

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

март | 2011 (2)



ISSN 1810-7311



Мифы Древней Греции | Что нас ждет впереди? |
Ступени мастерства | Тайны голливудского двора |



КРАСЦВЕТМЕТ

Открытое акционерное общество
«Красноярский завод цветных металлов
имени В. Н. Гулидова»
Российская Федерация, 660027
г. Красноярск, Транспортный проезд, дом 1
тел.: (391) 264-20-33, 259-32-63
факс (391) 262-94-80
e-mail: orc@knfmp.ru
www.krastsvetmet.ru

Филиал ОАО «Красцветмет» в Москве:
Российская Федерация, 115184
г. Москва, ул. Новокузнецкая, 7/11, оф. 301
тел./факс: (495) 785-66-61, 788-54-92
e-mail: rmf@ncport.ru

ДИЛЕРЫ:

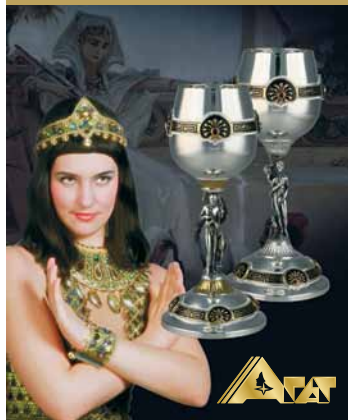
Москва
ООО «ТД «Ювелирконтракт»
тел.: (499) 249-39-49, 249-32-78
ООО «ТД «Камея Со»
тел.: (495) 744-03-07
ООО «Русская платиновая
компания»
тел.: (495) 517-74-46, 783-52-20
ЗАО «Эльтон»
тел.: (495) 225-92-50, 225-92-56
Санкт-Петербург
ООО «Ювелиры Северной
столицы»
тел.: (812) 346-67-25, 449-55-17,
449-57-07
www.uss-spbu.ru
Новосибирск
ООО «Компания ИФК»
тел.: (383) 351-53-34,
355-86-50, 355-80-95
Екатеринбург
ИП Ляной Александр Вадимович
тел.: (343) 212-40-66

Хабаровск
ЧП Шевелев Евгений
Климентьевич
тел.: (4212) 45-40-75, 76-44-06
Красноярск
ООО ТПК «Русское золото»
тел.: (391) 222-14-66,
222-14-68
Улан-Удэ
ЗАО ТПК «Сапфир-Ювелир»
тел.: (3012) 21-77-74,
21-88-18
Кострома
ООО «ТД «Золотая линия»
тел.: (4942) 31-89-81
Ростов-на-Дону
ООО «Дондрагмет»
тел.: (86354) 5-10-12
Волгоград
ИП Назарова Ольга Витальевна
тел.: (8442) 489-522
Благовещенск
ИП Симоненко Ольга Филипповна
тел.: (4162) 44-08-90, 44-47-82,
52-89-48

Официальные представители:

Украина
ООО «Центрумикс Трейд»
тел.: (38044) 206-36-65,
206-36-66, 206-36-67
Эстония
ТОО «Центрумикс»
тел.: (3726) 459-100, 443-526
Республика Казахстан
ТОО «Ювелирная компания
«Алтын Уй»
тел.: (727) 379-67-87,
258-22-80

ОБЛОЖКА



Ювелирный завод «Агат»
Украина, 94700, Луганская обл.,
г. Ровеньки, ул. Коммунистическая, 1
тел./факс +38 (06433) 51207
Генеральное представительство:
Москва
ООО «Торговый Дом Агат»
Ленинградский пр., д. 8, оф. 315
тел.: 8 (499) 257 02 72,
8 (495) 649 17 23
e-mail: info@agat-zavod.ru

*На обложке:
Оксана Леснигас, приглашенная
солистка Большого театра.
На стр. 10 читайте статью «Мифы
Древней Греции»*

АУКЦИОНЫ

- 8 Январские рекорды в Берлине

СЕРЕБРЯНЫЕ ИСТОРИИ

- 10 Мифы древней Греции...

ВЫСТАВКИ

- 12 Выставка как зеркало
современного состояния
ювелирной отрасли
- 40 Роль творческих выставок
в системе образования

КОНКУРСЫ

- 16 Лучшие украшения России

АНАЛИТИКА

- 23 Мировой рынок золота

МА АОН
ТОРГОВЫЙ ДОМ

ТОЛЬКО
ИНТЕРЕСНОЕ
СЕРЕБРО



длительная отсрочка

КОМИССИЯ

обмен

Санкт-Петербург
тел. (812) 953 35 74
e-mail: 9533574@mail.ru
www.9533574.ru

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин
1-й заместитель главного редактора
Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru
редактор
Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru
эксперт-геммолог
Михаил Чижов
дизайн и верстка
Екатерина Калинина
фото
Мария Баткова
рисунки
Екатерина Калинина
корректор
Людмила Лебедева
журналист
Наталья Скарлыгина

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел
Мария Станецкая — 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», № 2, 2011 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 и 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» —

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР
Гильдии ювелиров России

ОБЗОР РЫНКА

24 Что нас ждет впереди?

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

30 Десятилетие успеха

32 «Клио Петербург»

36 Ступени мастерства

Аргентина V



16 Лучшие украшения России

ОСОБОЕ МНЕНИЕ

34 Будущее ювелирного производства

ЮВЕЛИРУ НА ЗАМЕТКУ

46 Искусство убеждать

56 Как выжать из каталога все



62 Тайны голливудского двора

ЧАСЫ

52 SINH 2011

МИР ИСКУССТВА

62 Тайны голливудского двора

НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

67 С Днем Рождения!



Нейрограмотно

16 Лучшие украшения России

УВАЖАЕМЫЕ ДАМЫ И ГОСПОДА, ПРИГЛАШАЕМ ПОСЕТИТЬ АНТИКВАРНО- КОЛЛЕКЦИОННУЮ ВЫСТАВКУ «КОЛЛЕКЦИОНЕР»!



С 31 марта по 3 апреля 2011 года в Санкт-Петербурге в Манеже на Исаакиевской площади состоится IV международная выставка-ярмарка «Коллекционер». Более 230 участников из 12 стран мира (СНГ, Прибалтики, ближнего и дальнего зарубежья, в том числе Франции, Великобритании, Германии, Финляндии, Македонии и т.д.) представят свои собрания антиквариата и предметов коллекционирования.

Антикварно-коллекционный проект организован при поддержке администраций города и области в содействии с Ассоциацией антикваров Санкт-Петербурга.



АНТИКВАРИАТ и **ПРЕДМЕТЫ КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ** составляют основу экспозиции выставки. **АНТИКВАРИАТ** – мебель, в том числе после реставрации, живопись (от классики до авангарда), старинные гравюры, книги, иконы, скульптура, фарфор, светильники, ювелирные украшения, предметы старого быта, в том числе одежда, коллекции вееров и многое другое. **ПРЕДМЕТЫ КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ** – коллекционные монеты и бумажные деньги, бонны, открытки, марки, букинистика, коллекционные издания, в том числе литература по искусству, старинное оружие, оловянная миниатюра.

Отдельное тематическое направление выставки представят вещи современные и даже ультрасовременные (в отличие от антиквариата, которому, по определению, должно быть не менее 50-ти лет). Сегодня это либо раритеты, имеющие историческую ценность по преимуществу (например, живопись в стиле соцреализма), либо вещи интерьерные (предметы декоративно-

прикладного искусства, картины, гравюры), но высокого художественного уровня, либо культовые (иконы), либо ювелирные украшения высокой художественной ценности. Все они наверняка когда-нибудь станут «антиквариатом» в его исходном понимании.

2 апреля 2011 года в Гранд Отель «Европа» состоится второй аукцион «Винтаж и мода». В нем примут участие российские (Москва, Санкт-Петербург) и зарубежные (Франция, Великобритания) энтузиасты этого «жанра».

Международный союз коллекционеров проведет в рамках выставки очередной съезд коллекционеров России.

Наш сайт: Яколлекционер.рф

Телефоны для связи: (812) 444-87-37

Вы Коллекционер?



ПОСЕТИТЕ IV ВЫСТАВКУ-ЯРМАРКУ «КОЛЛЕКЦИОНЕР»

АНТИКВАРИАТ И ПРЕДМЕТЫ КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ 31 марта – 3 апреля

СПб, ЦВЗ «МАНЕЖ» Сайт: Яколлекционер.рф



Аукционы 182 – 187 в Оснабрюке с 14 по 16 марта 2011 года



Царская Россия
Николай I, 1825 – 1855. 1 ½ рубля (10 золотых) 1836 года,
Санкт-Петербург. Семейный рубль. xf.



Эрфурт
Шведское владение. Густав II Адольф, 1631 – 1632.
10 дукатов 1632 года. xf.



1,75:1



Царская Россия
Екатерина II, 1762 – 1796. Медь, 5 копеек 1764. Шведская чеканка, Авеста. vf.



Балтика, Рига. Шведское владение
Кристина, 1632 – 1654, 6 дукатов 1644. xf – unc.



Королевство Швеция
Густав Васа, 1521 – 1560. Талер 1534 Стокгольм. vf.



Царская Россия
Александр III, 1881 – 1894. 25 копеек 1888, Санкт-Петербург. Музейный экземпляр.
proof.



Греция, Сицилия
Сиракус-Декадрахма. После 405 г. до Рождества Христова. Очень редкий
экземпляр. xf.



1,25:1



1,25:1



Римская Империя
Пертинакс, 193, Ауреус, Рим. Almost xf.

Королевство Швеция
Иохан III, 1568 – 1592. Золотой Гульден
1569 года, Стокгольм. vf – xf.



Брауншвайг и Люнебург
Георг, 1636 – 1641. Двойной талер 1641 года. xf – unc.

KÜNKER

Coin and Gold Trading
Auction House for Coins and Medals

Аукцион 182: Античные монеты
(1140 лотов)

Аукцион 183: Монеты и медали
средних веков и нашего времени
(1890 лотов)

Аукцион 184: Коллекция доктора
Хайнца Пильштикера, Кельн –
Талеровые монеты мира (1850
лотов)

Аукцион 185: Швеция и ее владе-
ния Коллекция Юлиуса Хагандера,
часть 1 (220 лотов)

Аукцион 186: Русские монеты и ме-
дали (830 лотов) • Золотые монеты
(1080 лотов)

Аукцион 187: Немецкие монеты с
1871 года (800 лотов)

**Закажите уже сегодня Ваши
личные каталоги!**

Телефон: +49 541 96 202 45
или + 49 541 96 202 68

Факс: +49 541 96 20 222

Email: service@kuenker.de

По всему миру всегда с Вами:
www.kuenker.com



**Сотрудничайте с
нами – выставляйте Ваши
монеты у нас!**

Более 10000 клиентов по всему
миру доверяют нашему аукцион-
ному дому. Мы гарантируем Вам
профессиональную обработку
Ваших монет и медалей, ссылаясь
на новейшие экономические стан-
дарты, а также на многолетний
опыт более 180-ти успешно прове-
денных аукционов. В наших аук-
ционах, проходящих регулярно
4 раза в год, принимают участие
тысячи клиентов.

Fritz Rudolf Künker GmbH & Co. KG
Gutenbergstrasse 23 · 49076 Osnabrück
Germany · www.kuenker.com

**Osnabrück · Berlin · Munich
Zurich · Moscow**

Январские рекорды в Берлине

С началом года, после длинных новогодних каникул всегда проходят январские нумизматические аукционы фирмы «Кюнкер» в Берлине. В отличие от обычных аукционов весной, летом и осенью в Оснабрюке этот аукцион проходит всего один день. Но по событиям, редким монетам и даже рекордам эти аукционы являются ключевыми и задающими темп движения на весь год.

Не стали исключением и прошедшие 180—181 аукционы. Начнем с рекордов. Безусловным рекордом в континентальной Европе стала продажа уникального китайского доллара 1911 года. Со стартовой цены 10 000 евро эта монета была продана за 460 000 евро. До этого рекорд принадлежал нашим соотечественникам, которые заплатили за рубль Анны Иоанновны 430 000 евро. Общий объем продаж за один день торгов также дал новую рекордную выручку более 7 млн евро. В среднем превышение окончательной цены над стартом было более 45%.

Что можно выделить интересного для российских коллекционеров и инвесторов? Очень сильно повысился спрос из России на монеты Европы и в частности Германии. Мы оцениваем увеличение таких покупок более чем в два раза. Если в 2010 году эта тенденция только начиналась, то в 2011 году таких покупок явно будет все больше и больше. Связано это, скорее всего, с тем, что европейская нумизматика с ее ценами — это более устоявшийся рынок с очень прогнозируемыми ценами, и найти на нем европейские высоколиквидные и качественные монеты значительно проще, чем российские.

Торги монетами России, а это почти 200 лотов, проходили весьма оживленно. Прежде всего это касалось безусловно редких монет — пробный рубль 1801 с портретом Александра I со старта 75 000 евро был продан за 160 000 евро, а уникальные пробные 2 копейки 1810 года с того же старта — за 150 000 евро. Памятные золотые 37,5 рубля 1902 года нашли своего покупателя за 95 000 евро. Резко увеличился спрос и на российские памятные медали. Причем, на мой взгляд, покупателей на такие предметы стало даже больше, чем на типовые монеты России. Это, наверное, естественно, поскольку российские медали отличает высокое качество исполнения, а также то, что, в отличие от медалей многих стран мира, они каталогизированы с высо-



кой точностью описания и степеней редкости в каталогах Михаила Дьякова.

И как обычно, аукцион Кюнкер не смог обойтись без приятного сюрприза для своих покупателей. Аукцион завершился поздно вечером в четверг, а уже в пятницу утром были представлены новые аукционники мартовского аукциона в Оснабрюке. Особенно это порадовало тех участников, которые не были удовлетворены своими покупками (многим хотелось купить гораздо больше монет).

Итак, что же нас ждет в период весенней сессии, которая будет проходить с 14 по 18 марта в Оснабрюке, Германия? Прежде всего это шесть аукционов, посвященных различным разделам и коллекциям нумизматики. Традиционно торги начинаются с античных монет. Всего будет выставлено на продажу 1140 лотов, начиная с монет Древней Греции и кельтских монет, заканчивая монетами Византии.

Следующий аукцион посвящен монетам Германии и всего мира — более 1890 лотов! Этот аукцион представляет особый интерес для российских коллекционеров, поскольку период и ценовой диапазон (от 50 евро) наиболее востребованы сегодня в России. Третий и четвертый аукционы (184 и 185) — это тематические коллекции Хайнца Пильштикера и Юлиуса Хагандера. Особенно хочется обратить внимание российских покупателей на первую коллекцию, поскольку кроме немецких талеров в ней присутствует также большое количество российских монет. В частности, 1,5 рубля = 10 злотых 1836 г., так называемый «Семейный» (лот 5676). Из этой коллекции продается также большая подборка китайских монет талерного типа (долларов), которые, на мой взгляд, покажут новые рекорды по превышению итогов над стартами.

Коллекция Юлиуса Хагандера посвящена монетам Швеции. Поскольку российская история в течение длительного времени была тесно связана со Швецией, эта коллекция будет также весьма ин-



ГРИНГОР
St.Petersburg

МОДА ПРОХОДИТ —
ДРАГОЦЕННОЕ ВЕЧНО



интересна для наших покупателей. Хотелось бы обратить внимание на лот 6059. Это 6 дукатов 1644, город Рига. Этот уникальный по своей красоте и качеству экземпляр продавался в 1895 году во Франкфурте, а после этого в 1985 году в Стокгольме.

17 марта 2011 года, в четверг, стартует аукцион 186. Это наиболее ожидаемая часть аукционной сессии, поскольку посвящена исключительно России. Всего выставлено на продажу 860 лотов. Цены от 50 до 75 000 евро. Именно за 75 000 евро будут предложены медные 5 копеек 1764 года шведской чеканки. Очень интересны, на мой взгляд, 2/3 червонца в золоте времен правления Ивана IV, Петра I и царевны Софьи.

И завершают аукционную неделю торги по золотым монетам мира (что весьма актуально в наши дни) — более 1000 лотов — и монеты Германии с 1871 года по наши дни (800 лотов). В немецкой части наиболее интересна монета Баварии номиналом в 3 марки 1918. Таких монет было отчеканено всего 130 штук, и в продаже они появляются очень редко.

По итогам аукционов станет понятно, окончательно ли вышел рынок нумизматики из кризиса и насколько влияние коллекционеров из России и Китая начинает оказывать влияние на торги в Европе.

регистрационное удостоверение № 140004810 выдано СЗ государственной инспекцией пробирного надзора

реклама

Ювелирное предприятие
«ГРИНГОР»

тел.: (812) 318-18-99, 318-19-39

Санкт-Петербург, ул. Моисеенко, 22, лит. Д
gringor@mail.ru

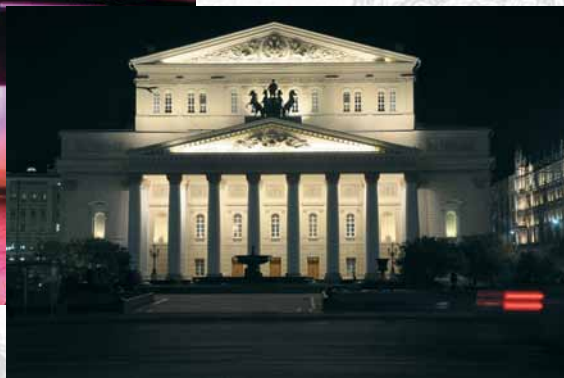
Мифы Древней Греции...

ПРЕДСТАВЛЯЕТ КОМПАНИЯ «АГАТ»

Наши встречи с руководителями ювелирной компании «Агат» до этого момента носили ознакомительно-познавательный характер. Широчайший ассортимент фирмы, создаваемый благодаря огромным познаниям художников, дизайнеров и руководства компании, мы старались представить не просто как обзор продукции, а показать, что владение историческими, культурологическими и художественными знаниями в сочетании с профессионализмом позволяет создавать великолепные изделия, точные по выбранному стилю и актуальные для настоящего времени.



Оксана Лесничая в Центре оперного пения Лиины Вишневецкой



Государственный академический Большой театр России

Сегодня мы хотели бы затронуть не менее важный вопрос: каким образом происходит рождение бренда. Почему отдельные компании, давно существующие на рынке и даже достаточно успешные в коммерческом смысле, остаются малоизвестными для покупателей, тогда как другие благодаря своему стремительному развитию быстро уходят вперед. Создание бренда в эпоху перемен, каким и является нынешнее время, — это создание системы не только экономической, но и философской, касающейся и материального выражения, и человеческих, и культурных ценностей. Это отступление мы позволили себе не для того, чтобы просто рассказать, что такое бренд, это всем известно, а чтобы, во-первых, показать, какие шаги необходимо предпринимать, чтобы вывести компанию на лидирующие позиции, и, во-вторых, как происходит общение покупателя с брендом. На эти темы мы и беседовали с генеральным директором ювелирной компании «Агат» Александром Николаевичем Раком и директором торгового дома «Агат» Натальей Петренко.

По их мнению, за последние годы отношения между покупателями и брендами сильно изменились. Если раньше бренд был носителем информации, затем стал вести с покупателем диалог, то сейчас бренд помогает

людям общаться между собой! Бренд сплавляет вокруг себя людей, помогая их общению. Бренд дает людям ощущение причастности к чему-то общезначимому и основан на общих для них ценностях и представлениях о мире. Именно поэтому, приобретая эксклюзивную серебряную посуду компании «Агат», покупатели становятся членами своеобразного клуба тех, кому близок мир искусства и истории. Неслучайно лицом бренда «Агат» была выбрана оперная певица, солистка Большого театра Оксана Лесничая. По мнению специалистов по брендингу, компании всегда начинают создание бренда, создавая базу, а дальше бренды строят клиенты, в нашем случае мы понимаем, что, образно говоря, как в театре, — за неземной легкостью и отработанным до мелочей спектаклем всегда стоит тяжелый труд создающих эту красоту. По словам Оксаны Лесничей, «опера — это не просто музыка, пение, театр — это полное погружение в эпоху произведения, где любой предмет, будь то декорации, костюмы, грим, прически, любая мелочь должны соответствовать времени. Поэтому за годы учебы, выступлений певец начина-

Фрагмент картины
«Орфей и Эвридика»,
Джордж Фредерик
Уотс, 1872



«Я стремился в своей музыке подражать человеческой речи, как это делали древние греки и римляне».

Якопо Пери

ет, как камертон, чувствовать мир вокруг себя. Например, в одной из моих любимых опер «Эвридика» Якопо Пери мир легенд и мифов явственно вырисовывается благодаря и великолепной музыке, и такому знакомому сюжету. А вы знаете, что многие композиторы за основу своих произведений брали образы Орфея и Эвридики, но одним из первых, кто прикоснулся к этой теме, был именно итальянский композитор и певец Якопо Пери. Свое музыкальное действо «Эвридика» он сочинил в 1600 году в честь бракосочетания Марии Медичи с королем Франции Генрихом IV, которое прошло в роскошном дворце Питти во Флоренции. Чтобы не омрачать королевскую свадьбу, трагическая концовка древнегреческого мифа исчезла. Орфей, покорив богов своим искусством, забирает свою Эвридику из подземного царства, счастливые, они благополучно возвращаются на землю. Слушая эту оперу, вы слышите Древнюю Грецию, вы проживаете жизнь вместе с героями. Познакомившись с греческой коллекцией компании «Агат», я сразу представила прохладный серебряный бокал в руке, терпкий вкус винограда, созревшего под палящими лучами солнца Греции, и музыка заиграла в душе, открывая сердце счастьем и любовью». Можем ли мы добавить что-нибудь о том, как рождается бренд? Имеющий уши да услышит!

