

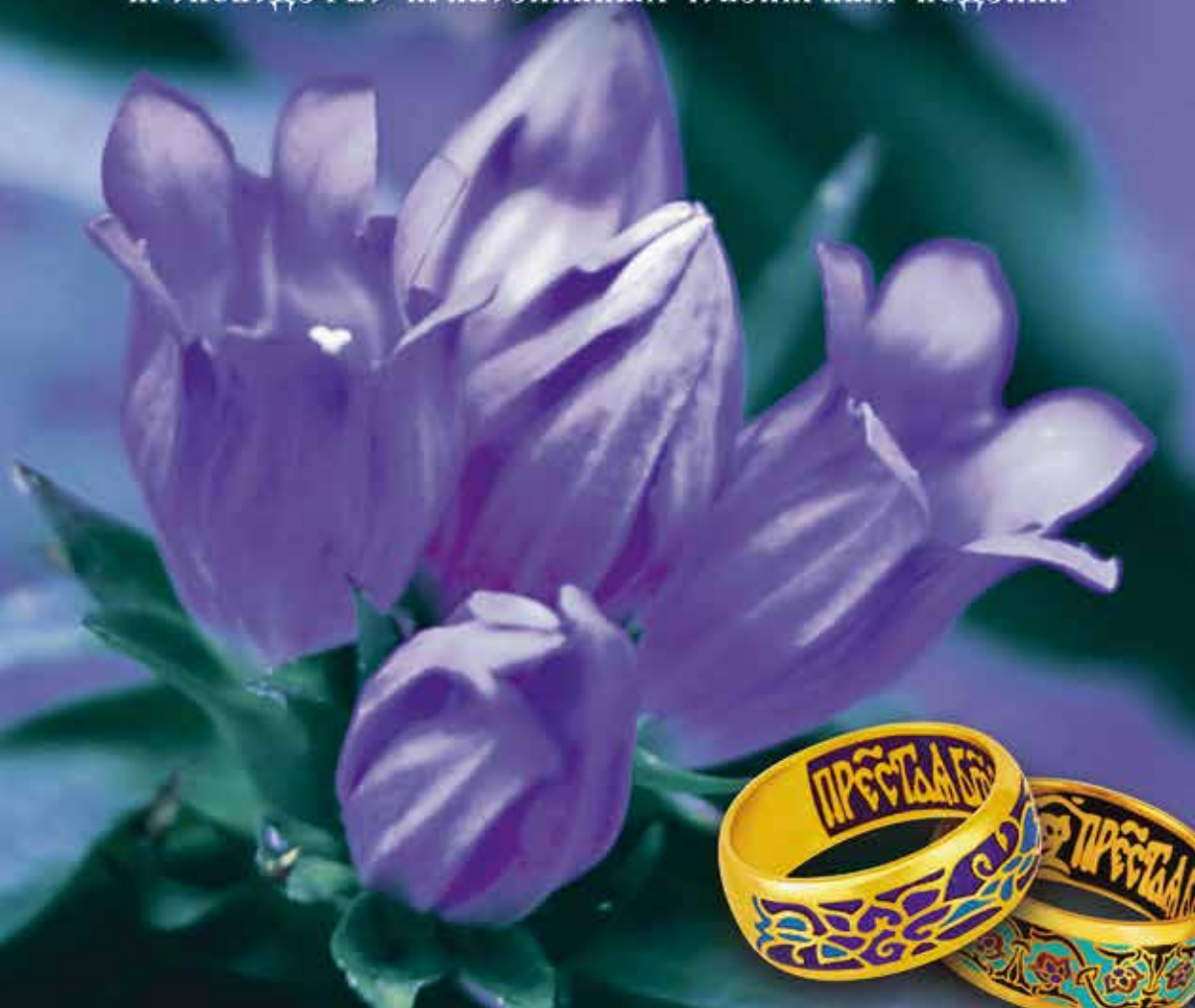
РУССКИЙ ЮВЕЛИР

май | 2013 (3)



БЛИЗКОСТЬ

ПРОИЗВОДСТВО ПРАВОВАЯНЫХ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДАНИЙ



18+



Baselworld 2013 |

VicenzaOro Spring 2013 |

Мнение эксперта. Луи Бартолески |

*1 сентября 2013 года нашей компании исполняется 20 лет.
Принимаем поздравления!*



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», № 3, 2013 год

ТИРАЖ 5000 экз.

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

ПЕЧАТЬ Типография «Премиум Пресс», Санкт-Петербург

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка

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



Журнал «Русский Ювелир» —
кавлер ордена «Карла Фаберже» III степени.

Журнал "Русский ювелир" основан в 1912 году,
возрожден в 1996 году



ООО «Елизавета»

Производство православных изделий

Адрес производства:

197438, Санкт-Петербург,
Коломяжский пр., д. 10

Торговый отдел: +7 (911) 283 25 19

Склад: +7 (960) 238 25 19

Тел./ факс +7 (812) 492 03 03

www.elizaveta925.ru

ooo-elizaveta@list.ru

Торговое представительство:

Москва, тел. +7 (926) 219 40 62

elizavetamos@gmail.com

содержание

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

6 Елизавета

ВЫСТАВКИ

8 Baselworld короткой строкой

38 VicenzaORO Spring 2013

58 УралЮвелир-Весна

60 Ювелирная выставка в Красноярске

ПОДИУМ

10 Baselworld 2013 — последние достижения часовой и ювелирной индустрии. Chopard

14 De Grisogono



12 Baselworld 2013.
Chopard



38 VicenzaORO
Spring 2013



42 Basel 2013: Лучшие модели швейцарских наручных часов

22

Carrera y Carrera



Мнение эксперта. Луки Бартолески **48**

18 Palmiero

20 Roberto Coin. Rosato Gioielli

21 Stephen Webster

22 Carrera y Carrera

26 Bohemme

30 Isabelle Fa

32 Vianna Brasil

33 Brumani

РЫНКИ

16 Кто не знает, что Италия прекрасна?

28 Французское мастерство а марше

31 Германия. Рост рынка

34 Китайский вкус швейцарской роскоши

36 Индийский экспортный сектор драгоценностей растёт

ЧАСЫ ГОДА

40 Basel 2013: Лучшие модели швейцарских наручных часов

СОБЫТИЯ

48 Мнение эксперта. Луки Бартолески

64 Проект «Украина и Фаберже»

ЮБИЛЕЙ

54 Достояние республики



18 Palmiero

54

Достояние республики



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-spb.ru, uss@uss-spb.ru

ООО «Ювелир-опт»
620014, г. Екатеринбург,
ул. Хохрякова, д. 74б, 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. 44б
тел.: (4212) 45-40-75,
(4212) 45-40-74
sale@zolrus.ru

ООО «Компания ИФК»
630108, г. Новосибирск,
1-й переул. 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 переул. д. 5, стр. 3
тел.: (495) 783-52-20, 517-74-46
rpc77@yandex.ru

**Целицентр
(ООО «Торговый дом
„Золотая линия“»)**
156002, г. Кострома,
ул. Ерохова, 4д
тел.: (4942) 37-17-22, 31-89-81
www.целицентр.рф
rdm950@yandex.ru

Православные образы в ювелирном искусстве современной России

В нашей жизни, полной суеты, скорости, ежедневной суматохи, есть несколько мгновений — вех, важных для каждого христианина. Это моменты, когда наша душа пребывает в гармонии, когда мы испытываем чувство собственного существования...

Это, конечно же, Пасха — Воскресение Христово, которое празднуется сорок дней, поэтому сейчас мы отмечаем наш самый главный, самый светлый праздник. В скором времени наступит еще один из главных христианских праздников — День Святой Троицы, когда во всех православных храмах совершается одна из наиболее торжественных и красивых служб в году.

Издревле на Руси существовал обычай, когда на церковные праздники, на престольные праздники каждого храма, на день Ангела преподносят дары. Близким людям, друзьям, священникам... Будет ли это маленький нательный крестик или архиерейская панагия — важно, чтобы они были выполнены в строгом соответствии с канонами Русской Православной Церкви. И потому эти праздничные дни, когда особой радостью светлы и наполнены наши сердца, мы хотим рассказать о тех, для кого православное ювелирное искусство — это дело жизни, кто при помощи собственного выразительного языка, современной техники исполнения возрождает церковное искусство...

ЛЕОНИД И ЕЛИЗАВЕТА ФИЛИМОНОВЫ

Компания «Елизавета» занимает лидирующие позиции по выпуску православных ювелирных изделий и входит в десятку крупнейших ювелирных компаний России. Творческий путь ее директора Леонида Филимонова начался в Художественном профессионально-техническом училище № 11, куда он поступил после окончания художественной школы. Именно тогда, в годы учебы в училище, им были сделаны первые кресты. Несколько лет художник оттачивал мастерство на заводе «Русские самоцветы» в должности мастера-ювелира. Опыт работы на старейшем в стране ювелирном предприятии дал Леониду Филимонову очень многое как творческой личности и предпринимателю. Ясно определилась цель: создание собственного ювелирного производства, выпускающего православную продукцию. Тогда же были сделаны первые шаги к созданию большой коллекции из серебра.



Сегодня «Елизавета» — современное предприятие с полным производственным циклом, коллекция которого составляют только православные изделия. Единство тематики не мешает богатству ассортимента производимой продукции. «Елизавета» выпускает нательные кресты, охранные кольца, образки, браслеты, серьги в технике черного серебра и горячей эмали. При этом модели удивляют своим разнообразием и художественной многогранностью. Леонид Филимонов видит успех коллекции в совместном подходе к созданию моделей: каждое произведение является результатом творчества всех работающих в мастерской художников, скульпторов и дизайнеров. Вместе с Филимоновым над их созданием трудятся О. Борисова, С. Акимов, В. Караблинов, А. Жданов, И. Головня, А. Архипов, Р. Ручкин, Е. Гаузельман, М. Алексеева, С. Сидоренко, Т. Гончарова, Е. Морозова, А. Широков, Л. Кузнецова, С. Воронцов.

Коллекции «Елизаветы» — это подлинно соборное искусство, творчество талантливых людей, объединенных общей целью, близостью духовных и эстетических идеалов. Художниками создано уже более 500 различных изделий, и с точки зрения Леонида Филимонова, это только начало. Компания динамично развивается, осваивая новые технологические и художественные рубежи.



Baselworld короткой строкой

25 апреля в старинном швейцарском городке Базель открылся всемирный форум часовщиков и ювелиров — Baselworld 2013. Организаторы зарегистрировали 122 тысячи посетителей из 100 стран. 1450 экспонентов из 420 стран представили свои новые коллекции, а 3610 журналистов из 70 стран приехали осветить это событие. Эти показатели свидетельствуют о том, что интерес со стороны посетителей к выставке вырос на 17% по сравнению с 2012 годом.



Фото: Baselworld®

В этом году перед участниками и гостями выставки предстали обновленные павильоны Messe Basel. Выставочный комплекс теперь охватывает площадь более 140 тыс. кв. метров и вмещает в себя 5 огромных павильонов, конгресс-центр, состоящий из 16 офисов для переговоров, концертный зал на 2500 мест, музыкальный театр, рассчитанный на 1500 мест, внутреннюю парковку на 1300 автомобилей.

BASELWORLD 2013, по словам организаторов, знаменует собой начало новой эры, имя которой — роскошь. По данным исследований, проведенных американским консалтинговым агентством Bain & Company и итальянской компанией Altagamma, мировой рынок предметов роскоши вырос примерно на 10% в сравнении с прошлым годом и в стоимостном выражении составил 212 млрд евро. При этом рост продаж предметов роскоши отмечается уже третий год подряд. Особенно высокий рост приходится на аксессуары и часы (+14%), за которыми следуют ювелирные изделия (+13%).

