

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

апрель—май | 2013 (2)



Что год пришедший нам готовит |
Золотая лихорадка |
Ювелирные продажи в новом формате |



2009



2010



2010



2011



2011



2012

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



"Сергей Квашнин"
ювелирная компания

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

Платон Терентьев

рисунки

Екатерина Калинина

корректор

Людмила Лебедева

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел

advert@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

info@russianjeweller.ru

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

директор

Виталий Пилюшин
тел.: +7 (903) 599-59-97, +7 (921) 432-90-53
e-mail: moscow@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ

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

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

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Александр Горыня
Валерий Крылов
Михаил Пиотровский
Александр Рыбаков
Татьяна Фаберже

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Марина Лопато
Владимир Матвеев

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА

Центр учета и аудита

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 2, 2013 год

ТИРАЖ 7000 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

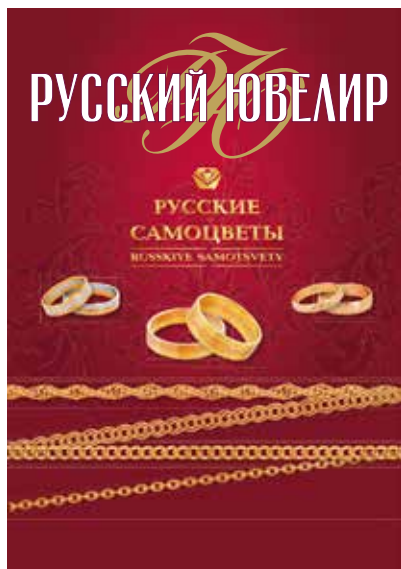
«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка

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» —
кавлер ордена «Карла Фаберже» III степени.

Журнал «Русский ювелир» основан в 1912 году,
возрожден в 1996 году



ОАО «Русские самоцветы»

Россия, 195112, Санкт-Петербург,
пл. Карла Фаберже, д. 8

Тел.: (812) 528-01-03, 528-03-72

Факс (812) 528-09-18

www.russam.ru

e-mail: office@russam.ru

Интернет-магазин:

www.russammarket.ru

содержание

ИТОГИ ГОДА

- 6 Золотая лихорадка
- 8 Что год пришедший нам готовит
- 34 Платина 2012. Предварительные итоги от «Джонсон Матти ПЛС»
- 64 Год 2013. Прогнозы

ЮВЕЛИРУ НА ЗАМЕТКУ

- 10 Инновации на марше
- 12 Золото? Золото... Золото!
- 14 Как продать ювелирные изделия из золота?
- 22 Ювелирные продажи в новом формате



10
Инновации на марше



14 Как продать ювелирные изделия из золота?



17 120 лет ювелирной компании Wellendorff



Платина 2012. Предварительные итоги от «Джонсон Матти ПЛС» 34

СОБЫТИЯ

17 120 лет ювелирной компании Wellendorff

ЧАСЫ

40 BREITLING: инструменты для профессионалов

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

18 Драгоценная бесконечность
20 Все больше драгоценного времени!
54 Британский дизайн на берегах Сены

ВЫСТАВКИ

44 УралЮвелир — 2012
46 Дни Якутии в Москве
50 VI Московский международный салон изящных искусств

МОДНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

28 Оригинальный дизайн ушедшего года

К 400-ЛЕТИЮ ДОМА РОМАНОВЫХ

56 Карл Фаберже — придворный ювелир Дома Романовых
59 Навстречу юбилею

ГЕММОЛОГИЯ

60 Сапфир

НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

67 С днем рождения!



60 Сапфир

ОАО «Красцветмет»

Транспортный проезд, дом 1,
г. Красноярск, Российская Федерация, 660027
Тел.: +7 (391) 259-33-42, факс: 259-30-00

Сегодня ювелирные изделия ОАО «Красцветмет» широко представлены во всех регионах России. Нашим партнерам гарантирован стабильный и выгодный бизнес, построенный на многолетнем опыте и новейших технологиях. Фирменную продукцию вы можете приобрести у наших региональных дилеров.

По вопросам сотрудничества обращаться в отдел продаж.
Менеджеры: тел. +7 (391) 259-31-42, 259-33-95,
259-32-07, 259-33-41, 259-34-92, 259-34-53
www.krastsvetmet.ru, orc@krastsvetmet.ru

Дилеры ОАО «Красцветмет»

**Ювелирная компания
«Национальное Достояние»**

111033, г. Москва,
ул. Золоторожский вал, д. 32, стр. 2
тел.: (495) 287-47-40
факс: (495) 287-47-39
www.nd-gold.ru, sales@nd-gold.ru

ООО «Эльтон»

127549, г. Москва,
ул. Бибиревская, д. 10, стр. 1
тел.: (495) 225-92-55, 225-92-50
факс: (495) 225-92-51
www.elton-zoloto.ru
info@elton-zoloto.ru

ООО «Системы эксплуатации»

125362, г. Москва,
ул. Свободы, д. 35, стр. 5
тел.: (495) 744-03-07
info@kameya.ru

ООО «Бест Ювелир»

109147, г. Москва,
ул. Марксистская, д. 34, корп. 4
тел.: (495) 788-54-07
факс: (495) 788-54-08
www.best-jew.ru, www.bestgold.ru
info@best-jew.ru

ООО ТПК «Русское золото»

660077, г. Красноярск,
ул. 78-й Добр. бригады, д. 14а
тел.: (391) 216-02-07, 216-02-08
aurum585@mail.ru

**ООО «Санкт-Петербургский
ювелирный завод
„Ювелиры Северной столицы“»**

194100, г. Санкт-Петербург,
ул. Кантемировская, д. 5, кор. 8, лит. Д
тел.: (812) 346-67-25
факс: (812) 449-57-09
www.uss-spб.ru, uss@uss-spб.ru

ООО «Ювелир-опт»

620014, г. Екатеринбург,
ул. Хохрякова, д. 746, 15-й этаж
тел./факс: (343) 379-99-92
www.j-opt.ru
info@j-opt.ru

**ООО «Торговый дом
„Дондрагмет“»**

346880, Ростовская область,
г. Батайск, ул. Половинко, д. 39
тел.: (86354) 5-10-12
dondragmet@dondragmet.ru

**ИП Шевелев
Евгений Климентьевич**

680030, г. Хабаровск,
ул. Ленина, д. 446
тел.: (4212) 45-40-75,
(4212) 45-40-74
sale@zolrus.ru

ООО «Компания ИФК»

630108, г. Новосибирск,
1-й переулок Пархоменко, д. 6
тел.: (383) 351-53-34,
355-86-50, 355-80-95
ifk_nsk@mail.ru

**ООО «Русская
платиновая компания»**

119017, г. Москва,
Пыжевский переулок, д. 5, стр. 3
тел.: (495) 783-52-20, 517-74-46
rpc77@yandex.ru

**Цепицентр
(ООО «Торговый дом
„Золотая линия“»)**

156002, г. Кострома,
ул. Ерохова, 4д
тел.: (4942) 37-17-22, 31-89-81
www.цепицентр.рф
rdm950@yandex.ru

Золото? Золото... Золото!

Ничто не ново под луной... В начале 1970-х годов, когда нефтяной кризис породил серьезную инфляцию, золото тоже дорожало. И тогда многие владельцы ювелирных магазинов Европы и Америки говорили, что если золото станет стоить \$100 за унцию, то они выйдут из бизнеса, потому что клиенты откажутся от покупки ювелирных украшений. К концу десятилетия золото уже стоило \$800, а ювелирные предприятия, приспособившись к обстоятельствам, продолжали свое развитие...



Мораль истории проста: цены на золото росли в далеком и недавнем прошлом, могут вырасти и сейчас, но это не значит, что люди перестанут покупать изделия из него. Ведь в конечном итоге, высокие цены на золото означают не только более высокие затраты на изготовление ювелирных изделий, они также обосновывают статус золота как роскошного металла. На какое-то время мы все об этом забыли, привыкнув менять украшения сообразно сезону и модным веяниям. Казалось, еще немного, и золотые украшения станут в один ряд с бижутерией.

Теперь ювелиры возвращаются к своим истокам — золото на наших глазах превращается в непреходящую редкую ценность. Нужно лишь разумно распорядиться выпавшим шансом. Не так давно в моде было белое золото, так похожее на платину, украшения из которой всегда позиционировались как символ престижа и респектабельности. Но вдруг все изменилось — в последние два года в фаворе розовое золото! Приобретение «настоящего золота» становится мечтой многих людей во всем мире, золото вновь становится идеальным способом показать свою состоятельность. Как сказала представитель марки Simon G Эшли Боуэн: «В скором времени золотое украшение приобретет тот же статус, что и монограмма Louis Vuitton на сумке. Таким образом вы говорите окружающим, — продолжает она, — что все вокруг вас благополучно, у вас отличный вкус и вы признательны жизни за ее прекрасные моменты». Ярмарка тщеславия, скажете вы? Почему бы и нет! Человеку свойственно старание произвести впечатление на окружающих, похвастаться подарком. По большому счету, без эмоций ювелирная промышленность вообще не имеет прав на существование.

Можно посмотреть и взглядом прагматика: какой другой предмет, будь то мобильный телефон, планшетник или иной новомодный гаджет, сохранит свою стоимость спустя год? Конечно, можно купить золотую монету, но она не принесет той радости, которую способно вызвать, например, кольцо. Ведь за каждым украшением — своя история. Порою незамысловатая, порою завораживающая и игривая. Но самое главное: украшения — всегда история со счастливым концом! Во времена, в которых так много неопределенности, все мы хотим того, что выдержит испытание временем. А что еще это может быть, как не золото? 

*Густав Климт портрет Адель Блок-Бауэр I, 1907 г.,
Новая галерея, Нью-Йорк*

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ

JUNWEX

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

29 мая – 2 июня 2013

Москва, ВВЦ, павильон 75

JUNWEX

МОСКВА

14–18 сентября 2013

Москва, ВВЦ, павильоны 75, 69

JUNWEX

WATCH

14–18 сентября 2013

Москва, ВВЦ, павильон 75

JUNWEX

ПЕТЕРБУРГ

5–9 февраля 2014

Санкт-Петербург, Ленэкспо

ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ ФОРМАТА CASH&CARRY

JUNWEX

ЕКАТЕРИНБУРГ

11–14 апреля 2013

Екатеринбург, МВЦ «Екатеринбург-Экспо»

JUNWEX

ЕКАТЕРИНБУРГ

14–17 ноября 2013

Екатеринбург, МВЦ «Екатеринбург-Экспо»

Лучшие Украшения России

11–15 декабря 2013

Москва, ВВЦ, павильон 75

Лучшие Украшения России

4–8 декабря 2013

Санкт-Петербург, ЦВЗ «Манеж»

Лучшие Украшения России

ПИТЕР-ЮВЕЛИР

29 января – 2 февраля 2014

Санкт-Петербург, ЦВЗ «Манеж»

Лучшие Украшения России

6–9 марта 2014

Москва, ВВЦ, павильон 75



Блестящий мир «JUNWEX»

«Ювелир — первый человек после царя», — так сказал когда-то художник фирмы Фаберже Франц Петрович Бирбаум. Современный ювелир Марк Балдин несколько усовершенствовал эту мысль и разработал собственную теорию о месте ювелира в нашей цивилизации.

«Ювелир — первый после Бога», — говорит Марк. Бог создает вселенные, миры, а ювелиры создают эпоху. Пройдет десять лет, и предметы быта придут в негодность, сто лет — и истлеет одежда, облетит красочный слой картин, тысяча лет — и исчезнут города и страны, сто тысяч лет — и сменятся цивилизации, а материально-вещественные знаки некогда могущественных государств обратятся в пыль. Свидетельства о наших достижениях (адронные коллайдеры, гаджеты, наноматериалы) исчезнут без следа. И только драгоценные металлы и камни останутся в неизменном состоянии спустя миллионы лет, так как они устойчивы к самым агрессивным средам.

Вплетая драгоценный камень в золотой орнамент, ювелир создает вечность, лицо времени того общества, в котором живет. Именно по этим драгоценным следам потомки будут изучать нашу жизнь, узнают, насколько мы были развиты...

Российское производство ювелирных изделий по праву гордится наследием своих ювелирных школ, сформированных в нескольких регионах страны. Урал, Кострома, Якутия, Петербург, Москва — каждый город вырастил целые поколения ювелиров, ставших гарантами качества своей продукции...

Но с массовым появлением на рынке более дешевых иностранных изделий встает вопрос — как успешно конкурировать с зарубежными производствами, оставаясь верным своему стилю? И возможно ли это? Давайте попытаемся в этом разобраться на основе того, что было представлено на прошедшей выставке «JUNWEX».

Ювелирная компания из России... Эти слова вызывают в воображении образ компании, у которой выработан собственный стиль. Ее отличает мастерство, внимание к деталям и оригинальность исполнения, изделия пользуются устойчивым спросом. Однако с приходом массового производства ювелирных изделий в Китае, Индии и Таиланде, где заводы, штампуя драгоценные металлы, в состоянии обеспечить мировую розничную торговлю ювелирными изделиями по конкурентоспособным ценам ситуация изменилась.

И перед российскими ювелирами, впрочем, как и европейскими, встает вопрос: что предпринять для того, чтобы сохранить традиционные стандарты производства и дизайна и в то же время идти в ногу с остальным миром, сохранив объемы производства? Поскольку ювелирные изделия, произведенные в Азии, имеют большой успех у покупателей, многие российские компании стали выпускать (либо ввозить) коллекции, ориентируясь на покупательский спрос. В результате ассортимент в своей массе однотипен, и ключ к успеху компании в большей степени лежит в плоскости активного и грамотного продвижения своей продукции.

Многие компании объединяются, чтобы выйти в лидеры. Единым стендом на выставке «JUNWEX» представляются...

стали члены «Клуба ответственных производителей ювелирных изделий», в который вошли «Вега», «Невский-Т», Fillart, «Циркон» и «Ювелия». С 1 декабря 2011 года все изделия членов Клуба снабжаются дополнительной заметной биркой золотистого цвета с голограммой — эмблемой Клуба. Именно эта «Золотая бирка», легла в основу проекта как знак гарантии качества и подлинности дизайна, который выделяет украшения на витрине и привлекает к ним внимание покупателей.

Розыгрыши призов стали одним из популярных способов привлечения новых и повышения интереса постоянных клиентов компании. Победитель конкурса «Русская линия — 2012» и финалист мирового конкурса в Гонконге компания «Эстет» провела розыгрыш призов, среди которых был и стоявший в холле 7-го павильона белый Volkswagen, предоставленный официальным дилером «Volkswagen Центр Север». Счастливым обладателем автомобиля оказалась Ирина Подлесная, представляющая ЗАО «Самоцветы» из Белгорода. Традицию розыгрышей призов поддержала и компания «Клио». Покупатели приборов, геммологического оборудования, упаковки и подставок для ювелирных изделий смогли участвовать в розыгрыше планшета, нетбука и фотоаппарата. Все участники лотереи получили поощрительные призы. Компания «Диамант» в рамках закрытого мероприятия на выставке «JUNWEX» для друзей и партнеров подвела итоги акции «Черный куб», стартовавшей в декабре. Кульминацией мероприятия стал розыгрыш главного приза. Гости праздника строили множество теорий относительно того, что лежит в «Черном кубе». Однако то, что подарила компания победителю акции, явилось для всех неожиданностью: Любовь Ивановна Сазонова из города Шахты Ростовской области получила в качестве приза слиток золота 999,9 пробы массой 1000 граммов!

Отдельно хочется рассказать о компании НИКА, которая завоевывает расположение клиентов и оптовых партнеров не только благодаря стильным и качественным ювелирным часам, но и высочайшим уровнем сервиса. На прошедшей выставке НИКА на закрытой конференции презентовала программу стратегического развития компании до 2015 года и объявила о новом формате дистрибуции бренда НИКА.

К концу 2014 года дистрибуция бренда НИКА будет осуществляться посредством двух каналов: франчайзинговые магазины (примерно 150 торговых точек в городах России) и фирменные бренд-секции в магазинах партнеров (примерно 2000 торговых точек в городах России). Нужно отметить, что дистрибуция по системе франчайзинга стартовала в конце 2012 года и будет активно развиваться компанией в течение 2013 года, а дистрибуция на основе бренд-секций будет реализована компанией в течение 2013—2014 годов начиная с весны 2013 года. Франчайзинговая программа НИКИ включает поддержку и содействие во время становления бизнеса партнера и на всех последующих стадиях его развития. Эти нововведения призваны урегулировать ценовой вопрос, обеспечить целостное восприятие бренда, а также привести мерчандайзинговую политику продукции НИКА и рекламные коммуникации к единым стандартам. Все это положительно скажется на имидже бренда в глазах покупателей и повысит продажи в магазинах партнеров.