Ювелирный завод «Агат»

Украина, 94700, Луганская область,
г. Ровеньки, ул. Коммунистическая, 1
тел./факс +38 (06433) 51207

Генеральное представительство: Москва
ООО «Торговый Дом Агат»

Москва, Ленинградский проспект, д. 8, оф. 315
тел.: 8 (499) 257 02 72, 8 (495) 649 17 23
e-mail: info@agat-zavod.ru



*Бокалы «Ланимед» и
«Дионис» из коллекции
«Греческая лифология»*



Убранство дворца Питти, Флоренция

Выставка как зеркало современного состояния ювелирной отрасли



ВСПОМНИМ, КАК ЭТО БЫЛО

2008–2009 годы — кризис, массовые увольнения, закрытие производств. Экономия — где надо и где не надо. Начало кризиса мало отразилось на ювелирной отрасли — многие продолжали привычно тратить, продажи на выставках показывали отличные результаты, но во втором квартале 2009 года будущее перестало представляться безоблачным, и большинство ограничило свои расходы. Резко упали продажи бриллиантовой группы, снизились продажи золотых украшений, многие компании обратили свой взор на рынок серебра и стали перепрофилировать производства. Общее настроение — депрессивное.

2010 год — кризис закончился или нет? Многие говорят, что закончился, но как-то мало денег стало у народа, присутствует ощущение полной потери стабильности. Продажи к Новому году оживляются, но не так чтоб уж очень. Общее настроение — выжидательное.

Год 2011. Что мы имеем сейчас? Как чувствует себя российский покупатель? И как чувствует себя его кошелек? Выставка «JUNWEX Петербург» показала, что, несмотря на то что покупатель устал

от постоянно присутствующего в его жизни отрицательного фона, сейчас он оправился от шока, немного перевел дух и потихоньку возвращается к привычной жизни. Первыми почувствовали этот тренд оптовики: если на сентябрьской выставке они не рисковали закупать бриллиантовые коллекции — выбирали лишь некоторые позиции, то на февральской ситуация изменилась. Конечно, серебро по-прежнему «впереди планеты всей», но, как отмечают эксперты рынка (с их выводами Вы можете ознакомиться на 24 стр.), увеличился спрос на украшения из золота. Да, большей частью покупают легковесные украшения, пустотелые цепи, покупатель ведет себя сдержанно, но тенденция к выздоровлению рынка налицо.

Итак, вернемся к выставке. Она была насыщена событиями: 2 февраля на официальной церемонии ее открытия Гаэтано Кавальери, президент Международной конфедерации ювелиров CIBJO сообщил о том, что «РЕСТЭК JUNWEX» стал официальным представителем CIBJO в России, и торжественно вручил В. В. Будному, руководителю медиа-холдинга «РЕСТЭК JUNWEX» сер-





тификат, подтверждающий статус Официального Представителя Международной конфедерации. Он, в частности, сказал: «Я от лица конфедерации приветствую всех участников Выставочной Программы «Ювелирная Россия». Я рад, что эта программа нацелена не только на российских ювелиров, но и на членов конфедерации CIBJO и развивает цивилизованные выставочные услуги на российском ювелирном рынке. Благодаря ей выставки под брендом JUNWEX стали связующим звеном между российским и международным ювелирными рынками». Это не единственная награда, вручавшаяся в тот день. Почетным знаком ордена Карла Фаберже за выдающиеся заслуги и личный вклад в развитие ювелирного дела с присвоением звания «Заслуженный ювелир» был награжден Валерий Васильевич Будный.

На другой день в рамках выставки прошло отчетно-выборное собрание Гильдии ювелиров России, на котором был избран генеральный директор Ассоциации, им стал Владимир Ильич Моспан. В этот же день в павильоне JUNWEX Tech состоялась международная конференция «ЮВЕЛИРНАЯ ИНДУСТРИЯ: Дизайн. Технологии. Оборудование», в рамках которой прошли следующие семинары: «Инструментальные экспресс-исследования драгоценных металлов и драгоценных камней в повседневной деятельности ломбардов», «Применение международного стандарта ISO 9001 в ювелирной отрасли», а также «Профессиональное освещение для ювелирных магазинов, салонов, бутиков». В павильоне JUNWEX-Diamonds Группа компаний «Кристалл» представила новые коллекции ювелирных украшений с бриллиантами совместно с известным российским модельером Игорем Чапурным. Известный модельер Игорь Чапурин пред-

Лазарю Кабальери вручает В. В. Будному, руководителю медиа-холдинга «РЕСТЭК JUNWEX» сертификат, подтверждающий статус Официального Представителя Международной конфедерации CIBJO

ставил на стенде «Кристалла» вечернее платье, драгоценное в полном смысле слова — его главным украшением стали бриллианты, ограненные по эскизам художников арт-студии компании «Смоленские бриллианты». Расшитый сотней бриллиантов, этот туалет — настоящий арт-объект. По словам дизайнера, создавая его, он постарался «придать имиджу бриллианта новую грань, выведя его за рамки традиционных украшений». Гостям были также представлены украшения и для мужчин — роскошная коллекция бриллиантовых запонок.

А часовая компания НИКА подарила гостям и посетителям выставки весну... Действительно, в то время как за дверями павильонов бушевала непогода, на стенде НИКИ всеми цветами радуги расцвела настоящая весна. И это волшебство принесла новая «живописная» коллекция часов Dolce Vita Art, ставшая чудесным предвестником солнечных дней, тепла и свежести, предстоящих ярких путешествий и новых открытий. Уникальным нововведением этой коллекции стало то, что каждый экземпляр керамических часов Dolce Vita Art был дополнен шелковым платком с узором, идеально продолжающим оригинальный рисунок циферблата.

Для любой отрасли экономики именно выставка — реальная возможность наглядно продемонстрировать коллегам-специалистам и заинтересованному обывателю свои достижения и возможности, ну а конкурс, в котором строгое жюри отбирает победителей, — это квинтэссенция достижений лучших представителей отрасли. Мы предлагаем вашему вниманию работы победителей Всероссийского конкурса ювелиров на приз культурной столицы «Признание Петербурга», чьи имена были объявлены 5 февраля во время торжественной церемонии.





X Международная выставка ювелирных и часовых брендов

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

NEW RUSSIAN STYLE

реклама

25–29 мая 2011
Москва, ВВЦ, павильон 75

197110, Санкт-Петербург, Петрозаводская ул., 12; Тел.: (812) 320-8099, 303-9860; Факс: (812) 320-8090
E-mail: junwex@restec.ru; Internet: www.rjexpert.ru

Лучшие украшения России. Февраль 2011 года



Лучшее ювелирное украшение
или коллекция сезона. II место.
«Эрли» – Рига™.

Коллекция Distant Galaxies – «Далекие галактики»,
посвящена первому полету человека в космос.
Автор С. Королёв



Лучшее ювелирное украшение
или коллекция сезона. II место.
«РИФЕСТА-ХОЛДИНГ», Екатеринбург.
Коллекция «Капи»



Лучшее ювелирное украшение
или коллекция сезона.

II место.

«Эрми» – Риню™.

Коллекция Distant Galaxies –
«Далекие галактики», посвящена
первому полету человека
в космос.

Автор С. Королев



Гран-при конкурса.
ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ «МУЛТОВ», Екатеринбург.
Гарантий «Возрождение»

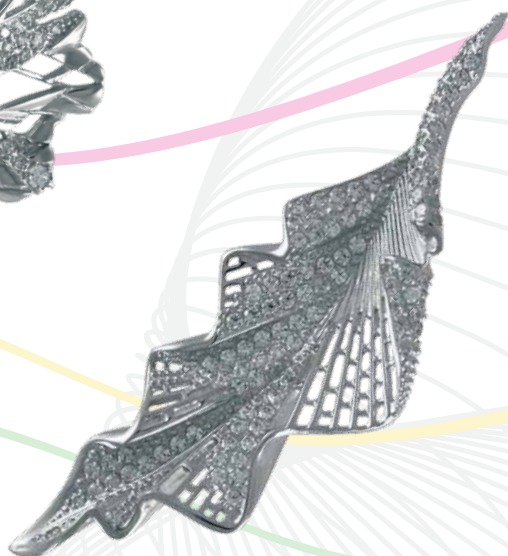


Лучшее ювелирное украшение
или коллекция сезона.

III место.

«Ювелирный завод «ПЛАТИНА», Красно-на-Волге
Серия брошей «Наздрь».

Авторы: М. Егорова, Е. Яценев, А. Кукушкин,
С. Сычев, В. Толкунов, И. Рудцов, А. Горихин





Лучшая коллекция массового производства.
II место.
Компания «ЮВЕЛИЯ», Санкт-Петербург.
Коллекция «Буквица»



Лучшая коллекция массового производства.
II место.
Ювелирное производство «РОСКОШЬ», Владивосток.
Коллекция «Ангел»
Автор Е. А. Рахманенко



Лучшая коллекция массового производства.
III место.
Санкт-Петербургский монетный двор ГОЗНАКА, Санкт-Петербург.
Коллекция «Акварель».
Авторы: И. М. Гачегниладзе, А. Ламов, А. Бадулин, И. Шенелев





Ювелирный эксперимент.
I место.
«ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА КАРАТ», Екатеринбург.
Кулон «Большой взрыв – рождение эмоций».
Авторы: М. Балдин, С. Муравлев



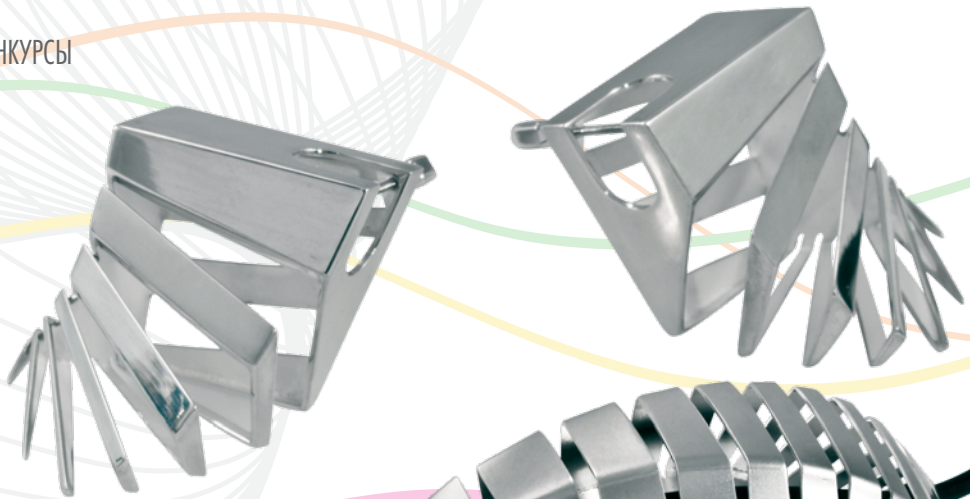
Ювелирный эксперимент.
III место.
Компания «ЗВЕЗДА АКУТИИ», Якутск.
Украшение на ухо «Эльф».
Авторы: Н. Намяна, Н. Маркова



Ювелирный эксперимент.
II место.
Кольцо «Асимметрия».
Автор Сергей Метольни, Санкт-Петербург

Ювелирный эксперимент.
II место.
Коллекция «Allegretto».
Автор Анна Дерябина, Санкт-Петербург



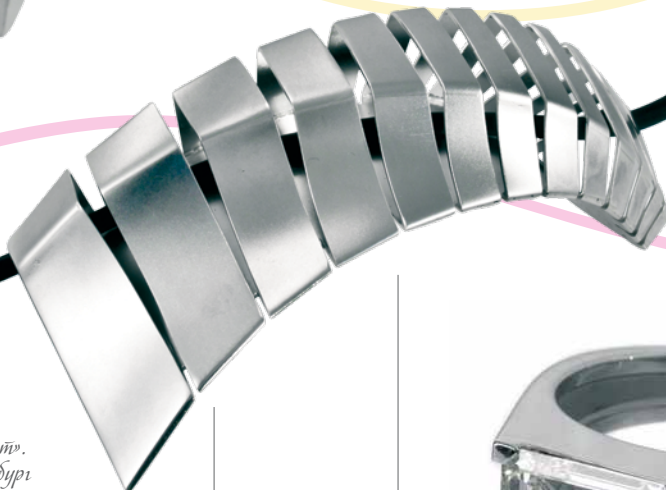


Модные тенденции.

1 место.

Серьги и подвес «Поворотный момент».

Автор Андрей Анисин, Санкт-Петербург



Мужские украшения и аксессуары.

1 место.

«Ювелирная группа «СМОЛЕНСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ»,

Смоленск.

Кольцо «Джо Кокер».

Автор С. Сокур



Эксклюзивные изделия с бриллиантами.

1 место.

«Ювелирная группа «СМОЛЕНСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ»,

Смоленск.

Кольца из серии «Империя».

Авторы: А. Моисеенков, С. Сокур



Классика XX столетия.

1 место.

Ювелирная компания «АРЕНТОВ», Москва.

Комплект «Время «Индия»



Дизайн часов.

11 место.

Часовой завод НИКА, Москва.

Коллекция «Престиж» (женская).

Авторы: М. А. Саникидзе, Д. В. Макаров



Современный историзм.

1 место.

Ювелирное производство «КУСТОВ», Кострома.

Кольцо «Роза Снама»





Ювелирная и камнерезная пластика.
II место.
ОАО «РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ», Санкт-Петербург.
Композиция «Спелый улов».
Автор И. В. Тишкина

Ювелирная и камнерезная пластика.
II место.
Компания «ПЕТРОЗОЛОТО», Санкт-Петербург.
Камнерезная пластика «Путник на привале».
Автор В. А. Кириллов



Ювелирная и камнерезная пластика.
I место.
Компания «АМБЕР НЕВА», Санкт-Петербург.
Серия работ «Совушки».
Автор С. Г. Ваньков

VICENZAORO

Мировой рынок золота

Золото является важнейшим элементом мировой финансовой системы. На январской выставке в Виченце были представлены обобщенные данные состояния мирового рынка золота в 2010 году. Предлагаем и вам ознакомиться с ними.

В течение 2010 года во всем мире увеличилось потребление золота. Согласно Всемирному Золотому Совету (WGC), рост был связан с тремя основными факторами: высоким спросом на драгоценности на азиатских рынках (особенно в Китае и Индии), возобновлением использования золота в электронной промышленности (для последних моделей «умных» телефонов и портативных компьютеров), а также увеличением спроса на золото как инвестиционный продукт. Спрос на драгоценности с сентября 2009 по сентябрь 2010 вырос на 10%, что составляет 1978,3 тонны, в денежном эквиваленте рост составил 43% (73,5 миллиарда долларов). Главным потребителем ювелирных украшений является Индия, за ней расположились Китай и Ближний Восток. США, являвшиеся до кризиса лидером мирового рынка драгоценностей, сейчас находятся на четвертой позиции.

И хотя спрос на ювелирную продукцию сдерживается рекордным ростом цен на само золото, благодаря национальным праздникам Индии, Ближнего Востока и Рождества в странах Запада завершение 2010 года отмечено увеличением сезонных продаж ювелирных украшений. Однако в различных регионах сезонный спрос значительно разнится. Так, например, Индия показала самый большой рост спроса — на целых 62%. Это связано с тем, что индийские потребители рассматривают драгоценности как в качестве украшений, так и как средство инвестиций. В Китае рост составил 8%, в Гонконге — 17%, а в Японии 9%. В западных странах ситуация несколько сложнее: прошедший год стал рекордным для золота, цена на которое выросла на 25%. Серебро также стало значительно дороже, но и это не могло повлиять на покупательский спрос. Например, в американских дисконтных магазинах, где средняя отпускная цена составляет 500 долларов, вес покупаемых золотых изделий продолжает снижаться, и даже европейские потребители покупают

золотые украшения более легкие или же из других, более дешевых материалов, таких как серебро.



Согласно Международной ассоциации исследований и консультирования на рынке драгоценных металлов (GFMS), в глобальном масштабе спрос на драгоценности за прошедшее десятилетие уменьшился более чем на 50% — от 3205 тонн в 2000 году до 1819 тонн в 2010. Напротив, инвестиции в золото, как в слитки, так и монеты, возросли с 49 до 2092 тонн в тот же самый период. (Источник: WGC и GFMS.)

При таком сценарии производители ювелирных украшений больше заинтересованы в новых и динамично развивающихся рынках, таких как Китай, Гонконг, Тайвань и Макао. В этих странах появляется новый социальный класс, называемый «средним» с тенденцией к увеличению потребления, что не может не заинтересовать производителей.

Для Италии как важнейшего мирового поставщика ювелирных украшений из золота очень важно отметить восстановление ювелирного сектора, хотя его темп еще невысок. При текущих темпах роста стране потребуется по крайней мере еще 8 лет, чтобы достигнуть предкризисных объемов. Данные ISTAT за 9 месяцев 2010 года показывают прирост +26,2% золотого экспорта (приблизительно 3,2 миллиарда евро). В целом, два самых стабильных итальянских золотых региона Ареццо и Виченца дают больше чем три пятых от всего национального экспорта ювелирных изделий. Меньшая часть приходится на Валенцу, Милан и Рим.

ПРОГНОЗ НА 2011 ГОД

Согласно данным Международного валютного фонда, развивающиеся страны остаются центрами роста мировой экономики. Безусловным лидером является Китай, ожидаемый рост его валового внутреннего продукта в 2011 году составляет 9,5%. ВВП Индии вырастет на 8%, Бразилии — 4,1%. Далее идут США с ростом ВВП 2,3%, Великобритании и Германии — 2%, а во Франции и Японии — по 1,5%. По прогнозам МВФ для Италии рост ВВП составит 1%.

Ассоциация торгово-промышленных палат европейских стран (Европалата) представила результаты статистического опроса, проводившегося среди 70 тысяч фирм, расположенных в 95 европейских регионах. Если исключить Грецию, Испанию и Польшу, процент фирм, отмечающих улучшение экономической ситуации, больше, чем выражающих пессимистические взгляды. При этом в Италии почти 60% компаний фиксировали признаки восстановления экономики в 2010 году и отмечают, что дальнейшее развитие будет проходить по позитивному сценарию.

Мировая экономика, похоже, выходит из самой глубокой рецессии за последние 60 лет.

Вместе с тем ее подъем по-прежнему происходит неравномерно, некоторые страны имеют весьма высокие темпы роста, тогда как другие переживают гораздо более слабое оживление, риски снижения темпов глобального экономического роста вновь увеличились и продолжают расти в начале 2011 года. Для их преодоления и создания основ для возобновления уверенного и устойчивого спроса необходимы политические меры.



Что нас ждет впереди?

Если 2009 год был годом бесконечных обсуждений мирового экономического кризиса, то 2010-й стал периодом некоторого затишья в дискуссиях. Не только Россия — все ведущие страны мира предприняли ряд мер, позволивших остановить резкую рецессию.

В 2011-м мировое сообщество озабочено обеспечением дальнейшего экономического роста. О ситуации на рынке, о том, что ждет ювелирную промышленность в ближайший год, мы решили поговорить с экспертами рынка — руководителями ювелирных предприятий и торговых организаций. Мы попросили их провести анализ состояния ювелирного рынка России, задав им ряд вопросов:

1. По данным Пробирной палаты России на клеймение поступило ювелирных изделий из золота на девятнадцать и пять десятых процента больше, чем в 2009 году. Серебряные изделия также показывают рост, но меньший, чем в 2009

году. Рост количества изделий из серебра составил девять процентов, в то время как рост импортных изделий из серебра, представленных на клеймение, составил сорок пять процентов. Какие изменения произойдут, на Ваш взгляд, в структуре спроса в течение этого года?

2. Можно ли говорить о том, что кризис в ювелирной отрасли закончился (заканчивается)?

3. Ваш анализ ювелирного рынка?

4. Какие результаты показала выставка «JUNWEX Петербург» для Вашей компании?



**Григорий Юрьевич Щернаков, директор
департамента планирования и развития
«Торгового Дома Адамант»:**

1. Основываясь на приведенных данных, могу предположить, что эти объемы свидетельствуют о восстановлении российского рынка золотых и серебряных украшений относительно 2009 года. Так как компания «Адамант» специализируется на производстве цепей, то и мои выводы будут касаться именно этой товарной категории.

Во-первых, в золоте очевидна тенденция замещения полновесных цепей пустотелыми аналогами.

Во-вторых, в сегменте серебряных цепей наблюдается смещение спроса в сторону более качественной продукции. Наша компания работает в обоих направлениях и имеет рост примерно двадцать пять процентов к прошлому году.

2. Кризис ювелирного рынка — следствие кризиса экономического. Российский ювелирный рынок просел, но не рухнул. И это важно. Участники перераспределяют доли рынка и свои роли в

нем. Ювелирные изделия, как и прежде, востребованы населением. Ажиотажного спроса нет, впрочем, похожая ситуация сложилась и на других рынках товаров не первой необходимости.

