествами, присущими ртутному золочению, обладают и все предметы сервиза. Отсюда высокая степень их сохранности, а ведь с момента их изготовления прошло не менее 175 лет... Стоит отметить, что на позолоту тогда не скупилась — все внутренние поверхности тоже обильно вызолочены.

Уникальными образцами филигранного ювелирного мастерства можно назвать держатели крышек⁶ чайника и компотницы (фото 3), выполненные в виде вазонов с объемными цветами и шишечкой в центре. Изготовленные из серебра и литого золота (?)⁷ разных тонов (розового, желтого и зеленого)⁸ со вставками эмали, они обладают предельной для обиходных вещей декоративностью. Тонкость проработки мельчайших деталей поражает — такая техника в основном применялась при изготовлении ювелирных украшений. Поиски аналогов этих деталей на предметах подобного рода пока не привели к успеху.

На большинстве входящих в сервиз предметов — семи из десяти (чайнике, кофейнике, сахарнице, сливочнике, сухарнице, компотнице и щипцах для сахара) стоит именное клеймо «Keibel», и на пяти из них (кроме сухарницы и компотницы) оно сопровождается еще одним именным клеймом: «IВH».

Первое клеймо принадлежало владельцу мастерской серебряных и золотых дел Иоганну Вильгельму Кейбелю (1788—1862), место которой в иерархии столичных ювелирных производств первой половины XIX столетия было весьма высоко. Он родился в Пруссии в семье ювелира Отто Самуила Кейбеля (1768—1809), который переехал в Россию в 1797 году и, обосновавшись в С.-Петербурге, открыл свою мастерскую. Вскоре Кейбель-старший заработал славу одного из лучших ювелиров столицы, в кругу его заказчиков были и монаршие персоны, и придворная знать. Он стал также основателем династии поставщиков Капитула Российских орденов, сохранявшей за собой эту привилегию на протяжении почти 70 лет, и обучил ювелирному делу многих учеников, среди которых наибольших успехов добился его сын Иоганн Вильгельм. Унаследовав мастерскую, он не стал менять именное клеймо отца «Keibel», как сохранили его и продолжившие впоследствии семейное дело его сын Юлиус (1825—1882) и внук Альберт (1854—1910). Ныне авторство конкретного мастера из семейства Кейбелей можно определить лишь по годам, проставленным на пробирных клеймах.

И. В. Кейбель стоял во главе мастерской в течение самого долгого периода из всех представителей этой династии — с 1809 по 1862 год, и с его именем связан наиболее яркий период ее деятельности. До наших дней сохранилось не так много его

произведений, но все они являются раритетами ювелирного искусства первой половины XIX века. В Государственном Русском музее представлено большое настольное зеркало в золоченой серебряной раме, принадлежавшее великой княгине Елене Павловне⁹, владелице Михайловского дворца, изготовленное в мастерской И. В. Кейбеля по рисунку К. Росси. Тонкостью мастерства поражают две золотые табакерки из собраний Музеев Московского Кремля и Государственного Эрмитажа. Обе они сделаны в 1826 году, носят мемориальный характер и посвящены взаимосвязанным событиям: одна — в память о скончавшемся императоре Александре I, вторая — в честь коронации императора Николая I. В том же году И. В. Кейбель выполнил почетный заказ — подгонку императорской короны¹⁰ к церемонии коронации нового монарха. В 1828 году он стал альдерманом столичного цеха иностранных мастеров золотого и серебряного дела. С 1836 года ему и придворному ювелиру и оценщику Кабинета ЕИВ Генриху Кеммереру (1786—1854) было поручено изготовление всех знаков отличия для Капитула Российских орденов, а с 1841 года И. В. Кейбель становится единственным их производителем. В том же году он получил звание «Придворного золотых дел мастера». В 1844 году его сын Юлиус открыл свою ювелирную мастерскую, и с этого времени И. В. Кейбель в основном сосредоточил свою деятельность на производстве орденов. В 1855 году его мастерская выполнила погребальную корону для церемонии похорон Николая I¹¹. В 1859 году заслуги И. В. Кейбеля были отмечены орденом Св. Станислава 3-й степени и присвоением ему звания Потомственного Почетного гражданина С.-Петербурга.

Одним из направлений деятельности фирмы И. В. Кейбеля было изготовление церковной утвари. Так, в 1825 году в домовую церковь Михайловского дворца им был поставлен полный комплект золотой и серебряной литургической посуды, окладов икон и священных книг. Накануне освящения главного собора Смольного монастыря, которое состоялось 22 июля 1835 года, И. В. Кейбель выполнил заказ императора Николая I — изготовил по рисунку архитектора К. Тона серебряную дарохранительницу весом почти в 5 пудов, которая стала монаршим вкладом в соборную ризницу. В 1848 году его мастерская поставила всю церковную утварь для больничного храма Александринской женской больницы¹², открытой в память о рано умершей великой княгине Александре Николаевне¹³. Выполненная из золота и серебра, она была украшена бриллиантами из ее приданого. Какова была участь ценностей Русской Православной церкви в богорборческом XX веке, хорошо известно, ту же судьбу разделили и культовые произведения мастерской И. В. Кейбеля. К счастью, некоторые из них сохранились: в фондах Государственного Русского музея находятся серебряная водосвятная чаша, два потира и оклад напрестольного Евангелия.

Завершая краткий обзор творческого пути и событий жизни И. В. Кейбеля, можно добавить еще



БАСК-КРИН

ювелирный дом

*Настоящие
ценности...
это то, в чем есть
настоящий талант
и настоящее
мастерство...*

*Весь этот мир чудес
у наших ног,
Он создает ту радугу вращения,
Земного счастья в твоей жизни,
Мертвоний наших круговорот.*

Мы творим Настоящие Ценности.

Ювелирный дом «БАСК-КРИН»

Производство и оптовая торговля ювелирными изделиями.
Россия, 195030, Санкт-Петербург, ул. Химиков, д. 26 к. 1.
Телефон (812) 335 0164. Телефон/факс (812) 334 9711.
e-mail: baskkrin@hotmail.ru

www.bask-krin.ru



фото 4

несколько фактов: у него было много учеников, наиболее успешные среди них — его сын Юлиус и основатель всемирно знаменитой фирмы Петер Густав Фаберже (1814–1893). Есть сведения, что И. В. Кейбель в 1818–1819 годах состоял членом одной из привилегированных столичных масонских лож — ложи «Александра Благотворительности к Коронованному Пеликану», среди членов которой в то же время был и родной дядя Льва Кирилловича Нарышкина, старший брат его матери, князь Александр Яковлевич Лобанов-Ростовский. И. В. Кейбель скончался в 1862 году в С.-Петербурге и был похоронен на Смоленском лютеранском кладбище.

Второе именованное клеймо «ИВН» принадлежало серебряных дел мастеру Иоганну Бернгарду Херцу

(?–1855), о котором известно лишь то, что он работал в С.-Петербурге с 1834 по 1855 год. Пока удалось отыскать всего три весьма обычные вещи его авторства: гладкую шкатулку — в коллекции Государственного Исторического музея; подсвечник — в Пермском областном краеведческом музее и небольшую золоченую вазочку 1838 года — в фондах Государственного Эрмитажа. Следует отметить, что кроме уже упомянутых пяти предметов сервиза именованное клеймо И. Б. Херца стоит еще на одном предмете — ложке-сите (клеймо «Keibel» на ней отсутствует). Выявление же шести вещей с клеймом этого мастера, как и сам факт его сотрудничества с выдающимся ювелиром первой половины XIX века, коим является И. В. Кейбель, может добавить существенный штрих к малоизученной биографии И. Б. Херца.