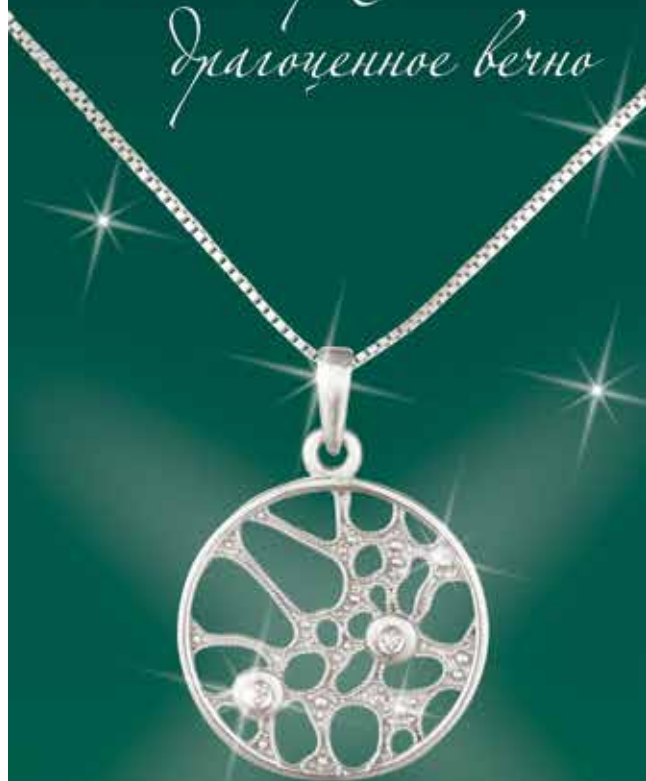
Выставка — это не только парад новых коллекций, но и место принятия ювелирным сообществом серьезных решений, а также определения планов развития на ближайшее будущее. Одним из таких важных событий стало подписание соглашения по созданию рабочей группы по формированию модели кластера ювелиров Санкт-Петербурга, основными задачами которого станут решение кадрового обеспечения отрасли и выработка профессиональных стандартов.

9 февраля, накануне закрытия выставки, состоялось традиционное награждение победителей конкурса «Признание Петербурга», в котором приняли участие 158 изделий от 65 предприятий. Среди победителей в 11 номинациях — украшения ТМ «Ринго», завода «Красносельский Ювелирпром», компаний «Мастер Бриллиант» и «Бриллианты Костромы», «Юниголд», «Ювелирный дом Кабаровских» и др. Гран-при присужден заводу «Каст» из Санкт-Петербурга за кольцо «Грезы».



ГРИНГОР
St. Petersburg

*Мода проходит —
драгоценное вечно*



СЕРЕБРО С БРИЛЛИАНТАМИ



**ПОСТАВЩИК РОССИЙСКОГО
ИМПЕРАТОРСКОГО ДОМА**

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

реклама

Признание Петербурга

9 февраля 2013 г. состоялось торжественное награждение победителей Всероссийского конкурса ювелиров на приз культурной столицы «Признание Петербурга 2013», который проходил в рамках выставки «JUNWEX».

ГРАН-ПРИ

Колье «Грезы», «ЗАВОД «КАСТ», Санкт-Петербург.

Автор В. Чернова.

Мастер-ювелир В. Иванов, закрепщик С. Суменков

В финале конкурса приняли участие 65 предприятий, представивших 158 изделий. Работы номинантов оценивали председатель жюри конкурса, президент Международного фонда поддержки ювелиров «Форма» Галина Николаевна Ковалева; заведующая отделом декоративно-прикладного искусства Государственного Русского музея, искусствовед Елена Александровна Иванова; ведущий научный сотрудник Государственного Эрмитажа, кандидат искусствоведения Ольга Григорьевна Костюк; искусствовед, художественный критик Наталия Ивановна Коровина; старший научный сотрудник Музеев Московского Кремля, искусствовед Лариса Николаевна Пешехонова; ведущий научный сотрудник Российского Этнографического музея Анна Ратникова; ведущий научный сотрудник Государственного Исторического музея искусствовед Галина Григорьевна Смородинова.

Среди победителей в 11 номинациях — украшения ТМ «Ринго», завода «Красносельский Ювелирпром», компаний «Мастер Бриллиант» и «Бриллианты Костромы», «Юниголд», «Ювелирный дом Кабаровских» и др.

Гран-при конкурса единогласным решением жюри присужден заводу «Каст», за блестяще исполненное кольцо «Грезы», разработанное Верой Васильевной Черновой и виртуозно выполненное мастерами-ювелирами В. Ивановым и С. Суменковым.

Представляем вашему вниманию работы лауреатов и победителей в нескольких номинациях конкурса.



1 место
Коллекция «Кружева»,
«РИФЕСТА-ХОЛДИНГ», Екатеринбург

Лучшее ювелирное украшение или коллекция сезона



1 место
Коллекция «Diamond Jeans»,
ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ КАБАРОВСКИХ, Кострома
Автор А. Мартынова



Лучшее ювелирное украшение или коллекция сезона



I место

Коллекция «Сказка Севера»,
СИМЭХ, Якутск.

Автор Г. Махначевский



III место

Серия «Майны Востока»,
АРМ-ЮВЕЛИР, Ростов-на-Дону

III место

Серия «Жар-Птица»,
АРМ-ЮВЕЛИР, Ростов-на-Дону



I место

Гарнитур «La dolce vita»,
МАСТЕР БРИЛЛИАНТ, Кострома.

Автор Р. Васильев
Мастер-ювелир А. Маслов

Эксклюзивные

I место

Гарнитур «The one»,
МАСТЕР БРИЛЛИАНТ, Кострома.
Автор Р. Васильев Р.
Мастер-ювелир А. Маслов



III место

Комплект «Подснежники»,
УРАН САХА, Якутск.
Автор С. Минатьев



I место

Гарнитур «Бетховен»,
БРИЛЛИАНТЫ КОСТРОМЫ, Кострома

изделия с цветными камнями

I место

Коллекция Bravo («Браво»),
ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД «САНМС»,
Санкт-Петербург

II место

Коллекция Africa («Африка»),
ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА
«КАРАТ ПЛАТИНУМ», Кострома

III место

Коллекция Horizon («Горизонт»),
ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА
«КАРАТ ПЛАТИНУМ», Кострома

III место

Коллекция «Дорожки»,
КИ&КИ (Ку энд Ку), Кострома

Лучшая коллекция

11 место

Коллекции «Рыбки», «Бантик»,
ЮВЕЛИРНАЯ ГРУППА «РОСКОШЬ», Владивосток



1 место

Коллекция изделий с перламутром
и бриллиантами «Романтическое изыскание»,
ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ «КАМЕЯ», Москва

массового производства



конкурс

II место

Коллекция «Посвящение Санкт-Петербургу»,
ЮНИОЛД, Кострома.
Автор А. Орлов
Мастера-ювелиры: Ю. Барышева,
Е. Белихова, Е. Рыжов



I место

Украшение на бархатной ленте,
ЕКАТЕРИНА КОСТРИКИНА,
Санкт-Петербург



I место

Гарнитур «Нева»,
ЕКАТЕРИНА КОСТРИКИНА,
Санкт-Петербург

Современный

Классика 20 столетия



II место

Серьги «Волгарь», «Русская красавица»
из коллекции серег «Русские сказки»,
ТВОРЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ «ДАЙКО»,
Кострома.

Автор М. Моклокова
Мастер-ювелир И. Локтионов



II место

Коллекция «Посвящение Санкт-Петербургу», ЮНИОЛД, Кострома.

Автор А. Орлов

Мастера-ювелиры: Ю. Барышева, Е. Белихова, Е. Рыжов

историзм

Это вечное движение...



Обручальное кольцо. Пожалуй, выбор именно этого неизменного свадебного атрибута вызывает у молодоженов наибольшие затруднения. Еще бы: ассортимент магазинов способен вызвать легкую панику — так много красивых колец в самых разных стилях представлено на витринах. О том, что покупают и что продают, о современных предпочтениях российских молодоженов и ассортименте, который ювелиры приготовили к новому свадебному сезону, мы поговорили с генеральным директором компании «Русские самоцветы» Сергеем Александровичем Докучаевым.



**РУССКИЕ
САМОЦВЕТЫ**
RUSSKIYE SAMOTSVETY



Корр.: Сергей Александрович, как изменилось отношение покупателей к дизайну обручальных колец за прошедшие два года? Какие позиции в ассортименте «Русских самоцветов» наиболее популярны?

С. А.: Обручальные кольца востребованы всегда. От производителя зависит лишь возможность удовлетворить спрос покупателя, исходя из его желаний и возможностей. Наши специалисты провели анализ рынка обручальных колец и пришли к заключению, что за последние два года произошел заметный переход потребительского интереса от классических гладких к более сложным обручальным кольцам европейского дизайна. Наш прогноз на этот год оптимистичен, мы активно готовимся к наступающему свадебному сезону, пик которого длится с мая по октябрь. В августе прошлого года была введена в эксплуатацию новая производственная линия по выпуску обручальных колец, которая позволила нам значительно расширить ассортимент. Обручальные кольца представлены в широком многообразии, они различаются по форме, стилю, металлу и его обработке. Наряду с классическими гладкими кольцами мы выпускаем обручальные кольца с бриллиантами, двух- и трехсплавные, с алмазной огранкой... Мы готовы к сезону и намерены увеличить продажи.

Корр.: Меняют ли цены на золото предпочтения покупателей? В каком ценовом диапазоне наибольшие продажи?

С. А.: Необходимо отметить, что мы неизменно держим одни из самых низких цен на обручальные кольца в России. По нашим



наблюдениям, сейчас наиболее популярны обручальные кольца в ценовом сегменте пять — семь тысяч рублей. Еще одна тенденция, характерная для крупных городов, — увеличение спроса на кольца с бриллиантами, причем не только обручальные, но и помолвочные. Вообще, в городах-миллионниках, в первую очередь в Москве и Петербурге, все более популярными становятся западные модели: покупатели все чаще интересуются двух- и трехсплавными изделиями, кольцами с бриллиантами — как с одним, так и с множеством камней, изделиями с простой и сложной алмазной обработкой. А в регионах по-прежнему наиболее востребованной моделью является классическое гладкое кольцо. Хотя регион региону рознь — у каждого свои особенности, связанные со многими факторами: образом жизни, развитостью каждого конкретного города и связанным с ним уровнем дохода населения, местными традициями, формирующими предпочтения жителей, в том числе и к дизайну украшений. Наша страна велика и разнообразна, и потому невозможно унифицировать и стандартизировать ассортимент для всей России.

Корр.: Как Вы считаете, существующий на рынке ассортимент удовлетворяет вкусам многих потенциальных покупателей? Есть

ли потребность рынка в новом дизайне обручальных колец?

С. А.: Многие потребители ищут что-то новое, непривычное, «не как у всех». Потребность в новом дизайне есть всегда, как, впрочем, и спрос на классические модели. Этот сегмент рынка нуждается в постоянном развитии, внедрении новых технологий и создании новых коллекций. Ведущие производители стремятся первыми представить публике революционные разработки. Это подстегивает игроков рынка к движению вперед, что, в свою очередь, способствует развитию всей отрасли.

Корр.: Какова, на Ваш взгляд, емкость рынка обручальных колец в России?

С. А.: Текущую емкость российского розничного рынка обручальных колец можно оценить в сумму, примерно равную десяти миллиардам рублей в год. Сейчас наблюдается недостаточная насыщенность этого рынка. Поэтому некоторое время назад мы взяли курс на увеличение производства именно в этом секторе рынка. Уже в этом году наша новая линия производства обручальных колец вызвала большой интерес со стороны оптовых покупателей: мы значительно расширили ассортимент и теперь готовы удовлетворить спрос даже самых взыскательных клиентов. 

Торжество обручального кольца



«Серебряный мир» — успешно развивающаяся ювелирная сеть, включающая девять магазинов в Москве, в которых представлен широчайший выбор обручальных колец. Тенденции ювелирной свадебной моды постоянно изменяются и совершенствуются. Своими наблюдениями о современных тенденциях моды и о предпочтениях покупателей делится Александр Ленци, начальник коммерческого отдела компании «Серебряный мир»:

1. Как обстоят дела с продажей ювелирных изделий в Москве у вашей компании в данный момент, есть ли изменения по сравнению с тем же периодом прошлого года? Какие позиции в ассортименте наиболее популярны?

Покупательская способность в салонах «Серебряный мир» в 2012 году возросла, хотя динамика спроса была более умеренной, чем 2011 году. Скажем так, результаты прошлого года оправдали наши ожидания: небольшой плавный рост — никаких революционных взлетов, ни катастрофических падений мы не почувствовали. Однако необходимо отметить, что прирост в 2012/2011 годах не идет ни в какое сравнение с соотношением периода 2010/2011 годов, не говоря уже о более ранних, «жирных» годах. Ни для кого не секрет, что обороты в ювелирной отрасли в последние годы упали. Некоторые специалисты отрасли говорят, что все дело в перенасыщенности рынка, кто-то ставит во главу угла общемировой кризис, я бы сказал, что мы сейчас проходим стадию «ожидания». Не умаляя реальности негативных явлений в нашей экономике, скажу, что все-таки на покупателей больше влияет частое упоминание магического определения «кризис», чем его реальные последствия. Люди банально придерживают деньги, пребывая в состоянии неуверенности в благополучии будущих времен.

2. Какой процент в ассортименте ваших магазинов занимают обручальные кольца? Каким образом формируется ассортимент? Ваши наиболее значимые фирмы-поставщики?

Около трех процентов нашего ассортимента занимают свадебные кольца, как обручальные,

так и помолвочные. Ассортимент мы стараемся формировать в соответствии с запросами покупателей. А поскольку розничной продажей ювелирных украшений мы занимаемся вот уже двадцать первый год, то смело могу сказать, что ожидания наших покупателей мы знаем очень хорошо. Мы любим своего покупателя (как бы банально это ни звучало), и работа наших продавцов строится на высоком уровне: формулировки типа «Все перед вами — выбирайте» исключены. При формировании обручального ассортимента мы постоянно фиксируем пожелания клиентов. Изучение покупательского спроса дает нам бесценное знание существующих актуальных потребностей. Затем эти данные наши товароведы трансформируют в заказы поставщикам. Наши покупатели в целом достаточно консервативны, поэтому мы осторожно относимся к массовому вбросу на прилавки магазинов кардинально новых моделей. Делаем это постепенно, обкатывая ассортимент новых коллекций в тех магазинах, где традиционно устоялась более восприимчивая к изменениям клиентура.

Мы очень трепетно относимся к своим покупателям, поэтому уделяем большое внимание качеству продукции.

Наиболее плодотворно мы работаем с компанией «Чорон Даймонд», одним из наших старейших партнеров. Мы очень довольны сотрудничеством с этой компанией. Ассортимент, дизайн, качество, сервис — все на уровне мировых стандартов. В сети ювелирных магазинов «Серебряный мир» мы предлагаем также обручальные кольца ювелирной компании «Алмаз», ювелирного завода «Диамант», костромского завода «Золотые узоры».



3. Менялись ли на протяжении последнего времени в вашем регионе предпочтения покупателей в дизайне обручальных колец?

Менялись, разумеется. В значительной мере эти изменения диктуют сами производители. Каждая удачная новая модель рождает цепную реакцию спроса. И мы помогаем этому в меру своих возможностей. «Серебряный мир» имеет обширную базу подписчиков, получающих новости от компании по электронной почте. Любая новая модель, в том числе и из нашей свадебной коллекции, — весомый повод для сообщения об этом нашим клиентам.

Мы считаем, ассортимент в целом удовлетворяет существующие запросы. На мой взгляд, подход к выбору обручальных колец в России достаточно консервативен. И это обусловлено не закостенелостью вкусов, а традиционным представлением о самом институте брака, его атрибутике. При этом стремление ко всему новому присутствует, разумеется. Просто новинки входят в брачный ритуал постепенно. Соответственно, новые тенденции в свадебной моде появляются не часто, а их появление — плавный, а не революционный процесс. И на дизайне обручальных колец это сказывается далеко не сразу, если вообще сказывается. Если говорить о конкретных характеристиках, на первом месте стоят золотые обручальные кольца. Это устоявшаяся классика в свадебной моде. Сейчас большей популярностью пользуются двухсплавные кольца из красного и белого или желтого и белого золота. Преимущественно глянцевые неширокие кольца.

4. Какова, на ваш взгляд, емкость рынка обручальных колец в России?

Ювелирная компания «Серебряный мир» работает на розничном рынке Москвы, не возьму на себя ответственность делать предположения о

емкости всего российского рынка. В отношении Москвы все проще — по информации Управления записями актов гражданского состояния, за первые восемь месяцев 2012 года в Москве было зарегистрировано 60 088 браков. Вот вам и примерный объем рынка.

5. Наиболее популярные размеры колец? Ценовой диапазон? Как изменился ценовой диапазон за последние три года?

Наиболее популярные размеры — 16,5 и 19,5. Ценовой диапазон — от четырех до ста тысяч рублей, причем нужно отметить, что за последние три года он изменился очень сильно. Выросло предложение обручальных колец с бриллиантами — в нашей сети они занимают около десяти процентов от общего ассортимента обручальных колец. Это не означает, что раньше обручальных колец с бриллиантами не было или их не покупали. Просто сейчас все больше пар отдают предпочтение именно бриллиантовым кольцам, соответственно, выросло предложение. И здесь вступает в силу простая арифметика: больше бриллиантов — выше цена.

6. Когда в России «горячий» сезон продаж обручальных колец?

С одной оговоркой — в Москве. После Пасхи, на Красную горку. Осенью, в конце сентября.

7. Проводите ли вы специальные акции для молодоженов?

Какие-либо специальные акции для молодоженов «Серебряный мир» не проводит. Мы считаем, что адекватное ценообразование, предложение актуальных, востребованных моделей в должном ассортименте плюс своевременное оповещение о появившихся новинках само по себе удовлетворяет запросы наших покупателей.





В кризис сильные компании только крепчают

Чем хуже дела в экономике, тем ярче платя. Эту известную закономерность в очередной раз подтвердили прошедшие Недели высокой моды.

Праздник закончился, но ведь главное, что задан модный вектор. При чем же здесь ювелирные камни, спросите вы? Многие даже не догадываются, что эфемерное создание по имени «Мода» правит балом не только в апартаментах модельеров, но и определяет направления развития, казалось бы, столь консервативной «ювелирки». И хотя тенденции ювелирной моды меняются не столь стремительно, тем не менее каждый год предлагаются новые дизайнерские идеи и решения, камни определенных цветов и огранок становятся фаворитами сезона. Более того, современные ювелирные тенденции вообще нельзя ограничить какими-то рамками. Это настоящий тайфун, в котором смешались драгоценные и полудрагоценные камни всевозможных цветов. Самым же главным следует считать тот факт, что ювелирная мода стала неотъемлемой частью мира моды.