3. Выставка прошла удачно. Есть и новые клиенты, и новые договоренности об увеличении объемов поставок с уже работающими клиентами. По словам многих посетителей, «Адамант» порадовал на питерской выставке как новым стендом, так и необычной рекламной концепцией, обыгрывающей в яркой и необычной манере столь популярную в профессиональных кругах давальческую схему работы. Для меня важно, что все большее число участников рынка обращают свое внимание при выборе поставщика именно на нашу компанию. Это свидетельствует о востребованности продукции и возрастающей роли компании в оптовом секторе золотых и серебряных цепей.

АЛМАЗ КЛУБ[®]

«Рифеста-Холдинг» – одна из ведущих российских ювелирных компаний, представляет **новую коллекцию украшений – «Розы»** бренда «Алмаз Клуб». Коллекция была впервые представлена на февральской выставке **Юнвех** Петербург, где за считанные дни стала лидером продаж.



Преимущества работы с «Рифеста-Холдинг»:

- Мы предлагаем украшения с бриллиантами, разработанные с учетом исследований покупательского спроса в собственной розничной сети.
- Для удобства выбора, изделия разделены на ценовые группы, что позволит Вам сформировать сбалансированный ассортимент.
- Стратегия постоянного обновления коллекций бренда «Алмаз Клуб» и справедливые цены позволяют Компании предоставлять выбор ювелирных украшений для самого широкого круга покупателей.
- Мы ориентируемся на длительные взаимовыгодные партнерские отношения с клиентами!

Департамент оптовой торговли:

г. Екатеринбург, ул. Монтажников, д.20

тел.: +7 (343) 323 30 30, www.rifesta.com



Максим Сергеевич Стрежнев,
генеральный директор «РИФЕСТА-Холдинг»:

Данные Пробирной палаты вполне отражают реальную ситуацию на рынке. Возможно, дело в том, что в условиях кризиса часть розничных покупателей, прежде приобретавшие бюджетные украшения с бриллиантами, переориентировались в целях экономии на покупку украшений из импортного серебра. Этот сегмент покупателей — именно его мы относим к «среднему классу» — не готов даже в условиях кризиса «снижать планку» и приобретать более дешевые украшения из золота с заменителями бриллиантов фианитами. А вот находящиеся в той же ценовой группе и альтернативные золоту, но интересные, с современным дизайном серебряные Fashion-украшения он приобретает с удовольствием. Именно эту категорию изделий смогли предложить иностранные компании, мгновенно реагирующие на изменения спроса. Отечественные же производители серебряных украшений представили рынку более классический и стандартный дизайн, что и стало одной из основных причин потери доли потребителей. Еще одним фактором повышения доли рынка импортных украшений стало брендрование изделий импортных производителей, которые исторически намного большее внимание уделяют рекламе и позиционированию собственной продукции.

Что же касается представленных данных по увеличению объема продукции украшений из золота, они также закономерны. Несмотря на тот факт, что ювелирный рынок еще не до конца реабилитировался и не смог пока выйти на докризисные позиции, объем спроса и предложения растет. Произошли серьезные изменения в составе игроков рынка. Наиболее крупные, стабильные компании, сумевшие вовремя переориентировать свои производства под его потребности, сформировать актуальное предложение в нескольких ценовых сегментах, выстояли и теперь демонстрируют рост показателей. Произошло «очищение» рынка от мелких компаний, которые не смогли вовремя предпринять необходимые шаги по выходу из кризисной ситуации.

Мы в первую очередь анализируем состояние рынка по показателям собственной компании. Для нас прошедшая в феврале выстав-

ка «JUNWEX Петербург» была весьма успешной. Этого успеха компании удалось добиться благодаря обновленному ассортименту изделий в разных ценовых сегментах. Мы выпустили новые линии украшений с бриллиантами в сегменте эконом-, бизнес- и премиум-классов. В каждой из этих линий украшения можно комбинировать, составляя разнообразные гарнитуры — что немаловажно как для оптовых, так и для розничных клиентов. Если говорить о структуре спроса, то в 2009 году средняя цена розничной покупки украшений с бриллиантами была в ценовом диапазоне до пятнадцати тысяч рублей. В период предновогодних продаж 2010, а также на февральской выставке 2011 года эта сумма выросла до тридцати пяти тысяч рублей. Благодаря продуманной политике компании в составлении ассортимента наша новая коллекция «Розы», представленная «РИФЕСТА-Холдингом» на выставке «JUNWEX Петербург», была раскуплена за считанные дни.

Тенденции к росту рынка есть, но говорить об окончании кризиса еще рано. Стабильность на ювелирном рынке наступит лишь тогда, когда будет достигнута экономическая и политическая стабильность в стране. Как и любой сегмент промышленности, нацеленный на потребителя, ювелирная отрасль непосредственно связана с уровнем дохода конечного покупателя. При уверенном экономическом росте, стабильной политической ситуации и минимальном проценте безработицы будет развиваться любая отрасль, ювелирная в том числе.



Сергей Дахно, коммерческий директор ООО «Лукас Золото»:

На мой взгляд, тенденция увеличения поставок импортного серебра не основана на аналитических расчетах специалистов, это чисто интуитивная реакция. Во время начала кризиса основная мас-

са компаний, которые для себя решили, что необходимо освоить производство и продажи серебряных изделий, это уже сделали. Поэтому рост количества пробиремых изделий не так высок. С чем



BASELWORLD, Швейцария, 24-31 марта,
павильон - 2.1, стенд L70
Шарджа, ОАЭ, 5-9 апреля,
павильон - 1, стенд 2220A

реклама

TTF
DESIGN

МИРОВОЙ ЛИДЕР ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ РОЗОВОГО ЗОЛОТА

WWW.TTFDESIGN.COM INFO@TTFDESIGN.COM

связан активный рост импортных изделий из серебра, представляемых на клеймение? По моему мнению, это связано с потребностью рынка в более интересном и современном товаре. К нашему сожалению, отечественные производители не могут так оперативно реагировать на потребности рынка и быстро разрабатывать и внедрять в производство изделия, актуальные на сегодняшний день, как это делают зарубежные компании.

В течение следующего года структура спроса не претерпит больших изменений. Так же будут востребованы изделия из серебра, из золота без вставок и изделия фианитовой группы. Однако с увеличением мировой цены на золото все большую актуальность приобретают изделия с драгоценными вставками (бриллиантами, изумрудами и др.), которые не так активно росли в цене.

Говорить о том, что кризис в ювелирной отрасли закончился, наверное, пока преждевременно, можно сказать, что он заканчивается и все участники рынка все больше и больше проявляют активность. Такой вывод можно было сделать, посетив выставку «JUNWEX» в Санкт-Петербурге, где активность была на очень высоком уровне.

Прошедшая выставка показала нам, что стратегия компании верна. Те изделия, которые мы предлагаем нашим клиентам, а это в основном изделия бриллиантовой группы, востребованы. В прошлом году наша компания показала активный рост продаж, надеемся, что и этот год нас не разочарует и мы сделаем все для того, чтобы наши партнеры получали наиболее востребованные и актуальные ювелирные изделия.

Закончился ли кризис в ювелирной промышленности? Вопрос, безусловно, интересный. Вот только однозначного ответа нет. Кто-то полон оптимизма, похоронив кризис еще в прошлом году. А кто-то, как наши эксперты, нетороплив в своих оценках, отмечая оживление, но не подъем экономики. И та и другая стороны приводят аргументы, доказывая свою позицию. Но лишь один довод бесспорен: пока экономическая политика государства не станет более эффективной, вряд ли стоит ждать существенного улучшения дел в ювелирном бизнесе. В следующем номере мы продолжим обсуждение этой темы.



Своими впечатлениями о выставке, ювелирных изделиях российского производства и о рынке в целом с нами поделилась бизнес-менеджер компании TTF (Китай) Ардис Чэнь.

Как вы оцениваете результат участия в выставке, пусть даже очень предварительный?

Многие русские покупатели заинтересовались ювелирными изделиями, выпускаемыми нашей компанией TTF, их привлек оригинальный дизайн и высокое качество изделий, в планах сотрудничество с оптовыми компаниями. Мы верим, что результат участия в выставке вполне положительный.

Как вы оцениваете интерес к вашим изделиям русских покупателей?

Мы работаем на российском рынке уже много лет и поэтому понимаем предпочтения покупателей как по дизайну, так и по цене. Это придает нам уверенности в своих силах.

Что вы можете сказать о вкусе российских покупателей, почувствовали ли вы разницу с другими регионами, странами?

Русские очень любят ювелирные украшения, каждый хочет купить себе какое-нибудь изделие.

Наши клиенты, которые закупают изделия для продаж в магазинах, заказывали легковесные украшения, потому что лучше продаются. По сравнению с другими странами в России покупатели предпочитают более легкие изделия.

Можете ли вы назвать сложности, возникающие при экспорте в Россию? У вас в стране и у нас?

Строить бизнес в России тяжело, так как необходимо огромное количество документов, при этом требования меняются постоянно. Конечно, хочется, чтобы процесс таможенного оформления был более разумным, которому следовать проще. Самый идеальный вариант, если бы государство позволило нам продавать готовую продукцию на выставках.

Ваши впечатления о ювелирных российских коллекциях, которые вы увидели на выставке «JUNWEX Петербург»?

Мы участвовали в российской выставке четыре года назад и заметили, что рынок быстро растет и меняется с каждым годом. Более современный дизайн, высокое качество изделий, многие известные компании стали уделять больше внимания оформлению стендов, что привлекает внимание клиентов. Мы рады видеть эти перемены.

Маргарита Ивановна Шиянова, коммерческий директор ювелирной компании «Русское Золото»



За десятилетнюю историю существования компании «Русское Золото» покупатели привыкли к тому, что выбор ювелирных украшений у нас огромен, ведь при формировании ассортиментной политики мы всегда идем в ногу со временем и ориентируемся на модные тенденции. Но в последние годы рынок продаж ювелирных изделий претерпел серьезные изменения, и, на мой взгляд, сейчас наступило время испытания на компетентность и профессионализм всех участников ювелирного рынка. Поясню свою мысль: мировой финансовый кризис привел к удорожанию золота, у изготовителей ювелирных изделий возникли сложности с кредитованием, вследствие чего большая часть предприятий перешла на выпуск изделий из серебра. Те же компании, что остались работать в своих привычных нишах золотых и бриллиантовых украшений, значительно урезали ассортиментный ряд. Но, к сожалению, если нынешний товарооборот сравнивать с показателями 2008 года, то можно сделать вывод, что кризис еще продолжается. С резким скачком цен на золото практически все торговые компании повысили цены на свой товар (продавцы вынуждены реагировать на изменение стоимости у поставщиков) — согласитесь, это не самый положительный фактор в продажах, учитывая, что мы все-таки предлагаем не товары первой необходимости. Все это выступило катализатором процессов, заставившим мобилизовать участников ювелирного бизнеса все скрытые ресурсы. В результате этого после всеобщего шока и разом хлынувших проблем рынок приходит в себя, становится собраннее. В данных обстоятельствах люди учатся искусству поднимать себе настроение, доставлять себе радость соответственно своим возможностям. Поэтому по-прежнему востребованы серебряные изделия, а также недорогие импортные украшения с бриллиантами. Но покупателю уже хочется новых интересных предложений. Он ждет, когда в витринах появится великолепное многообразие стильных, роскошных, захватывающих воображение украшений, — и в этом главная сложность сегодняшнего дня, на мой взгляд.

Сейчас все находятся в поиске — и поставщики, и мы; здесь, на передовой, ежедневно общаясь с покупателями, пытаемся спрогнозировать, в какую сторону сдвинется спрос. На данный момент совершенно очевидно (тому есть объективные причины), что

поставщики не готовы предложить торговле большого ассортимента изысканных и недорогих украшений — практически исчезли стильные украшения из лимонного золота, нет фантазийных коллекций из комбинированного золота без бриллиантов. Однако не все так плохо, на мой взгляд, самое трудное время мы уже прошли, сейчас рынок понемногу начинает оживать — так, на февральской выставке многие компании представили новинки; пожалуй, впервые за последние два года в достаточном количестве были представлены золотые украшения массового спроса.

Проанализировав все негативные векторы, которые породил кризис 2009 года, и те меры взаимодействия компаний-продавцов и поставщиков, считаю, что в 2010 году положительный результат дала комплексная работа совместно с поставщиками. Компания «Русское Золото» формирует свой ассортимент, руководствуясь следующими правилами: во-первых, учитывать сложившиеся вкусы массового потребителя, во-вторых, следить за новыми тенденциями и отвечать запросам тех покупателей, которые идут в ногу с модой и любят меняться. Широта выбора — вот за что покупатели «Русского Золота» особенно признательны компании, и ее мы стараемся поддерживать и сейчас. Не секрет, что для того чтобы удержать своего покупателя, всем торговым предприятиям приходится прилагать большие усилия. Нельзя стоять на месте — клиентов нужно заинтересовать, удивить и удержать. Для этого мы постоянно проводим всевозможные акции, готовим для них сюрпризы, подарки. И отрадно то, что поставщики также озаботились этим. Теперь мы проводим совместные акции для покупателей, устраиваем выставки-продажи. Больше нет разделения: «Я произвел, ты продавай!» — пришло понимание того, что для успешного решения задачи нужно предпринимать объединенные усилия. Взаимодействие стало больше. Теперь поставщики в большей мере прислушиваются к пожеланиям торговли по изменению ассортимента, дизайна изделий. Помогая друг другу, мы расширяем круг постоянных клиентов, а для покупателя поход в ювелирный магазин превращаем в маленькое торжество. Наступили новые времена, и они требуют новых решений, новых подходов к работе. Главное — не стоять на месте, а продолжать движение вперед!



Десятилетие успеха

16 марта известная в России петербургская производственная компания «Самородок» празднует юбилей. Ровно 10 лет назад, накопив достаточный опыт, освоив новейшие технологии производства ювелирных изделий, владелец будущего успешного бизнеса Вячеслав Владимирович Дьячков стал создавать собственную ювелирную компанию.

Конечно, за время существования компании бывало всякое — не только успехи, случались и трудности. Но благодаря неиссякаемому энтузиазму, правильно выбранной стратегии развития, грамотно распределенным инвестициям компании «Самородок» удалось преодолеть все препятствия и занять лидирующие позиции в производстве серебряных украшений. Но это сейчас. А как все начиналось? Генеральный директор компании Вячеслав Дьячков вспоминает «этапы большого пути»:

— С самого начала компания заняла определенную позицию — работать только с серебром. Серебро — изысканный и благодатный материал для создания украшений. Не просто изделий: с его помощью мы создаем модные, эстетически безупречные украшения — цветные полудрагоценные камни, обрамленные контрастным сочетанием полированного и черного серебра, создают удивительный эффект, который по достоинству оценен клиентами, ищущими что-то эксклюзивное, необычное и привлекательное. Модельный ряд компании очень широк — на данный момент он составляет около двух тысяч изделий. Это вкупе с совре-



Вячеслав Дьячков, генеральный директор компании «Самородок»

менным дизайном и доступной ценой, несомненно, является важным конкурентным преимуществом ООО «Самородок» на рынке ювелирных изделий из серебра. Сегодня наша компания — это современное ювелирное производство с развитой системой оптовой торговли.



Достигнув лидерских позиций на отечественном рынке, компания начала осваивать международный. Дебют состоялся в октябре 2008 года — именно тогда «Самородок» получил свой первый зарубежный заказ. Кто-то жалует на засилье импортного серебра в России, а «Самородок» тем временем осваивает (и весьма успешно) европейский рынок. Как ему это удается? Об этом рассказала Ольга Короткевич, ме-

неджер по внешнеэкономической деятельности предприятия:

— Идея выхода на международный рынок в самый разгар финансово-экономического кризиса, возможно, кому-то могла показаться рискованной. Но просчитав всевозможные плюсы и минусы, мы поняли, что это весьма перспективное направление развития для нашей компании. К тому времени на нашу продукцию уже существовал довольно большой спрос, сформировался обширный круг постоянных клиентов из стран СНГ и Центральной Европы. Нужно сказать, что международный рынок ювелирных изделий и предметов роскоши — это рынок жесткой конкуренции,



а производителей различного рода ювелирных изделий огромное множество. Мы это учитывали, и для того чтобы усилить свои конкурентные позиции на внешнем рынке, уделяли и уделяем особое внимание качеству предлагаемых изделий, а также проводим ряд мероприятий по повышению известности марки. Каждый рынок имеет свои особенности, которые мы стараемся учитывать. Большую роль играют национальные особенности и менталитет. Существуют нюансы и в продажах. Так, например, в Бельгии помимо привычных продаж наших коллекций в магазинах распространены презентации Home Party. Это своего рода прием, на котором в процессе общения с гостями устроители вечеринок знакомят их с нашими новыми коллекциями, рассказывают о компании... И там же происходят продажи украшений, делаются заказы на понравившиеся экземпляры. Хочу отметить, что явного различия в предпочтениях россиян и европейцев нет, разве что европейские покупатели, принимая решение о покупке, всегда ориентируются на вес изделия и доступную цену. Они, в отличие от российских клиентов, не заказывают слишком тяжелые украшения, например цепи, которые пользуются очень высоким спросом у российских покупателей.

Росту продаж на внешних рынках и налаживанию деловых связей по всему миру нашей компании способствует и активное участие в международных ювелирных выставках, таких как Inhorgenta Europe, Gold Silver Time, «Ювелир Экспо Украина». А в конце прошлого года, в преддверии юбилея компании в странах Евросоюза нами была зарегистрирована торговая марка Samorodok. Это позволит нам еще успешнее продвигать свою продукцию на территории стран СНГ, Балтии, Центральной и Восточной Европы.

ООО «Самородок»

191167, Россия, Санкт-Петербург, Атаманская ул., д. 3

тел./факс: +7 (812) 309-03-30, +7 (812) 309-37-73,
+7 (812) 578-88-62, +7 (812) 578-87-68, +7 (812) 929-23-32

E-mail: shop@samorodok.com, sale@samorodok.com

www.samorodok.com



«Клио Петербург»

Ровно год назад компания «Клио» распахнула двери своего нового магазина в Петербурге для клиентов, предлагая им высокое качество продукции и современные стандарты обслуживания. О том, как складывался этот год для компании, удалось ли филиалу одного из признанных лидеров рынка укрепить свои позиции на Северо-Западе России, мы решили расспросить генерального директора компании «Клио Петербург» Наталью Валерьевну Волохову.

Р. Ю.: Наталья Валерьевна, как складывался для Вашей компании этот год, учитывая, что на рынке Северо-Запада работает целый ряд довольно успешных компаний?

Н. В.: На сегодняшний день можно с уверенностью утверждать, что мы не ошиблись со временем и местом открытия филиала. Магазин расположен в одном здании с ювелирными компаниями и образовательным учреждением НОУНПО «Школа ювелирного мастерства». Такое тесное соседство сказывается самым положительным образом. Сформировался не просто ювелирный центр, а содружество профессионалов и партнеров. Помещение нового офиса предоставляет хорошие условия для сотрудничества с клиентами и заказчиками, делает удобной и эффективной работу специалистов по продажам. Каждый клиент может получить исчерпывающую консультацию по любому волнующему его вопросу. Вообще говоря, «Клио» — это бренд, не нуждающийся в особом представлении, поскольку уже более двадцати лет работает на российском рынке. Главная задача нашего филиала состоит не в том, чтобы открыть еще один магазин по продаже ювелирного оборудования и инструментов, — нет, мы хотим создать на его базе клуб профессионалов, сообщество единомышленников.

Р. Ю.: Каким образом вы это воплощаете в жизнь?

Н. В.: Например, мы проводим семинары для специалистов отрасли. В последние годы в России отмечается большой рост числа ломбардов и магазинов комиссионной торговли, и соответственно возросли потребности рынка в приборах для диагностики драгоценных металлов и камней. Так как «Клио» — единственная российская компания, выпускающая геммологическое оборудование, у нас не только накоплен огромный опыт в этой области, но мы к тому же имеем самый большой ассортимент оборудования: придя к нам, можно с нуля оборудовать геммологическую лабораторию. Поделиться накопленным опытом мы решили во время выставки «JUNWEX»: провели семинар для сотрудников ломбардов. Какой инструмент и приборы желательно или даже



Генеральный директор компании «Клио Петербург» Наталья Валерьевна Волохова

обязательно надо иметь в каждом магазине и ломбарде? Как правильно ими пользоваться? Что реально можно определить, а что нельзя? Сколько это стоит? На эти и многие другие вопросы ответил эксперт-геммолог, действительный член Британского общества историков ювелирного искусства Вадим Игнатьевич Прыгов. А 16 февраля уже в стенах нашего магазина прошел семинар кандидата технических наук, ассистента кафедры электрохимии РХТУ им. Д. И. Менделеева Кирилла Николаевича Смирнова «Защитно-декоративные гальванические покрытия драгоценными металлами в ювелирном производстве». Честно говоря, мы и не предполагали, что этот семинар вызовет такой ажиотаж и соберет настолько большое число участников! Но, с другой стороны, именно возможность общения с лучшими специалистами отрасли, учеными, занятыми в разработках новых технологий, гарантирует личное профессиональное развитие. Именно эту возможность мы и предоставляем ювелирам.