КИТАЙСКИЙ ДВИГАТЕЛЬ РОСТА

Клиенты из Китая являются основной причиной высокого роста продаж на рынке предметов роскоши. Согласно исследованию Altagamma, половина всех дорогих покупок в Азии совершена китайцами. И это касается не только Азии — на их долю приходится почти треть продаж в Европе, куда китайцы приезжают в качестве туристов. Высокие налоги на предметы роскоши в Поднебесной поощряют потребителей совершать покупки не в Китае, а за рубежом. Китай уже обогнал японских любителей роскоши, сегодня он занимает второе место, сразу за США. По мнению экспертов рынка предметов роскоши, китайский сектор рынка будет расти ежегодного на 4–6% в ближайшие три года. (Подробнее о китайском ювелирном рынке читайте на стр. 34.)

РАДУЖНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ ШВЕЙЦАРИИ

От такого развития событий большую выгоду получают швейцарские часовые компании, доля которых на мировом рынке часов составляет около 55%. По данным Федерации швейцарской часовой промышленности FH в Биле (Swiss Watch Industry FH in Biel), продажи швейцарских часов упали в прошлом году на 2,2% к 2011 году (в общей сложности было продано 29,1 млн наручных часов). Однако дорогие модели были особенно востребованы рынком. Их экспорт увеличился на 2,1 млрд швейцарских франков (1,7 млрд евро), что соответствует росту на 10,9%. В 2013 году эксперты предрекают рост в 8%, что соответствует развитию часового рынка в докризисные годы. Другими словами, часовой сектор возвращается к нормальной жизни. Еще одна приятная новость — пострадавшая от кризиса Европа стала крупнейшим драйвером роста в 2012 году: продажи часов выросли на 17%, правда, как отмечалось выше, рост этот стал возможен благодаря покупкам, совершенным китайскими туристами. В самом Китае рост составил всего 4%. В Гонконге, крупнейшем рынке сбыта швейцарских часов, рост составил скромные 6,8%. Продажи в Германии выросли на 33,1%, до примерно 1,2 млрд швейцарских франков — это наибольший рост экспорта в прошлом году. Следует оговориться, что и в Германии большая часть покупок швейцарских часов была совершена китайскими путешественниками. Таким образом, Китай и Гонконг теперь отвечают за треть мировых продаж швейцарских часов.

...ОДНО МАЛЕНЬКОЕ «НО»


Однако становятся очевидными первые признаки замедления роста и в этом успешном секторе рынка. По последним данным Федерации швейцарской часовой промышленности, февраль 2013 года показал снижение продаж в Китае почти на треть по сравнению с предыдущим месяцем. Экспорт в Гонконг упал на 24,4%. Вновь удивила Германия: продажи швейцарских часов в эту страну увеличились на 19,9%. Стоит отметить и США, экспорт в которые вырос на 6,1%. В целом, в феврале швейцарской часовой промышленностью зафиксирован незначительный дефицит в 2,5%, в то время как в январе он составлял 10,8%. Лидерами продаж являются часы стоимостью 3000 швейцарских франков и выше, потому и новое позиционирование BASELWORLD как храма роскоши более чем оправданно. 



Фото: Baselworld®



ГРИНГОР
St. Petersburg

*Мода проходит —
драгоценное вечно*



ПАЛЛАДИЙ С БРИЛЛИАНТАМИ



**ПОСТАВЩИК РОССИЙСКОГО
ИМПЕРАТОРСКОГО ДОМА**

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

Baselworld 2013 — последние достижения часовой и ювелирной индустрии

Специально к этой выставке лучшие мировые бренды готовят последние ювелирные и часовые новинки, которые становятся культовыми и обсуждаются общественностью в течение всего следующего года. Мы готовы рассказать о самых интересных и оригинальных новинках в мире ювелирных украшений и часов класса люкс. Большая часть этого выпуска посвящена коллекциям, представленным компаниями со всего мира на престижнейшей выставке Baselworld 2013.

Начинаем с коллекций одной из самых известных ювелирных марок Chopard.

FOR YOU — ЛЮБОВЬ КАК ТАЛИСМАН

Есть ли у любви власть, способная защитить любимого человека? Новая коллекция For You Ювелирного дома Chopard предназначена для тех, кто верит в таинственную силу камней, способных защищать и приносить удачу любящим и любимым.

Потому что счастье драгоценно, и оптимизм — один из его принципов. Можно сказать, что сопresident и художественный директор компании Каролина Шойфеле создала коллекцию, на которую наложены чары удачи, в которой представлены изысканные вариации на тему сердца, одного из символов Дома. Эта очаровательная и пасторальная коллекция играет с драгоценными камнями, как любовь играет нашими сердцами. В зависимости от вашей фантазии можно увидеть композицию, центр которой украшен круглым бриллиантом, окруженным лепестками цветка из сада Эдемского или четырехлиственный клевер — цветок-легенду, символ невероятной удачи. Наши предки верили, что клевер несет в себе великую силу любви, счастья, красоты и молодости. А если он наполнен огнем страсти и нежности к человеку, которого вы любите, — это настоящий талисман!



HAPPY DIAMONDS — ТРИЛОГИЯ СЕРДЦА

В романтической весенней коллекции Harry Diamonds серьги, кулоны и кольца посвящены теме любви и символике сердца. История «плавающих» бриллиантов началась еще в 1976 году с создания женской модели часов, на циферблате которых между двух сапфировых стекол свободно двигались несколько незакрепленных драгоценных камней. Следом появились серьги и кулоны. Вдохновением для создания линии Harry Diamonds стал водопад: ниспадающие капли воды, переливающиеся на солнце, свободно парили в воздухе... «Счастливые, потому что свободные», — объясняет название линии Каролина Шойфеле, сопresident Chopard.



С тремя сердцами и тремя бриллиантами, каждый из которых представляет время прошлого, настоящего и будущего, обновленная коллекция Harry Diamonds говорит о том, что любовь не знает границ. Первая геометрическая фигура имеет три элемента, и она представляет собой площадь. Поэтому число три устанавливает то, что твердо, реально, вещественно, завершено и цельно — божественное совершенство. Оно символизирует также вчера, сегодня и завтра. Вчера, то есть в древние времена, дарение кольца «без начала и конца» являлся признанием во вневременной преданности. В Средние века стало хорошей традицией дарить любимой кольцо с бриллиантами. Первое зафиксированное в истории упоминание кольца с бриллиантом, подаренного на помолвку невесте, встречается в 1477 году, когда Мария Бургундская обручилась с эрцгерцогом Максимилианом Габсбургом (впоследствии императором Священной Римской империи Максимилианом I). В это время бриллианты были очень редкими и дорогими и до этого момента практически не поддавались огранке. Вплоть до начала девятнадцатого века только члены богатых королевских семей могли побаловать себя такими украшениями. А в начале девятнадцатого, романтического и про-

цветающего века в нашей истории, благодаря королеве Виктории входят в моду помолвочные кольца с тремя камнями. Классическое символическое значение такого кольца — это прошлое, настоящее и будущее пары, каждый период взаимоотношений которых подчеркнут при помощи прекрасного бриллианта. Для пар с длинной историей такое кольцо становится напоминанием об их любви, для только что встретившихся — обещанием на будущее.





RED CARPET 2013 COLLECTION — ПЯТНАДЦАТЬ ЛЕТ РОМАНТИКИ

Показ новых драгоценностей из коллекции Red Carpet de Chopard всегда завершает презентацию новинок марки на Baselworld. Так было и на этот раз. Украшения этой коллекции посвящены красной дорожке Каннского фестиваля, чьим спонсором Дом Chopard стал еще в 1998 году. Red Carpet de Chopard состоит из двух частей: первая включает в себя драгоценности классических форм. К таким стоит отнести бриллиантовое колье-ошейник, сделанное из белого золота с бриллиантами огранки «роза» и «груша» общим весом в 183 карата. Белоснежное колье напоминает кружевной воротник, бриллиантовые нити которого равномерно спускаются вдоль шеи, а в центре украшения расположена эффектная деталь — белый грушевидный бриллиант весом в 5 карат. К классическим вещам относится и вечернее кольцо из белого золота, бриллиантов и расположенной в центре шпинели оттенка лаванды в 15 карат. Вторая часть Red Carpet de Chopard состоит из фантазийных украшений. В их числе кольцо-цветок из 18-каратного золота с рубинами, цаворитами, изумрудами и цветными бриллиантами и серьги-клипсы из 18-каратного белого золота с двумя овальными синими танзанитами (17 карат), разноцветными шпинелями (15 карат), турмалинами, аметистами и бриллиантами.





CRYSTALIT
corporation



реклама

УНИКАЛЬНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ЮВЕЛИРНЫХ КАМНЕЙ

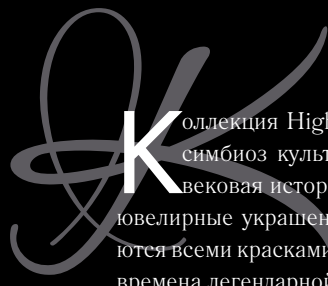
МОСКВА • КОСТРОМА • КРАСНОЕ-НА-ВОЛГЕ • ЕКАТЕРИНБУРГ • РОСТОВ-НА-ДОНУ
8 (800) 200 22 28 звонок с любого телефона бесплатный
www.crystalit.ru

De Grisogono

РОСКОШНЫЙ ВНЕШНИЙ ВИД И ВОПЛОЩЕНИЕ МЕЧТЫ

Роскошный дизайн — это то, к чему стремится мастер при создании ювелирного украшения. Для женщины подобное украшение — настоящая мечта. Высокое ювелирное искусство представляет собой магию роскоши и мечты. Драгоценные камни из недр земли превращаются в изумительные украшения, которые переливаются всеми цветами радуги.

Их блеск завораживает взгляд. Мечта никогда не угасает. С каждым сезоном природа добавляет новые цвета в свою палитру, служащую неиссякаемым источником вдохновения для представителей индустрии моды и высокого ювелирного искусства.



Коллекция High Jewellery — настоящая симфоническая поэма, симбиоз культуры и природы, в котором воплотились многовековая история и наследие великих цивилизаций. Элегантные ювелирные украшения из коллекции Sparkling Symphony переливаются всеми красками неба и земли, перенося нас в эпоху Каролингов и времена легендарной Персии. Здесь перекликаются традиции инков и тайные китайские обряды. Кажется, мы словно попали в золотой век.

Однако настоящий золотой век — это нынешнее время. С неизменным воодушевлением и новыми эмоциями мы вновь и вновь переживаем Ренессанс. Подтверждение тому — новые коллекции De Grisogono. За последние месяцы компания открыла новую страницу своей истории, представив миру необыкновенные изделия из редких драгоценных камней.

Коллекция Sparkling Symphony символизирует новый этап развития De Grisogono, которая отмечает в этом году двадцатилетний юбилей. Мечта жива...







Кто не знает, что Италия прекрасна?

ИТАЛЬЯНСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ НА ПУТИ К РОСТУ

По последним данным, представленным Всемирной ювелирной конфедерацией CIBJO, оборот ювелирной промышленности вырос на 1,9% и составил в денежном выражении 6,92 млрд евро. Более двух третей итальянского производства ювелирных изделий экспортируется за рубеж.

Бренд «Сделано в Италии», запущенный Институтом по защите интересов итальянских производителей, в настоящее время проходит глобальное возрождение. «Итальянизация» ювелирных изделий способствует немедленной узнаваемости компании, обеспечивает потребителю уверенность в происхождении и качестве продукции итальянского происхождения. Bulgari, Damiani, Roberto Coin — эти итальянские бренды класса люкс известны во всем мире.