Отсутствует именованное клеймо И. В. Кейбеля еще на двух предметах сервиза: конфетнице (фото 4) и бульботке (фото 5) — на них стоят именные клейма других мастеров. На конфетнице — это именованное «С•Р», принадлежавшее петербургскому ювелиру Карлу Пальму, представителю третьего поколения династии столичных мастеров золотого и серебряного дела. Его дед, выходец из Швеции, Адам Пальм был принят в цеховые ученики в 1734 году, а с 1748 года уже числился мастером; отец, Иоганн Пальм, обучался у выдающегося ювелира Екатерининской эпохи Ж.-Ж. Дюка. Сам Карл Пальм, выучившись у отца, был зачислен в цеховые мастера в 1825 году. Удалось обнаружить¹⁴ только один предмет его работы — золоченый серебряный стакан (фото 6) простого декора, изготовленный в 1826 году и удостоверяемый четко читаемым именованным клеймом, полностью совпадающим с клеймом на конфетнице.



фото 6

Входящая в сервиз бульотка была обнаружена в кладе в неполном комплекте — в ее составе отсутствовала спиртовка. На чайнике и тагане представлены именные клейма неизвестного мастера «Ф·Р» (фото 7), а на клеймах Пробирной палаты обозначена дата 1836 год, в то время как на пробирных клеймах, стоящих на всех других предметах сервиза, указан 1837 год. При детальном сравнении элементов декоративной отделки чайника с остальными вещами при их общем стилевом единообразии выявляются и некоторые различия:

- тулово чайника имеет рифление по всей поверхности, в то время как поверхности тулова остальных предметов гладкие и имеют рифление лишь в нижней части;
- брачный герб и монограмма «МН» расположены на плечиках чайника, в то время как на других предметах сервиза эти детали находятся в центре тулова.
- центр тулова чайника по периметру украшают четыре декоративных картуша с пальметтами и акантом, аналоги которых не встречаются на других предметах сервиза;

- оттенок позолоты на чайнике и тагане визуально отличается более светлым тоном.

Исходя из изложенного, можно предположить, что бульотка, изготовленная в 1836 году (почти за полтора года до бракосочетания Марии Долгоруковой и Льва Нарышкина), могла быть дополнена свадебной символикой позже — в период, когда формировался заказ на изготовление сервиза.

Прежде чем подвести итог, следует упомянуть еще несколько вещей клада, которые обладают очень близкими стилистическими признаками и сходными атрибуционными данными с предметами, входящими в сервиз:

- половник золоченого серебра 84 пробы, на котором стоит именовое клеймо И. В. Кейбеля и пробирное клеймо с датой — 1837 г., а на конце черенка имеется литой герб Нарышкиных;
- комплект из 12 чайных ложек — золоченого серебра 84 пробы, изготовленных, так же как и бульотка, неизвестным мастером «Ф·Р» в 1836 году.

Отсутствие на предметах брачных гербов и (или) монограммы «МН» формально не позволяет с полной определенностью включить их в состав



фото 5



фото 7

данного сервиза, ибо именно эти элементы являются его главным идентификационным признаком. Однако будет неверно и отрицать наличие вероятности того, что эти предметы могли входить в этот набор посуды.

В заключение следует подчеркнуть, что обнаруженный в особняке Нарышкиных комплекс предметов серебряной утвари является ценнейшим источником новых знаний о культуре дворянского быта XIX — начала XX века и о творчестве выдающихся русских и иностранных мастеров серебряного дела. Предметы этого клада являются артефактами, которые почти целиком были уничтожены в XX столетии, ибо, считаясь тогда ординарными, они редко передавались в музейные коллекции, а партиями распродавались по бросовым ценам за границу или,

хуже того, шли в переплавку. Теперь же, когда они введены в научный оборот, специалисты получили возможность изучения этих предметов, что, несомненно, принесет немало интересных открытий.

Примечания

¹ Клад был найден сотрудниками ГК «Интарсия» 27 марта 2012 года при проведении реконструкции здания по адресу ул. Чайковского, д. 29, которое с 1875 года принадлежало семье Василия Львовича Нарышкина.

² Феврония (Феодора) Павловна Нарышкина, урожденная Гебро Орбелиани (1852–1930).

³ Лев (1875–1931), Кирилл (1877–1950), Александр (? — около 1918), Василий (1885–1964), Ирина (1880–1917), Наталья (1891–1978).

⁴ Нарышкин А. К. В родстве с Петром Великим. Нарышкины в истории России. М., 2005. С. 386.

⁵ Фикельмон Д. Дневник 1829–1837. Весь Пушкинский Петербург. М., 2009. С. 212.

⁶ Кофейник, сахарница и конфетница, входящие в сервиз, были обнаружены в составе клада без крышек, которые, по всей вероятности, имели аналогичный декор.

⁷ Статья написана до проведения технико-технологической экспертизы, поэтому автор делает данное заключение о материале, основываясь лишь на визуальном анализе.

⁸ Цвет золотого сплава зависит от химического состава присадок — лигатуры. Например, для получения розового оттенка в качестве присадок используют медь, серебро и цинк.

⁹ Великая княгиня Елена Павловна (принцесса Фредерика Шарлотта Мария Вюртембергская) (1806–1873), супруга великого князя Михаила Павловича (1798–1849).

¹⁰ При императоре Павле I коронационные регалии приобрели статус наследственных. Накануне каждой последующей коронации придворные ювелиры перебирали и чистили камни короны, а также подгоняли нижний ободок Большой и Малой императорских корон по голове венчающихся на царство монархов.

¹¹ Эта корона не подошла по размеру и была возвращена И. В. Кейбелю для изготовления орденов и медалей.

¹² Ныне в здании бывшей Александринской больницы в С.-Петербурге (ул. Маяковского, д. 12) располагается Российский научно-исследовательский нейрохирургический институт им. А. Л. Поленова.

¹³ Она скончалась от туберкулеза в 1844 году в возрасте 19 лет, спустя полгода после бракосочетания с принцем Фридрихом-Вильгельмом Гессен-Кассельским (1820–1884).