Сейчас планируем провести семинар по холодным эмалям — это одна из специализаций нашей компании. В работе не бывает мелочей, и мы стараемся больше общаться с клиентами в техническом



«Клио» — семинар по гальванике

«Клио» — широкий ассортимент



«Клио» — все для ювелирного производства



«Клио» — все для ювелирных магазинов

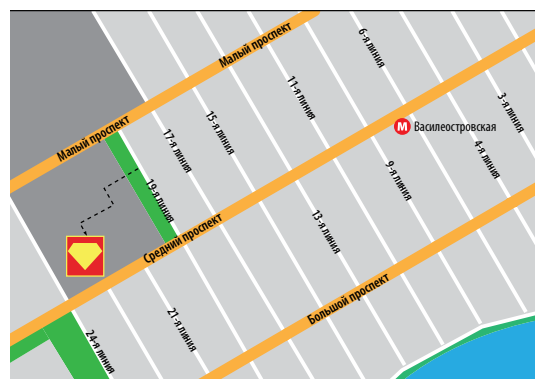
плане, донести до них суть процессов, передавать технологию, а не просто продавать расходные материалы.

Р. Ю.: В чем еще специализируется компания «Клио»?

Н. В.: О геммологическом оборудовании для ломбардов я уже сказала. Не забыли мы и о магазинах. Для них мы предлагаем очень большой, пожалуй, самый широкий в городе ассортимент ювелирной упаковки и витринного оборудования. Хочу отметить, что у нас запущено собственное производство планшетов для демонстрации ювелирных изделий, что позволяет компании оперативно реагировать на изменение спроса и уровень цен, а также предлагать покупателям именно тот товар, в котором они нуждаются.

Р. Ю.: А что может заинтересовать в вашем магазине производственные компании?

Н. В.: У нас представлена широкая гамма синтетических, натуральных ювелирных вставок и жемчуга. Налажено также собственное производство литейных машин, водоструйных кабин и прокалочных печей. Отечественный рынок наполнен высококачественным оборудованием зарубежных фирм, но не многие знают о том, что компания «Клио» выпускает собственное, российское оборудование, обладающее такими же характеристиками, но с более низкими бюджетными затратами. Так, например, наша вакуумная литейная установка с индукционным нагревом КЛИО ЛМ получила высокую оценку у отечественных производителей. Согласитесь, гораздо выгоднее приобрести отечественное оборудование, ведь при этом не нужно тратить лишнее время, ожидая доставки, не придется переплачивать, учитывая существующие в России налоги на импорт оборудования. Главная задача компании «Клио» — помочь своим клиентам приобретать высококачественную продукцию по приемлемым ценам. И с гордостью заявляю — мы эту задачу выполняем!



«Клио Петербург»

199106, Санкт-Петербург,
19-я линия, В. О., д. 32, корп. 6, литера «Л»
Тел./факс: (812) 334-53-15, 334-53-16
E-mail: kliospb@mail.ru



Будущее ювелирного производства



Любовь
Васильевна
Коненкова,
заместитель
директора
НОУНПО «Школа
ювелирного
мастерства»

Несмотря на то что число квадратных метров выставочных площадей во всех городах и весях неизменно растет, ощущения развития нет. Отрасль находится в кризисе, топчется не месте, причем этот кризис, на мой взгляд, никак не связан с кризисом экономическим. Это более глубокий процесс, складывающийся годами, если не десятилетиями. Потеряв корни русского ювелирного искусства, мы получили отсутствие брендов, слабую материально-техническую базу большинства ремесленных учебных заведений, отсутствие высших учебных заведений, готовящих ювелиров-дизайнеров, зачастую низкое качество ювелирных изделий. Это лишь несколько проблем, которые лежат на поверхности. Надеяться на то, что государство вдруг осознает исключительность и важность ювелирной отрасли, увы, не приходится. Так же как и на то, что обозначенные вопросы решит какая-либо из создающихся организаций, объединяющая интересы ювелирных компаний для урегулирования взаимоотношений с государством. Да, конечно, эта работа тоже нужна, но подобные организации решают по большей части политические вопросы и в основном лоббируют свои интересы.

Необходимые изменения, которые подтолкнул ювелирное направление к росту, уже происходят: медленно, постепенно меняется восприятие потребителя; действительно растет интерес к авторскому дизайну, профессия ювелира становится очень привлекатель-

Вопросы дальнейшего развития ювелирной отрасли волнуют многих. Прогнозировать ситуацию — значит оставаться на плаву. Неслучайно на страницах журнала поднимаются вопросы ювелирного дизайна, авторского искусства, профессионального образования и другие.

ной для молодежи. Но так сложилось, что в стране, по сути дела, развалена система профтехобразования. Оказалось, что модернизация и технологическое развитие экономики России нуждаются в реализации программы развития профессионального образования. И пока эта программа будет создаваться и воплощаться в жизнь, спасать ситуацию можно будет только путем частного образования. На протяжении последнего года Санкт-Петербургская школа ювелирного мастерства переживает буквально бум желающих обучаться старинному ремеслу. В непростой ситуации для страны в целом это очень хороший знак. Учиться зачастую приходят люди сложившиеся, нередко с высшим или специальным образованием. Случайные люди быстро отсеиваются, остаются те, кому архиважно качество, кому интересно выполнять сложные изделия, осваивать разные техники работы. Современным студентам уже неинтересно освоить одну специальность, чтобы работать по ней всю оставшуюся жизнь. Многие ребята хотят охватить по максимуму самые разные направления: это и горячая эмаль, и геммология, и вопросы, касающиеся организации ювелирного производства. Некоторые студенты сочетают обучение ювелирному мастерству с обучением в школе ювелирного искусства «Форма». Учеба доставляет истинное удовольствие, потому что, когда человек творит и создает что-то своими руками, у него вырастают крылья.

Нам сложно влиять на покупателя, хотя исподволь происходит и это,

но совместными усилиями мы можем выращивать специалистов, которые органически не могут выполнять работу плохо, непрофессионально (будь то проект изделия, его изготовление и сборка, закрепка камней). И будущее в данном вопросе за частными профессиональными школами. Они быстрее государственных реагируют на потребности рынка, с одной стороны, и, с другой стороны, несут в массы высокие идеалы мастерства и качества вопреки рынку, как ни парадоксально это звучит. Со временем окрепнет новое поколение, ориентированное на авторский дизайн и высококлассную работу, выкристаллизуется новый тип руководителя ювелирного предприятия, удачно сочетающего знание новейших технологий, опыт и традиции старых мастеров, художественное чутье и профессиональный дизайн. Этот процесс неизбежен. В процессе обучения студенты привыкают к требованиям высокого качества, а когда приходят впоследствии на производство, выясняется, что такие критерии никому не нужны и изделия массового производства настолько просты, что становится неинтересно их делать, теряется удовлетворение от работы. Поэтому выпускники либо постепенно переходят на более сложные работы, либо начинают свои шаги в ювелирном бизнесе. Процесс этот, конечно, не быстрый, в этом году Школе ювелирного мастерства исполнилось 10 лет, и основные шаги еще впереди, но хороший задел для нашего общего благополучного будущего уже положен.





МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-Весна

3 – 9 марта 2011 года

КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
<http://www.rosyuvlirexpo.ru>



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-2

14 – 23 мая 2011 года



КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
<http://www.rosyuvlirexpo.ru>



Ювелир-2011

МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
3 – 10 сентября 2011 года

КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
<http://www.rosyuvlirexpo.ru>



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-3

2 – 12 декабря 2011 года



КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
<http://www.rosyuvlirexpo.ru>

Ступени мастерства

В феврале этого года НОУНПО «Школа ювелирного мастерства» в Санкт-Петербурге исполнилось 10 лет. В связи с этим событием мы встретились с директором школы Ларисой Васильевной Акимовой.

Р. Ю.: Лариса Васильевна, мы поздравляем Вашу школу с юбилеем. Расскажите, пожалуйста, как было создано учебное заведение, изменилось ли что-то за эти годы.

Лариса Васильевна: Школа ювелирного мастерства начала свою работу в 2001 году благодаря инициативе Сергея Акимова (ювелирная компания «Акимов», ранее «Художественные мастерские Федорова»). На тот момент явно ощущался дефицит в образовательных учреждениях, готовящих специалистов для ювелирной отрасли, а также организующих курсы повышения квалификации в этой области. Компания «Акимов» и сейчас славится использованием самых передовых ювелирных технологий, а десять лет назад немногие компании имели такой полный парк оборудования. Школа работала на базе компании и пользовалась ее техническими возможностями. На сегодняшний день НОУНПО «ШЮМ» имеет свою материально-техническую базу. У нас сформировался уникальный коллектив преподавателей, настоящих мастеров своего дела. Я считаю, что для Учителя очень важно не только в совершенстве владеть ремеслом, но и уметь донести свои знания до учащихся, иметь с ними доверительные отношения, эмоциональный контакт. В этом смысле нашим студентам необыкновенно повезло.

Для учебного заведения десятый день рождения, конечно, не очень большой срок. Тем не менее этого оказалось достаточно, чтобы заслужить авторитет у ювелирных компаний и частных лиц не только Санкт-Петербурга, но и самых отдаленных регионов России и зарубежья. Мне приятно отметить, что интерес к профессии в целом вырос за последнее время. На данный момент у нас в группах по основным курсам нет свободных мест. И это говорит о том, что дефицит образовательных услуг в этом направлении по-прежнему существует. Помимо постоянно действующих курсов «Ювелир-монтажник», «Ювелир-закрепщик», «Дизайн ювелирных украшений» мы периодически проводим мастер-классы по горячей эмали, проводим занятия по геммологии, пробиранию и клеймению металлов. То есть перечень преподаваемых дисциплин постепенно увеличивается, поэтому десять лет для нас действительно большой срок, учитывая, что все эти годы мы работали без каких-либо государственных дотаций и поддержки.

Р. Ю.: Существует ли у школы связь с другими учебными заведениями? Если да, то что отличает НОУНПО «ШЮМ» от других?

Лариса Васильевна: Мы в очень хороших отношениях с Лахтинским Университетом прикладных наук в Финляндии. У них прекрасный факультет дизайна и кафедра по ювелирке. Впечатляют размеры мастерских и уровень оснащения. Все сделано с большой любовью. Этот подход мне очень близок и понятен. Что нас отличает?.. Универ-



ситет работает при серьезной финансовой поддержке государства.

К нам в школу приезжала группа студентов и преподавателей из Лахти. Что приятно, им тоже у нас понравилось, были оценены и сложность работ, которые выполняют наши студенты, и работы по дизайну. Мы планируем поддерживать эту связь и еще раз посетить университет со своими студентами.

Если говорить о различиях с другими профильными учебными заведениями, то принципиальный момент — то, что у нас нет ограничений по возрасту, нет общеобразовательных предметов; мы делаем упор на практику, поэтому большая часть занятий — практические. Кроме того, мы, пожалуй, единственное учебное заведение, готовое организовать индивидуальную стажировку для отдельных специалистов, это может быть и обучение с нуля, и повышение квалификации для опытных специалистов. В этом плане мы очень мобильны и быстро реагируем на запрос компании.

Р. Ю.: Поддерживаете ли Вы связь с выпускниками школы, знаете ли, где они работают?

Лариса Васильевна: Прежде всего хотелось бы отметить, что по окончании обучения мы оказываем помощь в трудоустройстве. Нам всегда интересна дальнейшая судьба наших студентов. Они проводят в шко-

20 - 24 апреля 2011

Екатеринбург, КОСК "Россия", Высоцкого, 14

Урал Ювелир- Весна

5-я Оптово-розничная ювелирная выставка

ОБЪЕДИНЕНИЕ
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ
ВЫСТАВКИ 



При поддержке:
Министерства торговли, питания и услуг
Свердловской области.
Уральской Государственной инспекции пробирного надзора.



ООО «УРАЛДРАГМЕТ-ХОЛДИНГ»

Конкурс ювелирной рекламы!

Приглашаем принять участие!

ОБЪЕДИНЕНИЕ
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ
ВЫСТАВКИ 

Тел./факс: (343) 355-01-42(46-49), 355-00-49
e-mail: uvelir@unexpo.ru, www.unexpo.ru

ле довольно много времени и, окончив ее, естественно, начинают скучать по своим преподавателям, заходят их навестить. Кроме того, появляются и чисто профессиональные вопросы. Кто поможет советом начинающему ювелиру? Конечно, те же преподаватели.

Накануне юбилея мы попросили наших выпускников и студентов, совмещающих свое обучение и работу по специальности, написать нам несколько слов о школе, о том, как складывается их жизнь в профессии.



Сергей Киселев продолжает обучение по курсу «Ювелир-монтажник»:

«Мое обучение в школе продолжается уже почти два года. За это время мне удалось овладеть не только навыками ручного изготовления изделий и закрепки камней, но и познакомиться с искусством горячей эмали, с основами геммологии, пробиравания и клеймения металлов. Знакомство с профессией продолжается для нас и вне стен школы, для нас организуется множество экскурсий в музеи и на тематические выставки. Особенно здорово, что нас обучают мастерству ручного изготовления изделий. Я считаю, что Школа ювелирного мастерства полностью оправдывает свое название. И ключевое слово здесь именно МАСТЕРСТВО, т. е. искусное владение ремеслом.

Хотелось бы пожелать школе развития, процветания и дальнейшего сохранения традиций, основанных великими мастерами Санкт-Петербурга. Хочу также поблагодарить опытных преподавателей, специалистов самого высокого уровня, заботливых руководителей и студентов, вместе с которыми я учусь. Благодаря нашему совместному общению создается необыкновенно дружеская и творческая атмосфера.

Я счастлив, что нашел дело, которому хочу посвятить свою жизнь».

Нина Лапа в 2005 году окончила НОУНПО «ШЮМ» по курсу «Ювелир-монтажник», Арсен Инджоян в 2003 году окончил НОУНПО «ШЮМ» по курсу «Ювелир-монтажник» и «Ювелир-закрепщик».

Ребята благодаря школе не только приобрели уверенность в профессии, но и нашли друг друга. В настоящее время это уже семейная пара со стажем и двумя детьми. Нина и Арсен работают художниками-модельерами в своей ювелирной компании.

«Мы очень благодарны всем преподавателям и администрации школы. С удовольствием вспоминаем время обучения в ШЮМ. В школе всегда царил теплая дружеская обстановка. Наши осо-

бые слова благодарности Льву Матвеевичу (преподавателю по монтажке), Елене Амаевой (преподавателю по закрепке), Евгении Кривошеевой (преподавателю по дизайну). Это действительно высококвалифицированные педагоги, которые внимательно относятся к каждому учащемуся».



Екатерина Докучаева, в 2009 году окончила НОУНПО «ШЮМ» по курсу «Ювелир-монтажник», в настоящее время ювелир-модельер ООО «Вега», Санкт-Петербург:

«Обучение в Школе ювелирного мастерства дало мне не только новую профессию, но и увлечение на всю жизнь. Я с удовольствием ходила на занятия, хоть и трудно было совмещать работу и вечернюю учебу. Это было не просто обучение профессии, но и общение с интересными людьми — и прежде всего с замечательными преподавателями. Они настоящие профессионалы в своем деле и очень увлеченные люди. Я с большой благодарностью и теплотой вспоминаю то время».

Павел Рахманенко поставил рекорд по кратчайшим срокам обучения в школе с отличными результатами: за три с половиной месяца освоил шестимесячный курс «Ювелир-монтажник», выполнил дизайнерский проект, учился по индивидуальным программам «Основы производства», «3D-моделирование»:



«Привет всей ШЮМ с Дальнего Востока!!! Вам пишет Рахманенко Павел. За эти два года, после моего окончания ШЮМ, многое поменялось, но одно осталось неизменным — это профессия, которую я приобрел у вас. Вы приложили очень много усилий для того, чтобы в кратчайший срок научить меня азам того, что я знаю сейчас. Спасибо вам за это большое! Я старался научиться всему, чему у вас было можно. Очень рад, что вы развиваете перечень специальностей, преподаваемых в школе. На базе ваших знаний учу своих ювелиров. Беру только с нулевыми знаниями, потому что переучить сложнее, чем научить. Очень помогли занятия по дизайну, чувствую себя уверенно в этой области. Я сейчас директор производства «Роскошь-Студии». Работаем только по индивидуальным заказам, а также делаем коллекции изделий для своих магазинов. Массовку не делаем, рынок ей завален. До свидания, всего вам доброго!!!»



Николай Рогожин, директор по развитию международной компании “Fernando Systems Ltd”, в 2010 году проходил стажировку по вопросам организации ювелирного производства:

«Одним из направлений нашей компании является работа в сфере интернет-технологий. Мы разработали достаточно популярную экономическую онлайн-игру. В процессе развития игры нами было принято решение организовать ювелирное производство для изготовления дорогих ювелирных изделий для игроков, достигших определенных высот в игре.

Головной офис нашей компании находится в Доминиканской Республике (толковых специалистов найти трудно), было принято решение ехать в Санкт-Петербург для обучения в Школе ювелирного мастерства. Передо мной стояла задача разобраться в полном технологическом процессе и по возвращении в Доминикану организовать ювелирное производство на месте. Я был сильно ограничен во времени, у меня был лишь месяц на то, чтобы вникнуть во все детали ювелирного дела. Поэтому я учился индивидуально, по специально разработанной программе. С самого первого дня моей учебы я окупился в позитивную атмосферу школы. Преподавательский состав отличается не только профессионализмом и умением вложить информацию в голову ученика, но и юмором, улыбчивостью и доброжелательностью. За все время своего обучения, которое было достаточно интенсивным, я ни разу не ощутил дискомфорта, схожего с обучением в школе, когда не терпится, чтоб нудный урок был закончен и преподаватель наконец перестал диктовать дурацкое домашнее задание. Вся информация доводилась преподавателями школы крайне интересно и увлекательно.

Чему же я научился? Разбираться в качестве; я смог организовать полный производственный процесс от куска желтого металла до качественного конечного изделия; я могу говорить с мастерами на одном языке; я знаю, что необходимо на каждом интервале разработки изделия. Полученные знания помогли в реализации КАЧЕСТВЕННЫХ подарков для игроков.

От лица компании и себя лично хочу поблагодарить весь персонал школы и еще раз сказать, насколько приятно иметь дело с профессионалами!»

Р. Ю.: В каких известных санкт-петербургских ювелирных компаниях работают Ваши выпускники?

Лариса Васильевна: Среди компаний, где работают наши выпускники, я могу назвать такие как «Кахолонг», «Грингор» «Циркон С», «Нью-Классик», «Акимов», «Русские самоцветы», «Ювелиры Северной Столицы» и многие другие.

Редакции журнала было интересно услышать стороннее мнение об уровне подготовки выпускников школы. И с таким вопросом мы обратились к некоторым руководителям ювелирных предприятий Санкт-Петербурга.



Александр Федорович Николаев, президент Ассамблеи ювелиров Санкт-Петербурга, Ювелирный дом «Кахолонг»:

«Наше предприятие характеризуют хорошие ювелирные традиции, мы серьезно относимся к качеству ювелирных изделий, поэтому при подборе специалистов обращаем внимание на уровень подготовки и личные качества будущего работника. Мы давно и плотно сотрудничаем со Школой ювелирного мастерства. Мне всегда приятно работать с директором школы Ларисой Васильевной Акимовой, она хороший руководитель и профессионал в своем деле. Мы периодически обращаемся в школу в поисках и мониторинговщиков, и закрепщиков, и, честно сказать, я доволен их работой».

Сергей Владимирович Куколевский, генеральный директор ООО «Циркон С»:

«Со Школой ювелирного мастерства я знаком около восьми лет. У меня уже довольно давно работают несколько выпускников школы — закрепщик и несколько модельеров. Это высококвалифицированные специалисты, вдумчивые ребята, готовые делать не только массовку, но и дорогие изделия с хорошими камнями. Преимущество школы перед другими учебными заведениями в том, что туда приходят учиться взрослые, сформировавшиеся личности, которые хотят посвятить себя ювелирному делу. Нередко это успешные, состоявшиеся в другом бизнесе люди. Поэтому и подход к обучению другой, нет обязаловки, все построено на интересе и желании. Школа занимается очень правильным делом и делает его хорошо. Я от души поздравляю администрацию, преподавателей, студентов и выпускников ШЮМ с серьезной датой и желаю дальнейших успехов и развития!

В завершение хотелось бы поздравить школу ювелирного мастерства с юбилеем и пожелать дальнейших успехов на ниве образования!

Юлия Агалюлина, Любовь Жукова,
Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна

Роль творческих выставок в системе образования



Ольга Ножко
Древесная кора

Что для Вас является стимулом к работе? Для студентов это несколько факторов, которые можно расставить в разной последовательности: стремление к знаниям, отличные оценки в зачетке, интерес к предмету, привычка. У каждого свои приоритеты, которые становятся главной движущей силой в его образовании. Для студентов творческих специальностей есть еще один действенный стимул, который помогает в учебе, развитии и коммуникации, — это выставки, результаты которых являются оценкой творческой деятельности.

С начала учебного года мы начали активную подготовительную работу со студентами первого курса Института прикладного искусства Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна к участию в XV Международной выставке «Петербургский Ювелир» Выставочного объединения «Мир камня». Слава о «Петербургском Ювелире» вмиг разнеслась по всему институту. Ребята разных курсов, потоков, факультетов и специальностей проявили большой интерес и поддерживали общую идею создания экспозиции. Фантазия не знала границ! Они рисовали, выпиливали, паяли, гравировали — творили. Царившая атмосфера помогала ребятам полностью довериться своему воображению.