ИТАЛИЯ ФОКУСИРУЕТСЯ НА КАЧЕСТВЕ И ДИЗАЙНЕ

Когда речь идет об экспорте, следует отметить, что рост в некоторой степени обусловлен повышением цен на сырье, особенно золото. С точки зрения объема экспорт ювелирных изделий снизился на 7,7%. Прошли те времена, когда Италия перерабатывала более 550 тонн чистого золота и носила титул чемпиона мира по экспорту золотых украшений. Но согласно исследованиям Всемирного золотого совета, итальянская ювелирная промышленность сохраняет стабильность развития, и Италия остается третьим крупнейшим экспортером золотых ювелирных изделий после Индии и США. Золотых дел мастера из ювелирных регионов страны, таких как Виченца, Арреццо, Валенца и Неаполь, смогли бросить вызов глобализации и связанным с ней усилением конкуренции. Для этого итальянская ювелирная промышленность перестроилась на выпуск товаров с более высокой добавленной стоимостью. «Качество, инновации и интернационализация не просто лозунги, — говорит представитель компании ASI Studi Industriali, — внедрение инноваций в производство позволило нам выпускать уникальный высокотехнологичный качественный продукт, который мы экспортируем в 150 стран мира. Благодаря инновациям экспорт ювелирных изделий увеличился на 11,4%».

MADE IN ITALY И МИРОВОЙ СПРОС

Основная часть экспорта итальянских ювелирных изделий — около 50% приходится на Европу, 21,8% из которого идет в Швейцарию, 15,2% — в Германию.

Около 17,2% изысканных итальянских украшений поставляется в Объединенные Арабские Эмираты (рост к прошлому году составил рекордные 44,7%), третьим важнейшим покупателем остается США с долей в 8,9%. Американский рынок восстановился в 2012 году, и здесь зарегистрирован рост на 7,2%. Продажи итальянских ювелирных изделий испытали существенный рост (15,5%) в Китай, а также в Гонконг (9,6%).

Экспорт в Индию остается ограниченным из-за особенностей законодательства Индии, направленного на поддержку собственных производителей.

СЛАБЫЙ ВНУТРЕННИЙ РЫНОК

Внутренний спрос на ювелирные изделия развивается слабо, что связано с финансово-экономическим кризисом. «Спрос на ювелирные изделия падает одним из первых в период рецессии», — сказал президент итальянской федерации ювелиров Лича Маттиоли. Продажа золотых ювелирных изделий в Италии существенно сократилась, по мнению экспертов, в стоимостном выражении от 9% до 10% в 2012 году. По данным итальянской федерации ювелирной розничной торговли, розничные продажи золотых украшений снизились на 20–25%. Общая выручка в золотом секторе в 2011 году составила 6,3 млрд евро, что на 16% меньше в сравнении с 2007 годом. Данных по 2012 году пока нет. Импорт ювелирных изделий в Италию упал на 2,7% в 2012 году — до 2 млрд евро. Это указывает на то, что внутренний рынок еще не восстановился. Остается гадать, восстановится ли он в ближайшее время, учитывая сложную внутривнутриполитическую ситуацию, чехарду с парламентом. Но сила итальянской ювелирной промышленности всегда была в ее экспортных способностях, и потому сосредоточенность на перспективных рынках Китая, Азии и Ближнего Востока могут вернуть итальянской ювелирной промышленности лидирующие позиции.



ВИССЕЛЛАТИ

Художественное собрание Palmiero

Несколько лет назад итальянский ювелир Карло Палмиеро создал кольцо под названием *Homage to Munch*. На этом драгоценном посвящении Эдварду Мунку была изображена знаменитая картина художника «Крик», которую Палмиеро воспроизвел в своей фирменной технике — паве из цветных драгоценных камней. Яркий узор с тончайшим переливом цветов был искусно выложен на изогнутой поверхности овального кольца с отверстием по центру. Так «Крик» положил начало собранию оригинальных интерпретаций известных художественных произведений в ювелирной миниатюре. Следом под маркой Palmiero Jewellery Design появились кольца, воспроизводящие чистую геометрию цвета и беспредметность линий Питера Мондриана и многоцветный абстрактный рисунок из точек и линий Василия Кандинского.



MUNCH THE SCREAM

Из сотни картин Пабло Пикассо Палмиеро выбрал едва ли не самую известную его работу — картину «Герника» 1937 года. Правда, из масштабного полотна размером 3,5 метра высотой на 7,8 метра длиной Пальмиеро воспроизвел лишь один выразительный лик античной маски, которая на картине влывает в комнату через окно и является свидетельницей происходящей трагедии.

А вот «Голубка» — знаменитый символ мира, который художник нарисовал в 1949 году как эмблему Всемирного конгресса сторонников мира. Контур птицы из белого золота заполнен паве из бесцветных бриллиантов на фоне ясного неба из синих сапфиров.

К творчеству Поля Гогена Карло Палмиеро обращается не впервые, в прошлом году он уже представлял кольцо с изображением экзотической растительности Таити с портрета «Женщина с цветком» 1891 года. Но в нынешнем году и сюжет выбран посерьезнее, и воспроизведен он на поверхности не одного, а целых четырех колец, лишь соединив которые вместе, можно увидеть малоизвестный портрет Гогена «Лулу» 1890 года. Сидящая на стуле девочка на каждом из колец отдельно совершенно не читается, а выглядит лишь как красочное паве из цветных сапфиров, коньячных и бесцветных бриллиантов, так что в идеале стоит приобрести все четыре кольца и таким образом стать обладательницей еще и своей маленькой тайны, ювелирно-художественной загадки.

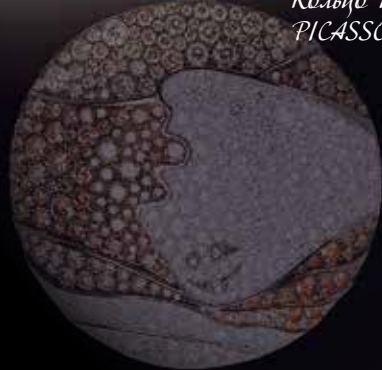
Произведения Василия Кандинского украсили первые в истории бренда часы Palmiero Jewellery Design. Многие клиентки бренда теперь могут любоваться на циферблате и корпусе многоцветными абстрактными композициями *Black Lines One* и *Black Lines Two* Кандинского.

И в часах, и в новых украшениях Art Collection баланс формы и сочетание цветов невероятно гармоничны, а ювелирная работа безупречна, так что, по сути, каждое изделие здесь является маленьким произведением искусства. И если настоящего Пикассо или Гогена вы себе вряд ли сможете позволить, то их ювелирную версию от Palmiero Jewellery Design — вполне.

(статья сайта watch-n-jewel.com)



Кольцо из коллекции
PICASSO GUERNICA



Часы из коллекции
KANDINSKY



Кольцо из коллекции
MONDRIAN



Кольцо из коллекции
PICASSO PEACE DOVE



Кольцо из коллекции
GAUGUIN



Пятый сезон Roberto Coin



Fifth Season является идеальной коллекцией для женщины, которые ищут в ювелирных изделиях не только сиюминутную красоту, но и качество.

Визитной карточкой и символом успеха Roberto Coin начиная с 1998 года остается красный рубин. Все ювелирные изделия этого бренда непременно имеют на внутренней стороне украшение из величественного красного рубина. Роберто Коин так же, как и древние египтяне, верит, что этот камень, прикасаясь к женскому телу, притягивает счастье, приносит удачу и благополучие.

Драгоценные предметы «Пятого сезона» интерпретируют и представляют различные выражения женственности: привлекательность, соблазнительность и нежность.

Оригинальный дизайн, инновационные технологии, высокий уровень исполнения, переплетение необычных текстур — вот отличительные свойства этой коллекции.

Rosato Gioielli

Укращения Rosato Gioielli созданы для того, чтобы сопровождать нас в каждый момент нашей жизни. Это своеобразные узелки нашей памяти: чашка утреннего кофе, воспоминания о путешествиях, которые мы совершили, и мечты о тех, куда еще предстоит отправиться, туфельки, которыми хотели бы владеть, любимая игрушка нашего детства... все уместилось на нашем запястье!



Полеты во сне

STEPHEN WEBSTER

Всемирно известный британский ювелир Стивен Вебстер представил в Базеле новые коллекции ювелирных украшений. Несмотря на некоторую узнаваемость и фирменные знаки (рок-н-ролльные символы, рыбные кости, филигранное литье), каждая коллекция Stephen Webster — это продукт, сочетающий в себе британский юмор, креатив и яркую индивидуальность.

В этом сезоне Стивен Вебстер для вдохновения заглянул в свои архивы, пересмотрел некоторые из своих знаменитых коллекций и представил их в новом свете. Мистическая Fly by Night — прелестная поэтическая фантазия на тему ночи и «насекающих ночь». Главная героиня линии — помесь бабочки и летучей мыши, гибрид красоты и уродства, которое по-своему гармонично и грациозно. Как и все коллекции, Fly by Night — это целая история, рассказанная с помощью драгоценностей. Каждый новый сезон прибавляет к ней новые эпизоды: линии уже четыре года, и в этом году она пополнилась новыми мистическими существами.

В последнее время многие дизайнеры стали посвящать целые коллекции новым сериалам. Особенным успехом пользовались персонажи «Аббатства Даунтон», «Подпольной империи», «Сплетниц»... Однако Стивен Вебстер, как обычно, пошел не самым тривиальным путем: его новая линия украшений Forget me Knot вдохновлена названием сериала «Букет колючей проволоки», который транслировали в начале восьмидесятых годов.

«Вы можете себе представить, насколько это сложная комбинация для перевоплощения идеи в ювелирную коллекцию!» — говорит Вебстер. «Я долго вынашивал идею этой коллекции, в которой все должно соответствовать главным кодам, с которыми ассоциируется наш бренд, — «Красота и опасность». Коллекция Forget me Knot просто вся в этом слогане».

Highwayman



В этом году самые трендовые металлы, на взгляд Стивена Вебстера, черное родированное золото, черное серебро, черная керамика, вороненая сталь. Во многих его коллекциях, представленных в Базеле, они доминируют.



Fly By Night

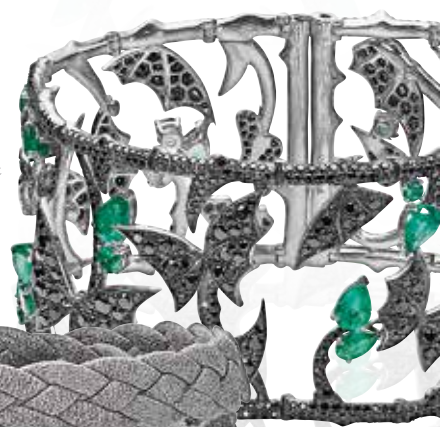
Fly By Night

Rayman



Fly By Night

Rayman



Сокровища империи

Ювелиры в поисках интересных идей для своих новых коллекций все чаще обращаются к истории и мировой культуре. Например, художников бразильского бренда H. Stern на создание новых форм вдохновляют то великие астрономы прошлого — Коперник, Галилео Галилей, то литературные образы — персонажи сказки Льюиса Кэрролла «Приключения Алисы в Стране чудес». На Anne Karениной в исполнении Киры Найтли сияли бриллианты Chanel Haute Joailler, а Tiffany & Co выпустили специальную коллекцию драгоценностей для нового фильма по «Великому Гэтсби». Испанская компания Saigera у Saigera обратила свой взор к эпохе Великих географических открытий, совпавшей с величайшим культурным подъемом в истории Испании.