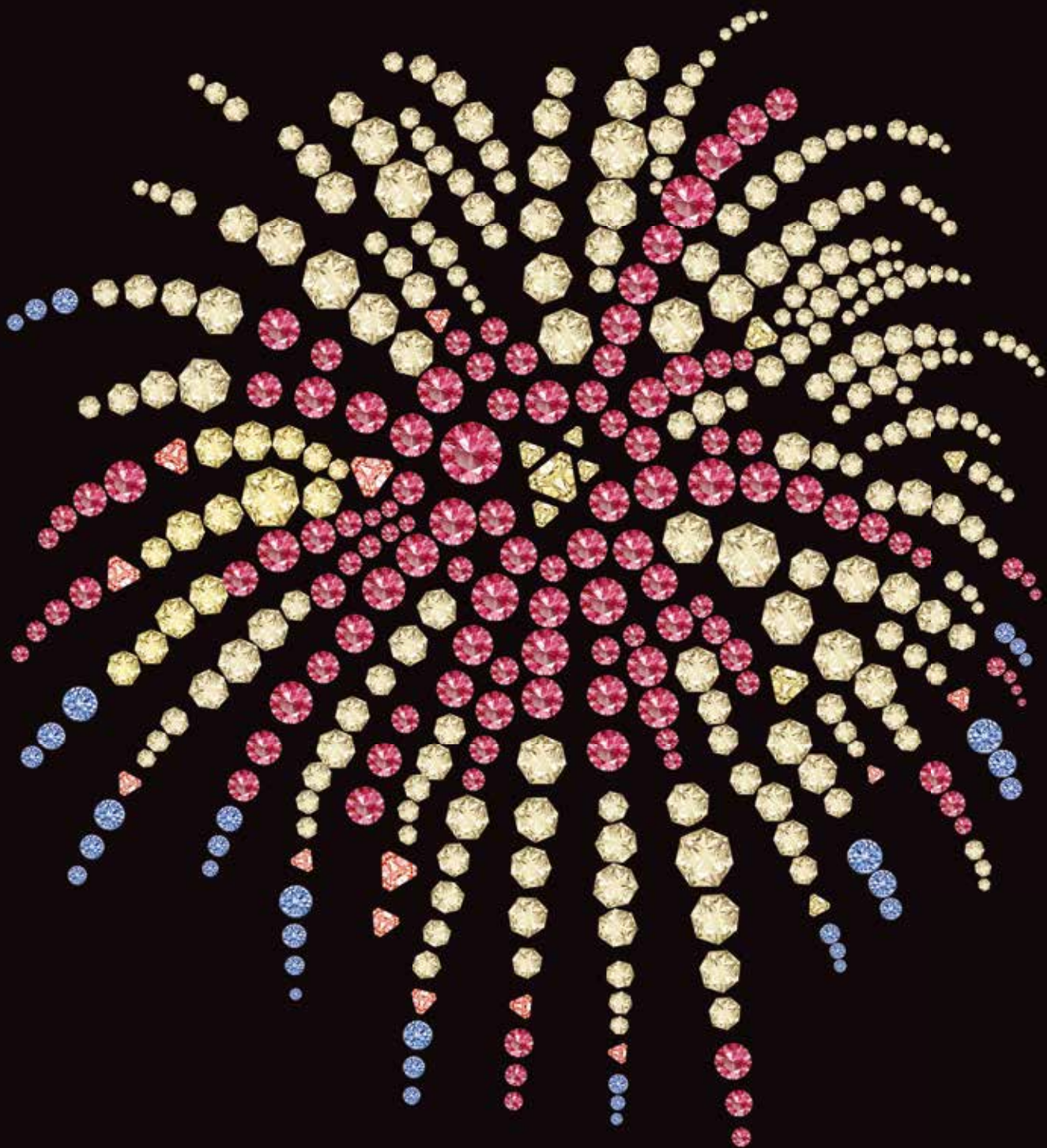
¹⁴ [gelos.ru/Антикварные аукционы/jan2011month/silver.html](http://gelos.ru/Антикварные_аукционы/jan2011month/silver.html)



фото: www.fontanka.ru



CRYSTALIT
corporation



реклама

УНИКАЛЬНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ЮВЕЛИРНЫХ КАМНЕЙ

МОСКВА • КОСТРОМА • КРАСНОЕ-НА-ВОЛГЕ • ЕКАТЕРИНБУРГ • РОСТОВ-НА-ДОНУ

8 (800) 200 22 28 звонок с любого телефона бесплатный

www.crystalit.ru

НОВЕЙШИЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБРАБОТКИ ПОВЕРХНОСТИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ!

ПРОМТЕХ

HISPANA
DE MAQUINARIA, S.A.

МЕХАНОГАЛЬВАНИЧЕСКАЯ УСТАНОВКА EN-34- 2 ЭТАП (СУПЕРФИНИШ)

Второй этап обработки золотых сплавов представляет собой отдельную установку, использующую другие типы компаундов и расходных материалов. По своей сути она полностью отличается от 1-го этапа обработки золотых сплавов, установки GP-G10. Установка GP-G10 используется в основном для обработки открытой (наружной) поверхности изделий.

EN-34-2nd STEP легко проникает в скрытые, внутренние области обрабатываемых изделий, включая филигрань и литые с камнями. Процесс не оказывает никакого отрицательного воздействия на камни, эмали и другие нетокопроводящие поверхности.

EN-34-2nd STEP выполняет наиболее сложную обработку в течение нескольких минут, которая зачастую невозможна при выполнении традиционной обработки на галтовочных станках или требует использования квалифицированных кадров и дорогостоящей ручной обработки при массовом производстве ювелирных изделий.

EN-34-2nd STEP позволяет быть более свободным при выборе дизайна ювелирного изделия, так как процесс не оказывает отрицательного воздействия на крапаны и контур ювелирного изделия. Установка разработана с учетом всех требований процесса производства ювелирных изделий, начиная от ремесленников до уровня промышленных масштабов.

EN-34-2nd STEP может выполнять обработку практически любого ювелирного изделия, включая кольца или цепочки, а также позволяет выполнять обработку одновременно как тяжелых, так и легких изделий.

EN-34-2nd STEP позволяет:

- Увеличить производительность труда
- Увеличить качество производимой продукции
- Снизить затраты на производство
- Снизить потери металла

Весь металл в процессе обработки осаждается на медные органические катоды, что существенно ускоряет процессы плавки и рафинирования металла.



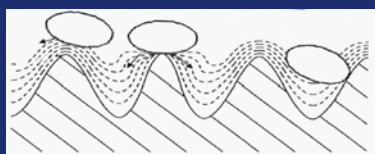
Технические характеристики:	Ед. измерения	
Потребляемая мощность:	Вт	340
Примерный вес:	кг	30/40
Вес расходных материалов, прим.	кг	12
Габаритные размеры без промывочной ванны	см	45 x 39 x 38
Габаритные размеры с промывочной ванной	см	45 x 39 x 38

5 – 9 февраля 2014
JUNWEX TECH:
Павильон 5, стенд 204

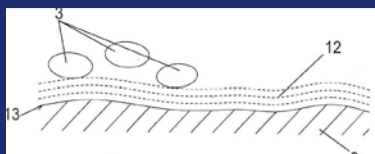
ООО «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»
196084, г. Санкт-Петербург, ул. Цветочная 25, БЦ «Мануфактура», офис 210
Тел.: (812) 336-39-45, 46, 47, 48, e-mail: info@otecru.com, info@promtechspb.ru
www.promtechspb.pф, www.otecru.com

НОВЕЙШИЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБРАБОТКИ ПОВЕРХНОСТИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ!