Студенты первого курса в институте имеют разный уровень довузовской подготовки: кто-то приходит после профессиональных училищ, кто-то после общеобразовательных школ, без практических навыков. Поэтому при создании изделий многие из них столкнулись с трудной задачей технического воплощения. Они научились работать с бормашинами, паяльниками, лобзиками и другими инструментами. Немалую роль в этот момент играли соучастие и взаимопомощь. Одни изделия создавались легко и быстро, иные тщательно и подробно прорабатывались.

Большая палитра выбранных материалов позволила студентам освоить разные технологии — от бумажного моделирования до технологии обработки различ-

ных материалов. Здесь были гравированные фантазийные кольца из мельхиора, броши-коконы с термообработанным пластиком, цветочные браслеты с выпиловкой из виниловых пластинок, вырубные узоры в полимере для украшения предплечья, изделия из шпона и дерева, из войлока и кружева и многое другое.

Близился декабрь, а вместе с ним и «Петербургский Ювелир». Наносили последние штрихи, и вот уже изделия готовы к монтажу. На выставке было представлено более 60 студенческих работ ИПИ. Участниками были студенты разных специальностей и специализаций: декоративно-прикладное искусство и народные промыслы, технологии художественных изделий, технологии ювелирных изделий. Эта выставка дала каждому из них хороший опыт в формировании экспозиции, структурировании процесса изготовления изделий и возможность продемонстрировать свои работы в Центральном выставочном зале «Манеж».

Для многих ребят участие стало ярким событием, ведь это была их первая выставка. Из разных городов приехали родители студентов, чтобы посмотреть на успехи своих начинающих художников. Жюри конкурса «Ювелирный Олимп» отметило изделия студентов и наградило памятными дипломами и подарками.

Выставка «Петербургский Ювелир» оказывает большое влияние на формирование художника, поддерживает молодое поколение, развивая безграничные возможности творческого процесса.



Капитолина Сафонова
Тени любви

Джиргала Санджиева

Коллекция «Аргентум»
Вдохновение: Мне хотелось передать красоту чистого металла, его блеск, способность отражать окружающее и становиться при этом его частью.



Екатерина Иванова

Кольцо «Розовое сияние»
Вдохновение: Часто вдохновение приходит от созерцания природы. Создавая изделие, я отталкивалась от цветовой гаммы летнего вечера. Мягкие сочетания розового и кремового тонов легли в основу украшения.



Анастасия Кишенина

Брошь «Роза»
Вдохновение: Может быть, просто зимой захотелось немного тепла, ярких красок. А цветы особенно напоминают о чем-то радостном и праздничном, очень теплом и по-летнему светлом и красочном. Хотя здесь есть и противоречие: вряд ли металлический блеск фольги вызовет у кого-то подобные чувства! Но ведь и роза такой противоречивый цветок! Его нежные, мягкие, бархатистые лепестки при малейшем прикосновении заминаются, темнеют от холода, сохнут от недостатка влаги. Но ее шипы, такие острые, порой незаметные среди листьев, могут так сильно ранить! Так и мои розы — такие тонкие и изящные и в то же время строгие и холодные.

Юлия Терехова

Кольцо «Бионика»
Вдохновение: Посещение выставки «Мир камня» вдохновило меня на создание кольца. Разнообразие форм, изящество линий, цветовая палитра камней — все это помогает художнику при создании украшений. Сама форма окаменелости создает образ изделия. Остается лишь подчеркнуть природную красоту.





Валерия Лупачева

Серьги «Осколки радуги»
Вдохновение: Для вдохновения я изучала разные материалы, но больше всего мне понравилось вырезать из мягкой стирательной резинки. Я стала экспериментировать с фактурой и цветом. Позже к резине добавила другие мягкие, не менее интересные материалы: поролон, резиновую ленту и металлический элемент, объединяющий образ и заодно являющийся замком. Основная задумка была — показать цвет и форму.



Марина Шолохова

Крылья бабочки



Алина Шамшина

Ажур

Александра Флерова

Кольцо «Морозное утро»
Вдохновение: За окном было морозное зимнее утро, а сердцу очень хотелось лета, тепла, цветов. И глядя на поблескивающий снег, я представила необычайной красоты цветок, распустившийся в эти прохладные минуты. Так появилось кольцо «Морозное утро», от которого веет и зимней свежестью, и летним настроением.



Валентина Суркова

Части целого

Алена Листьева
Фамильные ценности



Екатерина Иванова

Кольцо «Зима»
Вдохновение: В этом году зима действительно показала всю свою красоту и многогранность. Белый пушистый снег, блеск снежинок, сияние заледенелой воды — все это разбудило во мне желание запечатлеть, выразить и перенести это настроение в наш мир искусства.



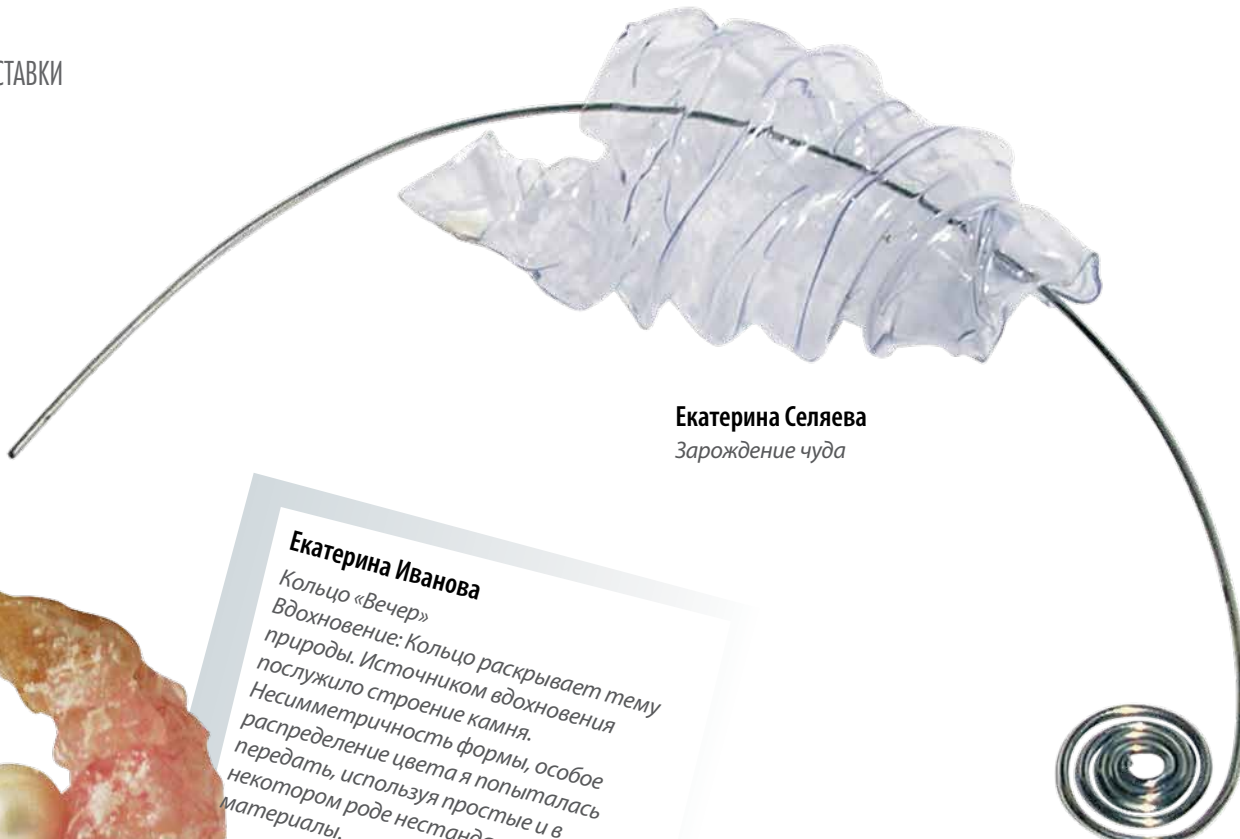
Диана Исамудинова
Цветы на Марсе



Александра Киренкова

Кольца «Вода», «Земля», «Огонь»
Вдохновение: Это кольца-талисманы, вдохновленные стихиями. Это мое представление стихий в украшениях.





Екатерина Селяева
Зарождение чуда



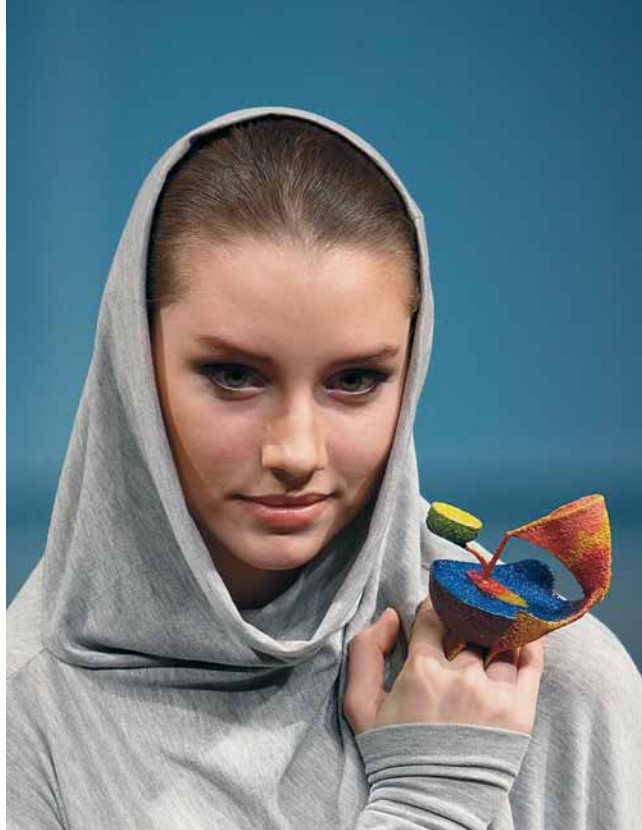
Екатерина Иванова
Кольцо «Вечер»
Вдохновение: Кольцо раскрывает тему природы. Источником вдохновения послужило строение камня. Несимметричность формы, особое распределение цвета я попыталась передать, используя простые и в некотором роде нестандартные материалы.



Алина Шамшина
Серьги «Вдохновение»
Вдохновение: На создание сережек меня вдохновили «хрустальные», нежные лампы.



Александра Киренкова
Серьги «Разноцветные кружева»
Вдохновение: На создание сережек меня вдохновило зимнее время года — переплетение снежных веток под лучами фонарей, узоры инея и снежинки.



Александр Гуделайтис

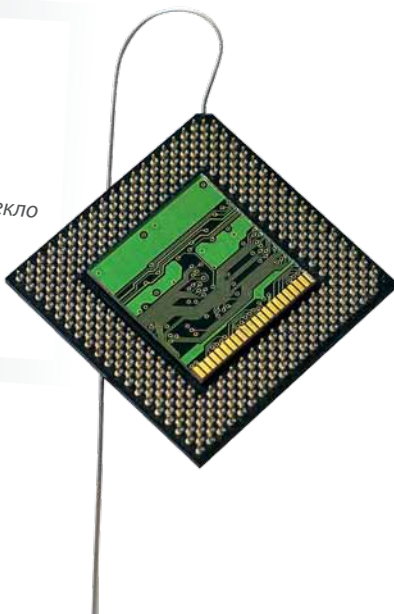
Кольцо «Vis-à-vis»

В процессе создания изделия для меня было главной задачей увидеть чувственный образ, в котором были бы гармоничны форма и цвет. Путем многократных экспериментов я пришел к абстрактным метаморфизированным формам, которые очень далеки от традиционных представлений о ювелирных украшениях. Хочется видеть мои изделия востребованными теми, кто находится в поиске новых ювелирных образов, наполненных представлениями об изменяющемся мире.

Алина Шамшина

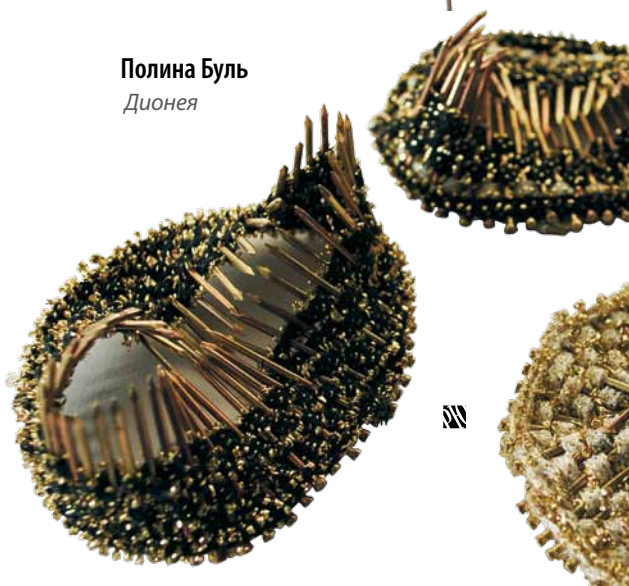
Серьги «Отголоски камня»

Вдохновение: На создание сережек «Отголоски камня» меня вдохновила идея о новаторстве, о неординарном подходе к простым вещам. Меня завлекло сочетание цветов — изумрудного и золотого.



Полина Буль

Дионейя



Юлия Терехова, Елена Сапун,
Юлия Агальюлина

Океаническая любовь



Искусство убеждать, или КАК ОБЩАТЬСЯ И ДОСТИГАТЬ РЕЗУЛЬТАТА



**Люди одиноки потому, что вместо мостов они строят стены.
Стройте мосты от человека к человеку, разумеется,
разводные.**

Станислав Ежи Лец

Сегодня и маститые ученые, и успешные практики говорят об эффективности работы в команде, об эффективности проведения переговоров методом win-win, об эффективности коучинга в управлении и развитии персонала, о построении эффективной организационной культуры.

Чем эти суперэффективные методы отличаются от прежних, почему их не применяли раньше, пусть интуитивно? Дело в том, что все они требуют высоких навыков делового общения. В них невозможно пользоваться манипулированием, давлением сверху или грубым влиянием.

Как руководить без этих удобных, но устаревших приемов? Как научиться договариваться без конфликтов? Беритесь за инструменты эффективного убеждения, ведения деловой дискуссии.

В науке убеждать, как в любом другом деле, полезно начать с себя. Давайте рассмотрим некоторые естественные барьеры, которые могут помешать нашему общению.

ОШИБОЧНЫЕ УСТАНОВКИ

У каждого из нас есть свое понимание, как устроен этот мир. Психологи называют его когнитивной (мыслительной) картиной мира. Или проще — ККМ. В ККМ входит весь наш опыт, оценки, мнения людей, которым мы доверяем, все увиденное-услышанное, сделанные нами выводы, логические умозаключения и прочее, и прочее. Конечно, ККМ значительно упрощает нам жизнь. Это тот информационный багаж, что помогает нам эффективно реагировать на новые ситуации. Однако бывают случаи, когда механизмы ККМ мешают нашему общению. Главное, что механизмы эти правильные и нужные, но настолько устойчивые, что иногда становятся вредными и мешают нам достигать результата.

Давайте рассмотрим некоторые из них: когда они необходимы, а когда приводят к неудаче.

Установка оценки. Мы оцениваем собеседника по параметрам хороший — плохой. Хороший — соответствующий моим ценностям, плохой — не соответствующий. Эта установка здорово облегчает и упрощает работу мозга. Раньше такое деление на своих и чужих, друзей и врагов спасало нам жизнь. Не нужно следить за движениями и намерениями окружающих, достаточно оценить их однажды и затем находиться подальше от одних, поближе к другим.

Сегодня (глобализация, цивилизация, мегаполисы) мы ушли из маленького племени, где все знают друг друга. Каждый день мы встречаем новых, не похожих на нас людей. И мы очень мало знаем о людях, с которыми работаем или отдыхаем. В этой ситуации очень опасно оценивать человека по единственному его поступку или мнению, не давая права на ошибку.

Если сегодня плохой — то плохой всегда. Если плохой в чем-то одном, то плохой во всем остальном.

Лучше всего переходить от оценки к пониманию. От категорий плохой — хороший к категориям востребованные — не востребованные ресурсы. Например, очень часто молчаливый, замкнутый человек оказывается хорошим аналитиком, а поверхностная болтушка — прекрасным презентатором. Если Ваш сотрудник вспылит, нагрубил, хлопнул дверью, может быть, эта его секундная слабость вызвана сложной личной ситуацией и больше не повторится. Остерегитесь заносить его в список «неблагонадежных», лишая возможности продвижения по службе.

Не торопитесь также наказывать за единичное опоздание, даже очень серьезное. Предупредите сотрудника и принимайте меры только после второго-третьего раза.

Установка ригидности — непроницаемость для противоречивой информации. Для восприятия всего нового нашему мозгу необходимо затратить много энергии. А зачем, если можно оставаться при своем

мнении. Замечено, что с возрастом ригидность человека увеличивается. Правильно, ведь общая энергетика организма, способности мозга падают.

Исходя из этой установки, любой человек будет испытывать сопротивление при восприятии другой точки зрения. Очень много успешных решений было отвергнуто, прибыли потеряны, отношений разрушено только лишь из-за невозможности принять новое, иное мнение.

Вы выиграете, если к своим ресурсам подключите ресурсы окружающих, умножив свои возможности, не сужая их до размера собственной черепной коробки.

Установка эгоцентризма — определение всех действий других людей как относящихся к моей персоне. Все, что ни делается, делается во вред или на пользу мне. Многократно проверено, что даже очень уверенный человек будет принимать смех за спиной на свой счет. Но поверьте, в большинстве случаев это не так. Ладно смех, мы часто принимаем на свой счет раздражение партнера, невнимания руководства, вспыльчивость сотрудника, имеющие совсем другие причины. Например, плохой сон ночью.

Еще большим недостатком эгоцентризма является уверенность, что окружающие заинтересованы в Вас, и им интересно Вас слушать только потому, что Вы это Вы. Сколько презентаций провалилось из-за такой ошибки!

Для успеха важно принять максимум, что каждый человек занят своими мыслями, чувствами и потребностями, ему нет до Вас никакого дела. Чтобы установить контакт с окружающими, мало заявить о себе, обратить на себя внимание, необходимо погрузиться в мир Вашего собеседника.

Установка проекции — характер, установки, привычки, верования и пр. других людей подобны моим. Это понятно — нам же не проникнуть в голову и чувства другого человека. Приходится считать, что они такие же, как и мои. В этом случае поведение и мотивы других становятся для нас непредсказуемыми, мало объяснимыми. Хороший пример — как часто на канале «Культура» осуждают низкий уровень развлекательных программ на ТВ: «Как можно это смотреть?!». Но если бы они поехали в российскую глубинку, то поняли бы, с каким трепетом ждут простые люди этого единственного для них развлечения, как обсуждают и интересуются у приезжих — были ли они на передаче «Поле Чудес».

Для того чтобы убеждать, нужно говорить на языке Вашего собеседника, приводя понятные ему аргументы и ориентируясь на его потребности.

НАЛАЖИВАНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ФОНА

Мы подготовились внутренне к деловому взаимодействию, убрали скрытые барьеры, мешающие



восприятию информации. Мы понимаем, на каком языке разговаривать с собеседником.

Следующий этап — налаживание эмоционального фона. Почему это важно?

Дело в том, что наш мозг может передавать и получать информацию только на одном из уровней: либо эмоциональном, либо логическом. Все попытки работать на двух уровнях одновременно никогда не приводят к успеху. Вы пробовали целоваться и читать газету одновременно? Получалось? Вот именно... Кроме того, известно, что попытка передавать логическую информацию (знания, факты) человеку с негативным эмоциональным фоном в лучшем случае ни к чему не приведет. А в худшем у него навсегда закрепится подсознательная связь между Вами и его плохим настроением. И он неосознанно «заблокирует» контакт с Вами, даже если не Вы вызвали такое его самочувствие. Эта связь будет тем прочнее, чем хуже он себя чувствовал.

Поэтому самое правильное — заранее позаботиться о налаживании эмоционального фона, тогда и логическая часть будет передаваться «на ура».

В ходе общения на логическом уровне время от времени возвращайтесь на эмоциональный, чтобы поддерживать позитивный настрой. Однако особое внимание следует уделить ему в конце встречи. Ведь все Ваши усилия будут потрачены зря, если собеседник уйдет от Вас в дурном настроении.

Рассмотрим конкретные приемы.

Называйте собеседника **по имени** (отчеству). Это успокаивает и положительно настраивает собеседника.

Сохраняйте контакт глаз. Психологи считают, что 60% времени следует смотреть в глаза собеседнику. Это вызывает доверие.

Искренне улыбайтесь. Искренняя улыбка отличается от лживой тем, что в ней участвуют глаза. Вернее, мышцы вокруг глаз. Они образуют те самые сеточки в уголках глаза и под нижним веком. Подойдите к зеркалу и попробуйте улыбнуться одним ртом, затем добавьте глаза. Чувствуете разницу?