Веласкес. Менины.
Автопортрет с членами королевской семьи

В XVI–XVII веках Испания стала культурным флагманом Европы, оставив после себя целый ряд выдающихся культурных свершений. В это время были написаны романы Сервантеса и пьесы Лопе де Вега, творили Эль Греко, Веласкес, Мурильо, Сурбаран.

Эту эпоху назвали золотым веком в истории испанского искусства, которое во всех своих направлениях подчеркивало величие империи, за столетие ставшей мировым культурным центром.

В империю, где никогда не заходило солнце, из Америки поставлялись тонны серебра, золота и драгоценных камней. Именно в это время зародилась традиция испанского ювелирного искусства.

Королевский двор питал особую страсть к драгоценностям. Они стали символом социального статуса: счастливыми обладателями ювелирных украшений были лишь избранные, приближенные ко двору особы. Большое количество драгоценных изделий приобреталось у самых выдающихся мастеров того времени.

Ювелирный дом Saigera у Saigera, история которого насчитывает более 115 лет, перенял традиции золотого века, возродив великую славу испанских драгоценностей. Он стал поставщиком многих царственных особ, начиная с королей Испании и заканчивая японскими принцессами.

Успех знаменитых испанских ювелиров начался с маленькой ювелирной мастерской, основанной Саторио Каррера в столице Испании в 1885 году. Сын Саторио, Хосе Эстебан, закрепил успех отца, отправившись в Париж обучаться ювелирному искусству у лучших мастеров того времени. Сегодня компанию Saigera у Saigera возглавляют праправнуки Хосе Эстебана, и по сей день компания следует традиционным формам ремесленного производства. Для Saigera у Saigera создание украшения связано не только с вдохновением, но и с историей, знанием художественных техник обработки. Таким образом, изделия Ювелирного дома превращаются в маленькие произведения искусства.

Великое прошлое Испанской империи и ювелирного искусства возрождается в новой коллекции Tesoros del Imperio от Saigera у Saigera, вдохновленной сокровищами Испанской империи. Впервые коллекция была представлена на выставке Baselworld 2013. Она включает в себя несколько направлений.

REINA (КОРОЛЕВА)

В те времена дамы и кавалеры носили объемные гофрированные воротники, известные как горгера. Даже стражники при дворе не обходились без этого аксессуара. Большой и пышный воротник заставлял держать голову несколько откинутой назад, что подчеркивало величие испанского гранда. Тогда же родилась поговорка: «У испанского дворянина может ничего не быть, но накрахмаленный воротник он иметь обязан». Для дам, которым было запрещено появляться в свете с открытой шеей и декольте, горгера также была незаменима.

Вдохновившись этими великолепными воротниками из легчайшего воздушного кружева, которые носили королевы и придворные дамы, Саггега у Саггега создавала перстни, серьги и подвески, в которых отражала роскошь эпохи. Их необыкновенная красота может сравниться лишь с императорской короной.

Изысканная комбинация белого и желтого золота в сочетании с бриллиантами; белое золото в сочетании с голубым топазом — все это создает легкость и видимость движения.

*Франс Пурбус Младший.
Королева Изабелла Французская, королева Испании.
Прадо*



VELÁZQUEZ

Эта коллекция была вдохновлена вышивками, тканями и цветами золотого века Испании. Можно по-настоящему оценить игру цвета и эффект парчи в изделиях из белого и желтого золота с аметистами.

В этой линии представлены изделия значительных объемов с богатой отделкой и отличительным матово-глянцевым эффектом, который является почерком мастеров Саггега у Саггега, — страстные формы с искрящимся блеском. Изящные изделия воплощают в себе культуру эпохи золотого века.

Веласкес. Портрет королевы Изабеллы. Прадо



ISABEL

Благодаря своему очарованию бриллианты стали источником вдохновения и обязательными атрибутами эпохи. Бриллианты являются символами чистоты и любви, а также экономического могущества.

Isabel — это романтическая коллекция, где главным героем является золото, а бриллианты придают изделиям чистоту форм.

Изделия из белого золота с бриллиантами, а также из белого и желтого золота с бриллиантами — для заключения вечных союзов.

*Алонсо Санчес Козьмо.
Инфанта Изабелла Клара Евения. Прадо*



CERVANTES

Вдохновением для коллекции Cervantes стали модные воротники этого величественного периода и кружевные манжеты сложной и тонкой работы.

Оригинальные изделия объемных волнистых форм являются отличительным признаком Испанской империи, где одежде и внешнему виду придавали огромное значение.

Мастерам Саггега у Саггега удалось воспроизвести черты изящных манжет эпохи золотого века, используя свои профессиональные знания в искусстве обработки золота.

Скульптурные, наполненные движением украшения отражают дух перфекционизма фирмы. Впечатляющую работу с деталями заключают в себе кольца, серьги и подвески из белого и желтого золота с бриллиантами.

*Мантоха де ла Крус.
Инфанта Каталина Микаэла. Прадо*



IX ОПТОВАЯ ЮВЕЛИРНАЯ БИРЖА

JUNWEX МОСКВА



14–18 СЕНТЯБРЯ 2013

ВВЦ, ПАВИЛЬОНЫ 69, 75

Время работы с 11.00 до 20.00

Главная задача выставки — способствовать заключению основных договоров на поставку и закупку всего необходимого ассортимента продукции на осенне-зимний период на основе корпоративного соглашения между членами Клуба «Российская Ювелирная торговля» и ведущими российскими производителями ювелирной продукции.



Только 5 дней
Более 600 производителей
Более 40 000 посетителей

Специализированная выставка технологий и оборудования для ювелирной отрасли
«JUNWEX Tech»

Специализированная часовая выставка
«JUNWEX Watch»

100%

АССОРТИМЕНТ

КОМФОРТ

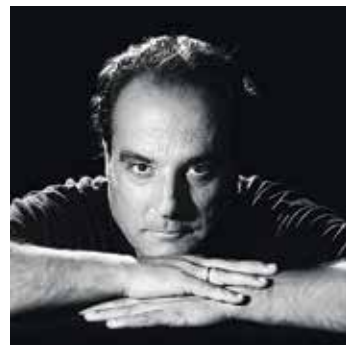
БИЗНЕС-КОНТАКТ

ПРИНИМАЮТСЯ ЗАЯВКИ НА УЧАСТИЕ или ПОСЕЩЕНИЕ ЗАРУБЕЖНЫХ ВЫСТАВОК 2014 г.:

VICENZAORO WINTER (Италия, январь); FREIBURG (Германия, апрель), BASELWORLD (Швейцария, апрель),
JCK LAS VEGAS (США, май-июнь), HONG KONG JEWELLERY & GEMS FAIR (Гонконг, сентябрь),
а также ювелирные выставки в Индии, Китае, Сингапуре, Турции, Японии

ВОHEMME

BOHEMME вернулась в Vicenzaoro Spring, одну из самых престижных и важных выставок в ювелирном мире, которая прошла с 18 по 22 мая в Виченце. Посетители оценили высокий уровень качества украшений Bohemme, их неповторимый винтажный стиль и роскошность.



Компания из Кордовы была основана в 2010 году Антонио Эспальо, дизайнером ювелирных изделий с тридцатилетним стажем. Ювелирные украшения компании BOHEMME выполнены с элементами ручной работы, в которых использованы испанские традиции, модный дизайн и непревзойденное мастерство, благодаря которому компания довольно быстро вышла на международный уровень. За короткое время она смогла покорить не только европейский рынок — почитатели марки могут приобрести ее изделия в Южной Африке, Латинской Америке, США, ОАЭ. В самое ближайшее время коллекции Bohemme станут доступны в Китае, Индонезии, Тайване, Гонконге и Сингапуре. В коллекциях, представленных на Vicenzaoro Spring, угадывается испанский темперамент — дизайнеры вдохнули в нее страсть, экспрессию и свою индивидуальность. Каждое украшение поражает своим выразительным дизайном и завораживает блеском камней.

Украшения компании BOHEMME станут любимыми в коллекции каждой женщины, ценящей оригинальность, изысканность и экстравагантность.



VICENZAORO ✕ about J



• AN EXCLUSIVE
EVENT
DEDICATED
TO THE JEWELLERY
COMMUNITY •

VENEZIA & VICENZA
SEPTEMBER 4 - 7 2013

pekrava


FIERA DI VICENZA


Banca
Popolare di Vicenza
Member of the Veneto Group of Banks

SUPPORTED BY


Associazione
Orofa
Vicentina

info@aboutjevent.com
www.aboutjevent.com

Французское мастерство на марше

Для того чтобы определить место Франции в мировом ювелирном рейтинге, стоит помнить о том, что с точки зрения экспорта она занимает пятое место в мире по поставкам часов и восьмое — золотых ювелирных изделий. Что же касается цифр, то в 2012 году было зафиксировано 5-процентное увеличение производства — до 2,1 млрд евро. Это соответствует докризисному уровню развития отрасли.



ROURE, кольцо из коллекции «Лураны». Белое и розовое золото, бриллианты

В денежном выражении экспорт вырос на 10%, продажа ювелирных изделий — на 7%, бижутерии — на 2%. А производство часов упало на 2%. Если рассматривать объемы продаж, картина несколько меняется: часовая промышленность показала увеличение на 4%, тогда как позиции в ювелирной (–7%) в значительной степени зависят от вида выпускаемой продукции. Специалисты Профессionalного комитета развития часовой и ювелирной промышленности Франции провели исследование 2000 точек в стране для анализа продаж в ювелирном и часовом секторах. Они сделали следующий вывод: 2012 год, конечно же, не достиг докризисного уровня продаж, но и катастрофического падения избежать удалось. В стоимостном выражении ювелирная и часовая промышленность показала продажи в 5,5 млрд евро, включая НДС, что на 2,2% больше, чем в 2011 году. Несмотря на эти положительные сдвиги, ситуация не из приятных: в течение десяти лет количество магазинов во Франции сократилось с 7700 в 2001 году до 6700 в 2011 году. Это падение сопровождалось полным переворотом в форматах магазинов, которые четко разделились на два отдельных сегмента: одни из них выбрали нишу «высококачественной роскоши», где средняя цена на часы и ювелирные изделия начинается от 1900 евро, и «бюджетные» магазины, средний чек которых составляет 120 евро. Именно эти две категории вышли на первое место, в то время как сектор продаж украшений и часов среднего ценового сегмента потерял значительную долю рынка.

ЗОЛОТАЯ РЕВОЛЮЦИЯ В 9 КАРАТ

Данные по товарообороту ювелирной и часовой промышленности показывают, что 18-каратное золото (750 проба) занимает 36% рынка, при этом его потери в пользу 9-каратного (375 проба) золота составили 8% за прошлый год. Изделия 375 пробы имеют очень хорошие перспективы дальнейшего развития, поскольку многие магазины пока еще только присма-



BACCARAT. Браслет и кольцо «Мания серебра»

ISABELLE LANGLOIS, коллекция «Бабочки». Ожерелье из розового золота с аметистами, розовыми кварцами, розовыми сапфирами и бриллиантами

GL PARIS, ожерелье, серебро, позолота

KORLOFF JEWEL, кольцо из коллекции «Природа». Розовое золото, бриллианты

KENZO, золотой браслет «Африка»

MARCHAK, брошь «Цветущий каштан». Бриллианты, желтое и белое золото, хрусталь по технологии pate-de-verre

NINA RICCI JEWEL, браслет из стерлингового серебра с кораллом

KIDONI, серьги из коллекции «Мои маленькие узелки». Белое золото, аметисты

триваются к этому типу золота. Серебряные украшения составляют 15% продаж, бижутерия — 10%, часы — 26%.