Оценить воздействие различных факторов на рынок ювелирных камней и то, каким образом мировые события оказывают влияние на конкретный выбор цвета и размера камня в настоящем, мы решили поговорить с директором компании Crystalit Сорг. **Антоном Леонардовичем Бонецким.**

О ФОРМЕ И РАЗМЕРЕ ТЕПЕРЬ НЕ СПОРЯТ

— Безусловно, рынок ювелирных камней существует не в межгалактическом пространстве, и все, что происходит в мире, оказывает влияние на людей, соответственно, меняет их желания, предпочтения, вкусы... В том числе и на выбор украшения, а также камня, который ювелир закрепит в него.

Наша компания работает на российском рынке ювелирных камней с 1991 года, поэтому мы совершенно точно знаем базовые позиции, которые пользуются спросом всегда. Несколько сложнее предугадать предпочтения ближайшего сезона. Иногда случаются странности — вдруг какой-то размер начинает продаваться в гораздо больших количествах, и логического объяснения этому феномену нет. Почему, из-за чего? Определяющим при выборе стиля становится настроение.

Сейчас в моде индивидуальный стиль, когда клиент может подобрать украшения в соответствии со своими представлениями о прекрасном и со своими

средствами. Это могут быть великолепно оформленные полудрагоценные камни, необычные формы, любой стиль и любой размер. Такая гибкость открывает огромные возможности перед дизайнерами и потребителями. Как все-таки предугадать настроение покупателя, как узнать, что он предпочтет, еще до того, как он заглянет в ваш магазин? Большую помощь в этом ювелирам оказывает Swarovski Gems™, официальным представителем которого является наша компания. Еще Энди Уорхолл отметил тенденцию, что ювелирное искусство по праву становится одним из важнейших направлений современного большого искусства. Как великие кутюрье создают модные тренды, так Swarovski Gems™ представляет на ювелирном подиуме Gem Visions — современные тенденции ювелирного рынка, которые существенно помогают ювелирам в создании их коллекций. Ведь запуская в производство новую линию украшений, любое производство рискует. Вкладывая серьезные средства в дорогостоящее сырье: металл и камни — ювелиры должны быть уверены в том, что коллекция будет востребована, а не останется пылиться на складе. Производственнымникам необходимо, как говорится, «попасть в десятку», что непросто. Именно поэтому мы продвигаем в России проект Gem Visions, с помощью которого пытаемся помочь ювелирам в самом сложном деле — угадать, что будет актуально (а следовательно, что будет продаваться) в ближайшем будущем. Gem Visions — это ориентир. Да, не стопроцентный, в него нужно вносить поправки на российские реалии, тем не менее он работает! Это проверено на опыте. Более того, если раньше мировые тенденции ювелирной моды приходили к нам примерно через пять лет, то теперь лаг составляет около года. Все ускоряется в мире, и мы, россияне, стали значительно мобильнее, восприимчивее к новациям, в общем, мы стали частью мира.



**Антон Леонардович
Бонецкий, директор
компании Crystalit Corp.**

ОГРАНКА ОГРАНКЕ РОЗНЬ

Если перейти к конкретике, могу сказать совершенно определенно, что в 2012 году продавалось очень много мелких камней — так называемой «обсыпки». Если раньше самой мелкой фракцией была «единичка», то затем стали востребованы камни 0,8 миллиметра. И это не предел мечтаний наших ювелиров — часто просили камни еще меньшего размера! Это с одной стороны.

С другой стороны, люди ищут настоящее: настоящее качество, настоящую роскошь, настоящий дизайн. И потому все большую популярность приобретают изделия с биркой MADE WITH SWAROVSKI ZIRCONIA, MADE WITH SWAROVSKI GEMSTONE. Конечно, с нами конкурирует множество фирм. Но если вы занимаетесь огранкой, как Swarovski, сто восемнадцать лет, с вами очень сложно конкурировать. Вы обладаете феноменальным опытом, феноменальными знаниями, за годы существования накопили огромное количество технологий и знаний. Как это работает? Давайте рассмотрим, к примеру, рынок фианитов, на которые всегда есть стабильный спрос. По сути, фианит — это самый дешевый камень. Так вот, в этом



Natural BRILLIANCE — Swarovski Genuine TOPAZ



самом дешевом сегменте мы продаем самые дорогие фианиты: если обычный фианит стоит около 80 копеек, то мы продаем камень такого же размера за 3,5 рубля. И, замечу, продаем много. Почему? Все более на рынке ценится качество. Конечно, есть производства, которые ориентируются в выборе камней строго на цену — их не волнует качество, им нужно то, что подешевле. Это их выбор — они заполняют своими изделиями определенную нишу рынка. А мы работаем в секторе безупречного качества. И он ежегодно пристрастает новыми клиентами. Наш секрет прост: любой, подчеркиваю, любой камень Swarovski Gems™ имеет идеальную огранку. То есть, покупая, скажем, тысячу камней, вы ни один камень не спишете в брак — все украшения будут блестеть одинаково сильно, а покупая дешевые фианиты, вы играете в русскую рулетку. Вернее, вы изначально соглашаетесь с тем, что часть камней, строго говоря, имеет неправильную огранку, блеск изделия оставляет желать лучшего.

КАКОЙ КАМЕНЬ ПРЕДПОЧЕСТЬ?

В 2005 году мы поспорили с одним руководителем ювелирной компании о том, какой цвет камня будет популярным в следующем году. Он сказал красный, а мы с коллегой были уверены в том, что популярна будет черно-белая гамма. И действительно, в 2006 году стали чрезвычайно востребованы и модны украшения с обсыпкой — черно-белой, черной, просто белой. Мы выиграли тот шуточный спор и угадали — был колоссальный рост продаж по этим категориям камней. Так случается, что вдруг какие-то цвета становятся популярны. Например, в начале прошлого года в Европе был всплеск интереса к цветным бриллиантам — розовому, желтому, голубому, коричневому. Чуть позже и у нас стал ощутим интерес к этим цветам, но уже в фианитах. Как, почему? Определить, а не угадать тенденцию — очень и очень сложное дело. Когда она выявлена, дальше уже все просчитать достаточно просто (для специалиста рынка).

К примеру, в природных камнях пальму первенства давно и прочно держат топазы: бесцветный, медовый, голубой, коньячный. Эту популярность несложно было просчитать. Но бизнес-аналитики компании Swarovski

всегда идут чуть впереди рынка. Так, например, в прошлом году Swarovski Gems™ предложил новый продукт — топазы аметистового цвета. У нас, кстати, они пока не очень популярны, всплеск интереса в России на этот вид природных камней мы прогнозируем к концу года. Итак, причуда аналитиков или суперпрофессиональный подход? На модных подиумах, определяющих цвета сезона 2013 года, фиолетовый цвет прослеживается в коллекциях многих дизайнеров. Они предлагают наряды насыщенных оттенков: фиалкового, пурпурного, сливового и аметистового. Последний пример — на Лондонской неделе моды Вивьен Вествуд показала коллекцию, в которой заявила, что цвет будущего осенне-зимнего сезона — сливовый и все его оттенки до аметистового. Цвет — тренд сезона, а природных аметистов осталось очень мало, их вряд ли хватит для насыщения рынка (в пределах разумной стоимости). Конечно, есть синтетические аметисты, но природный камень — это другая история...

ЭТО ВЕЧНОЕ ДВИЖЕНИЕ...

И еще об одной новинке. Стремление к экологическому сознанию занимает умы людей во всем мире, и Россия здесь не исключение. Искусство всегда имеет дело с тем, что нас окружает, в том числе и с природой. В ювелирной моде также набирает силу тренд, который можно назвать «Назад к природе». Главная ценность камня заключается в том, что он создан природой. И Swarovski Gems™ снова порадовал своих клиентов суперновинкой. Теперь природный бесцветный топаз Swarovski Gems™ благодаря усовершенствованию огранки и полировки приобрел уникальный бриллиантовый блеск. Это действительно сенсация на рынке камней. GENUINE TOPAZ SWAROVSKI GEMS™ занял редкую нишу — природный камень стоит дороже фианита Swarovski, но дешевле бриллианта. Притом обладает исключительным блеском, достигаемым только за счет огранки. Другими словами, Swarovski в очередной раз доказал, что удивительное возможно. Он создал продукт, несущий смысл и дарящий удовольствие. Полагаю, новый топаз вдохновит многих дизайнеров на создание ослепительных коллекций!





CRYSTALIT
corporation



реклама

УНИКАЛЬНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ЮВЕЛИРНЫХ КАМНЕЙ

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

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

www.crystalit.ru

Екатерина Казаринова,
консультант Международного Бизнес-центра «6 карат»

Золотой ключик к сердцу...

ИЛИ СНОВА О ЛОЯЛЬНОМ КЛИЕНТЕ



В Издательском доме «6 карат» вышла уникальная книга Екатерины Казариновой «Ювелирный магазин. Практика продаж», о которой мы уже писали в предыдущем номере. Книга-тренинг — так определен ее формат, позволяющий самостоятельно систематизировать и проверять свои знания в области продаж ювелирных украшений. «Золотая книга продаж» — так уже называли ее специалисты ювелирной розницы. В сегодняшней статье выдержки из книги о мечте каждого продавца — о лояльном клиенте.



Слово «лояльность» мы слышим довольно часто. Что же это значит и чем отличается лояльный покупатель от нелояльного?

Определение из Википедии:

Термин «лояльность» происходит от английского слова *loyal* (англ., фр.) — верный, преданный.



В 1923 году в США была сделана первая попытка определить «лояльность бренду» со стороны потребителей. Определение лояльности было предельно простым: **«Потребитель, лояльный бренду, — это человек, который покупает продукцию вашей компании в 100% случаев».**

И очень быстро стало понятно, что такое поведение клиентов скорее мечта. При широчайшем выборе, который есть на рынке, лояльность клиента — это выбор определенного бренда (марки) чаще, чем выбор какого-то другого. И сегодня, говоря о лояльном поведении клиентов, уже имеют в виду целый ряд особенностей.

Итак, лояльный клиент:

- устойчиво предпочитает данный бренд, совершает регулярные покупки в салонах ювелирной сети;



- имеет желание совершить повторную покупку и в дальнейшем продолжать приобретать данный бренд, посещать конкретный ювелирный магазин;
- испытывает чувство удовлетворенности брендом, салоном, продавцами;
- нечувствителен или малочувствителен к действиям конкурентов;
- выбор чаще делает не умом, а сердцем;
- с удовольствием дает положительные рекомендации знакомым;
- прощает случайные ошибки, не считая их серьезным поводом для смены продавца (поставщика) или ювелирного магазина.

Каким образом покупатели становятся лояльными? И на какие типы они делятся, находясь на так называемой лестнице лояльности?

- **Потенциальные** — те, кто могут стать вашими покупателями. Каждый, кто открыл дверь вашего магазина, — потенциальный покупатель. Сделает ли он покупку сегодня, вернется ли снова — во многом зависит от вас.
- **Совершившие пробную покупку** — такие клиенты уже встали на первую ступеньку лестницы лояльности. И сегодня они сделали вам выручку. А все ли сделали вы, чтобы они тепло вспоминали покупку?
- **Совершившие повторную покупку** — фактически эти клиенты подтвердили вам, что

готовы выбирать ваш бренд, магазин и вас как продавца.

- **Часто покупающие клиенты** — с ними проще и понятнее, они знают ваш ассортимент, а самое важное то, что они уже несколько раз пришли в ваш магазин, значит, могут посоветовать его другим.
- **Лояльные** — их поведение я описала выше. Чем больше таких клиентов, тем больше уверенности в завтрашнем дне у компании.
- **Адвокаты (приверженные)** — чем такой покупатель отличается от лояльного? Приверженный покупатель имеет такой уровень отношения к компании, что считает себя частью этого бренда. И если лояльный клиент промолчит и не поддержит разговор, когда кто-то будет плохо отзываться о вашей компании, то приверженный встанет на защиту и будет готов отстаивать честное имя вашей компании даже в кругу незнакомых лиц. «Утопия» — скажете вы. Вспомните, доводилось ли вам слышать, как кто-то в офисе доказывает, что Apple — самая лучшая компания в мире? Это поступок приверженного покупателя. Компания ему не платит, не просит это делать, он отстаивает ее сам, потому что искренне так считает.

Можно ли измерить уровень лояльности ваших клиентов и как это сделать? Давайте проведем упражнение, которое называется «ИЗМЕРЯЕМ ИНДЕКС ЛОЯЛЬНОСТИ».

Предлагаю вам провести небольшой эксперимент.

Задайте один вопрос десяти вашим знакомым:
Какова вероятность, что вы предложите своим друзьям и близким сделать покупку ювелирного украшения в салоне _____ (название вашего магазина или бренд вашей компании)?
Оцените эту вероятность по десятибалльной шкале, где
10 — «буду рекомендовать активно всем»,
0 — «не хочу, чтобы мои друзья и знакомые даже порог этого магазина переступили».

Готовы провести такое исследование? Бланк для записи результатов опроса

	Опрашиваемый	Балл
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

Итак, вы собрали десять оценок, теперь давайте их проанализируем.

Выпишите, сколько получилось оценок в интервале:

- 10—9 баллов;
- 8—6 баллов;
- 5 и менее баллов.

Подсчитали?

Вычислите, сколько процентов составляет каждая из трех групп.

Что это за группы и как к ним относиться?

- 10—9 баллов — **промоутеры** (люди, которые активно вас продвигают);
- 8—6 баллов — **нейтралы**;
- 5 и менее баллов — **критики**.

Наибольшего внимания заслуживают два типа клиентов: те, кто восторженно отзываются о вас

(**промоутеры**), и те, кто яростно вас критикуют (**критики**). Чтобы рассчитать **индекс лояльности**, нужно из доли промоутеров вычесть долю критиков в процентах.

Например, результаты распределились так:

	Группы, %	
1	Промоутеры	50
2	Нейтралы	40
3	Критики	10

То есть когда кто-то попросит порекомендовать достойный ювелирный магазин, половина ваших знакомых сразу же предложат вашу компанию. Может быть, расскажут положительную историю.

Критические же замечания выскажет только один человек.

Нейтралы, скорее всего, промолчат или будут оценивать вас наряду с конкурентами.

Индекс лояльности: $50\% - 10\% = 40\%$.

Положительный индекс лояльности — верный признак того, что компанию любят и ценят клиенты.

Если же результаты вашего опроса такие:

	Группы, %	
1	Промоутеры	10
2	Нейтралы	20
3	Критики	70

То индекс лояльности: $10\% - 70\% = -60\%$.

Отрицательное значение индекса лояльности говорит о том, что тех, кто «работает на отрицательное» сарафанное радио, значительно больше, чем тех, кто отзывается о вашей компании с удовольствием. А это значит, что вам нужен очень приличный рекламный бюджет, чтобы привлекать все новых и новых клиентов, так как те, кто уже сделал покупку, возвращаться к вам не собираются. И может получиться так, что в какой-то момент даже сильные вливания в рекламу уже не помогут. Имидж работает против компании.

Какой индекс лояльности вашего магазина вы получили среди знакомых?

Что вы можете сделать, чтобы этот показатель стал лучше?





Кстати, у той же компании Apple по итогам проведенных в Европе исследований индекс лояльности в 2011 году составил 60%.

И очень часто лидерами отрасли становятся компании, которые могут создать действительно лучший продукт и предложить такой уровень сервиса, который найдет отклик в сердце клиента.

Конечно, если компания работает без конкурентного окружения, ей все равно. «Куда они денутся?» — так думают продавцы, когда в их товарном сегменте слабая конкуренция. А вот если конкуренция серьезная, то каждое положительное впечатление, которое останется у покупателя, уже работает на вас.

По данным Европейского института торговли, привлечение нового потребителя обходится компании в среднем в восемь раз дороже, чем удержание старого, и при этом лояльный покупатель принесет прибыли в одиннадцать раз больше.

Именно поэтому очень важно каждый раз, когда вы прощаетесь с покупателем, быть уверенной, что вы как профессионал в продажах сделали все, чтобы клиент шагнул вверх по ступеням развития лояльности.

Желаю вам много приверженных и лояльных клиентов!

Заказать книгу или получить информацию о ней можно по телефонам:
+ 7 (495) 232-22-60,
232-33-79,
744-34-64



Фредерик Рейчхельд, автор методики индекса лояльности, определил лояльность как преданность своему источнику ценности. Лояльный покупатель не меняет источник ценности, то есть из раза в раз приобретает товар или услугу в одном месте и рекомендует его своему окружению. Первоначально Фредерик Рейчхельд задавал покупателям вопрос: «Довольны ли вы покупкой?» — и проводил исследование, вернутся ли снова за покупками те, кто ответили: «Да, доволен». И он выяснил, что между словами и поведением клиентов нет строгого соответствия. Тогда он стал задавать другие вопросы и в итоге выбрал этот: «Какова вероятность, что вы порекомендуете эту компанию (бренд, товар) своим друзьям и знакомым?». Те, кто ставили высокий балл, в 80% случаев сами возвращались за покупкой.

РАБОТА НАД ОШИБКАМИ: ЮВЕЛИРНЫЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ



Несмотря на свою консервативность и медлительность, ювелирная отрасль вынуждена развиваться в направлении поиска новых идей и технологий. Ювелирный мерчандайзинг несомненно стоит в ряду способов, реально повышающих прибыль розничного бизнеса. И здесь, как всегда, дело за профессионалами. Сегодня мы публикуем статью уже известного в ювелирном мире маркетолога, витриниста, консультанта по мерчандайзингу, преподавателя Международного Бизнес-центра «6 карат» Павла Сидорова.