Интонации голоса. Отлично снимают раздражение и напряжение интонации, идущие сверху вниз. Будете читать сказку ребенку — проверьте. Если нужно пробудить людей ото сна, наоборот, поднимайте интонацию снизу вверх. Мягкий, низкий бархатный голос успокоит, эмоционально разгрузит. Высокий и звонкий, сильный (не детский) — привлечет внимание, взбудит.

Комплименты. Очень полезная штука. Но только в том случае, когда они не напоминают лесть. В чем различие? Лысец говорит общими фразами, не затрудняя себя поиском реальных достоинств. Поэтому говорить комплименты нужно всегда очень конкретно и честно. Пример. Не: «Ты прекрасно выглядишь», — или еще хуже: «Ты сегодня прекрасно выглядишь», — а вчера что, плохо выглядела? Лучше: «Это платье очень идет к твоим глазам», — или: «Сегодня у тебя волосы струятся, как водопад». Высший класс комплимента, когда Вы замечаете, что лучше у собеседника, чем у Вас, и открыто ему это говорите. Не бойтесь, Ваш авторитет нисколько не пострадает, напротив, харизма многократно усилится. Попробуйте...

Использование объединяющих местоимений. Если Вы стремитесь к сотрудничеству с аудиторией, пользуйтесь объединяющими местоимениями. «Мы с Вами», «Мы», «Наше», «Вместе будем», «Мы можем вместе» и т.д. Избегайте форм: «я и Вы», «Ваше», «Мое», «для Вас».

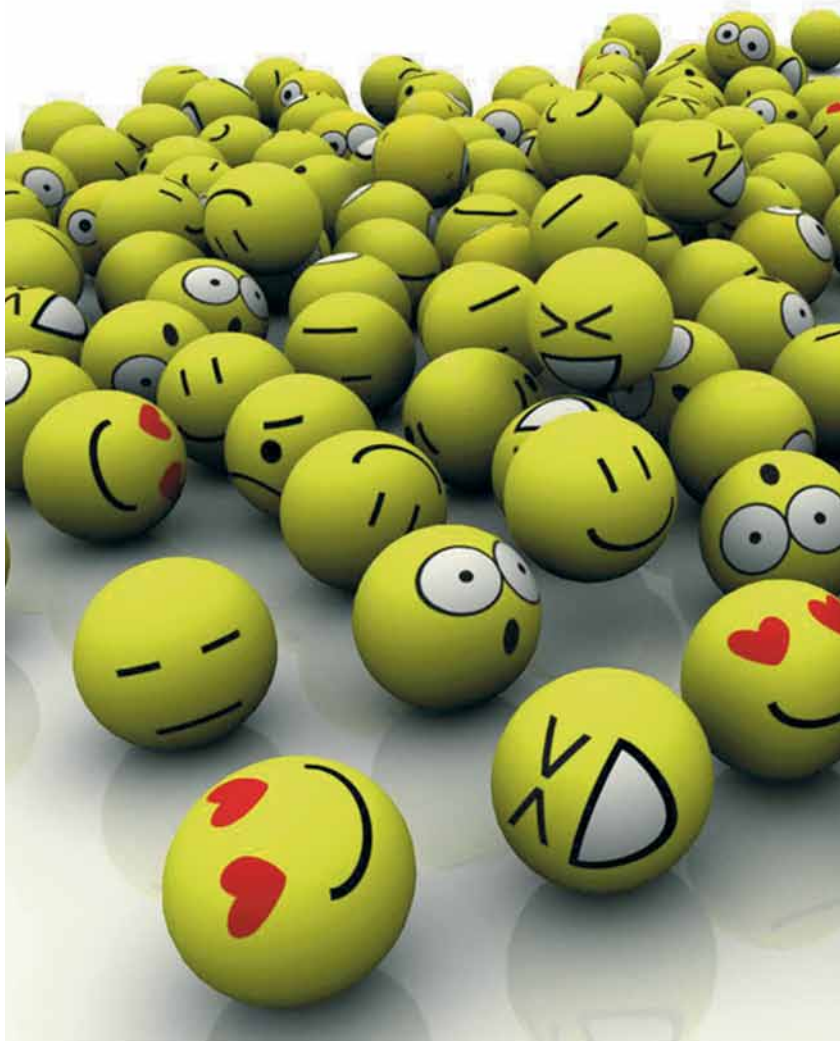
Эмпатия. Проявляйте участие к Вашему собеседнику. Настройтесь на его волну. Избегайте жалости и высокомерия. Разделите его негативные чувства, поддержите в трудную минуту.

«Мне кажется, Вы расстроены (разозлены, обижены)»...

«Я понимаю Ваши чувства, я тоже испытывал подобное (в такой-то истории)»...

ЛОГИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ БЕСЕДЫ

Наладив эмоциональный фон, переходим к содержательной части беседы. Вначале установите регламент общения: сколько у Вас есть времени, сколько каждый из участников может выступать, назначьте ведущего, определитесь с ответственностью каждого из участников. Поставьте цели и задачи встречи. Договоритесь о методах проведения, это может быть, например, беседа, дискуссия, презентация или мозговой штурм. Поверьте, затратив на эту часть неко-



торое время вначале, Вы сэкономите массу времени и нервов в ходе последующего взаимодействия.

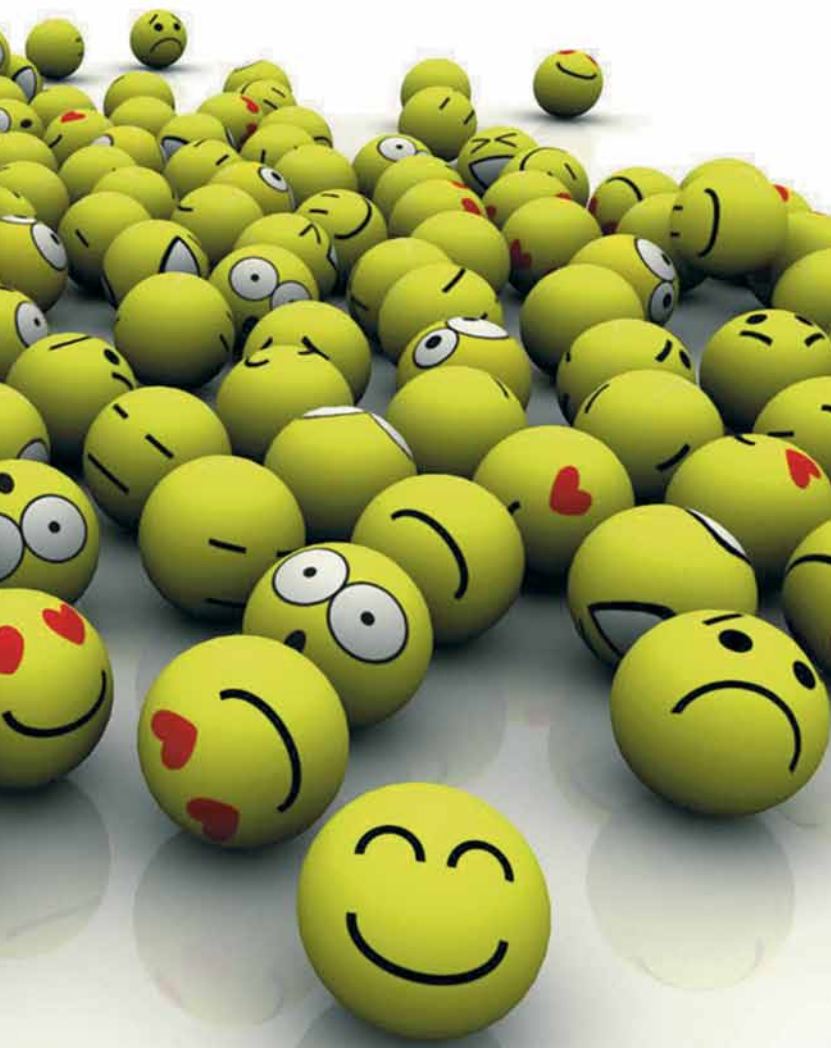
Вот общая схема деловой беседы:

- Знакомство, приветствие.
- Создание позитивного эмоционального фона.
- Содержательная часть.
- Создание единого информационного поля общения. Регламент. Ответственность. Цели.
- Прояснение ситуации, видение обоих партнеров.
- Прояснение скрытых факторов, влияющих на ситуацию (возражения, сомнения и пр.)
- Создание единого подхода к решению задачи.
- Принятие решения, подтверждение договоренностей.
- Позитивный эмоциональный фон.
- Открытие пространства для будущих контактов.

АКТИВНОЕ СЛУШАНИЕ

Многие считают, что для того чтобы убедить в чем-то собеседника, необходимо как можно подробнее прояснить для него его точку зрения. Вы завалите его аргументами, и он, конечно, с радостью согласится с Вами.

Надеюсь, что, прочитав о внутренних установках в начале статьи, Вы сами так уже не считаете. Уж



больно много факторов будут сопротивляться новому, иному мнению.

Как ни странно, презентация своего мнения делает Вас уязвимым. Вы открываете свои карты и стимулируете реакцию сопротивления у партнера. Гораздо эффективнее выяснить его точку зрения, докопаться до точек уязвимости, и в тот момент, когда человек сам начнет сомневаться в своем мнении, предложить ему свой вариант как путь выхода из неупрощения.

Но, оказывается, большинству из нас очень сложно слушать и слышать. Что мешает — наш внутренний монолог. Мы заполнены своими мнениями и мыслями, нам очень сложно погрузиться в чаяния собеседника. Что делать? Замедлять свой поток сознания.

Святые старцы, занимаясь практикой умной молитвы (постоянного повторения про себя пяти или восьми слов Иисусовой молитвы), обретали дар прозорливости — видения того, что скрыто. Оптинский старец Варсонофий мог подробно рассказать каждому все его грехи, чем и приводил человека к искреннему покаянию.

Самое же простое упражнение для замедления внутреннего монолога — концентрация на циклическом процессе: шуме прибора, тиканье часов или

своим дыханием. Сосредоточьтесь на смене температуры в носу на вдохе и выдохе, через несколько минут вернитесь к обычному восприятию, заметьте, как бег мыслей замедлился.

Изучим теперь логический инструмент выслушивания: **Активное слушание.**

Открытый вопрос: «Расскажи мне о...». Отдаете нить разговора в руки партнеру.

Поддерживающее эхо: повторение в ходе разговора последних слов клиента. Таким образом Вы направляете его речь в определенное русло и концентрируете ее на важной для нас сфере разговора.

Смысловое эхо: повторение одного-двух ключевых слов из высказывания клиента. Так мы направляем его речь в определенное русло и концентрируем ее на важной для нас сфере разговора.

Зеркало: повторение мысли клиента его же словами. Эта техника вызывает у говорящего иллюзию, что он понят и управляет беседой. Слушающему она предоставляет возможность подумать и спланировать свои высказывания и вопросы.

Парафраз: повторение мысли клиента своими словами в утвердительной форме. Таким образом Вы достигаете смыслового понимания высказывания, а Ваш партнер уверяется в том, что его понимают. Парафраз побуждает также Вашего партнера удерживаться на одной теме, более подробно развивая свои мысли.

Рекомендуется, когда речь идет о важных вопросах, когда нужно отсрочить свой ответ, запомнить большие объемы информации, расставить акценты по степени важности для себя.

Получив отражение своей мысли, партнер может отделить в ней верное смысловое понимание от неверного.

Здесь будьте очень осторожны: в парафразе бывает трудно удержаться от оскорбительных формулировок.

Резюмирование: суммирование смысла, сказанного собеседником, своими или его словами. При этом на конце фразы мы ставим интонационный вопросительный знак, что побуждает партнера ответить. Рекомендуется для направления беседы, сокращения объема ненужных подробностей, демонстрации понимания собеседника и готовности к продолжению контакта на новом уровне.

Прояснили мнение собеседника, выяснили слабые стороны, поколебали его в своем мнении. Теперь самое время представить ему свою позицию (см. статью «Презентация»).

ГРУППОВАЯ ДИСКУССИЯ

Бывает, что необходима встреча, назначение которой — обсудить различные мнения о вопросе, найти общее решение сложной задачи, объединить мнения разных сторон. Самое эффективное в этом случае — организовать групповую дискуссию.

Золотые правила проведения групповой дискуссии или мозгового штурма.

Все они очень важны. Исключение любого из них приведет к провалу.

Назначьте ведущего. Он не должен участвовать в обсуждении, только следить за регламентом.

Почему это важно? Много причин. Например, ему будет трудно указывать на регламент участникам после своего выступления, возможны реакции типа: «Сам говорил, дай и мне сказать...».

Первый шаг. Обозначаем предмет, цель обсуждения, договариваемся о регламентах. Чем подробнее, тем лучше.

Второй шаг. Предлагаем варианты решения. НЕ обсуждаем. Ведущий пресекает все попытки обсуждения и критики. ВСЕ предложения фиксируются.

Этот пункт — способ методологически преодолеть мешающие установки психики (в частности, ригидности и оценки).

Третий шаг. Обсуждаем.

Задаем вопросы, проясняем. Выступления по регламенту. Критика — только конструктивная.

Четвертый. Выбираем лучшее решение. Можно голосовать (одним или двумя турами).

Пятый. Протоколируем результаты. ВСЕ подписывают решение.

Обратите внимание, что методика дискуссии и командного творчества очень схожи. Правильно, в эффективном споре истина рождается, а не побеждает.

ПОЧЕМУ МЫ ВСЕ РАВНО КОНФЛИКТУЕМ?

Важно различать внутренние и внешние конфликты интересов. Если когда-то Ваш внешний конфликт не был разрешен положительно, он погружается в Ваше подсознание и висит там, как незакрытое окно Windows, тратя часть Ваших психических ресурсов. Много внутренних конфликтов — теряются силы для движения вперед, активности и эффективной деятельности. Но это не самое страшное. Главное, что незавершенный конфликт будет программировать все Ваше дальнейшее поведение. Вы будете делать выбор, исходя не из всего многообразия ситуаций, а из конкретного сценария незавершенного конфликта.

Если Вы заметили у себя подобные повторения событий, вспомните — с чего все началось. Возьмите ручку, бумагу и подробно опишите ту самую ситуацию. Не помните первой? Описывайте самую эмоционально яркую или самую последнюю. Затем — самое главное. Придумайте и запишите несколько (больше трех) подробных сценариев успешного развития событий. В какой-то момент Вы почувствуете облегчение. Ваше подсознание избавилось от груза неуспеха. Вы снова свободны.

Внешний же конфликт интересов легко разрешить, пользуясь приведенными установками и техниками ведения общения.

ПРИЕМЫ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ, ИЛИ КАК УБЕДИТЬ СОБЕСЕДНИКА ИСПРАВИТЬ ОШИБКУ

Критика должна вдохновлять и повышать общее настроение. Вы встречались с такой? Если нет, значит, все, что Вы слышали, — это критиканство. Чем отличается критика от критиканства? Критика направлена на пути развития (что нужно изменить или добавить). Критиканство указывает на недостатки (что плохо). Чаще всего, критикуя, человек указывает не на чужие недостатки, а на свои собственные (помните об установке проекции?). Помните, тот, кто ругает, практически расписывается в своих слабостях.

Наставляя подчиненного, важно также помнить, что мозг с трудом усваивает отрицательные конструкции. Избегайте частицы «не» и других отрицательных формулировок.

СОЗДАНИЕ БУДУЩЕГО

В самом конце Вашей беседы, когда уже сделаны все выводы и заключены договоренности, не забудьте об эмоциональном фоне. Иначе Вы рискуете пустить под откос все результаты проделанной работы.

И самое последнее — откройте пространство для будущих контактов. Обменяйтесь информацией и координатами, условьтесь о будущей встрече, заключите письменные или устные договоренности, наметьте план реализации этих договоренностей.

Теперь можно сказать, что Вы эффективно провели свою деловую беседу.





РАСПИСАНИЕ СЕМИНАРОВ И ТРЕНИНГОВ
«МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕС-ЦЕНТРА «6 КАРАТ»
НА МАРТ 2011 г.

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
МАРТ			
1	1 марта	Семинар «Практика привлечения и удержания клиентов. Программа лояльности» НОВЫЙ!	Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга
2	2 марта	Новый проект «Прозрачный магазин» Семинар «Оформление ювелирного магазина в торговом центре — как эффективно привлечь покупателя» НОВЫЙ!	Руководители, дизайнеры, мерчандайзеры, администраторы ювелирных магазинов
3	3 марта	Мастер-класс «Специальные приемы выкладки ювелирных украшений»	Руководители, дизайнеры, мерчандайзеры, администраторы ювелирных магазинов
4	3 марта	Семинар «Практическое применение законодательства в области защиты прав потребителей для специалистов ювелирной отрасли»	Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний
5	18 марта	Семинар «Построение ассортиментной матрицы ювелирной компании. Основы категорийного менеджмента»	Руководители ювелирных магазинов, администраторы, мерчандайзеры, специалисты по маркетингу, закупкам, товароведы, специалисты по розничным продажам в ювелирных магазинах
6	19 марта	Семинар «Управление экономикой ювелирной компании»	Владельцы, руководители и первые лица ювелирных компаний
7	20 марта	Семинар «Управление системой продаж в ювелирной компании»	Владельцы, руководители и первые лица ювелирных компаний
8	24–25 марта	Семинар «Продвижение на ювелирном рынке с минимальным бюджетом и максимальной конкуренцией»	Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга

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
ООО «Международный Бизнес-центр «6 карат»



SIHH 2011. Стремление к ясности

Январь в часовом выставочном расписании становится не по-зимнему горячим. Теперь мы уже видим фактически не две часовые выставки — Baselworld и SIHH, а две волны часовых премьер, заставляющих производителей работать быстрее и эффективнее, что, естественно, не может не радовать. И если раньше общие тренды определялись в основном в Базеле, а премьеры женевского часового салона больше походили на демонстрацию отдельно стоящих шедевров, то теперь видно, что даже изысканные лимитированные ювелирные изыски и сложнейшие механизмы являются частью общего настроя в умах.



Audemars Piguet

ТОНКАЯ ЛИНИЯ

Новость сезона: наконец-то в часовом искусстве появился настоящий массовый тренд. Имя ему — ультратонкая классика. То, что в прошлом году казалось сенсацией, теперь прочно обосновалось в коллекциях практически всех марок. Итак, по порядку: Parmigiani представила анонсированный осенью калибр PF 700 толщиной всего 2,6 мм, установленный в модели Tonda 1950 (часы названы в честь года рождения самого Мишеля Пармиджани); Jaeger-LeCoultre в рамках юбилейной коллекции Reverso показала Grand Reverso Ultra-Thin (толщина механизма — 2,3 мм); Richard Mille выпустил сразу две тонкие модели — доработанную версию ультратонкого турбийона RM 017 с титановыми мостами и принципиально новые часы RM 033 Extraflat с автоподзаходом; Audemars Piguet обновила рафинированную Jules Audemars Extra-Thin, дополнив коллекцию корпусом из более демократичного розового золота; A. Lange & Sohne похвасталась Saxonia Ultra-Thin (толщина корпуса — 5,9 мм); Piaget, уже прославившийся в прошлом году самым тонким автоматическим калибром, на этот раз объединил рекордный 1280P с собственным турбийоном образца 2003 года, создав калибр 1270P — ультратонкий турбийон, установленный в корпусе Emperador Coussin толщиной всего 10 мм. Кроме того, марка представила сразу пять новых моделей в коллекции тонких часов Altiplano. В стороне от тренда не осталась и блиставшая феерическим числом премьер Cartier, приехавшая на Салон с очень интересными часами — Balloon Bleu Extra Plate. Тонких часов не было только у Panerai, но, возможно, со временем и здесь им найдется место.

Несмотря на обилие сверхтонких моделей, в этом тренде нет ничего нарочитого; напротив, он кажется закономерным и правильным. Во-первых, создание сверхтонкого калибра, тем более с механизмом автоподзавода, требует решения серьезных инженерных задач, связанных с компоновкой механизма. Во-вторых, отсутствие излишеств на корпусе и циферблате позволяет увидеть то, что в последние годы мешали разглядеть всевозможные околичасовые «изобретения»: механические часы — это не престижная игрушка, а очень красивый и удобный аксессуар для повседневной жизни.

Триумф ультратонких часов, отказ от тяжелой платины и пафосного белого золота в пользу розового, обилие трехстрелочников (как тонких, так и традиционных — такие часы есть у IWC в коллекции Portofino, у Baume & Mercier в обновленной линии Capeland и Classima, и у JeanRichard, чьих карманные часы Даниэля Жан-Ришара вдохновили на создание модели Tribute to Daniel) — все это говорит о том, что люди изголодались по классике. Даже скелетоны в этом году перестали блистать хай-теком и вернулись к своему традиционному облику. Дело вовсе не в цене, поскольку стоимость иной «простой» модели делает ее недоступной многим; просто все мы и без того утомлены сложностью жизни.