1-Й ЭТАП: ОБРАБОТКА ОТКРЫТОЙ ПОВЕРХНОСТИ



1 минута



30 минут



2-Й ЭТАП: ОБРАБОТКА ВНУТРЕННИХ, СКРЫТЫХ ОБЛАСТЕЙ, ВКЛЮЧАЯ ФИЛИГРАНЬ И ЛИТЬЕ С КАМНЯМИ



EN-34-2ND STEP ОБРАБОТКА ЗОЛОТЫХ СПЛАВОВ



реклама

HISPANA

DE MAQUINARIA, S.A.

5 – 9 февраля 2014
JUNWEX TECH:
Павильон 5, стенд 204

ООО «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»
196084, г. Санкт-Петербург, ул. Цветочная 25, БЦ «Мануфактура», офис 210
Тел.: (812) 336-39-45, 46, 47, 48, e-mail: info@otecru.com, info@promtehspsb.ru
www.промтехспб.пф, www.otecru.com

В. В. Скурлов,
кандидат искусствоведения
(Санкт-Петербург)

Алексей Козьмич Денисов-Уральский

**6/18 февраля 1864 (Екатеринбург) — 1926
(пос. Уссекирке, Финляндия;
ныне пос. Поляны Ленинградской обл.).
Живописец, художник-камнерез
и общественный деятель.**

Сын рабочего-горняка, художника-самоучки Козьмы Денисова, чьи работы из самоцветов экспонировались на выставках в Петербурге и Москве. В 1884 г. Алексей Козьмич Денисов получил от ремесленной управы Екатеринбурга звание мастера рельефного мастерства. В 1880-е гг. удостоился наград за камнерезные изделия на Уральской и Казанской научно-технических выставках, на выставке в Копенгагене (1888) и на Всемирной выставке в Париже (1889).

В 1887 г. по совету писателя Д. Н. Мамина-Сибиряка приехал в Петербург и поступил в Рисовальную школу ОПХ. В частых поездках по Уралу исполнил пейзажи, в которых запечатлел разнообразные явления природы, растительность и геологические особенности края. Участвовал в Весенних выставках в залах Императорской академии художеств (1898, 1899), выставках Общества русских акварелистов (1895, 1896, 1898, 1908, 1910), С.-Петербургского общества художников (1907, 1908). Одно время был казначеем «Мюссаровских понедельников» (Общества для оказания помощи семействам художников). В 1900—1901 гг. провел персональные выставки в Екатеринбурге и Перми. В 1902 г. и 1911 г. организовал в Петербурге выставки «Урал и его богатства», на которых показал свои картины, скульптуры из самоцветов и образцы минералов. С 1902 подписывался «Денисов-Уральский».

В Петербурге продолжал заниматься камнерезным искусством: исполнял фигурки из самоцветов, декоративные чернильницы, пресс-папье, «наборные картины» (макеты горных пейзажей из самоцветов на фоне акварельной живописи) и «горки» (коллекции камней, соединенных в виде миниатюрных гротов). Создавал сложные фигуры, составленные из разных камней («Попугай», «Индок»). В 1912 г. стал одним из учредителей в Петербурге Общества содействия развитию и улучшению кустарного и шлифовального производства «Русские самоцветы». Открыл ювелирную камнерезную мастерскую и магазин (на наб. Мойки, 42; с 1911 — на Морской, 27). Конкурировал с Домом Фаберже.

В 1916 г. создал серию карикатурных скульптур из самоцветов «Аллегорические фигуры воюющих держав» (восковые формы Г. И. Малышева), кото-

Скульптура «Аллегория Франции — фигура девушки во фригийском колпаке со щитоном». 1916. Фото ИАККФД СПб



рые были показаны им на специальной выставке в Петрограде. В художественном творчестве и в общественных выступлениях стремился обратить внимание на ценность природных богатств Урала, призывал к рациональному и бережному отношению к его ресурсам.

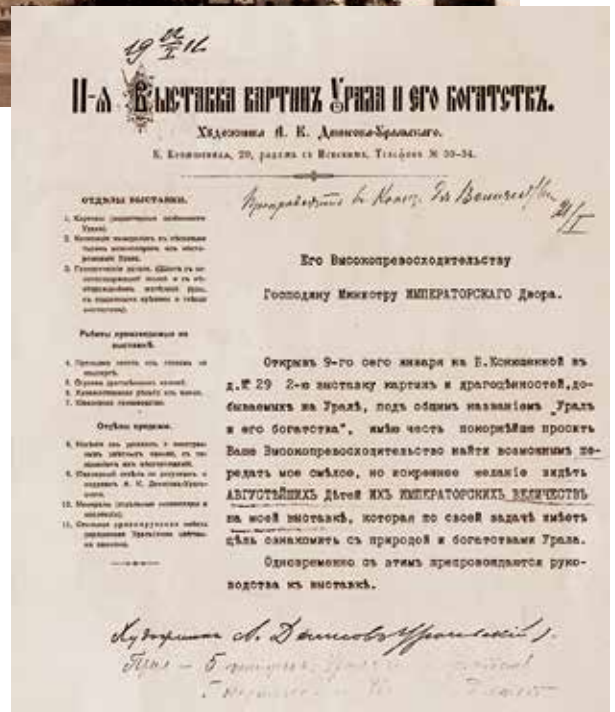
В 1903 г. участвовал в Петербурге в I Всероссийском съезде деятелей геологического и разведывательного дела. В 1911 г. стал одним из инициаторов съезда горнопромышленников в Екатеринбурге и разработал проект о льготах на промышленную добычу драгоценных камней. В 1917 г. обратился к Временному правительству с проектом разработки месторождений самоцветов. Перед революцией поселился на своей даче в финском поселке Уссекирке, близ Петрограда. В мае 1918 г. поселок был отрезан советско-финляндской границей. В последние годы написал серию картин, посвященных Уралу, и работал над рельефной лепной картой «Уральский хребет с птичьего полета». В мае 1924 г. телеграфировал Уральскому обществу любителей естествознания о готовности передать 400 полотен, обширную коллекцию минералов и изделий из камня в дар городу Свердловску. Судьба и местонахождение большей части этого дара неизвестны, как неизвестно и местонахождение могилы художника.

В Екатеринбурге именем Денисова-Уральского назван бульвар. Его работы представлены в ГРМ («Пейзаж с озером»), в музее С.-Петербургского горного университета, художественных музеях Екатеринбурга, Перми, Иркутска и в частных собраниях. Большинство камнерезных работ утрачено.

Орден А. К. Денисова-Уральского Капитула Мемориального фонда Фаберже

Почетный знак «Орден Алексея Козьмича ДЕНИСОВА-УРАЛЬСКОГО» учрежден в феврале 2008 г. в Санкт-Петербурге в ознаменование заслуг выдающегося русского художника, камнереза, геммолога, предпринимателя и общественного деятеля А. К. Денисова-Уральского. Первые награждения состоялись в Екатеринбурге в октябре 2008 г.

*Санкт-Петербург,
ул. Б. Конюшенная.
Слепа на стене
реклама
магазина
А. К. Денисова-
Уральского
«Уральские камни».
До 1910 г.
Фото ЦАККФД
СНБ*



А. К. Денисов-Уральский обращается с просьбой к императорской семье посетить его выставку «Урал и его богатства». 1911. Фото РИМ

Счет А. К. Денисова-Уральского императрице Марии Федоровне на 3 разных предмета, включая «Полуна», из разных камней. Фото РИМ

Скульптура «Аллегория Германии – кайзер Вильгельм II верхом на свинье». 1916.
Фото ИАККФД СПб



Идея ордена принадлежит В. В. Скурлову. Эскиз знака разработал Б. Н. Харитонов, Заслуженный художник РФ, кавалер ордена Карла Фаберже (Екатеринбург).