Оборот ювелирных изделий составил 3,6 млрд евро в 2012 году. В стоимостном выражении 18-каратные украшения по-прежнему дают 52,3% продаж, но они сокращаются в пользу 9-каратного золота (11,7%, тогда как в 2011 году этот показатель был всего 3%). Ситуация становится еще более интересной, если учесть, что средняя цена изделий из золота 375 пробы составляет 103 евро, а 750 пробы — 328 евро. То есть если рассматривать не в стоимостном, а количественном выражении, доля изделий из золота 375 пробы составляет 42% от продаж всех ювелирных изделий. От кризисной ситуации более всего пострадали украшения средней ценовой категории (от 300 до 999 евро), в то время как дорогие изделия (1000 евро и выше) потеряли лишь 4%. Следует также отметить, что продажи украшений из белого золота в 2012 году выросли (36% продаж), а из желтого золота несколько снизились (чуть более 30%).

НАСТУПЛЕНИЕ СЕРЕБРА

Продажи серебряных ювелирных изделий в 2012 году выросли на 1%, но и этим увеличивают долю рынка и в настоящее время составляют 19,6% от всех продаж ювелирных изделий в стоимостном выражении. Особое место среди серебряных украшений занимают подвески к чарм-браслетам, их продажи занимают 38% от продаж всех серебряных украшений. В отличие от них позолоченные серебряные украшения переживают спад, проигрывая в конкуренции с золотыми украшениями 375 пробы.

ЧАСЫ

Оборот часов во Франции показал прогресс на 4%, что подтверждает успех часового сектора. Однако при более пристальном внимании выясня-

ется, что в разных ценовых категориях тенденции различны: высококачественные часы стоимостью более 3000 евро наслаждаются ростом продаж в 17%, тогда как часы стоимостью от 1000 до 2999 евро потеряли 16%, а продажи часов ниже 50 евро снизились на 6%. Следует отметить, что 67% от продаж дорогих часов (от 3000 евро) приходится на мужские часы. Кроме того, часы из этой нишевой категории представляют наибольший интерес для туристов, которые зачастую едут в Париж, чтобы приобрести новинки от великих часовых брендов. Впрочем, это относится и к ювелирным украшениям знаменитых ювелирных домов.



ISABELLE FA

Isabelle Fa — идеальный союз ювелиров Ганса Георга и Изабель Мосснер из баварского городка Айзинген.

Точность и совершенство ювелирного мастерства этой семейной пары объясняется любовью к деталям и чистым линиям, что в сочетании и создает мощную ауру. А успех их коллекций — любовью к экспериментам, стремлением открывать все новые и новые вариации материалов, стилей, направлений.

В своих работах Ганс и Изабель используют далеко не самые простые материалы. Но любой металл, даже бронза, такая трудоемкая, требующая достаточно много времени на работу, становится подвластным их художественным идеям. Причем в уникальной мастерской Isabelle Fa все делается от начала до конца: от плавки руды до получения готового изделия по собственной уникальной технологии, секрет которой не раскрывается, что позволяет считать украшения от Isabelle Fa воплощением вечной классики, «символом постоянства и силы».



Германия. Рост рынка

Экспорт немецких часов и ювелирных изделий растет, но экономический кризис давит на продажи.

В начале 2012 года эксперты рынка были уверены в том, что германская часовая и ювелирная промышленность продолжит уверенный рост, который начался в 2010 году. Но по предварительным данным Федерального ведомства статистики продажи оказались более сдержанными, и ювелирам не удалось достичь рекордного уровня, который был зафиксирован в предыдущем году. Но это вполне объяснимо: напряженная экономическая ситуация, долговой кризис в зоне евро вряд ли способствуют бурному развитию отрасли. С учетом этих негативных факторов можно даже сказать, что этот сектор германской экономики развивается довольно успешно. Об этом же свидетельствует и позитивное развитие общего объема экспорта. Общий объем продаж в ювелирном секторе в 2012 году составил примерно 803 млн евро, то есть снижение составило 5% по сравнению с 2011 годом, в котором, в свою очередь, был зафиксирован

рост в 25%. Примерно 345 компаний немецкой ювелирной промышленности смогли сохранить число своих сотрудников на стабильном уровне — на отметке 5850 человек.

ЧАСОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Часовой сектор достиг общего объема продаж в 570 млн евро (на 2% меньше, чем в предыдущем году). Для сравнения: общий объем экспорта увеличился примерно на 8%, что в денежном выражении составило 1568 млн евро. Около 90 часовых компаний увеличили количество персонала примерно на 30%. Даже при том, что поступающие заказы остаются на среднем уровне, большинство компаний не теряют оптимизма и сосредоточены главным образом на экспорте изделий. Самая низкая точка глобального экономического спада, кажется, осталась позади. Во всяком случае, для немецкой часовой промышленности.



MEISSEN®

Ювелирная компания с 300-летней историей MEISSEN® Joaillerie знает, как объединить королевскую традицию и современную роскошь и удивить посетителей выставки в Базеле своими новыми коллекциями «Моя маленькая тайна» и «Свадебная коллекция».

«Моя маленькая тайна» исполнена элегантности, типичной для MEISSEN®, в которой чувствуется сдержанная европейская роскошь.

В свадебной коллекции интерпретированы известные творения MEISSEN®, такие как «Крещенные мечи» и «Королевские короны».

VICTOR MAYER

Искусство для поклонников. Ювелирные изделия — как хорошее вино: только знаток может определить разницу. Он знает, что нет альтернативы хорошему продукту и что качество — не просто иллюзорность. Оно проявляется в тщательности исполнения и многолетнем опыте работы, в симбиозе которых рождаются уникальные коллекции.



VIANNA BRASIL.

Жизнь — прекрасна!

В недрах бразильской земли скрыты настоящие сокровища. Здесь добываются прекраснейшие на земле драгоценности: благородные изумруды, небесного цвета аквамарины, многоцветные турмалины и удивительные аметисты... Эти драгоценные камни сверкают во многих королевских коронах, да и сегодня по-прежнему заманчиво мерцают для женщин во всем мире.



В ювелирных коллекциях VIANNA BRASIL камни занимают центральное место, и цветные драгоценности создают впечатление мерцающих капелек акварели. Компания развивается, превосходя мировые тенденции ювелирной моды, сохраняя при этом свои корни и традиции. Бразилия, которая казалась прекрасной мечтой, чем-то нереальным и неземным, благодаря VIANNA, становится доступнее...

Бразильская душа

Компания Brumani основана в Бразилии, и этот бренд в полной мере отражает силу этой страны, ставшей одной из самых быстрорастущих экономик в мире. Бразилия — страна контрастов и уникального смешения нескольких культур. Африканский темперамент, индейская мудрость и европейская рассудительность не просто уживаются вместе, но и рождают новую, особую культуру. Драгоценные предметы от Brumani — как портрет бразильской души, бразильского образа жизни, динамизма современности. Они созданы для стильных женщин всего мира, в том числе многих мировых звезд, таких как Дженнифер Лопес, Пенелопа Крус, Пэрис Хилтон, Эмили Блант, Дженнифер Лоуренс.

КОЛЛЕКЦИЯ «БАОБАБ»

Маленький принц, известный роман Антуана де Сент-Экзюпери, опубликованный в 1943 году, является самым читаемым, самым продаваемым и самым переводимым французским романом. Эта книга была переведена на 150 языков мира. Рисунки в книге выполнены самим автором и не менее знамениты, чем книга. А знаете ли вы, что Сент-Экзюпери впервые увидел баобаб во время поездки в Бразилию, и, увидев его, сделал первые зарисовки, ставшие затем знаменитыми иллюстрациями? И коллекция Baobab от Брумани хоть и вдохновлена образом этого величественного дерева. Россыпи аквамарин, рубинов, розовых турмалинов наводят на мысль об этом экзотическом дереве, невесте как и кем завезенным в Бразилию из далекой Африки. Все мы с детства помним о том, что молодые ростки розовых кустов и баобабов почти одинаковые. Но как знать, если ростки молодых баобабов не выпалывать каждый день — может быть они какой-то прекрасный момент могут обернуться розами?

БЛЕСТЯЩЕЕ ПЕРЕПЛЕТЕНИЕ

В основу коллекции Looping Shine заложен круг. Круги как соединение эмоций. Они как две руки, держащие друг друга. Они представляют собой привязанность и любовь ... Все эти эмоции выражены через теплоту розового золота в сочетании с сияющими бриллиантами и прозрачностью кварца.



Китайский вкус швейцарской роскоши

Китайские туристы тратят огромные средства в своих зарубежных поездках, скупая дорогие швейцарские часы и роскошные ювелирные изделия, в то время как в самом Китае спрос на предметы роскоши уменьшился из-за развернувшейся борьбы с коррупцией и более слабым, чем ожидалось, экономическим ростом. Быстрая индустриализация Китая и его становление в качестве второй по величине экономики мира после Соединенных Штатов, вызвал в стране бум на предметы роскоши. Покупатели демонстрируют ненасытный спрос на изделия известных брендов — от часов Rolex до ювелирных украшений Bulgari.



По прогнозам специалистов рынка китайские инвестиционные компании готовы начать массовую скупку известных часовых и ювелирных брендов, для того чтобы насытить огромный спрос Китая на предметы роскоши.

Первой в портфеле китайских инвесторов стала компания Soqim, известный производитель дорогих швейцарских часов. Теперь она принадлежит китайской компании China Haidian, которая уже владеет многими китайскими марками часов. В прошлом году компания China Haidian приобрела права на торговую марку Porsche Design. Компания имеет контракты на распространение японских марок Casio и Citizen в Китае.

Люксовые часовые бренды стремительно расширялись в последние годы как в Большом Китае, который включает Гонконг, Макао и Тайвань, так и на материковом Китае. Богатые китайские потребители являлись важным драйвером глобального роста бизнеса производителей товаров роскоши. Но продажи дорогих ювелирных изделий и часов, как, впрочем, и предметов одежды, замедлились в последнее время после пяти лет сумасшедшего роста.

Аналитик рынка Bain & Ко сказал, что продажи потребительских товаров роскоши на материковом Китае выросли до 260 млрд юаней в 2011 году в сравнении со 140 млрд юаней в 2008 году. Те пьянящие дни между 2008 и 2009 годами были отмечены резким 12%-ным увеличением продаж, а в 2010 и 2011 годах, когда остальной мир боролся с финансовым кризисом, в луху секторе Китая был отмечен 30%-ный скачок роста. Темпы роста впервые показали признаки ослабления в октябре 2011 года, и замедление может углубиться в результате решения Государственного Совета, направленного на борьбу с коррупцией. Совет ввел новые правила, которые запрещают покупки дорогих изделий для всех государственных учреждений. В прошлом чиновники обычно получали из общественного казначейства деньги на подарки — чаще всего украшения — для различных партнеров. Теперь, когда эта

практика запрещена, продажи эксклюзивных ювелирных изделий и часов в Китае упали. По словам Рикардо Гваделупе, генерального директора Hublot, Китай является большим и перспективным рынком, но на данный момент для его компании он составляет лишь 3% от всех продаж (за исключением Гонконга), совершающихся внутри материкового Китая.

«Наша задача состоит в том, чтобы добиться успеха в Китае. У компании есть огромный потенциал: я могу продавать в десять раз больше, чем это происходит сейчас. Китай — это большой и трудный рынок. Шаг за шагом все меняется, и мы прилагаем все усилия для успешных продаж на материковом рынке Китая».