Когда проводишь семинары по визуальному мерчандайзингу ювелирных магазинов, сталкиваешься с огромным количеством вопросов, которые появляются у моих коллег, разбираешь трудные ситуации, помогаешь находить эффективные решения. Сегодня я выделил три наиболее часто задаваемых вопроса и постарался дать на них практические ответы и рекомендации.

Как управлять процессом ювелирного мерчандайзинга в компании? Мы обучили его основам персонал, но видим, что наши специалисты не справляются с постоянной корректировкой выкладки.

Персонал прошел обучение, получил знания и навыки по организации торгового пространства... На волне вдохновения изменена планограмма, созданы новые вдохновляющие и более эффективные выкладки. Но проходит время, и постепенно визуальный мерчандайзинг магазина принимает прежние формы.

Мы должны понимать: визуальный мерчандайзинг — это бизнес-процесс. Он не завершается, он реализуется во времени и пространстве непрерывно (конечно, при условии его правильной организации). И у этого процесса должен быть владелец, под него должны быть выделены ресурсы, определены параметры оценки его эффективности.

Если речь идет о средней или крупной сети, то вернее всего регламентировать этот процесс специально разработанным стандартом — Мерчбуком. Этот документ должен определить владельца процесса, специалистов, чьими руками непосредственно реализуется выкладка. В Мерчбуке важно

описать конструкцию торговой мебели и презентуары, принципы зонирования, перечень отделов, навигацию вовне и внутри магазина, основные правила композиции, правила безопасности, описание чек-листа, описание мотивации персонала по соблюдению Мерчбука и т. д.

Помимо внедрения стандартов, определения ответственных за их реализацию и способах контроля обучение персонала должно быть организовано и как непрерывный процесс. Навыки по созданию эстетичных композиций, цветовых схем и использованию декора нужно развивать и поддерживать, они должны соответствовать практическим стандартам. Их крайне трудно закрепить документально, поэтому лучше обучать этим навыкам через наставничество.

Как принять решение о том, в каких товарных группах нужна композиционная выкладка? И как осуществить ее практически?

Вечное противоборство — планшет против композиционной выкладки! Действительно, для традиционного ювелирного магазина, работающего в сегментах mass market и middle market, планшетная выкладка удобна (в первую очередь для продавца). Но давайте посмотрим на процесс выбора украшения глазами покупателя!

Представьте традиционный российский ювелирный магазин: прилавки одного размера выстроены буквой «П» вдоль стен. В отделе, где представлены золотые украшения без вставок, 5 прилавков. В каждом прилавке 9 планшетов. В каждом планшете 20 изделий. Чтобы изучить ассортимент этого



отдела, покупатель должен осмотреть 900 изделий, перемещаясь приставными шагами в полусогнутом положении. При этом, помещая 20 изделий в один планшет, мы как бы говорим покупателю: «Посмотрите, они все равнозначные и по одной цене!». Изучить 900 изделий за 20 минут — это весьма утомительно (вспомните ваши ощущения во время отборки изделий у поставщика!).

Поэтому так важно создавать элементы композиционной выкладки в каждой витрине. Они вместе с декором будут играть роль фокусных точек, позволяющих удерживать внимание покупателя. То есть наиболее распространенный рецепт — совмещение композиционной и планшетной выкладки в одной витрине. Чем дороже товарная группа, тем выше доля композиционной выкладки.

Как же быть с пространством, которого всегда так не хватает? Маленькие хитрости: его можно освободить за счет презентации колец только одного артикула. Весь размерный ряд на витрине лучше не показывать. При этом требуется высокая активность персонала в презентации и удобное хранение размерных рядов, особенно если речь идет об обручальных кольцах.

Обратите внимание и на площадь дна презентуаров. Иногда обычные подставки под кольца, серьги или подвески имеют что-то вроде расширенного постамента. За счет этого в сумме теряется большое количество драгоценной площади витрины.

Пространство можно экономить и за счет использования презентуаров, предназначенных сразу для 2—3 комплектов (для 2—3 пар серег и 2—3 колец).

Пространство позволяет экономить и многоуровневый принцип выкладки в витрине, когда с помощью подиумов и подставок формируется 2—3 уровня выкладки по высоте.

Какие существуют способы сохранения композиционной выкладки, если на ночь изделия убираются в сейф?

Требования безопасности напрямую влияют на состояние визуального мерчандайзинга. Ежедневное перемещение изделий из витрины на ночное хранение в сейф приводит к ежедневному разрушению композиционной выкладки и ежедневному восстановлению с потерей качества. А качество выкладки определяется множеством



18-19 апреля 2013 года

**семинар Павла Сидорова в Международном Бизнес-центре «6 карат»
«Визуальный мерчандайзинг в ювелирном магазине, ювелирной сети.
Создание эффективной системы»**

За информацией обращаться по телефонам: (495) 744-34-64; 232-22-60

23-26 МАЯ

ВОЛГОГРАД ЭКСПОЦЕНТР

3 Всероссийская специализированная
выставка-продажа

Ювелирная Весна 2013

ВЕСЕННЕ-ЛЕТНИЕ КОЛЛЕКЦИИ 2013

- ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ
- ЧАСЫ • БИЖУТЕРИЯ
- ЭЛИТНЫЕ ПОДАРКИ
- СТОЛОВОЕ СЕРЕБРО
- ИЗДЕЛИЯ ИЗ ЯНТАРЯ
- АВТОРСКИЕ РАБОТЫ
- ДРАГОЦЕННЫЕ И
ПОЛУДРАГОЦЕННЫЕ КАМНИ

Организатор



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

Генеральный
информационный
спонсор

всероссийский ювелирный каталог
ЭКСПО ЮВЕЛИР

Генеральный
информационный
партнер



разных факторов: это те расстояния между презентуарами, которые исчисляются в миллиметрах, и линии, организующие взгляд, и аккуратно закрепленные ценники, и правильно включенный в композицию декор.

Наиболее удобное решение — создание основы для общей выкладки из подиумов одного размера. Размер необходимо определять, исходя из площади экспозиционной поверхности торговой мебели. Например, чтобы закрыть поверхность прилавка, необходимо 6 подиумов одинакового размера. Правильно, если размер будет совпадать с размерами планшетов или задняя поверхность планшета будет выполнена так, что перевернутый кверху дном планшет превратится в тот же подиум.

Далее композиционная выкладка (со сформированными гарнитурами или коллекциями, с правильно подобранными презентуарами, с учетом законов композиции, продуманной цветовой схемой) выстраивается на каждом подиуме. Здесь важно учесть законы композиции и колористики. При этом сами подиумы с блоками композиционной выкладки также должны составить единую гармоничную композицию в витрине.

При перемещении на ночное хранение в сейф выкладка «укладывается спать» прямо на подиумах. Утром она так же снова перемещается в витрину. При этом важно привести в соответствие высоту полок в сейфах, высоту презентуаров и высоту экспозиционного пространства витрины.

И в завершение хотелось бы поделиться с коллегами некоторыми размышлениями.

Проводя обучение визуальному мерчендайзингу, общаясь со специалистами, дизайнерами, декораторами, менеджерами по закупкам, я все больше убеждаюсь, что ювелирный мерчендайзинг — это совершенно особая сфера. Применять к этой сфере опыт других сегментов торговли нужно крайне осторожно. Ведь визуальный мерчендайзинг ювелирного магазина совмещает в себе и маркетингово-аналитический подход, и элемент искусства. И в этом нет ничего удивительного, ведь заряд искусства несет в себе и сам товар. Важно, чтобы мы уделяли внимание двум этим составляющим. Только в этом случае мы получим эффективный управляемый процесс и впечатляющие визуальные решения.





РОСЮВЕЛИРЭКСПО

15 - 19 мая

Деловой центр «**ГРИНВУД**»

Международная выставка-продажа

ЮВЕЛИР

Бесплатный автобус от ст. м. «Сходненская»

Подарочные цены

Телефон для справок: 517-66-74

www.rosyuvelirexpo.ru

РАСПИСАНИЕ СЕМИНАРОВ И ТРЕНИНГОВ «МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕС-ЦЕНТРА «6 КАРАТ» НА МАРТ–МАЙ 2013 ГОДА

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
-------	-----------------	--	-------------------

МАРТ

1	18–19 марта	Тренинг «Мотивация персонала. От горькой правды до сладкой...»	Владельцы, директора, управляющие, администраторы, руководители по персоналу, старшие продавцы, наставники
2	20 марта	Семинар «Экономика ювелирного магазина»	Руководители ювелирных магазинов, администраторы, мерчендайзеры, специалисты по маркетингу, закупкам, товароведы
3	21–22 марта	Тренинг «Практика розничных продаж ювелирных изделий»	Специалисты по оптовым продажам
4	26 марта	Семинар «Быстрое привлечение клиентов в ювелирный магазин (29 способов привлечения)»	Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга
5	28 марта	Семинар «Ювелирные камни и драгоценные металлы: основные характеристики и свойства»	Широкий круг специалистов ювелирной отрасли, специалисты ломбардов
6	29 марта	Семинар «Дефекты и способы определения дефектности изделий из драгоценных металлов»	Широкий круг специалистов ювелирной отрасли, специалисты ломбардов, управляющие, товароведы, закупщики, администраторы

АПРЕЛЬ

7	4–5 апреля	Тренинг «Практика оптовых продаж ювелирных изделий»	Специалисты по оптовым продажам
8	16–17 апреля	Тренинг «Практика проведения переговоров в оптовых продажах ювелирных украшений»	Широкий круг специалистов ювелирной отрасли, владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга, специалисты по оптовым продажам
9	18–19 апреля	Семинар «Визуальный мерчендайзинг в ювелирном магазине, ювелирной сети. Создание эффективной системы»	Владельцы, руководители ювелирных компаний, бренд-менеджеры, директора по развитию
10	23 апреля	Семинар «Как сделать клиента ювелирного магазина постоянным»	Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга
11	25 апреля	Семинар «Федеральный пробирный надзор: учет драгоценных металлов и драгоценных камней, специфика документо-оборота на предприятиях ювелирной отрасли»	Руководители, владельцы, бухгалтеры, экономисты ювелирных компаний

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



Выставка-продажа



ООО «Ювелирный Вернисаж» приглашает ювелирные компании, творческие мастерские и художников-ювелиров.



Выставка, которая работает

Москва, КВЦ «Сокольники», Павильон 2:

23 – 26 мая 2013 г.

26 – 29 сентября 2013 г.

28 ноября – 1 декабря 2013 г.

Москва, ТВК «Тишинка», выставочный зал «Т - Модуль»:

17 – 20 октября 2013 г.

19 – 22 декабря 2013 г.

Москва, ВВЦ, павильон 70:

28 – 31 марта 2013 г.

29 августа – 1 сентября 2013 г.

1 – 4 ноября 2013 г.



Оптовая и розничная продажа.

Оргкомитет выставки: Москва, ул. 2-я Машиностроения, д.17, стр.1, оф. 100;
тел. (495) 640-08-29; тел/факс (495) 640-12-05; моб. (985) 369-37-59
e-mail: 6400829@mail.ru, info@jewer.ru www.jewer.ru

Цвет счастья, гармонии, любви



Известно, что в результате обитания на зеленой планете человеческий глаз научился различать более 10 000 оттенков зеленого цвета. Более того, мы воспринимаем цвет на уровне подсознания. Один может вызывать у нас чувство тревоги или даже отторжения, другой, наоборот, приятные эмоции, чувство доверия. Не исключено, что успех доллара во многом был определен... его удачно выбранным цветом!

Настала пора поговорить об удивительно красивых камнях — изумрудах. Недаром их притягательный цвет, такой насыщенный и глубокий, даже дал название одному из оттенков зеленого — изумрудно-зеленый. Камни высокого качества не только красивы, но и исключительно дороги, некоторые экземпляры ценятся выше алмаза! Если, конечно, они лишены включений и трещин, что среди изумрудов, увы, не такая большая редкость.

НЕМНОГО ХИМИИ, ИЛИ ЧТО НАЗЫВАЮТ ИЗУМРУДОМ

Название «изумруд» геммологи употребляют только для обозначения драгоценного камня, одной из разновидностей берилла (силикат бериллия и алюминия $\text{Be}_3\text{Al}_2(\text{SiO}_3)_6$). Члены этого разветвленного семейства бериллов имеют общую химическую формулу и сильно различаются по цвету: синий — аквамарин, желтый — гелиодор, розовый — морганит, красный — биксбиит. Чистый берилл бесцветен. Присутствие хрома и ванадия, а также железа (правда, в количествах слишком малых, чтобы включать их в химическую формулу) как раз и определяет цвет изумруда и ставит эту разновидность берилла особняком.

Хром и ванадий — хромоформные элементы, которые способствуют поглощению багрового, желтого и красного цветов, но пропускают зеленый и голубой; а железо проводит желтый. Поэтому оттенки зеленого цвета в кристалле сильно варьируются. Надцвет играет от отливающего сталью голубовато-зеленого до теплого, схожего с желтовато-зеленым цветом созревшей антоновки.

В России такое понятие, как изумруд, сильно размыто. Если раньше у нас называли лалом любой красный камень, то сейчас изумрудом называют любой зеленый берилл. Даже бледные камни относят к изумрудам, подразделяя их на 3-й (средне-зеленый), 4-й (светло-зеленый) и 5-й (очень светло-зеленый) цвета.



В остальном мире, однако, иной подход к определению изумруда. Считается, что это название больше всего соответствует торговой марке, поскольку оно использовалось не одно столетие и появилось много раньше, чем современное название «берилл». Не всякий берилл зеленого цвета может именоваться изумрудом. Это позволено только тем, у кого цвет достаточно насыщен. Поэтому существует проблема размытости границы между изумрудом и зеленым бериллом. И один из вице-президентов компании «Тиффани» разумно заметил: поскольку не существует достоверного научного способа измерить плотность зеленого цвета, который характеризовал бы изумруд в сравнении с зеленым бериллом, то разница в определении зачастую зависит просто от того, является этот человек покупателем или продавцом. В 1980-х годах геммологи все же пришли к мнению, что только человеческий глаз, то есть субъективное впечатление, в состоянии определить, является ли камень зеленым бериллом или изумрудом. Уместно привести крылатое выражение судьи Верховного суда США Уильяма Дугласа: «Я не могу дать определение порнографии, но если увижу — узнаю наверняка».

ДРЕВНИЕ СОКРОВИЩА

Слово «изумруд» происходит от греческого *smaragdus* и означает не что иное, как «зеленый камень». Еще во времена инков в Южной Америке, где и сейчас находят самые лучшие изумруды, он считался священным камнем. Ходит легенда, что в одном из храмов был изумруд размером со страусиное яйцо (16—18 сантиметров в длину и весом около трех килограммов). Камень считался воплощением богини Умины и был объектом поклонения.

Когда империя инков пала, испанцам захватить изумруд не удалось. Видимо, его спрятали жрецы. А может, это просто легенда в стиле Эльдорадо.

Старейшие находки изумрудов были сделаны в районе Красного моря. Эти копии, разрабатываемые еще при египетских фараонах и названные позже «месторождениями Клеопатры», дошли до наших дней уже практически пустыми. Древние римляне копали изумруды на территории современных Зальцбургских Альп; эти темные желто-зеленые кристаллы украшали короны цезарей и диадемы высокородных матрон. В священных индийских писаниях «зеленый камень» считался источником целебной силы и обещал счастье своему владельцу. Изумруды занимали центральное место в сокровищницах индийских магараджей.

Начиная с XVI века, после открытия Нового Света, наступила эпоха господства южноамериканских изумрудов. Самый большой в мире изумруд «Могол» назван в честь династии Великих Моголов, господствовавшей в Индии в XVI—XVII веках. Он был привезен, как предполагают, из Колумбии и продан во второй половине XVII века последнему из Великих Моголов — Аурангзебу, который тогда был богаче любого европейского властителя. Камень весит



217,8 карата и имеет высоту около 10 сантиметров. На одной его стороне выгравированы тексты мусульманских молитв, на другой — орнаменты из цветов. Этот легендарный изумруд был выставлен в 2001 году на аукционе «Кристи» в Лондоне и куплен неизвестным лицом за 2,2 миллиона долларов. Многие знаменитые изумруды можно встретить только в музеях и частных коллекциях. Так, в Музее естественной истории в Нью-Йорке можно увидеть кристалл из Колумбии «Патриция» превосходного качества, весом 632 карата. Коллекция банка Боготы содержит пять великолепных камней весом от 220 до 1796 каратов. Исключительно ценные индийские изумруды, купленные или захваченные персидскими шахами во время походов в Индию, находятся сейчас в Иранском государственном хранилище. Среди них и диадема Фары, третьей жены последнего шаха Ирана Реза Пехлеви. Но многие камни, в древности считавшиеся изумрудами, на самом деле ими не являются. Например, индийские изумруды после геммологической экспертизы зачастую оказываются зелеными турмалинами, а русские — демантоидами.

ЦВЕТ И ЧИСТОТА

Зелень изумруда неслучайно так приятна нашему глазу. Ведь это цвет жизни, цвет весны. Еще в



античном Риме зеленый был цветом бога красоты и любви. И сегодня он имеет особое значение. Зеленый цвет — это священный цвет ислама. Изумрудно-зеленый — цвет гармонии, любви к природе и жизнелюбия. Еще Плиний заметил: «Зеленый цвет радует глаз, не уставая». Он прав — смотреть на изумруд можно бесконечно, он вызывает приятные эмоции, действует на человека успокаивающе. Его находят всегда свежим, но никогда не однотонным. А поскольку на солнце этот камень немного другой, чем под лампой, изумруд поражает нас разнообразием цветовой палитры.