В эскизе использован герб монаршего рода Романовых «Романовский грифон», потому что ювелир-камнерез А. К. Денисов-Уральский долгие годы поставлял высокохудожественные камнерезные и ювелирные изделия к Высочайшему двору. Грифон держит щит с гербом Санкт-Петербурга. В Петербурге-Петрограде А. К. Денисов-Уральский прожил 30 лет, в 1902–1918 годах имел собственную фирму и магазин. У подножия грифона — кристаллы драгоценных камней. Орден выполнен из серебра, с позолотой, а также с использованием эмали и накладных лопастей из нефрита на ювелирном заводе «Альфа» (Санкт-Петербург). Допускаются накладные лопасти из родонита, ляпис-лазури и кахолонга. Орден носят на шее на ленточке аметистового цвета, хранится в деревянном футляре. В 2010 г. художник Сергей Иванович Квашнин (г. Киров) разработал проект Малого знака ордена А. К. Денисова-Уральского, который исполнен из серебра с эмалью.

Орденом награждаются российские и иностранные граждане за выдающиеся заслуги в сохранении и развитии лучших традиций российского и мирового камнерезного искусства, научные исследования, литературную деятельность по пропаганде творчества российских камнерезов и ювелиров.

Орден вручается в торжественной обстановке, процедура вручения публикуется в печати. В соответствии со статусом ордена кавалеру присваивается почетное звание «Заслуженный деятель камнерезного искусства» и вручается «Удостоверение», подписанное членами Наградной комиссии. В «Удостоверении» обосновываются заслуги награждаемого. Первые 10 кавалеров ордена выбираются членами Наградной комиссии. В дальнейшем сами кавалеры ордена А. К. Денисова-Уральского предлагают новых кандидатов.

АНАЛИЗ СПИСКА

Всего награждено 80 чел., в том числе 52 чел. — Большим знаком ордена, а 28 чел. — Малым. Четверо кавалеров: В. Чубук (Украина), Д. Девятков (Башкортостан), А. Пестова (Пермь) и О. Тюльпакова (г. Дедовск, Московской обл.) являются кавалерами Большого и Малого знаков ордена.

Региональный аспект: Екатеринбург — 21 чел., Санкт-Петербург — 19 чел., Украина — 10 чел., Москва — 5 чел., Пермский край — 5 чел., Кунгур (Пермская обл.) — 3 чел., Уфа, Башкортостан — 3 чел., Иркутск — 3 чел., Новосибирск — 3 чел., Нижний Тагил (Свердловская область) — 2 чел., Сибай, Башкортостан — 2 чел., Пермь — 2 чел., Якутск, Республика Саха-Якутия — 1 чел.

60 кавалеров (75 %) — непосредственно камнерезы и художники-камнерезы. 20 чел. — руководители предприятий, деятели камнерезного искусства.

13 чел. имеют ученые степени и звания или являются Заслуженными деятелями РФ и Украины.

32 кавалера являются обладателями других наград фонда Фаберже, из них 13 чел. — кавалеры высшей награды Фонда, ордена Карла Фаберже.



Попугай. Камнерезная композиция из 10 сортов камня. 1913. Частная коллекция. Фото из архива М. Калинина



А. К. Денисов-Уральский с женой. 1910-е. Фото ИАККФД СПб



Ученый секретарь и герольдмейстер Мемориального фонда Фаберже, кандидат искусствоведения В. В. Скурлов

Деятельность мемориального фонда Фаберже

Осень 2013 года и первый месяц зимы выдалась для Мемориального фонда Фаберже очень напряженными. В сентябре прошла очередная выставка «РЕСТЭК» в ВВЦ в Москве, в рамках которой состоялась награждение группы кавалеров орденов Фонда, среди которых следует отметить Сергея Ивановича Квашнина (получил Командорский крест ордена Карла Фаберже) и руководителей ювелирной фирмы «Алмаз» (Иркутск) М. В. Баборину и Н. В. Воробьеву. Обе отмечены наградами в связи с 75-летием основания фирмы. Впервые наградой фонда Фаберже отмечено предприятие — фирма «Алмаз».

Сразу после выставки в Москве я принял участие в конференции «Дом Романовых и Пермский край», состоявшейся в Перми. Во время конференции заслуженные награды получила историк, хранитель коллекции А. К. Денисова-Уральского А. И. Пестова. Интерес слушателей вызвал доклад хранителя коллекции Фаберже Музеев Московского Кремля, кавалера ордена Фаберже Татьяны Мунтян, а также мой доклад «Фаберже и Романовы». 20 сентября я был уже в Екатеринбурге, где в Музее истории камнерезного и ювелирного искусства вручал награды уральским камнерезам.

В ноябре состоялась очередная Всеукраинская ювелирная выставка-ярмарка в Киеве. В рамках проекта «Украина и Фаберже» награды Фонда получили украинские ювелиры и деятели ювелирного



С. И. Квашинин, Н. В. Воробьева (генеральный директор фирмы «Алмаз», Иркутск), М. В. Баберина (президент фирмы «Алмаз», Иркутск), награжденные орденами «Карл Фаберже – придворный ювелир», и В. В. Скурлов. Москва, ВВЦ, сентябрь 2013 г.



А. И. Пестова, заведующая отделом Пермской картинной галереи. Кавалер ордена А. К. Денисова-Уральского и «Романовского знака». Пермь, сентябрь 2013 г. Пермская картинная галерея



Ювелир Мехти Исламов с сыном (фирма «Дюльдер», г. Симферополь) и В. В. Скурлов демонстрируют награды Фонда Фаберже



Бывший магазин фирмы Фаберже в Одессе. Декабрь 2013 г.



В. В. Скурлов, С. И. Квашинин и А. С. Горюня, члены Наградной комиссии Фонда Фаберже. Москва, ВВЦ, сентябрь 2013 г.



В. А. Данилин, В. В. Скурлов, О. И. Якуба и С. В. Мацюк. Одесса, 25 декабря 2013 г.

искусства. Ордена Карла Фаберже II степени (Командорский крест ордена Карла Фаберже с присвоением звания «Заслуженный ювелир международного класса») получили выдающиеся ювелиры-художники Ирина Германовна Карпова и Мехти Мустафаевич Исламов. Мехти Исламову был вручен также вновь учрежденный знак фонда Фаберже «Почетный ювелир мусульманского мира» под № 001. В Институте декоративно-прикладного искусства для студента кафедры ювелирного искусства была прочитана лекция совместно с доцентом Дианой Шароновой.

В декабре по приглашению оргкомитета я вместе с Сергеем Квашининым принял участие в работе жюри конкурса ювелирной выставки в Ростове-на-Дону. Еще одним членом жюри был проф. Е. П. Мельников. На выставке были отмечены наградами ювелиры Ростова-на-Дону — столицы Южного федерального округа. В Краеведческом музее была прочитана для ростовчан лекция по истории фирмы Фаберже.