РЕТРОФУТУРИЗМ

Стремление к простоте и ясности само по себе служит гарантией роста популярности механических часов — такие хронометры являются безусловным символом прекрасного, беззаботного ретро, пребывающего сейчас на пике моды. Достаточно вспомнить повальное увлечение сериалом «Безумцы», главный герой которого,



A. Lange & Sohne

Джон Хэмм, стал лицом новой коллекции Jaeger-LeCoultre — Grand Reverso Ultra-Thin Tribute to 1931, идеальной винтажной реплики с черным циферблатом и строгими метками. Мануфактура IWC в этом году стилизовала под 1960-е коллекцию Portofino — на стенде даже был мотороллер Vespa. Vacheron Constantin выпустила совершенно новую модель Aronde, дизайн которой корнями уходит в 1950-е; можно не сомневаться в том, что



IWC



Cartier



Jaeger-LeCoultre



Van Cleef & Arpels

этот оригинальный прямоугольный трехстрелочник уже через несколько месяцев станет образцом для всеобщего подражания.

Более благодарного занятия, чем поиски лучшего в прошлом, сейчас не придумаешь. Пышным цветом расцвел «ретрофутуризм», черпающий вдохновение в революционных для своего времени изобретениях — паровых машинах, велосипедах, механических граммофонах, проводном телеграфе и дирижаблях, объединяемых направлением steampunk. Неслучайно Van Cleef & Arpels, самый творческий дом из числа присутствующих на SIHH, всегда безошибочно чувствующий настрой в умах, в этом году избрал темой коллекций Poetic Complications и Extraordinary Dials самые знаменитые сюжеты Жюль Верна — полет на Луну, путешествие к центру Земли, подлодку капитана Немо, а знаменитый ретроградный модуль на этот раз превратился в воздушный шар с болтающимся якорем из романа «Пять недель на воздушном шаре».



Cartier

БОЛЬШЕ ЗРЕЛИЩ

Практичность, классика, ретро — все это в первую очередь касается внешнего вида часов.

Что же тогда происходит с механизмами? Если дизайнеры стремятся к простоте, то не перестанут ли фантазировать часовщики? Не окажемся ли мы через несколько лет по уши в достойной, но все же однотипной традиционной механике?

К счастью, беспокоиться не о чем.

Жажда ясности и

понятности и здесь все

расставила по своим мес-

там. Премьеры этого года

поражают продуманностью

калибров — конструкторы

прекрасно понимают, что не-

которые детали следует делать

яркими и крупными, а остальные

лучше убрать подальше. На сме-

ну сложным скелетонам, красиво выглядящим на картинках, но совершенно теряющимся на руке, пришли идеально выверенные модели с оттеняющей мосты платиной и открытыми динамичными частями — гонгами репетиров, отдельными передатками, балансами и турбийонами. Jaeger-LeCoultre представила настоящий «механический оркестр» в новой юбилейной модели Reverso Repetition Minutes a Rideau, где при активации репетира «занавес» из пластин, закрывающий циферблат, начинает открываться подобно жалюзи, обнажая механизм с работающими гонгами репетира. А в новой версии Lange Zeitwerk Striking Time от A. Lange & Sohne к дисковой индикации времени добавилась и акустическая функция: новый калибр L043.2 оснащен механизмом боя, видимым со стороны циферблата. Он отбивает четверти часа высоким тоном, а целые часы — более низким тоном. Если представить, что часы звучат в режиме «быстрой перемотки», то звуки гонгов сливаются в знаменитую мелодию четырехнотной вступительной фразы Пятой симфонии Бетховена.

Многие производители прибегли к приему, который лучше всего описывается словами «вывернуть наизнанку» — вынесли на внешнюю часть механизма и открыли взору то, что обычно пряталось под задней крышкой. Greubel Forsey, переиздавшая Quadruple Tourbillon, один из двух турбийонов перевернула вверх ногами, чтобы это чудо механики было видно владельцу с любой стороны часов.

Раз уж речь зашла о турбийоне, то следует отметить, что в отношении этого устройства наконец-то наступила полная ясность. С него сняли тяжкий груз забот по компенсированию влияния гра-



A. Lange & Sohne

витации и улучшению точности хода; отныне его основное назначение — быть украшением часов, привлекающим к себе взгляд. Турбийон от этого только выиграл.

Например, у новой Pour la Merite от A. Lange & Sohne, как всегда, за плечами великое наследие и множество оригинальных инженерных идей. Но главной задачей инженеров саксонской мануфактуры при создании этой модели было максимально открыть турбийон. Поэтому его окошко частично залезает на часовую шкалу, «отрезая» часть разметки с 7 до 11 часов. Но чтобы не уменьшать удобство индикации, под часовым циферблатом поместили дополнительный подвижный сектор с цифрами от 8 до 10, который на этот период времени поворачивается видимой частью, а затем снова исчезает. Второй характерный пример: модель в классической коллекции 1966, заставляющая вспомнить знаменитые карманные турбийоны Girard-Perregaux XIX века — она выпущена в честь 220-летия мануфактуры. Центральную каретку диаметром 15 мм и весом 0,3 грамма украшает легендарный золотой мост с крупным рубином в центре.

Второй узел, который становится более эффективным, чем эффективный, — это автоматический завод. Традиционный сектор подзавода уходит в прошлое. Его крепление, кинетика и положение в механизме становятся все более совершенными. И главное — зрелищным. Так, Piaget в новой модели Emperador Coussin Tourbillon Automatic Ultra-Thin не просто соединил большой турбийон с прошлогодним ультратонким автоматическим механизмом, но и прибавил к этим двум сверхмодным трендам третий — микроротор, вынесенный на циферблат. Ту же конструкцию демонстрирует и новинка от Roger Dubuis: Excalibur Automatic Tourbillon.

Эта тенденция понятна: если на пятки турбийону как устройству, улучшающему точность хода, наступают более практичные продукты современных технологий (совершенные балансы с высокой скоростью, различные регуляторы и дифференциалы, как, например, единственная настоящая сенсация этой зимы — Rotonde Astromat от Cartier), то улучшение качества заводной пружины приводит также к тому, что часы с ручным заводом и запасом хода от недели и выше могут успешно конкурировать с автоматическими.



Girard-Perregaux

РЕМЕШКИ БЕЗОПАСНОСТИ

Идею «Наши часы просты и совершенны — зачем в них еще что-то улучшать?» можно считать девизом года. Как следствие: акцент все больше смещается на необычные, но не играющие важной роли детали. Даже признанный авторитет в области инкрустации циферблатов мануфактура Cartier в этом году удивила, представив модели с циферблатом из дерева (изображение медведя) и мозаики (черепаха). Panerai выпустила новую версию Submersible с корпусом, изготовленным из... бронзы. А вы думали, этот материал остался в дремучем прошлом? Нет, бронза вернулась, более того, ее главный недостаток — окисляемость — неожиданно превратился в достоинство: теперь ваши часы будут зеленеть и покрываться патиной вместе с вами!

Но особенной любовью часовщиков в этом году пользовались эксперименты с ремешками. IWC для обновленной Portofino представила сразу два вида новых браслетов: стальные миланского плетения и кожаные ремешки от знаменитого производителя обуви Santoni, который владеет уникальной техникой искусственного старения кожи. Parmigiani для версии этого года Bugatti Super Sport заказал эксклюзивный ремешок Hermes. А Roger Dubuis выпустил одну из моделей новой коллекции La Monegasque с ремешком, стилизованным под обшивку кожаного клубного кресла... И то верно: новыми ремешками старых проверенных клиентов не отпугнешь, а новых привлечь, наверное, можно.

В итоге возникает отчетливое ощущение, что часовые производители наконец-то сами постигли суть вещей и явлений и, более того, готовы поделиться знанием со своими клиентами. Вот это — престижно и надежно, а вот то — исключительно для удовольствия. Остается только надеяться, что в скором времени появятся часовые мастера, дизайнеры и менеджеры, которым хватит таланта и смелости снова смешать все часовые ценности в один яркий феерический клубок.



Panerai



Как выжать из каталога все, или ЮВЕЛИРНЫЙ КАТАЛОГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДАЖ

Мы продолжаем публикацию фрагментов новой книги Издательского Дома «6 карат» с рабочим названием «Ювелирный бизнес. Практические инструменты».

Тема одной из глав нового издания — каталог.

Каталог ювелирных изделий для конечного потребителя в России используется достаточно редко. Однако, как показывает опыт зарубежных стран, именно он является одним из действенных инструментов в продвижении украшений массового спроса.

Редакция ИД «6 карат» приглашает к изданию книги специалистов ювелирного рынка для размещения рекламных материалов и модулей, информации об интересном опыте и практических находках и инструментах.



КАТАЛОГ (от фр. catalogue < греч. katalogos — список) — производственно-практическое, справочное или рекламное издание, содержащее систематизированный перечень предметов, услуг и пр. То же, что и проспект, но с большим объемом и с наиболее полным перечнем товаров и услуг. КАТАЛОГ предполагает высокое качество издательского и полиграфического исполнения. В КАТАЛОГе представляется товар, его технические характеристики, может быть приведена цена. КАТАЛОГ — это последовательность рубрик, в большинстве случаев с иллюстрациями, дающими основные сведения о каждом виде, типе, образце предлагаемой продукции или об услуге.

<http://slovari.yandex.ru>

Не скажу, что совершенно бессмысленно охотиться без ружья. Но с ружьем вы вернетесь с гораздо более богатой добычей.

Не скажу, что совершенно бессмысленно идти за водой без ведра. Но с ведром вы точно принесете воды.

Не скажу, что совершенно бессмысленно пытаться писать пальцем. Но написанное пером внятнее и доходчивее.

Всегда оправдано наличие орудия труда. И каталог способствует повышению эффективности продаж. С ним вы продадите больше и быстрее. Если он, конечно, не издан только для того, чтоб был.

КАТАЛОГ и каталог — разные вещи. «Чтоб был» каталог можно сделать, и не имея специальных знаний. Красивые картинки с описанием потребительских или имиджевых качеств товара и указанием цены — вот все, что требуется от примитивной модели каталога.

Но даже примитивная модель имеет достаточно хороший продающий эффект — в силу того что каталог просто появился и начал решать проблемы покупателя. Потому что каталог как явление — это один из пунктов сервисной программы продавца — автора каталога, неважно, производителя, розничного или оптового посредника. Сервис — это когда все предусмотрено. Когда нет проблем и проблемок клиента, мимо которых мы прошли. Читаем в рекламе одного из каталогов: «Мы рады помочь вам сэкономить время на походах по магазинам, на объяснениях с пристающими продавцами. Уделите больше внимания близким людям или займитесь своим любимым делом. В жизни столько интересного!» Следовательно, и настроение у клиента будет отличное, и продажи наши в порядке, и лояльность клиента заслужили. Каталог, со своей стороны, как мы видим, способен решать три проблемки клиента:

1. Некогда заняться покупками (а надо бы)!
2. Лень заняться покупками.
3. Хочу сэкономить.

Думаю, что доказательством этому служит само существование многочисленных популярных каталогов. Кроме того, ко многим каталогам

ВСЕ
Необходимые
камни
находятся у нас.
Если они действительно
вам нужны, то
вы должны
нам позвонить.

выходят тематические приложения: эксклюзивные модели, подарки к Новому году и Рождеству и т. д.

Продающий каталог (будем называть его далее просто каталог, подразумевая, что «чтоб был» каталог нас не интересует) способен и должен выполнять гораздо больше функций. И чем он больше функций осиливает, тем больший у него продажный потенциал. Это как люди, в которых пред-

ставлены разные национальности, переплетены разные потоки крови. Чем больше национальностей, тем красивее, здоровее и выносливее человеческая особь.

Когда каталог выпущен в типографии, естественным образом встает вопрос о его грамотном распространении. Если у вас каталог бумажный, надо найти свой случай в таблице и определить, какой вариант распространения будет для вас оптимальным:

География Ценовая категория	Местная — 1 магазин и прилегающий микрорайон	Локальная — небольшая сеть, не выходящая за рамки региона	Федеральная — сеть по всей стране
	Премиумный ассортимент и ценовая категория выше среднего	Выкладка в почтовые ящики новых и элитных домов под Новый год или другие массово отмечаемые праздники	Вложение каталога в дорогие федеральные life-style журналы (Elle Cosmopolitan...)
Низкоценовой сегмент	Выкладка в почтовые ящики всех рядом стоящих домов регулярная — раз в квартал	Вложение каталога в дорогие федеральные life-style журналы (Elle Cosmopolitan...)	Вложение каталога в дорогие федеральные life-style журналы (Elle Cosmopolitan...)
		Локальное вложение каталога в массово читаемые СМИ (не только местные, но и федеральные)	Вложение каталога в недорогие федеральные женские журналы («Лиза», «Даша»...)

Если сравнивать каталоги по критерию «бумажный — электронный», я бы отдала предпочтение электронному в силу нескольких причин:

1. В электронный каталог можно зайти с любого компьютера, и нет проблем с его распространением.
2. Электронный каталог обойдется гораздо дешевле (ведь ювелирная отрасль не может позволить себе дешевой бумаги и черно-белой печати).
3. Электронный каталог можно корректировать (убирать и добавлять ассортиментные позиции и дополнительные функции) в реальном времени.
4. Электронный каталог может выполнять интерактивную функцию (например, тест для облегчения выбора подарка).

Проблема грамотного распространения каталога встает и в случае электронного. Обычно электронный каталог имеют:

- производители;
- оптовики, продающие розничным магазинам и сетям;
- сами сети и магазины с дорогим ассортиментом.

Для них проблема распространения каталога сведется к проблеме его раскрутки онлайн. Для этого необходимо сделать две вещи:

Во-первых, купить в рекламной службе поисковиков ключевые слова — слова, которые обычно загоняют в поиск те, кто ищет ювелирную тему в Интернете. Например, в нашем случае это могут быть слова: «кольцо», «колье», «ювелирное изделие», «ювелирный магазин», «подарок» и т. д.

Во-вторых, поискать партнерский ресурс — тех, кто продает на одном рынке с вами товары параллельного с ювелирными изделиями спроса: парфюм, одежду, косметику, — салонов красоты и т. д. Находить их интернет-площадки и стремиться разместить там бан-

нер (с некоторыми можно договориться на бартер, предложив разместить баннер на своем сайте).

Проводя исследование каталогов разных продавцов на рынке, я встретила, выделила и описала его функции. Я их оформляю, по своему обыкновению, как список с примерами. Кто сейчас ищет идеи для создающегося каталога, может взять эти функции и примерить на себя.

Более того, я предположу, что мне нужно составить каталог для розничного продавца ювелирных изделий, и по ходу списка функций буду предполагать, что мой каталог их решает. И покажу, как это могло бы быть. При этом назовусь торговой маркой «Блеск!».

1. Сервисная

Сервис — решение проблем и проблемок клиента.

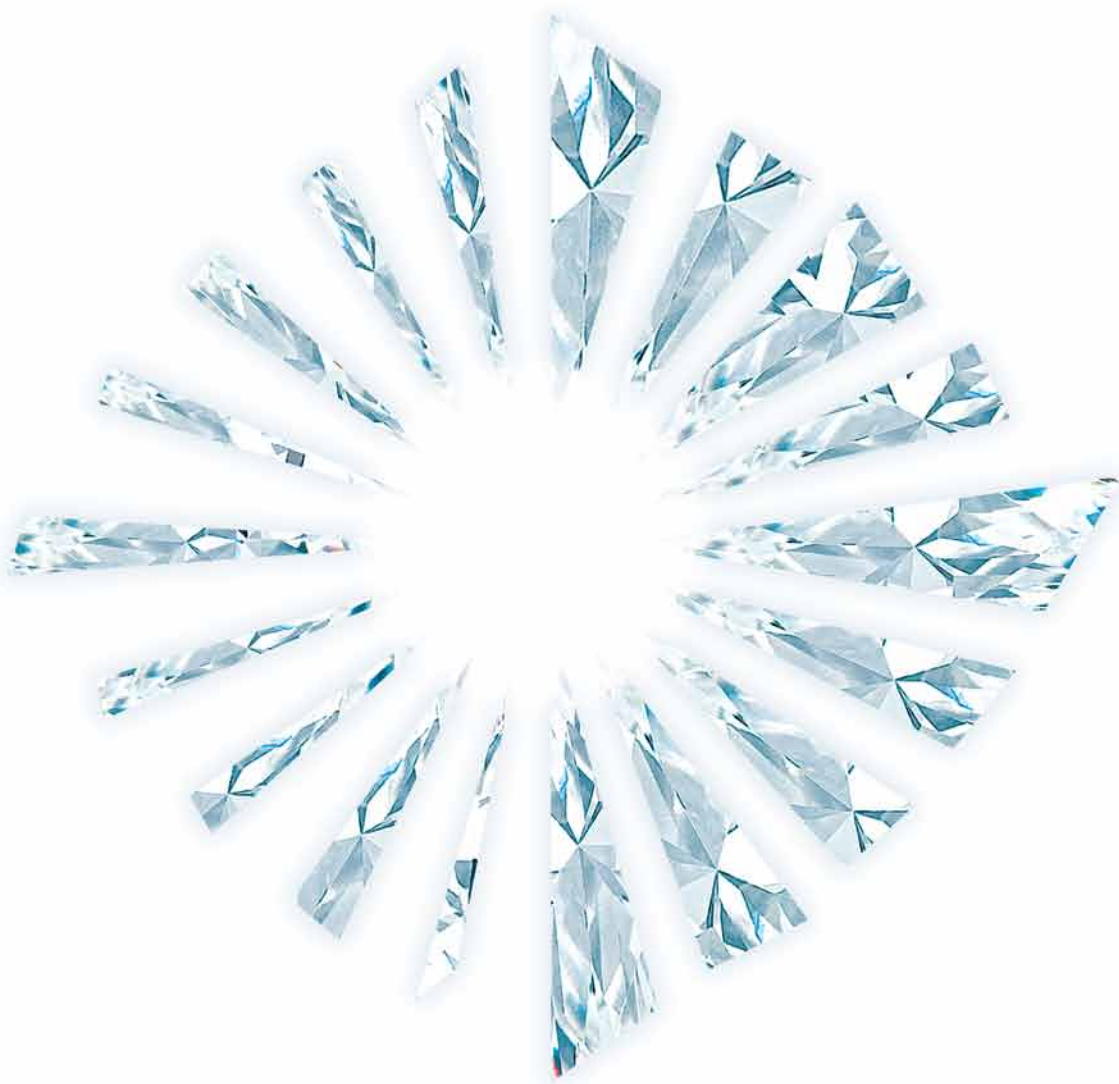
Проблема, решаемая в ювелирном каталоге, может быть следующая: «Часто бывает так сложно подобрать комплект из того, что висит в гардеробе, и соответствующие по стилю и по ситуации аксессуары! Рабочее утро или деловая встреча — времени на раздумья нет, а выглядеть надо на все сто! Знакомая ситуация? Составить идеальный комплект одежды и украшений, где каждый из предметов сочетается с другими, Вам поможет новый каталог „Блеск!“. Здесь вы найдете стильные рекомендации по составлению ансамблей, сочетанию актуальных цветов и трендов».

2. Развлекательная

Развлечение — то, что развлекает, служит потехой.

Толковый словарь русского языка Ушакова

Каталог «Блеск» придумал стилиста пана Драгова. Этот персонаж будет появляться во всех



CRYSTALIT
corporation

Уникальная коллекция
ювелирных камней

МОСКВА - КОСТРОМА -
КРАСНОЕ-НА-ВОЛГЕ -
ЕКАТЕРИНБУРГ

8(800) 200 22 28
звонок с любого телефона
бесплатный
www.crystalit.ru

Москва

Россия, 115419
Москва
ул. Орджоникидзе
д.11, стр.1/2Е
телефон
+7 (495) 730 00 46
факс
+7 (495) 730 30 36
e-mail:
sales@rusgems.ru

Санкт-Петербург

ООО "Балтийские
Самоцветы"
Россия, 197022
Санкт-Петербург
П.С. Большой проспект
д.100, офис 623
телефон / факс
+7 (812) 335 55 69
e-mail:
sales@rusgems.spb.ru

Кострома

ООО "Рубин"
Россия, 156005
Кострома
ул. Советская
д.69, пом.2
телефон
+7 (4942) 47 15 12
факс
+7 (4942) 47 15 32
e-mail:
kostroma@rusgems.ru

www.rusgems.ru

Драгоценные
и полудрагоценные
камни
Жемчуг морской
и пресноводный
Синтетические камни
и фианиты "Daloz"
Камнесамоцветное
сырье

цветные камни

ВСЕХ ОТТЕНКОВ
ВИДИМОГО СПЕКТРА




RUSGEMS
Более чем достаточно!

выпусках каталога и комментировать все, что показано на страницах, в духе и стиле «Кабачка 12 стульев».

Там же он может проводить «модные ребусы» — игры на совместимость ювелирных украшений с одеждой разных стилей и между собой (типа «Можно ли сочетать между собой золото и серебро в свете последних модных тенденций?») с возможностью самопроверки с выставлением баллов, опять же, читателем самому себе.

Можно также помещать туда сценарии пати, на которые можно одеться в такое количество серебра, как показано в каталоге.

3. Имитационная

Имитация — подделка подо что-н., предмет, сделанный в подражание настоящему так, что его можно принять за настоящее, за образец.

Толковый словарь русского языка Ушакова

В каталоге Avon «Смотрим кино» (замечу, что это и не ювелирные изделия, а просто бижутерия, но она близка по восприятию к нашему товару и может послужить уроком и примером).

4. Функция гида по магазину

Гид — 1. Проводник, показывающий туристам достопримечательности города или местности.

2. Путеводитель, книжка, указывающая все достопримечательности данной местности...