Гонконг — это часть Китая, но он занимает особое место и является крупнейшим клиентом швейцарских часовых брендов. Гонконг импортировал часов из Швейцарии на 4,3 млрд долларов в 2012 году, что на 6,8% больше по сравнению с предыдущим годом.

На Гонконг, Китай и Сингапур вместе взятые приходится более трети мировых продаж. Однако тенденции продаж на азиатском рынке варьируются в широких пределах: если экспорт в Гонконг швейцарских часов вырос значительно, то в Китай он увеличился только на 0,6%.

РОСТ БЫСТРЫМИ ТЕМПАМИ

На прошедшую выставку в Базеле Китай привез самый большой пул журналистов: по словам организаторов, каждый седьмой представитель прессы из 3500 корреспондентов, прибывших освещать выставку, был из Китая. Это стало еще одним свидетельством важности для страны развития ювелирного сектора индустрии.

Первой китайской компанией, представившей свою коллекцию в престижном зале 2.1, стала TTF Haute Joaillerie. Произошло это в 2011 году.

В прошлом году TTF пригласила французского мастера Сержа Недо на должность технического руководителя по выпуску ювелирных изделий люксового сегмента. Проработав долгое время в ведущих между-



TTF



TTF



TTF

народных Ювелирных домах, в том числе в Boucheron, он принес свой 42-летний опыт в TTF. Президент компании TTF Франк Ву говорит, что 70% бизнеса компании приходится на китайский рынок, который растет очень быстро именно в дорогом сегменте ювелирных изделий.

«В течение последних трех лет мы ощущали большой рост на китайском рынке — ежегодно он увеличивается на пятнадцать процентов. Мировые бренды роскоши хотят войти на китайский рынок, поскольку они знают, что он растет с невероятной скоростью».

РОСКОШНЫЙ ТУРИЗМ

Пока Пекин продолжает свою кампанию против официальных государственных расходов на роскошь, богатые китайские туристы увеличивают свои расходы за границей.

Так, по данным аудиторской фирмы KPMG, покупки дорогих украшений и часов составляют 71% от всех расходов, сделанных китайскими туристами. Представитель швейцарской торговой туристической компании Global Blue говорит, что китайские потребители, путешествуя по всему миру, потратили в 2012 году 2,1 млрд евро в магазинах беспошлинной торговли, что составило рост продаж на 68% по сравнению с 2011 годом.

ОНЛАЙН-ПОКУПКИ

Недавнее исследование, проведенное KPMG, выявило, что из 538 миллионов китайцев, которые регулярно пользуются Интернетом, 40% респондентов, относящих себя к состоятельным, выразили повышенный интерес к онлайн-покупкам, в то время как в позапрошлом году такую заинтересованность выказали лишь 22%. Большинство (75%) пользуются Интернетом для того, чтобы сравнить цены на товары, 65% опрошенных — чтобы выбрать самую низкую цену. Тем не менее многие богатые китайцы по-прежнему воздерживаются от фактической покупки в Интернете (72%) из страха приобрести поддельный продукт, а 55% обеспокоены послепродажным обслуживанием.

Коллекция «Лотос белого нефрита» от TTF Haute Joaillerie

Идеальное сочетание утонченной китайской «Культуры белого нефрита» и смелой, яркой западной «Культуры драгоценного камня» — мощный симбиоз классической элегантности Востока и стремительного современного художественного обаяния Запада.

Нефрит занимает особое место в китайской культуре, его называют камнем жизни, который ценится выше золота и серебра. Китайские философы приписывали нефриту пять основных достоинств, отвечающих шести душевным качествам: его мягкий блеск олицетворяет милосердие, его твердость — умеренность и справедливость, полупрозрачность — символ честности, чистота — воплощение мудрости, и его изменчивость олицетворяет мужество.

Коллекция «Лотос белого нефрита», представленная на выставке Baselworld 2013, является продуктом совместных усилий TTF и четырех молодых дизайнеров, которые использовали нефрит в качестве основного материала и новаторски подошли к созданию новых образов. Линию Oglane отличает современность с присущими ей элементами моды. Работа Hidden Fragrance успешно отображает традиционную китайскую резьбу по нефриту, а White Jade Lotus — самый удивительный шедевр, изготовленный вручную из белого китайского нефрита. Как священный цветок традиционных китайских религий буддизма и даосизма, лотос является главной темой в поэзии и живописи Китая.



Индийский экспортный сектор драгоценностей растет

Индия является одним из наиболее быстро растущих экспортеров драгоценных камней и ювелирных изделий в мире, извлекая выгоду из огромного пула недорогой, но высококвалифицированной рабочей силы.

Эта самая густонаселенная страна в мире является одним из ведущих экспортеров золотых украшений и одновременно главным потребителем золота во всем мире. К тому же она имеет развитую алмазную промышленность — большинство алмазов проходит через Индию в течение производственного процесса. Индия благодаря низкой стоимости рабочей силы и высокому уровню развития промышленности готова бросить вызов традиционным алмазным центрам, таким как Антверпен.

Экспорт индийских ювелирных изделий растет: в 2011 году он равнялся 9,46 млрд долларов, а в 2012 году — 13,09 млрд долларов. Нужно сказать и о том, что индийские производители добились конкурентного преимущества над европейскими ювелирами в поставках своей продукции в некоторые страны. К примеру, у индийских ювелиров есть возможность экспортировать в США золотые ювелирные изделия беспошлинно (пусть и до определенного объема), тогда как итальянские украшения все без исключения облагаются налогом. И наконец, Индия активизировала продвижение своих ювелирных предприятий, занимающихся экспортом, с помощью ярких международных выставок, организованных Советом по содействию экспорта ювелирных украшений и драгоценных камней (GJERC).

Международная неделя индийской ювелирной моды (IJW) стала витриной индийского дизайна. Разнообразие индийской культуры имеет огромное влияние на дизайн ювелирных изделий, а GJERC активно продвигает молодых дизайнеров, содействуя экспорту индийских драгоценных камней и ювелирных изделий по всему миру.

ВНУТРЕННИЙ РЫНОК

Апрельский обвал цен на золото, самый крупный за последние 33 года, по большому счету дал возможность ювелирной отрасли не только Индии, но и всех других стран оживить спрос и увеличить продажи. Когда золото упало более чем на \$100 за один день, в Индии начался ажиотаж покупок золотых слитков и ювелирных изделий, так как покупатели расценили снижение цен как благоприятный момент для вложения средств. Но подъем ощущается не только в продажах ювелирных изделий. В скором времени в Индии ожидается большой рост на высококонкурентном внутреннем рынке часов. Во всяком случае, таковы прогнозы руководителей ведущих международных часовых брендов. На сегодняшний день индийский рынок для швейцарских часовщиков составляет около 110–120 млн швейцарских франков, доминируют на нем Omega, Rolex, Tag Heuer, Rado, Tissot и Hublot. Но в Индии существует и местный бренд Titan, который является лидером рынка. Он четвертый по величине производитель часов по объему продаж, и доход его в 2012 году составил около 240 млн швейцарских франков.




BAPALAL KESHAVLAL



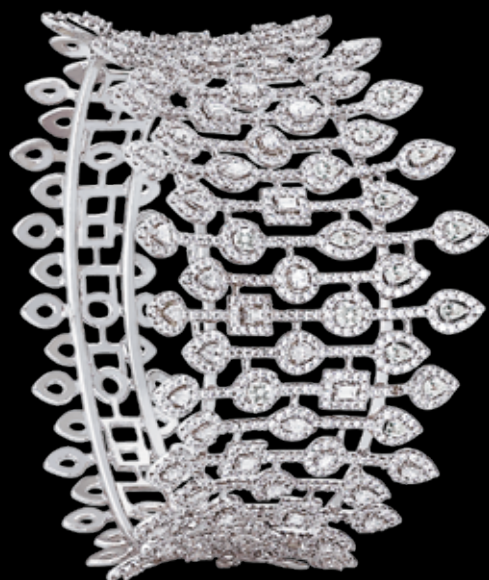
BAPALAL KESHAVLAL



Представляем новую коллекцию компании Bapalal Keshavlal, одного из ведущих международных ювелирных брендов Индии. В названии коллекции Auratam заложена тонкая игра слов: «Аурум» в переводе с латыни означает золото, «Аурат» — те части тела мусульманской женщины, которые должны быть обязательно прикрыты. Таким образом, эта коллекция — ода золоту, которое окутывает женщину с головы до ног, вызывая восторг и легкую зависть окружающих... 



BAPALAL KESHAVLAL





VicenzaORO Spring 2013

Светлана Пилушина

VICENZAORO X Spring

С 18 по 22 мая в Виченце прошла традиционная весенняя выставка. Буквально несколько слов по горячим следам. 1400 компаний, представляющих основные «золотые» итальянские регионы и ювелирные фирмы из 30 различных стран, 75 000 кв. м павильонных площадей.



Главная тема экспозиции «Будущее — сейчас!» включает в себя не только такие стороны бизнеса, как корпоративная социальная ответственность, межнациональные связи, но и более близкие для ювелиров темы качества, новаторства и, конечно же, тенденции, определяющие ближайшее ювелирное будущее. Прежде чем мы остановимся на проведенных мероприятиях, расскажем о главной новости: у выставки новый президент. Акционеры Vicenza Fiera, следуя выработанной стратегии, выбирают нового президента каждые три-четыре года, и сейчас прошло знакомство с Паоло Мантовани, вступившим в должность буквально на днях. Моложе всех своих предшественников, с хорошими амбициями и готовностью к серьезной работе. Планы на будущее пока не разглашаются, известно только, что в 2014 году будет открытие нового огромного павильона с интереснейшими дизайнерскими решениями, с парковкой и многими другими прелестями.

А теперь несколько слов о выставочных мероприятиях. Предвосхищающим событием стало открытие ретроспективной выставки «Итальянский дизайн и украшения», прослеживающей влияние дизайна на украшения и охватывающей период от 60-х годов прошлого века до настоящего времени. Очень насыщен-

ная, интересная экспозиция, о ней читайте в следующем номере. Одним из главных событий стало подведение итогов международной ювелирной премии Andrea Palladio. Премия за лучшую итальянскую коллекцию была вручена Паскуале Бруни, за лучшую международную коллекцию — Стивену Вебстеру, за лучшую международную бренд-коллекцию — компании «Картье», лучшую рекламную кампанию — «Дамиани групп» и «Булгари» и, наконец, за активное участие в социальной жизни — Роберто Коину. По количеству самых разных событий, проходящих во время выставки или приуроченных к ней, с VicenzaORO сложно конкурировать. Например, 18 мая 2013 года в Италии выпустили в обращение 5 почтовых марок, посвященных ювелирам и ювелирным шедеврам Италии, а также увенчали Виченцу званием ювелирной столицы. Впервые в истории нумизматики мы можем видеть драгоценности на почтовых марках.

В рамках кампании по представлению ювелиров Италии на самых разных рынках нашей планеты, VicenzaORO будет принимать участие в начале июня в Лас-Вегасе, в конце июня в Сан-Пауло, в августе в Мумбае, а в декабре — в Дубае.

А в сентябре нас ждут очень интересные выставки About J и VicenzaORO Fall 2013 — не пропустите!