И наконец, в декабре состоялось мое очередное турне по Украине с посещением Симферополя,

Севастополя, Николаева и Одессы. В Симферополе и Николаеве была прочитана лекция «Фаберже: известный и неизвестный», на которой присутствовали около 100 человек. В Николаеве живут и успешно работают три кавалера награды фонда Фаберже. Закончилось путешествие в Одессе, где в Национальной библиотеке им. Горького для одесских почитателей Фаберже также была прочитана лекция по истории фирмы Фаберже и украинского ювелирного искусства, а 25 декабря состоялась заключительная в прошедшем году церемония вручения наград Фонда. Всего в настоящее время Фонд имеет 82 кавалера ордена Карла Фаберже, 365 кавалеров Большого и Малого знаков ордена Михаила Перхина, 170 кавалеров Большого и Малого знаков ордена Франца Бирбаума, 80 кавалеров ордена А. К. Денисова-Уральского, 105 кавалеров вновь учрежденного ордена «Карл Фаберже — Придворный ювелир» («Романовский знак») и 80 кавалеров Юбилейного знака «Почетный ювелир».





2009



2010



2010



2011



2011



2012



2013

Разработка и изготовление
высокохудожественных ювелирных
изделий с применением техники эмаль-
гильше, изготовление корпоративных
орденов, медалей, знаков



*Большой и малый орден
«Придворный ювелир Карл Фаберже»,
посвящённый 400-летию Династии Романовых*

 *«Сергей Квашнин»*
ювелирная компания

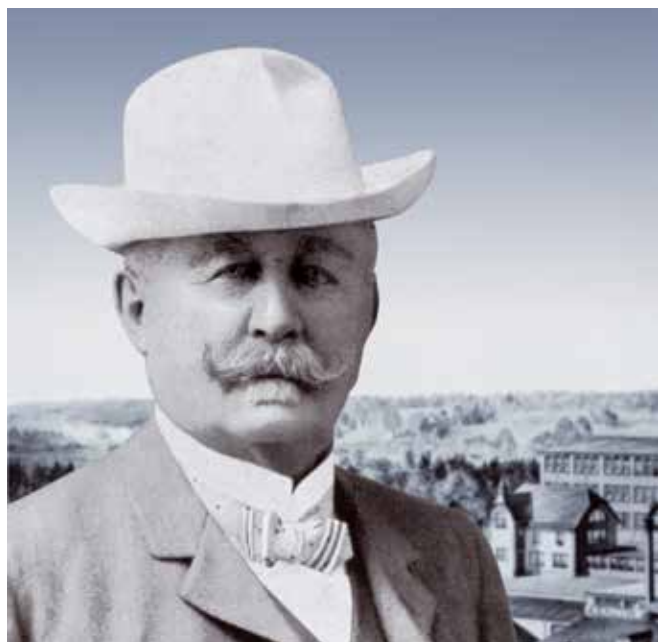
Россия, Киров
www.kvashnin43.ru
e-mail: kvashnin-55@mail.ru

ZENITH

EL PRIMERO: «СЛЕДУЙ ЗА СВОЕЙ ЗВЕЗДОЙ»



Мы продолжаем серию публикаций, посвященных истории создания, а также традиционным и современным моделям легендарных часовых компаний. Сегодняшний обзор РЮ посвящен интереснейшим механическим изделиям производства швейцарской часовой марки Zenith. Являясь живым воплощением преемственности, в наши дни эти наручные часы по-прежнему оснащаются исключительными механизмами, которые и проектируются, и изготавливаются собственной часовой мануфактурой Zenith, расположившейся в городе Ле-Локль — там, где вот уже почти 150 лет назад построил свою первую часовую мастерскую знаменитый основатель бренда Жорж Фавр-Жако.



Жорж-Фавр-Жако (1843-1917)

Согласно легенде, как-то ночью он прогуливался в горах и, зачарованный красотой ночного звездного неба, подумал, что если у совершенства есть имя, то это непременно «Зенит» — наивысшая точка небесной сферы. Поэтому свою компанию, неустанно стремившуюся к созданию идеальных часов, он назвал именно так. И надо сказать, дальнейшая история марки, «неизменно следующей за одной звездой, открывающей путь к свободе и неограниченным возможностям», действительно была отмечена очень серьезными достижениями и выпуском поистине флагманских часовых калибров.

Стремительное приобретение известности мануфактурой Zenith связано в первую очередь с точностью хронометров ее производства. С 1865 по 2014 год они принесли ей 2333(!) победы на всевозможных специализированных конкурсах — это является абсолютным рекордом применительно ко всем карманным и наручным часам, а также бортовым хронометрам. Символом же часовой компании Zenith стал прославленный легендарный калибр El Primero, созданный в 1969 году интегрированный автоматический хронограф с автоматическим подзаводом, колонным колесом и частотой 36 000 колебаний в час, обеспечивающей измерение времени с точностью до 1/10 секунды. Интересно, что с тех пор мануфактура Zenith разработала уже более 600 разновидностей этого механизма.

Для создания модели El Primero в 1969 году потребовалось около девяти месяцев работы и не менее 2500 различных технических операций (впрочем, как и сегодня). От разработки эскизов до представления первой пробной модели этого высокочастотного хронографа прошло семь лет. Получивший имя, которое на языке эсперанто буквально значит «первый», El Primero продемонстрировал миру абсолютное техническое совершенство сложнейшего часового механизма, для разработки которого был необходим высочайший уровень мастерства. Это произведение Zenith напоминало о самом смысле чуда, делающего возможным восприятие вечного бега времени: ведь сколько



El Primero Striking 10th, выпуск 2010 года: стрелка хронографа украшена ажурной звездочкой на конце, указатель даты перемещен в положение «6 часов», а диаметр увеличен с 38 до 42 мм

История покорения неба: El Primero Striking 10th

Сначала появляется мечта, за ней следует идея, которая не дает покоя, будоражит ум, возникает и снова исчезает. Если предоставить идее полную свободу, она растет, принимает размах, притягивает к себе десятки других идей в секунду, и творческий порыв, подобно вихрю, уносит их, они принимают структуру, выкристаллизовываются, созревают, рвутся к претворению в жизнь. Внезапно они пробуждают желание действовать, подлинное и непреодолимое, порождающее энергию, способную увлечь за собой, бесконечно приумножающуюся. Время на их стороне — часы, минуты и даже секунды, и каждая частица времени приносит этим идеям клятву верности. Иногда кажется, что приходится противостоять бегу времени: вот-вот уже почти у цели, время останавливается... затем снова продолжает свой бег, упорно движется вперед. Время — неизменный спутник тех, кто верит в свои замыслы: все начинается с новой смелой идеи, затем появляются первые эскизы и следуют долгие месяцы, а иногда и годы исследований, и когда наконец начинается этап изготовления, требуются следующие долгие месяцы... Залогом высочайшего качества является умение ждать.



ЛЕГЕНДАРНЫЕ ЧАСОВЫЕ БРЕНДЫ

событий может произойти за тот единственный час, в котором сердце механизма совершает 36 000 биений!