Толковый словарь русского языка Ушакова

Если мой магазин «Блеск!» небольшой, то это излишняя функция. Но если это огромный зал, то гид явно не помешает. Знать, где лежат обручальные кольца для того, кто их ищет, это значит сэкономить время им и нашим продавцам. Ответить на страницах каталога на самые часто задаваемые вопросы означает то же самое. И более того, это будет еще и сервис по отношению к покупателю (сервисная функция под № 1). Еще можно предложить чистящие средства и упаковку для ювелирных украшений...

5. Фиксирующая цены

Фиксирование — закрепление в определенном положении.

Малый энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона

В каталогах ИКЕА цены зафиксированы на полгода вперед. Это обеспечивает им как минимум год жизни. Цитирую новогодний каталог 2008 года: «Мы гарантируем, что до 31 июля 2008 года наши товары не будут стоить больше, чем указано в этом каталоге».

Почему нам не поступить так же? Ведь это проявление лояльности по отношению к тем покупателям, кто географически далеко находится от нас. Мы таким образом ставим их в равные условия с теми, кто рядом: каталог гарантирует, что успеют на эти цены ВСЕ покупатели большой страны!

6. Мистическая

Мистика — учение о таинственном, загадочном, сверхъестественном, о сокрытом, иносказательном смысле и значении ученья.

Толковый словарь живого великорусского языка Владимира Даля

Предсказания, гороскопы, гадания, связанные с товаром. Напишите что-то подобное про свои ювелирные изделия! Тем более что их по камням и металлам можно привязать не только к зодиакальному гороскопу, но и к восточному, и к цветочному, и к гороскопу друидов... А еще и «совершенно необыкновенные» лечебные свойства камней и металлов привлекут внимание покупателей к вашим украшениям, размещенным в каталоге.

Продолжение в следующем номере



Аргентум 925

Ювелирные украшения
с натуральными камнями
в серебре, производства
Италии, Филиппин, Тайланда,
Гонконга, России.
Ассортимент регулярно
обновляется.
Высокое качество изделий.
Прямые контрактные поставки.
Оптовикам гибкие условия.
Удобное расположение офиса.

Россия,
Москва, Ленинский пр., д. 2А, 9-й этаж
тел.: +7(495) 647-98-38, 647-90-31,
+7(499) 236-07-91
e-mail: balexgroup@gmail.com,
anbsilver@mail.ru
www.ag925.ru, www.silverstones.ru

Тайны голливудского двора, или что скрывает свет драгоценностей.



Грейс Келли в фильме «Окно во двор»

Во все времена драгоценности являлись предметом восхищения и вожделения. Кинематограф не избежал участи порабощения золотым идолом, и роскошные драгоценности навсегда заняли свои VIP-места в киношедеврах голливудских мастеров, способствуя созданию «Империи грез» не меньше, чем томные взгляды и волнующая походка кинодив.

Голливудский экран может похвастаться сотрудничеством с всемирно известными ювелирными домами: Картье, Тиффани, Ван Клиф и Арпелс, Гарри Уинстон. Во многих фильмах появлялись украшения от Мобуссан, Дэвида Уэбба, Джозефа Голливудского. С помощью их ювелирных творений удавалось не только воссоздать исторические эпохи, но и, включив их в канву сценария, усилить драматичность роли, придать образу завершенность. Так драгоценности — часть мифотворчества Голливуда и средство для привлечения зрителя и кассовых сборов благодаря таланту ювелиров, сценаристов и операторов, подаривших им крупные планы, превратились из молчаливых предметов роскоши в самостоятельную величину.

Одним из первых потенциал, скрытый в использовании ювелирных деталей в кино, раскрыл

гениальный Альфред Хичкок, обратив внимание на их особую мощь воздействия. В интервью с Ф. Трюффо он пояснил: «Если действие лишено деталей, вас подстерегает опасность. Все проблемы герои решают словами. Так работает телевидение, но кино с помощью деталей может вытащить из зрителей больше эмоций. А значит, эффект их грамотного использования в кадре может быть по-настоящему взрывным». Внезапное столкновение непроницаемого лица с деталью проявляет тайные мысли и эмоции персонажа. С ролью таких индикаторов чувств с блеском справляются драгоценности. Их выбор в таком случае не столько демонстрация богатства, сколько выражение характера, вкусов владельца.

Подтверждение тому сами фильмы Хичкока. Драгоценности часто фигурируют на первом плане его сюжетов, создавая совершенные по

красоте ансамбли с их экранными обладателями. Как и подобает королю, а за Хичкоком давно закрепился титул «короля саспенса», они стали его постоянными киноатрибутами, появляясь в кадре согласно драматургической и сюжетно-психологической необходимости. В фильме «Окно во двор» была виртуозно разыграна партия с украшением. Обручальное кольцо выполняет здесь двойную миссию — помогает разоблачить убийцу и обрести женское счастье героине Грейс Келли. Среди вещей мистера Торвальда, подозреваемого в убийстве жены, обнаружены завернутые в газету нож, пила и женская сумочка с драгоценностями, в числе которых было обручальное кольцо. Именно оно натолкнуло героев на мысль: какая женщина, оставив обручальное колечко, спокойно отправится отдыхать?! Это нонсенс, уверена героиня Г. Келли, ведь и ее заветная мечта — замужество с фотографом-авантюристом, убежденным холостяком, героем Дж. Стюарта. С риском для жизни она проникает в квартиру убийцы, находит обручальное кольцо убитой, надевает его на палец и показывает доказательство преступления Стюарту, наблюдающему за ней в бинокль с другой стороны двора. Для героини это двойная победа: она успешно завершает следствие и, конечно, добьется желанного брака, ведь обручальное кольцо уже у нее на пальце!

С ювелирным изяществом Хичкок создает самые замысловатые хитросплетения в сюжете. Один из самых насыщенных ими фильмов — «Головокружение». Если в фильме «Окно во двор» импульсом к разоблачению убийцы послужило кольцо, то в этой картине той же цели способствует колье, которое имеет целых три ипостаси: украшение Шарлотты, чей портрет XIX в. находится в картинной галерее; украшение лже-Маделайн — внучки Шарлотты, которая, ассоциируя себя с бабушкой-самоубийцей, якобы стремится к тому же и нуждается в психологической помощи; и украшение Джуди, которая, как



Вивьен Ли в фильме «Леди Гамильтон»

Одним из первых потенциал, скрытый в использовании ювелирных деталей в кино, раскрыл гениальный Альфред Хичкок, обратив внимание на их особую мощь воздействия.



Кадр из фильма «Головокружение»

выяснилось в финале, выдавала себя за Маделайн, в то время как настоящая Маделайн была убита собственным мужем. Таким образом, колье присутствует на всем протяжении фильма. Именно оно помогает не распутаться тонкому кружеву сюжета и выступает в роли путеводной нити, за которую главный герой, полицейский Скотти, разматывает клубок странных событий, чтобы дойти до истины. Именно колье открывает ему глаза на происходящее.

Хичкок был не единственным, кто «разговорил» драгоценности на экране. Несомненно, драматургическую роль исполняют роскошные украшения в фильме «Леди Гамильтон». Окрыленная любовью к Нельсону, забыв о долге перед мужем, леди Гамильтон (актриса Вивьен Ли) появляется на балу в роскошной парюре — серьги, ожерелье, броши в виде бриллиантовых букв N



Кларк Гейбл
и Вивьен Ли
в фильме
«Унесенные
ветром»

окутывают ее своим сиянием, инициалы любимого сверкают у нее на груди. Но сразу после бала над ее счастьем сгущаются тучи. Лорд Гамильтон просит жену одуматься и склонить Нельсона к возвращению в Англию. Сомнения длятся лишь миг, и уже при встрече с Нельсоном она сама решает на отъезд в чужую страну с любимым, но женатым мужчиной, лишившись своего статуса и состояния. Однако для нас это уже не является неожиданностью. Столь яркое проявление любви к Нельсону, как появление в обществе в этой «говорящей» парюре, подготовило нас к подобному повороту событий. Выбор украшения леди Гамильтон недвусмысленно указал на то, что ее любовь не знает условностей и границ, а это значит, что она не оставит своего адмирала ни при каких обстоятельствах.

Говоря о фильмах тех лет, невозможно не вспомнить одну из самых значимых для Америки картин «Унесенные ветром». Эволюцию образа Скарлетт (В. Ли) можно проследить по смене ее драгоценностей в картине. Особенно характерен эпизод появления Скарлетт в доме Мелани как раз тогда, когда все общество гудело о ее поцелуе с мужем Мелани. Это изощренная пытка для героини. В вызывающем бархатном платье цвета бургундского, украшенном россыпью гранатов и отделанного по всей кромке страусовыми перьями в тон платью, она словно подготовленная для заклания жертва. Ее наряд — выбор

Мэрилин Монро
в фильме «Принц
и хористка»

Ретта Батлера, разочарованного мужа Скарлетт, который в наказание оставил своенравную жену один на один с осуждающим светом. В то же время длинные гранатовые серьги в золотой оправе будто указывают на то, что Скарлетт предстоит услышать сплетни и пересуды. И только вмешательство Мелани спасает ее от публично унижения. Увлекательную роль в кино исполнило еще одно ювелирное украшение — брошь из фильма «Принц и хористка» с М. Монро и Л. Оливье. Интересно, что Монро ни разу не сменила наряд — белое вечернее платье, в котором она появляется на ужине с принцем, на коронации, на балу, в домашней обстановке. Вполне логично, что фильм заканчивается венчанием в белом, все к тому и шло. Кроме того, белое платье героини служит идеальным фоном для главной детали ее сценического костюма — броши, которую подарил ей принц во время их первого прощания. Эта брошь — дежурный подарок, одна из многих, приготовленных для многочисленных любовных увлечений принца, но именно ей доверена роль феи, что помогает бедной, но наделенной большой женской мудростью водевильной актрисе стать необходимой циничному принцу. Каждый раз, прикалывая украшение к груди хористки во время их очередного прощания, принц все больше привязывается к той, что стала для него настоящим учителем жизни.

Мэрилин Монро в образе простой девушки, мечтающей о принце, появляется в целом ряде картин. Одна из них «Джентльмены предпочитают блондинок» — экранизация одноименной пьесы Аниты Луз, которая стала своеобразной юмористической энциклопедией женской мудрости, а сам фильм — энциклопедией украшений 1950-х гг. Позже появилась еще одна киноэнциклопедия богемной жизни 1950–1960-х — «Завтрак у Тиффани» с Одри Хепберн. В обоих фильмах в свете драгоценностей проявляется



Внезапное столкновение непроницаемого лица с деталью проявляет тайные мысли и эмоции персонажа. С ролью таких индикаторов чувств с блеском справляются драгоценности. Их выбор в таком случае не столько демонстрация богатства, сколько выражение характера, вкусов владельца.

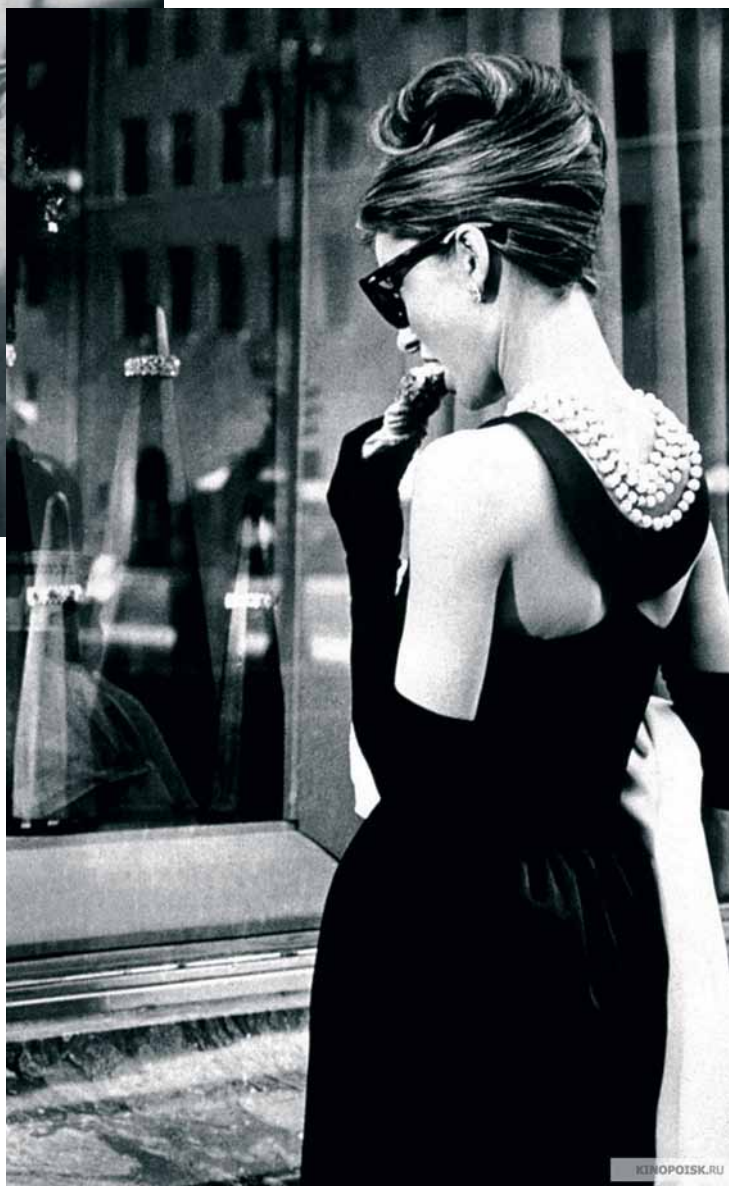
Мэрилин Монро в фильме «Джентльмены предпочитают блондинок»



грань между двумя мирами — старым, устойчивым и степенным, где драгоценности привыкли рассматривать как семейные реликвии, статусные вещи (магазин Тиффани, миссис Бигмен-Свинка); и новым, пьянящим, взрывающимся ритмами джаза, сверкающим искусственными бриллиантами (Лорелея Ли, Холли Галайтли). Здесь украшения призваны подчеркнуть женскую красоту, внести в ее образ неповторимость, а не показать статус и подавляющее богатство. И вновь важное место в сюжете отведено драгоценностям — именно они помогают обеим героиням обрести желаемое. Лорелея, миновав неприятности, связанные с бриллиантовой тиарой, выходит замуж за своего миллионера, а значит, ей не придется расставаться со своими «лучшими друзьями — бриллиантами». Для Холли же «Тиффани» как глоток кислорода. Она — «дикий зверек», потерявший свое место в жизни и

стремящийся обрести душевное спокойствие. «С вами не может случиться ничего плохого, пока вы находитесь в Тиффани!» — уверена героиня. Вот почему ее как магнитом тянет к витринам магазина, ведь только здесь она может почувствовать себя в безопасности.

Зачастую в основе сюжета фильма лежит история о реальных сокровищах. «Мальтийский сокол», «Розовая пантера», «Поймать вора», «Титаник», «11 друзей Оушена», «Афера Томаса Крауна — 2», «Роман с камнем», «Вожделение». Можно и дальше продолжить этот список фильмов, где главные роли поручены реальным и вымышленным, настоящим и поддельным, но одинаково прекрасным и манящим драгоценным «актерам». Вездесущий product placement не позволит им прятать свой блестящий талант в темных футлярах и музейных витринах. С каждым годом число таких кинопроизведений становится все больше. Искусство кино и искусство ювелиров идут рука об руку уже больше века, и свет наших экранов еще долгие годы будет дарить нам свет звезд и их драгоценных украшений.



Одри Хепберн в фильме «Завтрак у Тиффани»

Ваш партнёр в мире ювелирного производства



ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



ООО «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

196084, Россия, Санкт-Петербург, ул. Цветочная д. 25, БЦ «Мануфактура», оф. 508, тел: (812) 336-39-46/47/48, факс (812) 718-76-02
www.промтехспб.рф, e-mail: info@otecru.com

Наши представительства в регионах:

156019, Россия, Кострома, 1-й Кинешемский проезд, д.2/34. Тел. (4942) 22-53-22, 41-27-22
157940, Россия, Костромская обл., пгт. Красное-на-Волге, ул. Советская, д.52. Тел: (49432) 2-29-37

С ДНЕМ РОЖДЕНИЯ!

МАРТ

- 2 марта** Гумерова Хидая Фагимовна, генеральный директор ЗАО ТПК «АЛМАЗ-ХОЛДИНГ»
- 7 марта** Фаберже Татьяна Федоровна
- 7 марта** Богданов Алексей Леонидович, учредитель Группы компаний «НИКА»
- 9 марта** Гутерман Максим Аркадьевич, коммерческий директор ООО «Топаз «Костромская ювелирная фабрика»
- 12 марта** Никольский Владимир Николаевич, генеральный директор ЗАО Инк «СПИКА Голд»
- 13 марта** Гутерман Аркадий Леонидович, генеральный директор ООО «Топаз «Костромская ювелирная фабрика»
- 14 марта** Уткин Эдуард Юрьевич, генеральный директор ЮД «Кадо»
- 15 марта** Царенков Александр Михайлович, генеральный директор ОАО «Ювелирная торговля Северо-Запада»
- 15 марта** Мордехашвили Георгий Михайлович, учредитель Группы компаний «НИКА»
- 23 марта** Кочетков Владислав Николаевич, генеральный директор компании Valtera
- 23 марта** Михайлова Любовь Васильевна, коммерческий директор ООО ТК «Баск-Крин»
- 27 марта** Файнберг Виталий Евгеньевич, заместитель генерального директора компании «Файн Арт»
- 2 марта** день рождения ЗАО «ЮД «Садко»
- 3 марта** день рождения ОАО «Ювелирная торговля Северо-Запада»
- 19 марта** день рождения ООО «Кахолонг»

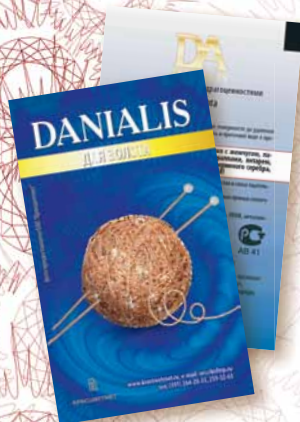


НОВОЕ — ЭТО ХОРОШО ПРОТЕРТОЕ СТАРОЕ

ДА

DANIALIS

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ СРЕДСТВО
ДЛЯ ЧИСТКИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ
В ДОМАШНИХ УСЛОВИЯХ



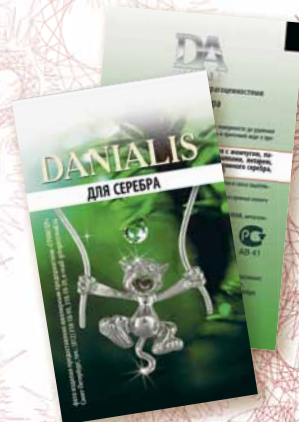
Салфетка для чистки изделий из золота.

Одной салфеткой можно почистить до 20 изделий!
Хорошо чистит изделия твердыми камнями:
бриллиант, рубин, сапфир, аметист и пр.
С осторожностью использовать для изделий
с мягкими камнями. Раствор абсорбирует на себя
грязь в труднодоступных местах.
Можно работать без перчаток.
Стоимость 1 шт. — 17 руб.
Минимальная партия 100 шт.



Салфетка для чистки ювелирных изделий «Универсальная».

Одной салфеткой можно почистить до 20 изделий!
Предназначена для чистки не очень
грязных изделий из золота и серебра.
Можно работать без перчаток.
Стоимость 1 шт. — 17 руб.
Минимальная партия 100 шт.



Салфетка для чистки изделий из серебра.

Одной салфеткой можно почистить до 20 изделий!
Хорошо чистит изделия твердыми камнями.
С осторожностью использовать для изделий
с мягкими камнями и чернением.
Можно работать без перчаток.
Стоимость 1 шт. — 17 руб.
Минимальная партия 100 шт.



Средство по уходу за жемчугом и деликатными камнями.

Подходит для чистки бирюзы,
лазурита, малахита, коралла, янтаря
и изделий с искусственным чернением.
Можно работать без перчаток.
Минимальная партия — 20 шт. (2 коробки).
Стоимость 1 флакона — 120 руб.



Средство для чистки ювелирных изделий из золота/серебра.

Не содержит аммиак, можно работать без перчаток.
Минимальная партия — 20 шт. (2 коробки).
Стоимость 1 флакона — 100 руб.

На территории РФ торговая марка зарегистрирована — ООО «РА «Русский Ювелир». Продукция имеет все необходимые сертификаты, предусмотренные законом РФ. Поставка продукции производится со склада в Санкт-Петербурге и Москве.
По вопросам оптовых поставок: ООО «РА «Русский Ювелир» (ТМ «Danialis»), 199034, Санкт-Петербург, В.О., 16-я линия, д. 7
т./ф.: +7 (812) 327-75-65/66, +7 (812) 328-05-51/61, www.danialis.ru, e-mail: info@danialis.ru, suv@russianjeweller.ru

ДИЛЕРЫ

Москва: ООО «КЛИО», 119991, Москва, Ленинский пр., д. 6, тел./факс: +7 (495) 237-39-96, 237-48-42, 237-67-66
Санкт-Петербург: ООО «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ», ул. Цветочная, д. 25, офис 508, тел./факс: +7 (812) 718-76-02, 336-39-48