STEFAN HAFNER



STEFAN HAFNER



NOUVELLE BAGNE



PORRATI



Ti Sento



VALENTE



VALENTE





BASEL 2013:

ЛУЧШИЕ МОДЕЛИ ШВЕЙЦАРСКИХ НАРУЧНЫХ ЧАСОВ

Незадолго до международной выставки BASELWORLD 2013 швейцарское экономическое издание Handelszeitung опубликовало данные, предоставленные консалтинговой компанией Brand Value Rating Agentur BV4 (Цюрих), которая занимается профессиональным анализом всевозможных торговых брендов. По итогам специального исследования часового рынка эта компания подготовила рейтинг наиболее дорогостоящих швейцарских часовых брендов: в списке Handelszeitung были перечислены 20 самых значимых и ценных часовых марок.

Основываясь на собственных научных методах, разработанных специалистами по товарным знакам и патентам, а также ведущими швейцарскими юристами и маркетологами, эксперты BV4 детально оценили как стоимость часовых брендов в денежном выражении, так и их нематериальную ценность. В итоге исследования современного часового рынка с учетом всех финансовых коэффициентов и прогнозируемых доходов они определили цифру так называемой ценности бренда (Brand Value Ratio, BVR): чем успешнее бренд, тем она выше.

«Как и любые другие бренды, часовые марки — не только группы товаров, но и устойчивые

психологические конструкции, формирующиеся в сознании потребителя. Известное название продукта представляет собой даже большую ценность, чем сам продукт, — считает президент Brand Value Rating Agentur BV4 Стефан Фоглер. — Популярный бренд — это основа успеха предприятия. Наши научные исследования доказывают, что предприятие, которое им владеет, развивается быстрее и стабильнее, чем хозяева малоизвестных марок».

О некоторых новейших моделях, представленных нам двадцаткой лидеров швейцарского часового производства на вновь прошедшей выставке BASELWORLD, — в этом обзоре ПЮ.

Место	Марка: компания-производитель швейцарских наручных часов	Стоимость бренда (в швейцарских франках)
1 место	Rolex (Женева)	4572 млн
2 место	Cartier (Женева)	2724 млн
3 место	Omega (Биль)	2696 млн
4 место	Patek Philippe (Женева)	1543 млн
5 место	Swatch (Биль)	983 млн
6 место	Breguet (Ле Брассю)	769 млн
7 место	TAG Heuer (Ля Шо-де-Фон)	761 млн
8 место	Longines (Сент-Имье)	732 млн
9 место	Chopard (Женева)	717 млн
10 место	IWC (Шаффхаузен)	693 млн
11 место	Jaeger-LeCoultre (Ле Сентье)	644 млн
12 место	Audemars Piguet (Ле Брассю)	635 млн
13 место	Piaget (Женева)	589 млн
14 место	Vacheron Constantin (Женева)	567 млн
15 место	Tissot (Ле Локль)	467 млн
16 место	Girard-Perregaux (Ля Шо-де-Фон)	371 млн
17 место	Rado (Ле Локль)	359 млн
18 место	Baume & Mercier (Женева)	338 млн
19 место	Breitling (Гренхен)	297 млн
20 место	Hublot (Нион)	288 млн

ROLEX

Женские наручные часы Rolex Oyster Perpetual с вечным календарем и автоподзаводом из коллекции Lady-Datejust Pearlmaster диаметром 29 мм объединили в себе самые высококачественные материалы и прекрасную оправу: корпус и браслет из 18-каратного золота Everose — сплава, изготовленного Rolex в его собственном плавильном цеху. Безель и массивные звенья браслета часов инкрустированы бриллиантами, а перламутровый циферблат украшен цветочным узором с напылением розового золота.



CARTIER

Мужские наручные часы Cartier Ballon Bleu Tourbillon Dual Time Jump Hour с расположенным в положении «6 часов» фирменным турбийоном с приподнятым мостом, выполненным в виде буквы «С», а также двумя дополнительными, расположенными друг против друга циферблатами. Диаметр корпуса этих часов, указывающих текущее время сразу в двух часовых поясах, достаточно внушительный: он составляет 46 мм. Лимитированная серия (50 экземпляров модели в корпусе из белого золота и 50 — из розового).



OMEGA

Женские наручные часы Omega De Ville Ladymatic Bicolour из 18-каратного желтого либо розового золота и нержавеющей стали с белоснежно-перламутровым (или коричневым) циферблатом текстуры, напоминающей сияние звезды. 11 бриллиантовых часовых индексов закреплены на подиумах из 18-каратного золота. Корпус диаметром 34 мм с полированным или усыпанным бриллиантами безелем из нержавеющей стали украшен бриллиантом фирменной огранки Omega, располагающимся на завинчивающейся заводной головке. Боковую часть корпуса защищают декоративные волны из золота и керамические вставки между ними и внутренним титановым корпусом. Сердцем часов является эксклюзивный калибр OMEGA 8520 (сертифицированный хронометр с четырехгодичной гарантией), оснащенный кремниевой пружиной баланса Si14 и трехуровневым коаксиальным спуском.

PATEK PHILIPPE

Мужские наручные часы Patek Philippe Ref. 5200 Gondolo 8 Days, Day & Date Indication, созданные на базе нового калибра 28-20 REC 8J PS IRM C J с ручным заводом и восьмидневным запасом хода: специально разработанный для этой модели механизм благодаря двойному барабану обеспечивает 192-часовой запас энергии часов, часть которой уходит на календарную индикацию. Напротив шкалы с числами на циферблате расположился индикатор запаса хода. Отличием этого нового калибра стало и то, что балансовая спираль Spiritox и спусковой механизм Pulsotax выполнены здесь из материала Silinvar.



SWATCH

Наручные часы Swatch относятся к самой простой категории часов (в отличие от всех остальных рассматриваемых нами здесь швейцарских брендов). Как и большинство моделей Swatch, этот кварцевый стальной хронограф YVS405G Silverish с тахиметрической шкалой из новой коллекции New Irony Chrono является сверхэкономичным прибором времени.





BREGUET

Ювелирные женские наручные часы Breguet Désir de la Reine с автотопзаводом, выполненные в стиле времен королевы Марии-Антуанетты (которой очень многим обязана старинная часовая марка Breguet), — времен самых первых поклонниц часового искусства, времен очаровательной элегантности королевских туалетов, головок-кружильных причесок, нарядов, кружев, лент и бантов. Корпус этих часов, выполненный из 18-каратного белого золота, украшен 146 бриллиантами «бриллиантовой» огранки. Фланец циферблата украшен 66 бриллиантами «бриллиантовой» огранки, бант декорирован 110 бриллиантами «бриллиантовой» огранки и тремя бриллиантами огранки «груша», а заводная головка — бриллиантом огранки «бриолет». Циферблат из посеребренного золота и перламутра украшен 18 бриллиантами «бриллиантовой» огранки. Два бриллианта грушевидной огранки на лентах, заходящих на циферблат. Атласный ремешок со складной застежкой, украшенной 26 бриллиантами «бриллиантовой» огранки. Общий вес бриллиантов около 5,6 карата.



TAG HEUER

Мужские наручные часы TAG Heuer Carrera MikroPendulumS — это первые в мире часы с магнитным турбийоном. 45-миллиметровый корпус часов изготовлен из специального инновационного материала, созданного на основе хрома и кобальта. Сквозь сатинированный циферблат антрацитового цвета видны два маятниковых турбийона с мостами, сделанными из цельного розового золота. Часовой механизм из 454 рабочих деталей имеет запас хода 60 часов. Эти часы TAG Heuer поставляют в комплекте с ремешком из кожи аллигатора.

LONGINES

Женские наручные часы Longines 100 Diamonds — продолжение традиционной коллекции знаменитых сверхтонких часов La Grande Classique de Longines. Диаметр этой модели, оснащенной кварцевым механизмом L209.2 (ETA E03.001), составляет 29 мм. Часы с 12 бриллиантовыми индексами, сапфировым стеклом и лаконичной индикацией часов и минут выполнены из нержавеющей стали и украшены 100 бриллиантами. Эта модель доступна в различных вариантах: с черным лакированным, синим или перламутровым циферблатом; на стальном браслете с тройной раскладывающейся застежкой либо на выполненном из черной кожи аллигатора ремешке с классической пряжкой.



CHOPARD

Выпущенные в честь года Змеи по восточному календарю наручные часы Chopard L.U.C. XP Ugushi Snake. Диаметр изящного ультратонкого круглого часового корпуса, изготовленного из 18-каратного розового золота, составляет 39,5 мм, его толщина всего 6,8 мм. Циферблат этих часов декорирован ручным изображением змеи, выполненным в традиционной древнеяпонской технике лакирования Ugushi. Этот лак не имеет мировых аналогов: он сделан из сока одноименного дерева, и его собирают в очень небольших количествах один раз в год, причем собранная смола хранится от трех до пяти лет, прежде чем ее начинают перерабатывать в лак. Эта часовая модель оснащена автоматическим мануфактурным механизмом L.U.C. 96.17-L с двумя вертикально расположенными заводными барабанами, децентрализованным микроторотом и запасом хода 65 часов. Часовая и минутная стрелки выполнены в стиле Dauphine, а на торце 4-мм заводной головки выгравирован логотип бренда (L.U.C.).



IWC

Мужские наручные часы IWC Schaffhausen Ingenieur Automatic Carbon Performance с автоматическим механизмом с системой подзавода Pellaton — знаковая часовая модель, представленная в честь начала трехлетнего периода, в течение которого IWC Schaffhausen будет выступать в качестве Official Engineering Partner гоночной команды Mercedes AMG Petronas Formula One Team. Трехкомпонентный корпус этих часов, подобно монококу гоночного автомобиля, весящему всего 60 килограммов, выполнен из карбона, использование которого прочно ассоциируется с миром гонок «Формула-1» (с начала 1980-х годов использование углеродного волокна полностью изменило отрасль по производству гоночных болидов). Углеволокно с нитями в пять раз тоньше человеческого волоса помещают в эпоксидную смолу, ему придается форма, которая затем подвергается термической обработке при очень высоком давлении, это и создает сверхпрочность. Карбон основного корпуса, бегели и задней крышки имеет разное плетение и придает поверхностям глубину и объемность. Ротор стилизован под поршни автомобильного двигателя. Сама форма корпуса и дизайн часов были разработаны легендарным Джеральдом Джента (Gerald Genta) еще в 1976 году для первых часов серии Legendary Ingenieur SL. Диаметр корпуса часов составляет 46 мм, его толщина 14,5 мм. Ограниченная серия этих часов выпущена по 100 экземпляров в версиях с красными или желтыми акцентами циферблата и прошивкой комбинированного ремешка из каучука и текстиля.



JAEGER-LECOULTRE

Наручные часы Jaeger-LeCoultre Rendez-Vous Celestial с великолепной картой звездного неба, занимающей главную часть гильошированного, декорированного ляпис-лазурью и бриллиантами циферблата, на котором размещены накладные часовые индикаторы. Диаметр часового корпуса, выполненного из белого золота и инкрустированного 155 белыми бриллиантами общим весом 2,09 карата, составляет 37,5 мм. Автоматический механизм Jaeger-LeCoultre 809, обладающий 40-часовым запасом хода, перемещает звездный диск на одно деление каждые 23 часа 56 минут и 4 секунды. Зодиакальный календарь показывает положение созвездий в настоящий момент, благодаря чему эту часовую модель можно смело назвать превосходным инструментом по проведению астрономических наблюдений.