С рождением El Primero был создан самый точный в мире часовой калибр. При этом производители отошли от господствовавшей в 1960—1970-х годах моды на однотонные циферблаты и предпочли украсить их тремя счетчиками разных цветов, ставшими позже традиционными для часов этой марки. Так, циферблаты первых моделей El Primero, часов, избравших своей эмблемой звезду, украсили три сияющих оттенка неба, подчеркивающих три аспекта измерения времени: светло-серый для секунд, насыщенный синий для минут и глубокий серый для часов. Еще не было известно о будущих вариантах этого калибра, о том, что он облачится в роскошные драгоценные камни и даже побьет рекорд в преодолении звуковой границы, однако уже тогда часовая модель El Primero олицетворяла собой подлинную творческую смелость и стремление наслаждаться жизнью.

Первый в истории автоматический интегрированный хронограф с чрезвычайно высокой рабочей частотой 10 полуколебаний в секунду и по сей день остается самым точным серийно выпускаемым калибром в мире: чем выше частота колебаний баланса (она легко определяется на слух тиканьем часов), тем выше хронометрические характеристики изделия. Сама способность измерять короткие промежутки времени является в искусстве микромеханики достижением, однако еще большим достижением является отображение этих измерений способом, видимым человеческому глазу. Zenith сделал это с созданием модели El Primero Striking 10th, в которой каждая пульсация механизма отображается на циферблате. Для этого мануфактура предложила творчески переосмысленное развитие принципа так называемой «прыгающей» секундной стрелки.

Вместо 5 или 8 «прыжков» в секунду, которые делают классические секундные стрелки этого типа, стрелка хронографа в часах El Primero Striking 10th делает

*El Primero Historique, выпуск 1969 года:
первый в истории автоматический хронограф
с указателем даты, в стальном часовом корпусе
(калибр 3019 PHS, диаметр 38 мм)*



10 «прыжков» в секунду, совершая полный оборот вокруг циферблата за 10 секунд. Каждый «прыжок» стрелки отображается на расположенной вокруг циферблата шкале со 100 делениями. Специально для новой функции шкала на корпусном кольце была увеличена в 6 раз (10 секунд вместо 60) по сравнению с оригинальной моделью 1969 года, что позволяет с исключительной точностью считывать десятые доли секунды. Считывание показаний упростилось, поскольку десятичастное деление легче воспринимается глазом, чем восьми- или пятичастное деление, характерное для классических «прыгающих» секундных стрелок.

Хронограф El Primero Striking 10th с «прыгающей» секундной стрелкой отличается и редкостной точностью — благодаря новаторской функции остановки хронографа: когда он останавливается, тормозной рычажок фиксирует стрелку между двумя из ста зубцов колеса хронографа, позволяя тем самым с уникальной точностью отобразить результаты измерения. «Прыгающая» секундная стрелка модели El Primero выпуска 1969 года делала полный оборот вокруг циферблата за 60 секунд и при этом совершала «прыжки» каждую десятую долю секунды, итого 600 «прыжков» в минуту. С применением в модели El Primero Striking 10th калибра 4052 B с очень быстрыми запуском и остановкой стрелки хронографа (10 раз в секунду) у часов существенно возросла потребность в энергии, что привело Zenith к разработке нового решения облегчить массу деталей: некоторые колеса сделали из кремния.

*El Primero Tourbillon, выпуск 2011 года:
автоматический хронограф с турбийоном
и указателем даты, в корпусе из белого золота
(калибр El Primero 4035 B, диаметр 44 мм)*



Верхний мост турбийона



*El Primero Original 1969.
Диаметр 38 мм.
Год выпуска 2011
El Primero Striking 10th.
Диаметр 42 мм.
Год выпуска 2010
El Primero Tourbillon.
Диаметр 44 мм.
Год выпуска 2011*

Рекорды на границе космоса: El Primero Stratos Flyback Striking 10th

Подняться над землей, спуститься с неба, пересечь океаны, в мгновение ока увлечь за собой миллионы людей, побить рекорд, изобрести механизм, достичь края света. Пробудить мечту, раздвинуть границы, проникнуть взглядом за линию горизонта, смутно почувствовать, что там что-то есть... Никто еще не побывал там (неважно), никто не захотел рисковать (тем лучше), никто в это не верит (тем хуже для них): поверить за двоих (или за тысячу), стать первым, кто использовал все представившиеся возможности. Разве не самые сумасшедшие мечты двигают мир вперед: жизнь без смелости ничего не стоит. Внезапно почувствовать в себе эту движущую силу, неведомую силу притяжения, которая затмевает собой все, бросает вызов законам природы, звуку, гравитации, космосу... освобождает от страхов и ограничений. Отныне значение имеет только время: точное, верное, невозмутимое — время как союзник, время, дающее нам понять, что пришел час осуществить свою мечту.

В воскресенье 14 октября 2012 года миллионы глаз были прикованы к телеэкранам. Люди всего мира получили возможность в прямом эфире наблюдать за одной из самых смелых попыток установления рекорда, при котором впервые в истории человек смог преодолеть звуковой барьер во время свободного падения. В этом полете австрийца Феликса Баумгартнера сопровождал хронограф Zenith El Primero Stratos Flyback Striking 10th. Не раз бывшая свидетелем необычных достижений человека часовая мануфактура Zenith и в этот раз стала официальным хронометристом и спонсором рискованного проекта Red Bull Stratos.

В команду проекта Red Bull Stratos вошли ведущие мировые специалисты в области авиационной и космической медицины, инженерии и разработки компенсирующих давление скафандров, а также изготовления капсул и воздушных шаров. К команде присоединился также полковник в отставке ВВС США Джозеф Киттингер, которому с 1960 года принадлежал рекорд подъема в обитаемой капсуле на высоту 31 333 метра. Теперь этот рекорд был побит, потому что Феликс Баумгартнер установил три новых: первый в мире прыжок с преодолением звукового барьера во время свободного падения, рекорд высоты полета на пилотируемом воздушном шаре и совершенное с самой значительной высоты свободное падение. Подготовка этого сложнейшего проекта заняла пять лет.

*Феликс Баумгартнер
в обитаемой капсуле*



ЛЕГЕНДАРНЫЕ ЧАСОВЫЕ БРЕНДЫ

С надежно закрепленными на запястье часами Феликс Баумгартнер совершил прыжок в стратосферу из капсулы, прикрепленной к наполненному гелием воздушному шару, который поднялся на высоту 38 969,4 метра, что в четыре раза превышает крейсерскую высоту рейсовых самолетов. Температура за бортом составляла -62°C . Во время падения в стратосфере Баумгартнер достиг рекордной скорости 1357,6 км/ч, что соответствует 1,25 Маха, но при попадании в атмосферу его скорость снизилась.

Полная продолжительность этого прыжка составила 9 минут 18 секунд. Свободное падение продолжалось 4 минуты 20 секунд. Во время свободного падения первые 25,2 секунды Феликс Баумгартнер находился в состоянии полной невесомости. Затем он вошел в фазу быстрого вращения штопором с максимальной частотой вращения 60 оборотов в минуту. «Плюсский штопор» продолжался приблизительно 13 секунд, затем траекторию падения удалось стабилизировать. После этого спортсмен открыл парашют и благополучно приземлился в пустынной местности в американском штате Нью-Мексико.