Стандартом, по которому сейчас судят о цвете изумруда, являются кристаллы из Музо (Колумбия). Их глубокий зеленый цвет с легким голубым оттенком без примеси серого считается эталоном изумрудно-зеленого цвета. Красота «колумбийцев» очевидна, тем не менее кое-кто предпочитает изумруды из Афганистана и Замбии, имеющие теплый желтоватый оттенок. У камней из Северной Каролины желтизна выражена чуть сильнее. Изумруды из разных мест демонстрируют совершенно разные оттенки цвета, и на глазок бывает совершенно невозможно определить происхождение кристалла. Следует очень осторожно подходить к этому вопросу, так как тончайшие нюансы: оттенки, тон и насыщенность цвета — могут привести к огромной разнице в цене камня.

Камни действительно высокого качества довольно редки. Если другие разновидности берилла: аквамарин,morganit или гелиодор — обычно образуют большие кристаллы без дефектов, то изумруды, напротив, насыщены разного рода включениями,

а иногда даже полностью затуманены. К примеру, 77% изумрудов, добываемых на одном из самых продуктивных месторождений в Бразилии, вообще не поддаются огранке. Количество и вид включений имеют огромное влияние на цену и уступают по значению только цвету. Поскольку чистые кристаллы крайне редки, в изумрудах включения допускаются в большей степени, чем в других драгоценных камнях. Подчас включения могут подсказать геммологу, откуда камень родом. Но и здесь не все так просто: бывает, расположенные по соседству месторождения выдают кристаллы, которые по характеру включений и по химическому составу родственны изумрудам, добытым на других континентах! Включения в изумруде хорошо видны невооруженным глазом, и если вы их там не видите, то, скорее всего, перед вами синтетический минерал. В отношении подобных камней надо избегать названия «изумруд», хотя в России это вполне обычная практика. Российские гидротермальные изумруды очень хорошо имитируют природную дефектность камня (трещины, пузырьки, спаянности и т. д.). Порой даже опытный эксперт может распознать фальшивку только под микроскопом. Возникает закономерный вопрос: зачем синтетический берилл специально портят, «украшая» подобными увечьями? Ответ очевиден: чтобы лучше продавать синтетический товар, надо максимально приблизить его к природе. Помните, продавцы алмазов придумали маркетинговый ход, наградив бледно-желтые бриллианты броским названием «цвета шампанского», а коричневые получили название «цвета коньяка»? Продавцы изумрудов тоже весьма искусно обыграли многочисленные

и разнообразные включения в своем камне: они измыслили термин «изумрудный сад»!

Часто эти включения имеют сложную структуру, сочетающую жидкостные, газовые и твердые элементы. Скажем, среди индийских изумрудов встречаются «отрицательные кристаллы» (пустоты, заполненные жидкостью с пузырьком воздуха внутри), а у танзанийских есть плоскости, заполненные жидкостью и содержащие слюду. Если включения содержат все три компонента, то их называют трехфазными. Такие «трехфазники» в колумбийских изумрудах представляют собой плоские полости, заполненные жидкостью, а в них — пузырек воздуха с маленьким кубиком поваренной соли.

ЧЬИ ИЗУМРУДЫ ЛУЧШИЕ?

Многих, особенно в нашей стране, где так любят этот удивительный зеленый камень, интересует, какие изумруды самые лучшие. Так вот, отличные кристаллы встречаются везде. Но в процентном отношении их все же больше в Колумбии и Афганистане. Хотя повторюсь: отыскать крупные изумруды хорошего цвета и качества чрезвычайно трудно. Потому-то они настолько ценны.

Как и раньше, лидером по добыче высококачественных изумрудов остается Колумбия. Там известно более 150 месторождений, из которых используются далеко не все. Хотя, например, Музо и Чивор продолжают разрабатывать еще со времен инков. Но наиболее эффективно работает сейчас месторождение Коскуэз: на его долю приходится примерно три четверти всей колумбийской добычи изумрудов. За свой изумительно красивый зеленый цвет «колумбийцы» так высоко ценятся на рынке, что даже видимые включения не снижают на них цену. Но эти красавцы еще не все, что может предложить Колумбия: там добывают известные трапиче-изумруды с шестиконечной звездой и особенно редкие изумруды с эффектом кошачьего глаза.

Как бы ни были хороши колумбийские изумруды, место находки камня не является полной гарантией его качества. Кроме того, отличные камни находят и в других странах: Замбии, Бразилии, Зимбабве, Мадагаскаре, Пакистане, Индии, Афганистане и России. В Замбии добывают превосходные камни глубокого зеленого цвета; они потемнее колумбийских и имеют едва заметный голубой оттенок. Из известного месторождения Зандавана в Зимбабве выходят маленькие, но очень чистые изумруды насыщенного зеленого цвета, часто с нежным желто-зеленым отливом. Ну а бразильские изумруды лишь немного уступают в проценте количества классных камней колумбийским (как-никак соседи). Благодаря находкам в Африке и Бразилии рынок изумрудов сегодня намного богаче в выборе камней различного качества, чем это было раньше, что, конечно, очень радует поклонников изумруда.

Так уж сложилось, что все стоящие драгоценные камни добываются в нестабильных регионах. Но даже тут изумруд занимает особое место. Месторождения четко привязаны к самым проблемным странам мира — это Колумбия и Замбия, Зимбабве и Афганистан, Нигерия и Пакистан. Более того, добыча изумрудов там, как правило, сосредоточена в наиболее опасных зонах. На этом мрачном фоне Бразилия выглядит таким островком карнавальности стабильности.

СУДЬБА РУССКОГО ИЗУМРУДА

Есть изумруд и в России. Добывали его на Урале, под Екатеринбургом. Первые камни там были найдены в декабре 1830 года крестьянином Максимом Кожевниковым в корнях вывороченного бурей дерева на берегу реки Токовой. Через месяц по приказу командира Екатеринбургской гранильной фабрики Якова Коковина были начаты горные работы, и вскоре уже работал целый прииск, названный Сретенским.

За семь лет были выявлены практически все известные ныне месторождения. За открытие изумрудов Кожевникову дали в награду 200 рублей, а Коковину — орден Святого Владимира 4-й степени.

Судьба первооткрывателей сложилась печально. Максим Кожевников умер в возрасте 66 лет от туберкулеза, нажитого в изумрудных копиях. Был похоронен в 1865 году в селе Белоярском, но могила его не сохранилась.

Яков Коковин родился в семье крепостного в 1784 году. Потомок камнерезов, механик и изо-



бретатель, он своим трудом и талантом добился образования и дворянского звания. Учился «по скульптурному искусству» в Петербурге, в Академии художеств, где был удостоен двух серебряных и одной золотой медали. Исполнял «значительные работы» для Эрмитажа. В 1814 году стал мастером Горнощитского мраморного завода, а в 1828—1835 годах возглавлял Императорскую гранильную фабрику в Екатеринбурге.

В эти годы Коковин проводил разведку и добычу изумрудов на Сретенском прииске. Были сделаны замечательные находки: кристалл в 101 карат грушевидной формы (его преподнесли императрице), друза изумрудов, оцененная в 100 тысяч рублей (отправили в Берлин Александру Гумбольдту), знаменитый «Кристалл Кочубея» весом 2226 граммов (хранится в Минералогическом музее РАН в Москве). И все бы хорошо, если бы не менее знаменитый изумруд весом в один фунт и самого лучшего качества, который таинственно исчез. За это Яков Коковин заплатил потерей чести и самой жизни...

В 1860 году копи были признаны неперспективными, поскольку находок изумрудов хорошего качества больше не ожидалось. Их сдали в аренду, после чего копи переходили из рук в руки. В 1919 году они были национализированы. В 1920—1930-х годах у нас на Урале работали французы. В 1931 году «изумрудные копи» перешли в ведение Союзредмета, при этом изменилось не только название, но и задачи. Страна готовилась к масштабной войне, и главной ценностью месторождения стали уже не изумруды, а бериллиевые руды, имеющие стратегическое значение. Вскоре после войны месторождение отдали в ведение Главвольфрамредмета, а в 1956-м — Первому главному управлению Минсредмаша (то есть оно стало частью атомной промышленности). В честь первого министра среднего машиностроения В. А. Малышева, одного из создателей совет-

ского атомного щита, месторождение и поселок при нем получили свое сегодняшнее название.

Бериллы — главный источник получения бериллия. Жаропрочность, антикоррозийность, высокая твердость и легкость этого металла делают его поистине чудесным материалом. Будь бериллия в природе побольше, он бы заменил титан и алюминий, сделав самолеты в два раза легче. А так его применяют в основном в сплавах. Но главный потребитель бериллия — атомная промышленность. Дело в том, что он самый эффективный замедлитель нейтронов, что используют в атомных реакторах, особенно небольших. Например, тех, которые стоят на подводных лодках.

Сегодня знаменитые копи ползатоплены, идет жесткая борьба за собственность. В 1993 году Малышевский рудник, добывавший практически все изумруды, разделился на Малышевское рудоуправление (5% добычи) и АО «Изумрудные копи Урала» (95%). Рынок российских изумрудов был развален, их средняя цена на мировом рынке упала до 150 долларов за карат. В 1995 году добычу прекратили обе структуры... В 1997-м появилось российско-ирландское предприятие «Зелен камень». Не помогло. Сейчас добыча ведется, но пока в мизерных объемах. С 2007 года там пытается работать канадская компания.

Проблема в том, что вести добычу на Малышевском руднике не так легко. Слишком много сил уходит, например, на постоянную откачку воды (без этого шахты быстро будут затоплены). Изумруды залегают уже глубоко, приходится спускаться на 100, а то и на 600 метров. Только там можно найти изумрудные друзы (породы, содержащие драгоценные камни), которые на местном жаргоне называют просто «тело». В общем, понятно, что этому руднику вряд ли суждено стать высокоходной изумрудной шахтой. Он может иметь смысл только как сырьевой источник, удовлетворяющий запросы продолжателей дела первого «атомного» министра. Впрочем, энтузиазм нынешних владельцев шахты подпитывают надежды на новые находки: они полагают, что только подходят к слоям месторождения, насыщенным самыми богатыми «телами»...

ОГРАНКА И ЦЕНА

Высокая твердость изумруда защищает его от царапин и повреждений, но хрупкость и многочисленные трещины делают его особенно чувствительным к огранке, закрепке и очистке. Работа с изумрудом требует от огранщика большого мастерства. Для этого камня была разработана и специальная огранка — изумрудная. Прямоугольный или квадратный дизайн с затупленными углами придает камню особую красоту и одновременно защищает его от повреждений. Но приемлемы и другие классические формы огранки. Из богатых включениями и трещинами кристаллов обычно делают кабошоны или изумрудные жемчужины, так любимые в Индии.





Правильная огранка в сочетании с хорошей симметрией и блеском могут усилить и раскрыть красоту цвета камня, а вот плохая огранка способна ухудшить и существенно понизить его цену. Опытный мастер пытается достигнуть наилучших пропорций, с тем чтобы минимизировать влияние включений и максимизировать цвет камня. К сожалению, огранка часто приносится в жертву каратам (точнее, их сохранению). Но горе огранщику, который доводит изумруд до идеальной формы. Дело в том, что в большинстве случаев самый глубокий цвет сосредоточен на концах и на поверхности кристалла. Поэтому не стоит придирается так сильно к возможным неровностям на площадке ограненного камня. Если их «шлифануть», то исчезнет основное, что придает ценность изумруду, — его цвет.

Кроме того, со времен Древнего Египта известны рецепты улучшения чистоты и прозрачности изумрудов. Их «исцеляли» при помощи масел, зачастую подкрашенных растительными вытяжками зеленого цвета. Об этом узнали из папирусов, написанных за четыре века до нашей эры. С тех давних пор технологии улучшались вместе с развитием научных познаний.

Нужно заметить, что практически все изумруды на рынке содержат в той или иной степени примеси растительных масел или их синтетических аналогов. Масло затекает в трещины и изломы, делая кристалл более прозрачным, что заметно усиливает цвет. А 20 лет назад появилось специальное оборудование, которое загоняет смазочный материал при помощи вакуума и высокой температуры. Такие камни нельзя чистить с помощью ультразвука, поскольку он удаляет все, что находится в порах и трещинах, и делает камень матовым. По этой же причине следует также снимать кольцо с изумрудом перед контактом с различными химическими очистителями.

Из-за большого спроса на этот изумительно красивый камень сегодня рынок насыщен многочисленными имитациями и синтетическими изумрудами. Как же защититься от этих фальшивок? Прежде всего покупать камни у продавцов, которым вы доверяете. Крупные же изумруды не стоит приобретать без соответствующего сертификата геммологической лаборатории.

Твердость изумруда — от 7,5 до 8 по шкале Мооса, плотность — от 2,6 до 2,8 г/см³. Иначе говоря, он значительно мягче алмаза и корунда, и к тому же природный кристалл берилла зачастую испещрен трещинами. Поэтому надо особо трепетно относиться к украшениям из изумруда и не сваливать их в одну шкатулку с сапфирами, рубинами и бриллиантами, которые могут его поранить. Изумруд, как легкоранимая женщина, нежен, капризен, чувствителен.

Иметь этот восхитительный камень мечтают многие. Как же формируется цена на него?

Сразу отметим: наряду с другими цветными камнями изумруд — рыночный товар, и за ним не стоит какой-нибудь «Де Бирс», который монопольно

регулирует цену. Поэтому цена на изумруд определяется совокупностью наиболее важных факторов: качества цвета, веса в каратах, чистоты, количества масел или иных улучшающих субстанций, качества и симметричности огранки, наконец, состояния рынка на данный момент.

В целом, можно сказать так: изумруд много дешевле рубина, но существенно дороже синего сапфира. Цена на камень хорошего качества размером 8 каратов начинается с 8000 долларов за карат и возрастает с увеличением веса кристалла. Именно с этого рубежа (при условии хорошего цветового оттенка и отсутствия включений) начинаются действительно эксклюзивные камни. Сейчас крупные изумруды высокого качества весьма редки и могут продаваться по цене, превышающей цену алмаза того же веса, что говорит о большом спросе на них.

В качестве примера приведем следующие сделки (в долларах):

- 2 879 800 — цена за изумрудное кольцо Harcourt (162,19 карата); Лондон, 1989 г.;
- 1 589 000 — цена за один изумруд (16,38 карата) в бриллиантовой броши; Женева, 1992 г.;
- 1 149 850 — наивысшая цена за прямоугольно ограненный изумруд (10,01 карата) в кольце (113 734 доллара за карат); Гонконг, 2000 г.

И последний совет. При покупке одного изумруда предпочтение отдавайте крупным камням, в них его игра наиболее заметна. Есть, конечно, очень красивые украшения с маленькими камнями, но по-настоящему играть изумруды начинают, как и другие драгоценные камни, только при определенной величине. Ну а каким по размеру будет ваш изумруд, зависит прежде всего от вашего бюджета и личного вкуса.

Цена на кристалл сильно варьируется в зависимости от многих факторов. Изумруды весом от 8 до 25 каратов дилеры предлагают в пределах от 10 до 25 тысяч долларов за карат. Скажем, стоимость 10-каратного изумруда пристойного качества может быть 125 тысяч долларов. Но он того действительно стоит. У дилеров второй-третьей руки, а также в Интернете и в ювелирных бутиках цены значительно выше.



Татьяна Парнюк,
искусствовед, член Союза художников России,
эксперт по культурным ценностям, Екатеринбург

Кварцевые парадоксы Вячеслава Оболенского



*«Камень первичен,
он — эквивалент самой вечности,
он — вне времени.
И если мне выпала судьба его
резать, то я вырежу то, за что
не будет стыдно».*

В. Оболенский

Вячеслав Оболенский (род. в 1970 г.) — художник с ярко выраженной индивидуальностью, чье творчество вне любых канонов. Необычен и его путь в искусство, который можно отнести к категории закономерной случайности. Первоначальным стимулом послужило посещение шлифовальной мастерской завода «Механобр», после которого 23-летний Вячеслав буквально заболел камнем. Методом проб и ошибок, на уровне осязания и обоняния он самостоятельно постигал секреты покорения твердого минерала. Советы екатеринбургского ювелира Виктора Плашкина помогли восполнить пробелы в области ремесла — теперь у начинающего камнереза были «правильные» инструменты и базовые знания по технологии резьбы. Встреча с известным коллекционером, основателем музея «Мир камня» Владимиром Пелепенко определила дальнейшую судьбу мастера. При знакомстве Пелепенко вручил ему невзрачный кристалл кварца, сказав: «Делай с ним что хочешь». И Оболенский сделал — кристалл был «согнут», он словно застыл в момент отчаянного сопротивления неведомому давлению внутренних и внешних сил. Так родилось первое, можно сказать, программное произведение «Надежда умирает последней» (1993). Позднее автор скорректировал название, заменив настоящее время на прошедшее. Символично, что с «Надежды...» началось формирование самой обширной среди музейных собраний коллекции авторских работ Оболенского.

Искренняя благодарность Пелепенко за моральную и, что немаловажно, материальную поддержку нашла вещественное выражение в двух именных работах — печатке и мини-бюсте из горного хрусталя. Датируемые 1994 годом печатки «Владимир Пелепенко. УМЦ „Недра“» и «Юрий Козлов. Урал-РАН» (геммолог, коллекционер, кандидат

Э. Абсолютный / Память камня. 1996
Музей В. Пелепенко «Мир камня», Екатеринбург



*Апокалипсис. 2000
Содрание А. Донкова, Челябинская обл.*



*НОД. 2002
Собственность автора*



*Игра сфер. 2007
Музей истории ювелирного
и камнерезного искусства,
Екатеринбург*



*Селена. 2005
Собрание А. Донскова, Челябинская обл.*



*Амфитер. 2002
Собрание А. Донскова, Челябинская обл.*



*АССА. 2007
Музей В. Пелепенко «Мир камня»,
Екатеринбург*



*Явление Зисеносца. 1996
Музей В. Пелепенко «Мир камня»,
Екатеринбург*

технических наук. — *Прим. авт.*) показали, что начинающий камнерез владеет искусством глиптики, причем в наиболее сложном жанре портрета. В дальнейшем приемы резьбы камей и особенно инталий будут использоваться практически в каждом изделии.

Истоки и творческие посылы Оболенского трудно поддаются логическим приземленным объяснениям. Вячеслав человек верующий, он верит в Космический Разум и в то, что заниматься искусством ему предназначено свыше. Себя он считает просто исполнителем, переводящим на язык материала возникшую спонтанно, как озарение, идею. Создание предмета для него — священнодействие. Некоторые работы выполняются быстро, на одном дыхании, но бывает и длительный временной разрыв. Мастер удаляет дефекты камня, неинтересные включения и оставляет «заготовку». Она может простоять в мастерской не один год, пока под влиянием необъяснимого импульса снова не окажется в его руках и не начнет «рождаться как личность».

Камнерез мыслит не конкретными образами, а понятийными, на уровне сверткестекста. Его развивающиеся во времени работы «зашифрованы», в них реальное переплетается с ирреальным, что позволяет провести параллель с творчеством Сальвадора Дали, которого художник считает своим земным учителем. И неслучайно одна из работ посвящена знаменитому сюрреалисту («Память о Дали», 1995).

Сфера творческих интересов Оболенского — создание настольной малой пластики (высотой до 15 см). Характерной чертой его произведений является использование только цельного камня — любой монтаж принципиально отвергается. В качестве материала мастер предпочитает монокристаллический кварц, чаще всего горный хрусталь. В прозрачных породах его привлекает возможность обыгрывания оптических эффектов, при которых визуально изнутри предмет кажется объемнее, чем снаружи.

Постигая сущность камня, Вячеслав постепенно переходит от ломаных природных граней первой работы «Надежда...» к обтекаемым, тщательно проработанным поверхностям. Взяв за основу принцип сопоставления матовой и прозрачной блестящей поверхностей, он создает сложные по композиции объекты, передающие внутренние противоречия и нестабильность мироощущения. В ряде работ идея выражается через фигуративную форму с акцентом на смысловую аллегорию. Из плена кристалла дымчатого кварца мучительно, преодолевая сопротивление камня и истекая «кровью» в виде блестящих натеков вокруг шеи, вырывается на поверхность запрокинутая вверх голова с раскрытым в нем крике ртом («Душа-33», 2002). Полярность светлых и темных нравственных первооснов воплощена в работе, где из монолита возникает отрешенный облик сурового небесного судьи, отторгающего колена преклоненного павшего ангела с прикрытым ладонями лицом. Разномасштабность фигур, контраст обобщенной и детализированных матовых форм

усиливает впечатление разрыва, и лишь прозрачные участки в местах их соприкосновения намекают на тающий в душе лед и дают надежду на прощение («Встреча первая», 1994). Тема Высшего суда продолжена в «Репетиции Вознесения» (1997), где функцию весов выполняет переполненная коническая чаша, с краев которой стекают материализовавшиеся земные грехи и благодеяния.

Противоположные состояния заключены в работах «Внутреннее напряжение» и «Ожидание покоя» (обе 1993). В первой — энергия сжатой пружины устремленной вперед фигуры, борьба статики и динамики, обозначенных матовой и блестящей поверхностями дымчатого кварца, во второй — погружение в мглистый кокон горного хрусталя, поглощение человека некой аморфной субстанцией.

Как символ священного ритуала воспринимается поясная фигура мужчины в монашеском одеянии, который бережно держит магическую чашу, полученную из недр взвизгивающего хрустальным оком звездообразного кристалла («Я. Автопортрет», 1996).

Разбивка матовой поверхности прозрачностью овальной линзы — любимый прием камнереза: в ладьевидном объекте она опутана коконом из тонких нитей («Жизнь без конца», 1997), в линзах-«глазках» с оборотной стороны предмета вырезаны контррельефные изображения лика Мирового зла («Апокалипсис», 2000) или проекция семени под магической пятиконечной звездой («Габриэлевое семя», 2000). Интересна и трактовка образа библейского персонажа: в округлую линзу помещена вытянутая по вертикали мускулистая крылатая фигурка архангела Гавриила с горящим факелом в руке («Игра сфер», 2007). Особенность подобных работ заключается в том, что «внутреннюю» часть можно рассмотреть, лишь взяв изделие в руки, так как «окуляр» выполнен в расчете на непосредственный контакт с человеческим глазом.

Эротические «фрейдовские» видения Оболенского трансформируются в отдельные формы обнаженного женского тела, например, крутобедрый торс, ограниченный на уровне груди наклонным срезом с неожиданным резным изображением гротескового лица химеры, скривившей в хищной усмешке зубастый рот («Лилитор», 2002). Смягченный вариант авторского понимания женской сути — хрустальный бюст «Селена» (2005). Здесь выразительный, с искусно вырезанными прядями развивающихся волос S-образный профильный силуэт передает ощущение стремительного полета, который анфас гасится «слепотой» широко раскрытых глаз.

В большинстве работ внутренняя суть человеческих взаимоотношений скрывается за «зашифрованной» формой. Автор отказывается от формообразования на основе изобразительности, лишь отдельные узнаваемые элементы служат ключом к разгадке закодированного образа. Наглядным примером могут служить две версии одноименной композиции «Неудачное знакомство» (1993 и 1995), где изогнутая

конструкция заканчивается свисающей под силой тяжести округлой формой, ассоциирующейся и с женской грудью, и с набухшей слезой. Двоякость образа дает возможность диаметрально противоположного, даже диалектического толкования — начало жизни или последняя капля иссякающего источника? Завуалированная подсказка кроется во втором названии ранней версии — «Роковая встреча».

Удивительным способом клиновидный кусок горного хрусталя под руками мастера приобретает иллюзорное качество мягкого воска: на поверхности сохранился дактилоскопический след пальца, скользящим движением вылепившего условное ухо, в которое блестящими «птичками» летят запрограммированные мысли («Конформизм массового сознания», 1995). Аналогичный отпечаток блокирует речь, обозначенную полоской узких губ, блестящих на матовой поверхности темного мориона («Печать воли» или «Конформизм массового сознания II», 2006).

Прослеживается в творчестве Оболенского и ярко выраженная космическая направленность, для произведений этого плана характерны метафоричность образов, особая легкость и пластичность. Вырастающая из туманного основания горного хрусталя и медленно, словно нехотя, раскручивающаяся прозрачная спираль с петлевидным завершением создает иллюзию струящегося во времени движения («Явление Змееносца», 1996 и «Явление Змееносца II», 1999). Второй вариант «Явления...» более сложен и по цвету контрастирует с первым. Здесь использован редкий минерал с градиациями от темного мориона к дымчатому кварцу и золотистому цитрину. По мнению автора, в работе заложена квинтэссенция трехуровневой системы духовного роста: нижняя темная часть — земля, база; средняя, более светлая — желание подняться; верхняя, сияющая гранями, — вершина, достижение идеала. Реминисценция спирали присутствует и в более позднем, с эротическим подтекстом объекте «Брачный сезон» (2007), но здесь движение «заземляется» ромбической формой магического кристалла, в котором зарождается новая жизнь.

Независимо от пространственно-временного нахождения объекта все процессы контролируются потусторонним наблюдателем. Ощущение тревожной недосказанности рождает монолитный круговой объект, где из линз горного хрусталя смотрят «неземные» глаза, вырезанные в технике отрицательного рельефа («Астральный зонд», 1996). Вариации на тему «Всевидающего ока» получили развитие во многих работах, например, хрустальный взгляд полумесяца («Астрала око», 2006) или глаз в шаре, венчающем обмотанную петлей-пуповиной растущую форму («АССА», 2007).

Не имеет аналогов работа «HOD» (2002) с суперсложной, не поддающейся точной идентификации формой из устремленных вверх и стелющихся по округлому объему пламенеющих лепестков, среди которых поблескивают выступающая змеиная голова и ставшие личными знаками автора мотивы

глаза, слезы и тринадцатого астрологического знака Змееносца. Под эффектной внешней оболочкой скрыт второй уровень произведения. Если заглянуть в «окуляр» боковой линзы, то можно увидеть своеобразный грот с рельефными изображениями головы мудрого Сатурна и провоцирующего торса Лилитор, между которыми парит в невесомости фигура переменчивой Луны.

Под влиянием ночного светила рождается и более адекватный образ — вобравший в голову осколки лунного света субъект в раскрывающемся навстречу холодным лучам рубчатом воротнике-воронке («Лунное затмение II», 2010). Предтечей этой работы стал одноименный подвес (2003), где в вогнутой линзе дымчатого кварца искрятся световые «молнии». Стоит заметить, что зачастую подвесы служат экспериментальной базой — в малой форме ловится ускользающее внутреннее ощущение, которое позднее трансформируется в образ на уровне свертхтекста.

Подвесы также делаются из цельного камня, включая ушко крепления, но исходный материал более разнообразен: из дымчатого кварца, мориона и золотистого тигрового глаза режутся обереги в виде «фирменного» печально-тревожного глаза («Габриэлевое око», 2003; «Ведьмин глаз», 2006 и др.), из нежно-зеленого хризопраза и медового сердолика — пластичные текущие формы, часто с воздушными прорывами. Из общего ряда выпадает подвес с конкретным изображением — фронтальное рельефное лицо египетской богини из почти черного мориона («Несущая тьму/ Ночка», 2003).

Египетская стилистика неожиданно появилась в неоднозначной скульптурной композиции «Царь Земли или Мудрый Урал» (2009): из мягко раскрывающихся «мускулистых» недр возникает фрагмент львиного тела с матовой фактурной «шерстяной» поверхностью, на котором покоится каноническая голова фараона. Провокационно воспринимается звезда на высоком головном уборе — магическая пентаграмма или символика исчезнувшей исторической эпохи? Совмещение культур или мистическое видение прошлого, а может быть, и будущего? Скорее всего — знак бесконечности взаимосвязей, как и чаша-глаз под свисающей блестящей лапой сфинкса, а Урал, по версии автора, — центр мировой цивилизации.

Парадоксальность мышления Вячеслава Оболенского заставляет и зрителя по-иному осмыслить привычные догмы и постулаты, отказаться от устойчивых стереотипов и вступить в философскую полемику. Созданные неординарной личностью объекты постоянно удивляют высоким профессионализмом исполнения, виртуозностью раскрытия тающегося в своем камне духовного потенциала.

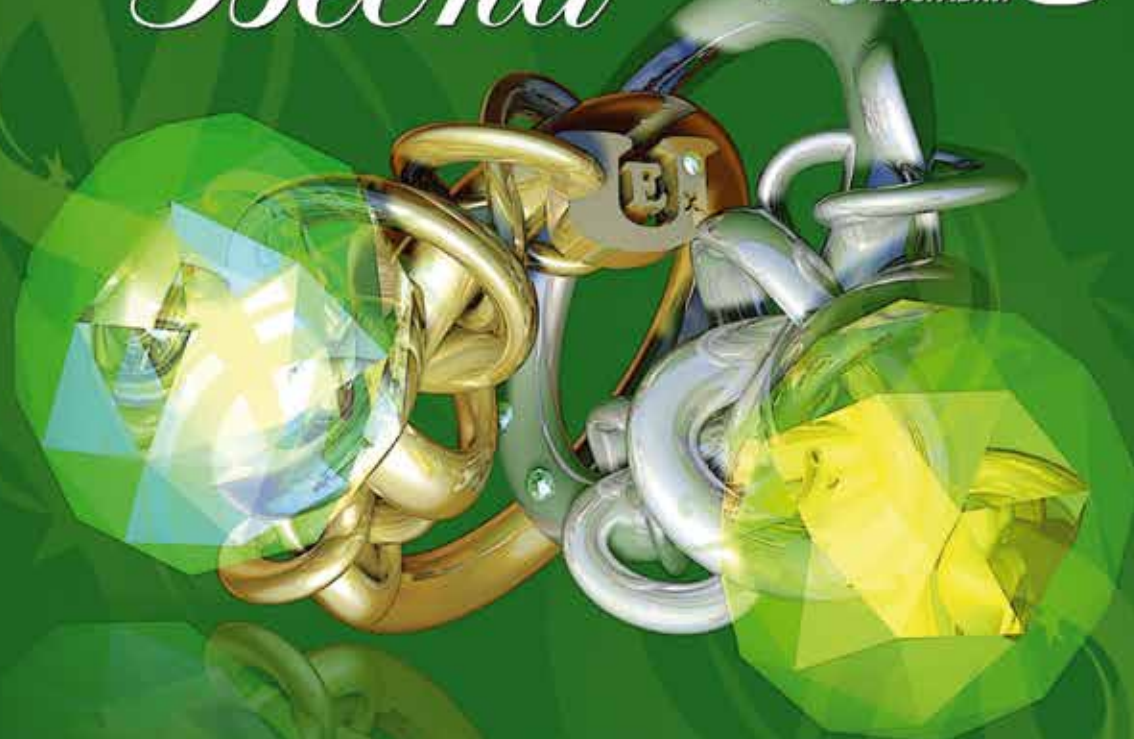
За почти 20-летний период Оболенский создал около сотни работ, которые хранятся в музеях Екатеринбурга: большая часть — в музее В. Пелепенко «Мир камня», несколько экспонатов — в Музее изобразительных искусств и в Музее истории камнерезного и ювелирного искусства; среди частных собраний стоит отметить коллекцию А. Донского. 

10-14 апреля 2013 г.

Екатеринбург, КОСК "Россия", Высоцкого, 14
7-я специализированная ювелирная выставка-ярмарка

Урал Ювелир-Весна

ОБЪЕДИНЕНИЕ
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ
ВЫСТАВКИ



Конкурс ювелирной рекламы!

 Приглашаем принять участие!

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

Светлой памяти моего деда А. В. Ложкина посвящается
К. Н. Степанов

Воспоминания о далеком прошлом О ЖИЗНИ И ТВОРЧЕСТВЕ РУССКОГО ХУДОЖНИКА А. В. ЛОЖКИНА (1881–1942)

За эту статью я взялся для того, чтобы вернуть из небытия творчество моего двоюродного деда — незаслуженно забытого русского интеллигента, москвича Александра Васильевича Ложкина. Данных о нем крайне мало, и это понятно: долгое время имя и творчество Александра Васильевича как «врага народа» были вычеркнуты из художественного оборота истории русского искусства начала XX века. Но теперь, я полагаю, настало время «собирать камни».

Первые сведения в новейшей истории о Ложкине как художнике-графике и художнике фирмы Фаберже появились в 1992–1993 гг. в следующих источниках:

1. Книга «История фирмы Фаберже». СПб, 1993. С. 17. В списке художников Московского отделения фирмы Фаберже главный мастер фирмы Франц Бирбаум (текст 1919 г., публикация 1992–1993 гг.) впервые приводит фамилию «художника Ложкина».
2. Книга «Фаберже и петербургские ювелиры». СПб, 1997. С. 896 «ЛОЖКИН Александр Васильевич. «Вся Москва, 1912 год»». М. Бронная ул., 21. Художник».
3. Российский государственный архив литературы и искусства (выписка В. В. Скурлова): «Художник Ложкин А. В. пишет в августе 1907 г. письмо книготорговцу П. Шибанову с просьбой „выслать все каталоги, а в особенности по искусству и орнаментике“ по адресу: Кузнецкий мост, магазин Фаберже».

Художественных работ А. В. Ложкина для широкого ознакомления очень мало: отдельные произведения (графика) имеются в Музее истории Москвы (1 ед. хранения), в Пермской государственной художественной галерее (1 ед. хранения) и в частных коллекциях.

Я считаю своим долгом по мере своих сил и знаний вернуть отечественной культуре творчество этого русского художника. Изложенные в настоящей статье известные мне сведения о жизни и творчестве А. В. Ложкина, надеюсь, помогут приблизиться к достижению поставленной цели.

Сведения о жизни и творчестве А. В. Ложкина основываются на устных воспоминаниях моей матери Марии Васильевны Степановой (урожденной Королевой) и результатах моих собственных исследований.

Действующие персонажи мемуаров: Александр Васильевич Ложкин (далее Ложкин) — главное действующее лицо; Мария Васильевна Ложкина (80-е гг. XIX в. — кон. 50-х — нач. 60-х гг. XX в.) — жена Ложкина, девичью фамилию не помню (далее Ложкина); моя мама Мария Васильевна Степанова (1908–



Ложкин А. В. 1890-е гг. XIX в. — первое десятилетие XX в.

1994), далее — Степанова; мой отец Николай Иванович Степанов (1909—1966), далее — Степанов; и другие важные для повествования персоны.

Начну с главного героя повествования. Место рождения Ложкина и сведения о его семье мне неизвестны. Скорее всего, происходил он из купеческого сословия, о чем говорит его фамилия, возможность проживания в Москве и получение художественного образования.

Со слов моей матери, Ложкин окончил Московское Строгановское центральное художественно-промышленное училище. Его товарищем по обучению и другом на долгие годы был Ф. Ф. Федоровский, в будущем выдающийся художник-декоратор, главный художник Государственного Академического Большого театра.

Достоверным документальным фактом биографии Ложкина до 1917 года является его сотрудничество (в рамках Строгановского училища) с московским отделением фирмы К. Фаберже. Кроме того, доподлинно известно, что Ложкин плодотворно работал в книгоиздательстве И. Н. Кнебеля в отделе художественного оформления детских книг.