Когда-то, в испытаниях 1970 года, часы El Primero, закрепленные на стойке шасси самолета Boeing 707, отправились из Парижа в Нью-Йорк рейсом Air France AF015. Во время полета часы подверглись сильному колебанию температуры и давления, постоянной тряске, однако сохранили рабочую частоту и продолжали идти с точностью до секунды: по приземлении им не понадобилась

корректировка (за исключением смены часовых поясов). Часы Феликса Баумгартнера тоже блестяще справились со своей задачей: сопровождая современного героя Феликса Баумгартнера в рекордном прыжке, они были закреплены на его правой руке поверх скафандра и находились в непосредственном контакте с внешней средой.

Несмотря на ускорение, колебания температуры и атмосферного давления на протяжении всего полета, по возвращении на Землю хронограф El Primero Stratos Flyback Striking 10th работал идеально. В памяти участников этот проект останется прежде всего реализацией мечты. И его грандиозное научное значение состоит в том, что впервые в режиме реального времени удалось собрать чрезвычайно важные данные, позволяющие продвинуться вперед медицинским, космическим и авиационным исследованиям. Изучение реакции живого организма на скорость 1,25 Маха на границе открытого космоса позволило ускорить развитие космического туризма и разрабатывать новые системы суборбитальной эвакуации.

Став результатом союза ремесленного труда и промышленного производства, часы XXI века уже выходят за рамки чисто технических знаний, переходя в особый мир чувств. Украшенная драгоценными камнями модель El Primero Original 1969 являет собой яркое свидетельство особой природы часов, где механика сочетается с очарованием, а техника — с красотой. Элегантность и утонченность — вот два слова, в полной мере отражающие сущность модели El Primero Original 1969, украшенной драгоценными



Феликс Баумгартнер



El Primero Stratos Flyback Striking 10th



Часы с портретом Феликса Баумгартнера

Драгоценность лучших мгновений: El Primero Original 1969

Время прекрасно! Секунды ускоряют свой бег (или это только так кажется?): мотылек на минуту опускается на ладонь, и представляется, что и у человека могут вырасти крылья, чтобы поддаться порыву и устремиться к прекрасному будущему. Течение времени должно быть красивым, зачем останавливать его? Может, только задержать на мгновение? На мгновение секундной стрелки... Что может быть драгоценнее этих часов? Иногда умение считать часы становится настоящим искусством, мастерством на грани поэзии. В часах бьется сердце, наши движения дают ему импульс, и два сердца подпитывают друг друга, увлекая в танце, и настолько приближенная красота не перестает восхищать — рядом с ней растет подлинное доверие, и наконец раскрывается секрет: нужно уметь удивляться, замечать прекрасное, ловить лучшие мгновения, уметь воспользоваться возможностью и найти время для себя. Поймать, где бы оно ни было, то мимолетное волшебство, которое придает жизни смысл. Делает жизнь красочной.

ми камнями. Она полностью соответствует эстетическим канонам, сделавшим коллекцию El Primero легендарной. Характерный трехцветный циферблат предстал в новом облике, его счетчики полностью покрыты синими сапфирами, а также черными и серыми бриллиантами.

Роскошные часовые индексы из бриллиантов багетной огранки делают циферблат El Primero Original 1969 еще более выразительным. Общий вес драгоценных камней, украшающих циферблат, корпусное кольцо и корпус из белого золота, составляет 3,6 карата. В модели бережно сохранены характеристики первого хронографа El Primero, выпущенного в 1969 году: диаметр корпуса по-прежнему составляет 38 мм, а указатель даты находится в положении «4 часа 30 минут». И при всей своей элегантности, утонченности и драгоценной отделке эта модель не утратила характеристик оригинального хронографа: в ее «сердце» находится выпущенный в 2009 году (по случаю 40-летнего юбилея легендарного механизма El Primero) калибр El Primero 400, который обладает запасом хода, превышающим 50 часов.

Мануфактура



Стенд в Базеле



*El Primero Original 1969,
выпуск 2013 года:
автоматический
хронограф с указателем
даты, версия с
драгоценными камнями
(калибр El Primero 400,
диаметр 38 мм)*



С Днем Рождения!

ФЕВРАЛЬ

- 10 февраля** Стрежнев Максим Сергеевич, Ювелирный холдинг «Рифеста»
- 11 февраля** Казанцев Сергей Юрьевич, компания «Лассо»
- 12 февраля** Кац Александр Михайлович, компания «Роза»
- 17 февраля** Баранов Валерий Иванович, СК «БЕЛОКАМЕННАЯ»
- 18 февраля** Сорокин Валерий Васильевич, ОАО «Костромской ювелирный завод»
- 24 февраля** Протопопова Виктория Самуиловна, компания «Женави»

МАРТ

- 2 марта** Гумерова Хидая Фагимовна
- 7 марта** Фаберже Татьяна Федоровна
- 7 марта** Станислав Викторович, ООО ТК «Баск-Крин» Бочаров
- 9 марта** Гутерман Максим Аркадьевич, Костромская ювелирная фабрика «Топаз»
- 10 марта** Шаронова Галина Григорьевна, профессор кафедры «Декоративно-прикладное искусство» (Школа Шароновых) ТГУ
- 13 марта** Гутерман Аркадий Леонидович, Костромская ювелирная фабрика «Топаз»
- 14 марта** Уткин Эдуард Юрьевич, ЮД «Кадо»
- 15 марта** Царенков Александр Михайлович, ОАО «Ювелирная торговля Северо-Запада»
- 19 марта** Лыско Надежда Константиновна, ОАО ТК «Уралювелир-маркет»





АЛМАЗ-ХОЛДИНГ
ювелирная компания

За 20 лет мы продали
десятки миллионов
украшений не потому,
что наши цены
справедливые, а потому,
что наши изделия
лучше



Гарнитур «Белый лебедь»
II место в номинации «Драгоценная фантазия»
на выставке Junwex Москва-2013

реклама

Всегда возвращайтесь к лучшему!

Центральный офис: Россия, 129301, Москва, ул. Космонавтов, дом 7, корпус 2
Тел. (495) 956-8989
www.almaz-holding.ru

ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ ФОРМАТА CASH&CARRY

*Лучшие Украшения
России*

6–9 марта 2014
Москва, ВВЦ, павильон 75

AMBERWORLD
КАЛИНИНГРАД

11–13 июля 2014
Калининград, ДС «Янтарный»

**НОВЫЙ
ПРОЕКТ**

*Лучшие Украшения
России*

10–14 декабря 2014
Москва, ВВЦ, павильон 75

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ

JUNWEX
ПЕТЕРБУРГ

5–9 февраля 2014
Санкт-Петербург, Ленэкспо

JUNWEX
ЕКАТЕРИНБУРГ

10–13 апреля 2014
15–18 ноября 2014

Екатеринбург, МВЦ «Екатеринбург-Экспо»

JUNWEX
НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

28 мая – 1 июня 2014
Москва, ВВЦ, павильон 75

JUNWEX
МОСКВА

1–5 октября 2014
Москва, ВВЦ, павильоны 75, 69

**НОВЫЕ
СРОКИ**

26–29 июня 2014

Ювелирный фестиваль
БЕЛЫЕ НОЧИ

Презентация нового
выставочного зала
в Санкт-Петербурге