Не исключено, что Ложкин мог заниматься у И. Н. Кнебеля иллюстрированием популярного издания «Русская история в картинках», но документального подтверждения этому я пока не нашел. Кроме того, он писал акварели с видами Москвы и Подмосковья. Бывая нередко с мамой в гостях у вдовы Ложкина, я видел на стенах комнаты их уплотненной квартиры множество картин мастера с изображением городских пейзажей старинной застройки. Его работы часто публиковались в периодических изданиях и на открытках. С произведений мастера было исполнено большое количество гравюр.

Ориентировочно в 1910-х гг. Ложкин женился на Марии Васильевне. К свадьбе он сам изготовил невесте в подарок ювелирный гарнитур, состоявший из нескольких предметов. Один из них, перстень, впоследствии хранился у одной из родственниц Ложкиной. Перстень представлял собой прямоугольное двухслойное плато из платины, размером примерно 1×2 см. В плато на лапках были смонтированы небольшие бриллианты: в центре — самый крупный, вокруг него мелкие камни (сколки), уменьшающиеся по размеру (весу) к краям плато. Всего камней было около 20 штук. К плато было припаяно тонкое кольцо из золота. При ношении кольца оно разошлось внизу в месте спайки.

С этим перстнем произошла хорошо мне известная детективная история, достойная пера братьев Вайнеров.

Перстень в качестве подарка был преподнесен одной из племянниц жены художника.

Примерно в середине 30-х гг. прошлого века из квартиры племянницы цыгане похитили шкатулку с



ювелирными украшениями, в том числе и перстень. Поисков пропажи не проводилось.

Спустя несколько лет, будучи уже замужней женщиной, племянница увидела в автобусе у одной дамы свой перстень. Ошибки быть не могло. Изделие было эксклюзивное, штучное, да и кольцо лопнуло. После умелых расспросов и дальнейшего наблюдения за дамой она узнала адрес новой обладательницы перстня. После подачи искового заявления в районный суд о признании факта воровства перстня и ходатайства по его возврату законному владельцу суд отказал в иске вследствие отсутствия доказательств и состава преступления.

Екатерина, если мне не изменяет память, так звали племянницу, обратилась с иском в Московский городской суд. Суд вызвал даму и запросил ее о месте приобретения перстня и его покупной стоимости. Дама стала сильно нервничать и путаться в своих противоречивых показаниях. На период следствия и судебного разбирательства перстень по решению суда был изъят у дамы. Следователь, ведший дело, вызвал эксперта-ювелира и Ложкина. Ложкин даже не знал, что перстень был украден. Следователь попросил художника по памяти (прошло почти четверть века после изготовления перстня) нарисовать изображение изделия. Александр Васильевич, сидя в отдельной комнате, по памяти изобразил кольцо в трех проекциях. Эксперт, посмотрев эскиз и сопоставив его с перстнем, с большим изумлением подтвердил их полную идентичность. Как рассказывал впоследствии мой отец, присутствовавший на судебном процессе, Ложкин на эскизе указал даже количество и вес бриллиантов.

По результатам расследования суд посчитал, что перстень ворованный, но оснований считать похитительницей даму не имелось. Судебное решение по рассматриваемому делу было таково: вернуть перстень Александру Васильевичу Ложкину как его законному

обладателю. Вскоре племянница Ложкиных упростила жену художника второй раз подарить ей перстень. Что та и сделала.

Имеется ли он у потомков Екатерины в настоящее время, мне неизвестно.

После того как мы немного забежали вперед, вернемся в прошлое.

Жена художника Мария Васильевна была двоюродной сестрой моей бабушки Евдокии Ивановны Королевой, урожденной Ледневой (1877—1953) и приходилась крестной матерью моей матушки Марии Васильевны Степановой. Ложкина была ученицей известного модельера Н. П. Ламановой (1861—1941). Мастерство, приобретенное Ложкиной у Надежды Петровны, и имеющиеся средства позволили ей наладить собственное дело по пошиву женской одежды и открыть в Москве свое ателье. После событий 1917 года и непродолжительного периода нэпа она стала работать вместе со своей крестницей в костюмерных мастерских московских театров. Там шили женскую одежду для премьерных и бенефисных спектаклей. Понятно, что группа портних была мобильная, переходила на работу из одного театра в другой. Не исключено, что Ложкин принимал участие в подготовке эскизов театральных костюмов. После Октябрьского переворота он вместе с Ф. Ф. Федоровским и другими художниками выполнял работы по художественному оформлению революционных празднеств и физкультурных парадов на Красной площади. Кроме того, занимался иллюстрированием детских книг (в Госкиноиздате). Проживал по адресу: Москва, Каляевская (ныне Долгоруковская) улица, д. 35 (сохранился), кв. 27.

5 января 1942 года А. В. Ложкин был арестован УНКВД МО. Приговорен 7 марта 1942 года по обвинению по статье 58-10, часть 2. В приговоре значится: «Дело прекращено за смертью обвиняемого. Реабилитирован 5 октября 1995 года. Прокуратура г. Москвы».

Так печально закончилась жизнь замечательного русского художника. Неоднократно моя мама говорила: Александр Васильевич был «мастер золотые руки». Может быть, она, продолжительное время жившая в его семье (в период учения портняжному мастерству), видела художественные изделия, изготовленные Мастером. Когда я бывал в комнате бывшей квартиры Ложкиных, то видел еще некоторые, как модно сейчас говорить, артефакты.

После смерти Ложкиной ее имущество, надо полагать, досталось племянницам, исключая мою мать. Похоронена Мария Васильевна Ложкина в Москве на Введенском (Немецком) кладбище.

Как уже упоминалось, Ложкин был замечательным иллюстратором детских сказок. Текст к ним написала известная в свое время прекрасная поэтесса РК (Раиса Адамовна Кудашева, 1878—1964), автор всем известной песенки «В лесу родилась елочка» (публикация — 1903 г.). Музыка к стихам сочинил в 1905 г. Леонид Бекман.

Публикуемые в настоящей статье иллюстрации Ложкина к детским сказкам получены с современного репринтного варианта книги по изданию Кнебеля. 

Иллюстрация А. В. Ложкина к детским сказкам издания И. Н. Кнебеля. Сказка «Приход зима»





Итальянская серебряная корона и пара наваррий Торы. Венеция, около 1730. Эстимейт \$500 000–700 000

Аукцион коллекции иудаики Майкла и Джуди Стейнхардт

SOTHEBY'S, НЬЮ-ЙОРК

Нью-Йорк — Sotheby's представляет специальные торги «Бесценное наследие: коллекция иудаики Майкла и Джуди Стейнхардт», которые состоятся 29 апреля 2013 года в Нью-Йорке.

В коллекцию вошли уникальные предметы высочайшего качества, иллюстрирующие практически всю еврейскую историю с древнейших времен до XX века на территории Европы, Азии, Африки и Америки. Около 400 лотов аукциона с обширным ценовым диапазоном охватывают все аспекты иудаизма, представляя предметный мир как религиозного культа, так и культурного наследия, как частного, так и храмового пространства синагоги. После выставки, прошедшей в галерее Sotheby's на York Avenue в Нью-Йорке 25–31 января 2013 года, топ-лоты коллекции Стейнхардтов отправились в Москву и Иерусалим, а затем вернутся в Нью-Йорк. Предаукционная выставка пройдет непосредственно перед торгами с 24 по 28 апреля. Одновременно в преддверии аукциона эксперты Sotheby's отправятся в Гонконг, Сингапур, Бразилию, ряд городов США и Европы, чтобы рассказать о коллекции. «Для нас особая честь представлять коллекцию Стейнхардтов на Sotheby's, — комментирует предстоящие торги Дэвид Редден, вице-президент Sotheby's. — Это воистину энциклопедическое собрание иудаики, стоящее в одном ряду с легендарными коллекциями, собранными Сассун, Загайски, Делмонико и Монтефьоре. Результаты их продажи на аукционах Sotheby's, посвященных еврейской культуре и истории, стали историческими».

Майкл Стейнхардт в свою очередь так прокомментировал торги: «Я начал собирать эту коллекцию тридцать лет назад, вдохновленный мечтой погрузиться в интереснейший мир еврейской истории и культуры».

Узнать, как и почему эти предметы меняли владельцев, рассказать об этом посетителям музейных выставок — вот

то, что доставляло мне ни с чем не сравнимое наслаждение. Теперь, когда мне уже семьдесят два, пришло время передать эту коллекцию новым поколениям в надежде, что она вдохновит их на открытие богатейшего культурного наследия иудаизма, доставит радость обретения частички своего прошлого».

Дженнифер Рот, глава отдела иудаики и израильского искусства Sotheby's, сказала: «Коллекцию Стейнхардтов отличает исключительное разнообразие предметов и высочайшее качество. Здесь мы видим образцы материальной культуры евреев на протяжении многих веков и из самых разных точек земного шара. Мы уверены, что она имеет уникальное значение для евреев, где бы они ни проживали».

ТОП-ЛОТЫ КОЛЛЕКЦИИ

Один из самых ранних предметов в коллекции — бронзовая акваманила (сосуд для воды) из Северной Германии в форме льва, датируемая концом XII века и украшенная надписью на древнееврейском языке на боку фигурки (эстимейт \$200 000–400 000). Такие сосуды в виде разных фигур использовались для омовения рук. Надпись на этом образце свидетельствует о том, что он использовался в религиозных ритуалах местным коганом (еврейским священнослужителем) или в частном доме. То, что в настоящее время известны только четыре таких средневековых сосуда с надписями на древнееврейском языке, придает этому экземпляру исключительную ценность.

Редкая серебряная подвесная субботняя лампа (мастер Иоганн Адам



Рухомовский скелет из позолоченного серебра в саркофаге, выполненный Израилем Рухомовским. Одесса, 1892–1896 гг. Эстимейт \$150 000–250 000

Свиток Эсфирь. Северная Италия, середина XVIII века.
 Рукава расшиты на перламутре, рукоятный текст.
 Эстимейт \$600 000-800 000



Кита. Польша, середина XIX века.
 Эстимейт \$5000-7000

Аквеманна в форме льва. Северная Германия, конец XII века. Бронза, литые и правировка.
 Эстимейт \$200 000-400 000.
 Фотограф Joseph Coscia Jr.



Мазл Тов, свадебные кольца.
 Италия и Центральная Европа, с XII по XVIII в.
 Серебро, литые, филигранные.
 Фотограф Sheldon Collins

Боллер, Германия, Франкфурт, около 1710–1720) свидетельствует о богатстве и высокой художественной культуре еврейских общин в Германии к началу XVIII века, а также о росте их влияния во Франкфурте, несмотря на традиционную политику по отношению к евреям и пожар, уничтоживший гетто этого города в 1711 году (эстимейт \$800 000–1,2 млн). Франкфуртские мастера из семейства Боллеров были христианами (евреям было запрещено объединяться или входить в гильдии) и считались одними из лучших в производстве еврейских предметов культа, которые они изготавливали в большом количестве. Похожие лампы хранятся в Израильском музее, в Еврейском музее Нью-Йорка и в Skirball Collection в Лос-Анджелесе, но почти не известны в частных собраниях. В период с 1679 по 1778 год традиционно каждый год старейшая синагога Соединенного Королевства Бевис Маркс преподносит лорд-мэру Лондона какое-нибудь серебряное изделие. Редкое серебряное «Блюдо лорд-мэра» эпохи Георга I (мастер Роберт Хилл, Лондон) была наполнена сладостями и преподнесена мэру в 1719 году (эстимейт \$400 000–600 000). Такое подношение символически выражало благодарность еврейской общины за предоставленные ей в Лондоне свободы, которых евреи были лишены во многих других городах Европы...

Венецианское гетто было не только крупным интеллектуальным и экономическим центром, но и главным средоточием производства предметов культа для всех остальных итальянских городов-государств, большая часть которых теперь хранится в синагогах Флоренции и Рима. Подобные образцы из коллекции Стейнхардтов, главными из которых являются редкая итальянская серебряная корона и пара наверший Торы (Венеция, около 1730, клеймо изготовителя CL, Assay Master Zuanne Premuda, Венеция, около 1730; эстимейт \$500 000–700 000), демонстрируют высочайший уровень мастерства венецианских серебряных дел мастеров. Эти образцы ни в чем не уступают недавно обнаруженным предметам, спрятанным в гетто во время Второй мировой войны и отреставрированным международной группой Venitian Heritage. Большая часть лучших образцов итальянской иудаики хранится в синагогах Италии, и экземпляры такого уровня, как из коллекции Рейнхардта, крайне редко выходят на рынок.

Еще один ценнейший предмет итальянской иудаики середины XVIII века — иллюстрированный и богато украшенный Свиток Эсфирь с благословением (эстимейт \$600 000–800 000). Детально прорисованные иллюстрации и текст этого свитка рассказывают полную драматизма историю, на которой основано ежегодное празднование Пурима (в 2013 году он приходится на 24 февраля). Согласно преданию, царица Персии Эсфирь помешала намерению царя истребить всех евреев по совету одного из своих советников. История Эсфирь легла также в основу многих живописных произведений старых мастеров и вошла в христианскую иконографию.

Топ-лот в группе предметов русского происхождения XIX века — так называемый «Рухомовский скелет», представляющий собой золотой скелет с подвижными суставами в саркофаге из позолоченного серебра, вы-

полненный Израилем Рухомовским в Одессе в 1892–1896 годах (эстимейт \$150 000–250 000). Израиль Рухомовский был выдающимся российским гравером и ювелиром, черпавшим вдохновение для своих изделий в золотых скифских артефактах, найденных в археологических раскопках в Крыму. Всемирная известность пришла к нему после того, как раскрылось, что подлинным автором золотой тиары, приобретенной Лувром как шедевр древних мастеров, является именно он. Эксперты Лувра были уверены, что подобного уровня произведение не под силу современному мастеру, но вынуждены были в конце концов признать авторство Рухомовского, когда того привезли в 1903 году в Париж, где он воссоздал фрагмент этой тиары.

Коллекция Стейнхардтов замечательна еще и тем, что содержит значительное количество предметов, используемых в еврейских домах во всем мире. Они будут предложены с эстимейтами, которые дадут как новым, так и опытным коллекционерам шанс приобрести предметы, представляющие культурную, историческую и религиозную ценность по доступным ценам. Здесь как скромные, так и богато декорированные ханукальные светильники, коробки для сбора пожертвований на самые разные цели (от помощи больницам, школам, организации похорон до посадки деревьев в Израиле), образцы тканей, включающие биндеры (перевязи) для Торы, изготовленные из младенческих пеленок (их дарили общине, когда ребенка впервые приносили в синагогу), брачные контракты и обручальные кольца.



Подвесная серебряная лампа. Иоганн Адольф Боллер, Франкфурт, после 1706 г. Серебро, чеканка, литье. Фотограф Sheldon Collins. Эстимейт \$800 000–1,2 млн



BREGUET:

КЛАССИКА ВНЕ ВРЕМЕНИ



Мы продолжаем серию публикаций, посвященных истории создания, традиционным коллекциям и современным достижениям легендарных швейцарских часовых компаний. Наш сегодняшний обзор посвящен наручным часам Breguet, одному из старейших часовых имен, которые на протяжении вот уже более 230 лет пользуются не только признанием и доверием, но и неизменной любовью увлеченных коллекционеров. Главный, бережно хранимый секрет этих часов заключается в ставших классикой утонченном художественном вкусе, блестящей изобретательности и великолепном мастерстве основателя фирмы — гениального французского часовщика Авраама-Луи Бреге (1747–1823).

Отец коллекции Breguet Авраам-Луи Бреге — «Король часовщиков и часовщик королей» (1747–1823)

**«...Надев широкий боливар,
Онегин едет на бульвар
И там гуляет на просторе,
Пока недремлющий Бреге
Не прозвонит ему обед...»**

**А. С. Пушкин
«Евгений Онегин», 1829**



Часовая компания BREGUET сама по себе является раритетом: она занимает совершенно особое, уникальное место не только в часовом бизнесе, но и в нашем культурном наследии. Таким положением вещей она, бесспорно, обязана гению своего создателя, установившему когда-то непоколебимые универсальные стандарты и непревзойденные эталоны Высокого часового искусства, а также его талантливым ученикам и последователям — мастерам, год за годом scrupulously воссоздающим эти образцы. Авраам-Луи Бреге родился в Невшателе, но основную часть жизни провел в Париже. Там, интересуясь всеми без исключения аспектами часового ремесла, он сделал невероятное множество значимых в часовом деле открытий.

Механические часы с автоматическим подзаводом, пружина гонга для часов с репетиром и устройство *rage-chute*, вошедшее в историю часового мастерства как первая система защиты осей баланса от ударов и сотрясений, — все это лишь начало целого ряда уникальных изобретений, с которых начинал свою карьеру великий Бреге. Каждые часы, изготовленные в его мастерских, не только оснащались оригинальными высококачественными механизмами с анкерным или цилиндрическим спуском, доведенными до совершенства великим мастером, но и представляли собой воплощение самых последних, невероятных по тем временам достижений.

В начале тревожного периода Великой Французской революции (1790-е гг.) Авраам-Луи Бреге нашел убежище в Швейцарии, однако чуть позже, преисполненный творческими замыслами и смелыми идеями, он вернулся в Париж, где изобрел первые дорожные часы, приобретенные Наполеоном Бонапартом, часы *pendule sympathique* с прилагающимися к ним карманными часами, «тактильные часы» и, наконец, запатентованный в 1801 году турбийон. Слава Бреге быстро распространялась по всей Европе: имя талантливого часового мастера буквально с благоговением произносилось в дипломатических, научных, военных и финансовых кругах, так его часы получили свое признание и во всех европейских дворах.

Мария-Антуанетта, королева Франции (1782)



Ажурные ювелирные часы Breguet Marie-Antoinette Dentelle камериони High Jewellery Watches, декорированные 89 бриллиантами TW/IF-VVS классической оправки (5,38 карата) и рубином (1,3 карата). Циферблат из золота и белого перламутра с жемчужным зернением украшен закрепленными в технике «снег» 96 бриллиантами. Инкрустированная часовая шкала и декалькированные цифры Breguet. Ажурный мотив над линией циферблата из 27 бриллиантов (0,356 карата). Шар украшен паве из 65 бриллиантов TW/IF-VVS классической оправки (0,55 карата). Корпусное кольцо со 114 бриллиантами (~2,67 карата). Ободок с 66 бриллиантами TW/IF-VVS классической оправки (0,13 карата). Заводная головка с бриллиантом TW/IF-VVS оправки «бриолет» (0,28 карата). Ремешок из красного муарового атласа с раскладывающейся застежкой Breguet, украшенной 26 бриллиантами TW/IF-VVS классической оправки (0,14 карата).

стер не мог заручиться более серьезным покровителем при французском дворе. Сложность механизма и трагическая история шедевра будоражили воображение часового мира в течение почти двух веков. В 1983 году часы Marie-Antoinette, получившие номер 160, были украдены из Иерусалимского музея, в 2007 году их разыскали. А в 2008 году на выставке Baselworld Дом Breguet представил новую Marie-Antoinette № 1160, созданную по хранившимся в архивах оригинальным чертежам.

Среди первых ценителей таланта Авраама-Луи Бреге были король Людовик XVI и королева Мария-Антуанетта, одна из самых страстных почитательниц таланта Бреге, которая усердно «рекламировала» его часы (на примере нескольких штук, созданных мастером по ее заказу) среди своих приближенных и различных высокопоставленных лиц — гостей двора. Именно благодаря ей многие послы и коронованные особы, включая императоров, узнали и полюбили изделия Breguet, укрепив репутацию часового дома в Европе и за ее пределами. Вплоть до своего трагического ареста королева оставалась постоянной клиенткой часовой мастерской, расположенной в самом сердце Парижа, на набережной Ке де л'Орлож.

Даже находясь в тюрьме Тампль, она заказала «обычные часы Breguet», которые были доставлены ей в сентябре 1792 года. Позже, уже в статусе драгоценной реликвии, эти часы попали в прославленную коллекцию сэра Дэвида Соломона вместе с другим шедевром Breguet — знаменитыми часами Marie-Antoinette № 160, которые королеве так и не суждено было увидеть.

В 1793 году офицер королевской гвардии, чье имя история не сохранила, заказал Бреге новые часы, оснащенные всеми известными на тот момент сложными функциями и усовершенствованиями. Стоимость механизма и время работы над ним не ограничивались. 16 октября 1793 года, спустя несколько месяцев после казни короля Людовика XVI, его супруга, королева Франции Мария-Антуанетта, взойшла на гильотину.

Авраам Луи Бреге завершил работу над этими часами только спустя несколько лет после Великой Французской революции. Известно, что он долгое время бережно хранил это произведение в надежном месте, храня верность памяти королевы: в свое время ма-



Императрица Жозефина (1798)

Ювелирные часы Breguet Reine de Naples Charleston с автоматическим, драгметаллом в стиле Charleston и рифленым швейцарским корпусом из белого золота, натурального перламутра и жемчуга, выстроеного по периферии циферблата, с украшающими безель, ободок циферблата и крепление ремешка в форме шара 139 бриллиантами общей массой около 1,32 карата, и бриллиантом оправки «бриолет» на заводной головке

Наполеон Бонапарт (1789)



Каролина Мюрат, королева Неаполитании (1808)



Ювелирные часы Breguet Reine de Naples с автоподзаводом из белого золота с рифленым овальным корпусным кольцом, браслетом в виде скрепленных цепочек из белого золота, 117 бриллиантами на безеле (общим весом около 0,99 карата), посеребренным золотым циферблатом с тильонированным узором и черным перламутром (Мантии), указателем фазы Луны в положении «12 часов», указателем запаса хода в положении «12 часов» и малой секундной стрелкой в положении «7 часов»



Ажурные ювелирные часы Breguet Crazy Flower Full Baguette категории High Jewellery Watches из белого золота со 193 лепестками из бриллиантов TW/IF-VVS огранки «багет» (58,87 карата) в подвижной оправе. Браслет категории «Высокое ювелирное искусство» украшен 150 бриллиантами TW/IF-VVS огранки «багет» (22,1 карата). Вынутый циферблат украшен pave из 206 8/8 перевернутых бриллиантов TW/IF-VVS классической огранки (0,8 карата). Вынутые вращающиеся стрелки. Часовая шкала с 20 бриллиантами TW/IF-VVS огранки «багет» (0,46 карата) Ободок с 66 бриллиантами TW/IF-VVS классической огранки (0,13 карата)

ческой лестнице, обязывавшее его демонстрировать такие изысканные предметы роскоши, как символы социального статуса и власти. Вслед за супругом несколько моделей приобрели Жозефина, и ее дочь королева Гортензия, и младшая сестра Наполеона Каролина Мюрат, королева Неаполитании. Одна из заказанных Каролиной Мюрат в 1810 году моделей, которую она оплатила

в 1811-м и получила в 1812 году, стала революционной: сверхтонкие часы с репетиром продолговатой формы были оснащены термометром и посажены на браслет из волоса, переплетенного с золотыми нитями. Далее королева пополняла свою коллекцию термометрами и барометрами Breguet и дюжинами покупала обычные, предназначавшиеся для подарков часы «поскромнее».

Еще один звездный заказчик появился у Бреге в 1804 году: Али Эфенди, бывший в то время министром военно-морского флота, заказал «самые лучшие часы с репетиром» для османского султана Селима III, о котором он, правда, согласно турецкому обычаю, отзывался тогда как о «самом выдающемся человеке в нашей стране... столь великом и высокопоставленном, что я не смею вслух произнести его имя». И замысел министра увенчался блестящим успехом: получив часы, император приказал изготовить для него еще одни такие же. «Ваша слава в Константинополе не знает границ, вся знать любит Ваши изделия!» — так спустя некоторое время Эфенди писал Бреге.

Селим III, султан Османской империи (1806)



2 апреля 1814 года в мастерской на Ке де л'Орлож появились два таинственных посетителя, которые оказались инкогнито путешествующими по Франции... российским императором и сопровождавшим его слугой. В бухгалтерских книгах Breguet имеются записи о том, что в этот день царь приобрел два экземпляра сложных часов, одни из которых были с репетиром. Авраам-Луи Бреге принял своего высокопоставленного гостя дома, в маленьком кабинете на втором этаже, там они смогли насладиться продолжительной беседой о часовом искусстве и разделили вечернюю трапезу. Во время этой памятной встречи Александр I заказал мастеру серию «педометров» — метрономов для регулирования времени маршировки (известно, что первые восемь из них он получил в 1820—1822 гг.). Царский поступок помог французскому мастеру восстановить приближавшийся в 1813 году к нулю объем продаж часов в России.

За исключительный вклад в развитие часового дела Авраам-Луи Бреге был избран членом Бюро географических координат, стал официальным поставщиком часов для Королевского флота, был принят в Академию наук, получил орден Почетного легиона из рук самого Людовика XVIII и т. д. Мастер умер в 1823 году, в возрасте 76 лет, успев еще при жизни войти в историю как один из самых гениальных изобретателей, совершивших величайший переворот в науке и часовом деле. И сегодняшний успех часовой компании Breguet, которую Авраам-Луи Бреге создал в свои 28 лет, по-прежнему достигает все новых и новых высот.



Эти наручные часы Breguet Classique с автоматическим механизмом из розового золота выполняются с шестью версиями циферблата (на выбор): с изображением одной из частей света (Америка, Европа или Африка), Азии и Океании. Самое яркое часовое усложнение, впервые в мире примененное в этой модели, заключается в мгновенной индикации времени второго часового пояса, синхронизированной с указателями даты, времени суток и города. Благодаря данной функции можно в любой момент узнать время в одном из двух предварительно выданных часовых поясов. Переключение индикации с одного пояса на другой осуществляется нажатием на кнопку, без нарушения нормальной работы часов. Диаметр корпуса 44 мм



Наручный хронограф Breguet Type XXI с автоматическим механизмом из розового золота с градуированным вращающимся безелем, люминесцентными стрелками и часовыми метками, с завышающейся заводной головкой. Дата, малая секундная стрелка, функция FlyBack. Водонепроницаемость 10 бар. Диаметр корпуса 42 мм



Юбилейные часы Breguet Classique Grande Complications с ручным заводом и шкалой секунд над кареткой турбийона, со смещенным в положение «12 часов» циферблатом, ручной отделкой титана, воронеными стрелками и 74 бриллиантами, украшающими безель и крепления ремешка (около 1,33 карата), и 25 бриллиантами (около 0,134 карата) на традиционной застежке

Наручный хронограф Breguet Marine с автоподзаводом из стали на белом каучуковом ремешке, с циферблатом из натурального перламутра, с малой секундной стрелкой, а также 30-минутным и 12-часовым счетчиками. Водонепроницаемость 5 бар. Диаметр корпуса 34,60 мм

Наручные часы Breguet Tradition с ручным заводом из розового золота с рифленым корпусным кольцом, циферблатом двух часовых поясов, указателем дня и ночи основного часового пояса в положении «10 часов» и балансом в положении «4 часа». Запас хода 50 часов. Диаметр корпуса 40 мм



Памяти художника-ювелира

БОРИС НИКОЛАЕВИЧ ХАРИТОНОВ (1938–2009),
ЗАСЛУЖЕННЫЙ ХУДОЖНИК РОССИИ



Б. Н. Харитонов получает орден А. К. Денисова-Уральского от герольдмейстера Фонда Фаберже В. В. Скурлова, зима 2009, Екатеринбург



Памятный сувенир «Три кортика – русская традиция» для московской встречи трех государств: России, Германии и Франции. 1998. Золото, серебро, рубины, эмаль, демантоиды, яшма



Композиция «Виолончель в футляре». Исполнена к 70-летию М. А. Ростроповича. 1997. Золото, бриллианты, титровый глаз, малахит. Резьба, гравировка, канфарение. В частной коллекции королевы Испании Софии

Борис Николаевич Харитонов ушел из жизни четыре года назад. В марте 2013 г. ему исполнилось бы 75 лет. Его отсутствие ощутимо, память о нем жива.

Борис Николаевич родился 12 марта 1938 г. в Челябинске, с 1940 г. проживал в Свердловске-Екатеринбурге. С 1954 г. начал трудовую деятельность учеником слесаря на инструментальном заводе. В 1970–1987 гг. работал в оптико-механическом объединении, исполняя подарочные изделия по особым заказам. Имел высшие разряды по ряду рабочих профессий. Окончил художественную школу, принимал участие в выставках. Изделия мастера хранятся в зарубежных и отечественных коллекциях (российского и французского президентов, германского канцлера, коллекции Ростроповича-Вишневской, испанской королевы и т. п.) и в музеях.

С 1993 г. работал в АО «Ювелиры Урала» ювелиром-модельером высшей квалификации, специализируясь на изготовлении эксклюзивных изделий. Творчество Бориса Харитонova отражено в многочисленных публикациях, в том числе в книгах

«Фаберже и петербургские ювелиры» (1997), «Ювелиры и камнерезы Урала» (2001), где ему посвящен целый раздел. За достойное исполнение заказов Управления делами Президента в ноябре 2000 г. ювелир получил звание Заслуженного художника России, а в декабре того же года награжден орденом Карла Фаберже — наградой Мемориального фонда Фаберже (знак № 05), «За выдающиеся заслуги в развитии традиций фирмы Фаберже и большие творческие достижения». По заказу фонда Фаберже в 2007 г. Борис Харитонов разработал проект ордена А. К. Денисова-Уральского. В 2008 г. он был награжден этим орденом (знак № 03) с присвоением звания Заслуженный деятель камнерезного искусства.

Борис Николаевич был одним из лидеров ювелирного искусства Урала эпохи 1980–2000-х гг., очень эрудированным человеком, собирал книги по ювелирному искусству и почтовые марки (такое же увлечение было и у членов семьи Фаберже). Он был душевным человеком, хорошим семьянином. Память о нем останется в наших сердцах.



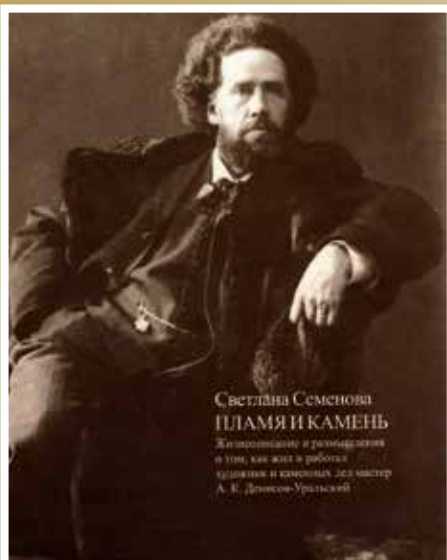
Поздравляем Светлану Валентиновну Семенову с юбилеем!

Имя и творчество великого гражданина России, патриота и первооткрывателя демидовского Урала всему миру Алексея Козьмича Денисова-Уральского сегодня незаслуженно забыты. Большая часть бесценного творческого наследия художника, завещанная им в 1924 году родному городу Екатеринбург, оказалась утраченной и рассеянной по всему миру. Журналист Светлана Валентиновна Семенова, кавалер ордена А. К. Денисова-Уральского (2008, знак № 04), всю свою творческую жизнь посвятила изучению биографии и творчества выдающегося уральского художника, камнереза, ювелира и общественного деятеля.

27 марта 2013 года Светлана Валентиновна отпраздновала юбилей, а в будущем году исполнится 150 лет со дня рождения Алексея Козьмича Денисова-Уральского, самого «уральского» из всех когда-нибудь живших на Урале художников. Именно Светлана Валентиновна открыла миру неординарную фигуру всероссийского масштаба, ею написаны три книги, посвященные знаменитому художнику: «Очарован Уралом» (1978), «Пламя и камень» (2007), «Алексей Денисов-Уральский» (из серии «Жизнь замечательных уральцев», 2011).

От всего сердца поздравляем нашего дорогого юбиляра и желаем ей крепкого здоровья, вдохновения и сил на дальнейшее служение благородному делу сохранения культурного наследия Урала!

Редакция журнала «Русский Ювелир»



Из книги «Пламя и камень» (2007):

«Судьба послала мне внезапную удачу. Встречу с большим талантом и с поистине подвижническим трудом, согретым вечно юношеской влюбленностью в родной край. Как все большое, он открылся не сразу. Сначала личность его казалась загадочной. Я замирала перед ним в немом благоговении, робея, не понимая, удивляясь.

...Он помог понять, как много может сделать человек, который имеет в жизни достойную всепоглощающую цель: все свои таланты, столь щедро отпущенные ему природой, поставил он на службу Уралу, не уставая ежечасно открывать родную землю России и всему миру.

Денисов-гражданин раскрыл и еще один жизненный секрет вечной своей юности и жизнестойкости. Таился он все в той же омолаживающей душу любви к родине. Она, эта любовь, окрыляла каждый день его жизни ненасытной любознательностью и свежими устремлениями, одухотворяла новыми перспективами и радостью побед».



АПРЕЛЬ

- 2 апреля** Галлямов Рустам Фаизович, директор ООО «Гродэс»
6 апреля Василенко Юрий Анатольевич, генеральный директор ООО «КЛИО»
17 апреля Кабукаев Тимур Кабукаевич, генеральный директор
ООО «Ювелиры Северной Столицы»
24 апреля Стрельников Михаил Петрович, генеральный директор ООО «Санис»
24 апреля Пилюшин Владимир Витальевич, главный редактор журнала «Русский Ювелир»
27 апреля Сидоренко Павел Юрьевич
30 апреля Николаев Андрей Олегович, генеральный директор ООО «Елана»

МАЙ

- 1 мая** Харитов Алексей Сергеевич, заместитель генерального директора СК
«БЕЛОКАМЕННАЯ»
6 мая Хитрина Елена Валерьевна, учредитель Группы компаний «НИКА»
6 мая Шиянова Маргарита Ивановна, коммерческий директор
компании «Русское Золото»
14 мая Тихов Игорь Владимирович, председатель совета директоров
ОАО «Красцветмет»
17 мая Бонецкий Антон, генеральный директор компании «Кристалит Корп»
23 мая Гольденберг Александр Альфредович, генеральный директор
ООО «Альком Ювелир»
23 мая Бадин Александр Анатольевич, генеральный директор компании
«Караваевская ювелирная фабрика»
24 мая Метельков Алексей Александрович, генеральный директор
ООО «Костромская ювелирная фабрика «Алькор»
28 мая Полуденный Федор Васильевич, заместитель генерального директора
Столичной ювелирной компании «Эстет»
28 мая Ахмедов Евгений Газанфарович, руководитель Ювелирного завода «Каст»
28 мая Поляков Владимир Григорьевич, генеральный директор компании Gold of Brazil
29 мая Рыбаков Александр Владимирович, президент ЗАО «Росювелирэкспо»
30 мая день рождения журнала «Русский Ювелир» — 17 лет



Средство для чистки ювелирных изделий

150 мл

50 мл



Перчатки
(хлопок, микрофибра)

Чистящая салфетка
для ювелирных изделий



Поллирующая салфетка
для ювелирных изделий (Классик)

Поллирующая салфетка
для ювелирных изделий (Премииум)