AUDEMARS PIGUET

Раритетный музыкальный мужской наручный хронограф Audemars Piguet Tradition Tourbillon Minute Repeater Chronograph с не подвластным времени шармом, турбийоном и минутным репетиром с двумя гонгами, выполненный по образцу карманных часов 1920-х годов в форме подушечки из коллекции частного музея. Посеребренный с вертикальной лучистой отделкой циферблат украшают золотые стрелки и накладные арабские цифры. Диаметр титанового корпуса этой часовой модели, выпущенной лимитированным тиражом (двумя ограниченными выпусками: 10 экземпляров из розового и белого золота и 10 — из титана и белого золота), составляет 47 мм. Такой размер максимально усиливает звук репетира, делая его объемнее и приятнее на слух, поскольку в большом корпусе из легкого и твердого материала звуковые волны распространяются лучше: качество звучания часов с боем во многом зависит от материала и внутреннего объема корпуса. Модель оснащена отменным мануфактурным швейцарским ручным калибром AP 2874 с запасом хода 48 часов.

PIAGET

Традиционно ультратонкие, музыкальные мужские наручные часы Piaget Emperor Coussin XL Ultra Thin Minute Repeater с самым тонким в мире автоматическим механизмом минутного репетира 1290P. Этот калибр состоит из 407 частей, а его толщина составляет 4,8 мм. В этой часовой модели выполняет также роль циферблата: с помощью сапфирового стекла с антибликовым покрытием механизм здесь выставлен на обозрение — как впереди, так и с обратной стороны. Шкала часов представляет собой накладные золотые индексы, которые закреплены на внутренней части сапфирового стекла. В то время как механизм внутри новинки считается самым тонким в мире, сам автоматический минутный репетир таковым не является. Корпус Piaget Emperor Coussin XL изготовлен из 18-каратного золота, и его размер составляет 48×9,4 мм.



VACHERON CONSTANTIN

Женские наручные часы Vacheron Constantin Metiers d'Art Florilege — завораживающая трилогия Queen, China Limodoron и White Lily, созданная мастерами швейцарской часовой мануфактуры как яркая дань уважения утонченным ботаническим иллюстрациям Англии XIX века. Изображения взяты из знаменитой книги Роберта Джона Торнтон «Ботанические иллюстрации: экзотическая флора» (The Temple of Flora), опубликованной в 1799 году. Растения на циферблатах часов выполнены в технике декоративной эмали и гильоше, а также инкрустированы драгоценными камнями.

Техника печати «меццо-тинто» позволила достичь разной глубины цветového тона, а гравюры, выполненные в технике кислотного травления «акватинта», раскрашены вручную: здесь прорисована каждая деталь, а сами растения изображены на фоне экзотических или европейских пейзажей либо спокойных упорядоченных предромантических пейзажей Англии XIX века.



TISSOT

Мужские наручные часы Tissot T Complication Squelette в стальном корпусе диаметром 43 мм. Эта скелетонизированная часовая модель открыто демонстрирует глубины механизма и принцип его работы в 3D-варианте: не требуется надевать специальные очки, чтобы внимательно рассмотреть расположенный за прозрачным стеклом и закрепленный на стилизованных «спицах» колеса калибр Tissot с ручным заводом и 48-часовым запасом хода.



GIRARD-PERREGAUX

Женские ювелирные наручные часы Girard-Perregaux 1966 Lady 38 mm отличаются изысканным сочетанием благородных материалов теплых цветов и плавностью тонких изогнутых линий, символизирующих течение времени и образующих сияющие переходы от корпуса к циферблату, от перламутра к бриллиантам. Для создания этих часов было использовано 119 бриллиантов (1 карат): 47 из них украшают элегантный циферблат часов и еще 72 — изготовленный из розового золота часовой корпус, в котором кроется сложное механическое произведение. Калибр GP03300 с автоматическим подзаходом, изготовленный в мастерских мануфактуры Girard-Perregaux, демонстрирует лучшие часовые традиции Дома. Платина и мосты продольно матированы, фаски скошены, поверхности украшены жемчужным зернением и узором Côtes de Genève. Этот часовой механизм состоит из 205 деталей и имеет 46-часовой запас хода.



RADO

Механический коллекционный хронограф Rado D-Star Automatic Chronograph Rattrapante Limited Edition с автоподзаходом, выполненный из черной матовой высокотехнологичной керамики. Монолитная конструкция корпуса этих часов, выпущенных ограниченным тиражом (250 экземпляров), делает их легкими и устойчивыми к появлению царапин. Своему названию коллекция Rado D-Star Rattrapante обязана интегрированному в модель механизму с двумя секундными стрелками, позволяющими измерять два одновременно начинающихся отрезка времени. Водонепроницаемость 10 бар (100 м).



BAUME & MERCIER

Мужские наручные часы Baume & Mercier Clifton Complete Calendar Moon Phase с автоподзаходом и 42-часовым запасом хода выпущены в двух версиях: с серебристым или синим циферблатом с лучистой отделкой. Диаметр круглого стального корпуса этих часов составляет 43 мм, его толщина 12,25 мм. Как и в большинстве представленных на BASELWORLD 2013 часовых моделей, переднее стекло и прозрачная завинчивающаяся задняя крышка этих часов сделаны из сапфира, покрытого антибликом. Модель оснащена отделанным и декорированным швейцарским калибром Dubois Depraz 9000 с функциями индикации часов, минут, секунд (центральные стрелки), даты (специальная центральная стрелка на круглой шкале циферблата), дня недели и месяца (буквенные указатели в апертюрах, расположенных соответственно в позициях «11» и «13 часов»), а также индикатором текущей фазы Луны (указатель в положении «6 часов»). Часы поставляются на черном ремешке из кожи аллигатора с тройной раскладной застежкой.



BREITLING

Мужские наручные часы Breitling for Bentley B06 Chronograph из 18-каратного розового золота (или из нержавеющей стали) на ремешке из крокодиловой кожи (или на каучуковом ремешке), с вращающимся зубчатым безелем, с тахиметрической шкалой. Стилизованный решетчатый циферблат с накладными часовыми индексами и часовой и минутной стрелками с белым люминесцентным покрытием. Эта часовая модель с отлично отделанным и декорированным мануфактурным швейцарским автоматическим калибром Breitling B06 с 70-часовым запасом хода оснащена индикаторами часов и минут (центральные стрелки), секунд (на малом боковом циферблате, расположенном в положении «9 часов»), даты (цифровой указатель в апертюре, расположенной между «4» и «5») и хронографом: это центральная секундная стрелка, совершающая круг по циферблату за 30 секунд, а также 15-минутный счетчик в положении «3 часа» и 6-часовой счетчик в положении «6 часов». Калибр часов официально сертифицирован COSC (Contrôle Officiel Suisse des Chronomètres) в качестве хронометра. Диаметр корпуса этих часов составляет 49 мм, водонепроницаемость — 10 бар (100 м).



HUBLOT

Мужские наручные часы Hublot MP-05 LaFerrari с ручным заводом, турбийоном, 50-дневным (!) запасом хода и необычным дизайном, демонстрирующим расположенные в ряд 11 барабанов (которые и позволяют достичь столь значительного запаса энергии механизму, состоящему из 637 деталей). Диаметр каретки турбийона, расположенного сбоку, составляет 14,5 мм. Индикация часов и минут осуществляется с помощью алюминиевых цилиндров, расположенных справа от барабанов. Слева дизайнеры поместили цилиндр с индикацией запаса хода часов. Механизм заключен в титановый корпус с черным PVD-покрытием, а форма сапфирового стекла повторяет очертания автомобиля Ferrari, в честь которого и названа эта удивительная модель. Лимитированная серия (50 экземпляров).



Мнение эксперта

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ — НОВАЯ ТЕНДЕНЦИЯ МИРОВЫХ ПРОЦЕССОВ?

В апреле 2013 года в Москве в рамках Школы ювелирного дизайна стартовал специальный проект итальянского маэстро Луки Бартолески. В рамках проекта прошли семинар «Стили, мода и дизайн ювелирных украшений: основные тренды» и мастер-класс «Проектирование ювелирных украшений с бриллиантами и украшений доступной ценовой категории».

32 специалиста из 13 городов России и ближнего зарубежья, причастных к проектированию и созданию ювелирных украшений, участвовали в проекте.

Итальянский маэстро дал эксклюзивное интервью руководителю Международного Бизнес-центра «6 карат» Татьяне Шикалович. Предлагаем вашему вниманию полную версию состоявшейся беседы.



Лука, расскажите, какие процессы, на Ваш взгляд, происходят на мировом ювелирном рынке.

Программа семинара и мастер-класса, с которой я впервые приезжал в Россию, основана на двух основных темах — проектирование коллекций ювелирных украшений высокого уровня и «экономичных» украшений.

Такой выбор неслучаен. Он построен на многолетнем наблюдении за процессами, происходящими на ювелирном рынке. Понятно, что под воздействием финансового кризиса он просто не мог не измениться. Общая ситуация неуверенности характерна практически для всех рынков. И это ведет к общему поиску новых решений для дальнейшего движения и развития, в том числе и на ювелирном рынке.

По моему мнению, в последние годы на ювелирном рынке произошло резкое разделение в секторе самых востребованных украшений. С одной стороны — украшения высокого уровня, которые благодаря узнаваемости бренда и мощным средствам коммуникации противостоят сложившейся ситуации и продолжают хорошо продаваться.

С другой стороны — «экономически доступные» украшения, которые в некоторых случаях достигают глобальных продаж, и причем в значительных количествах.

Во вторую группу украшений входит достаточно большое количество типов и разновидностей продукции. На мастер-классе мы отмечали их особенности и различия.

Особое место на рынке занимают украшения с бриллиантами. Эти изделия продолжают оставаться самыми востребованными и ценными потребителями

ювелирных украшений. И потому мы много говорили о том, как используются бриллианты в дорогих украшениях, в изделиях с небольшим количеством бриллиантов, а также в украшениях доступной ценовой категории.

Маэстро, на семинаре поднималась тема о тесном взаимодействии мира моды и мира ювелирных украшений. Как эти отношения сегодня влияют на ювелирный сектор?

На мой взгляд, до конца восьмидесятых годов граница между миром моды и миром ювелирных украшений была очень четкая.

Начиная с 1990-х годов происходит активное проникновение модных брендов в мир ювелирных украшений.

Это вторжение привело к неизбежным изменениям в известных ювелирных компаниях. Они, в свою очередь, вступили в отношения с миром моды и стали производить не только ювелирную продукцию. Чаще всего это аксессуары из кожи, а также духи и очки.

Такое смешение жанров и игроков спровоцировало, в свою очередь, изменение восприятия украшения, отношения к нему. От ювелирного украшения, изготовленного с учетом сложившихся традиций и классических канонов, мы перешли к проектированию ювелирных украшений, к которым предъявляются другие требования, продиктованные модой и стилем жизни.

Стала забываться реальная ценность украшения. При этом все большее значение имеет стилистическая привязка, которая представляет человека, сообщает о его вкусах.

Этот механизм мира моды создал некоторую неразбериху в мире украшений. Действительно, становится



все труднее понять границу — что является, а что не является ювелирным украшением.

Основное различие, конечно же, основано на использовании драгоценных материалов. И это остается несомненным для «высоких» украшений и явно «золотых» изделий.

Но типология украшений все же претерпела глубокие изменения: сейчас возможны сочетания самых различных материалов по своей драгоценности и типу обработки.

Например, при создании высоких ювелирных украшений все чаще используют наравне с драгоценными материалами альтернативные материалы, которые придают изделию оригинальность.

В качестве примера можно привести недавнюю коллекцию украшений Louis Vuitton. Они выполнены из белого золота, с бриллиантами, с сапфирами... и с голубой по цвету керамикой. Еще несколько лет назад такой выбор был бы неприемлем. А сейчас, напротив, это производит впечатление.

Присутствие логотипа бренда на украшениях — это тоже яркий пример произошедших изменений.

На семинаре помимо украшений высокого уровня мы рассматривали многочисленные изделия, где грань между украшением и украшением-аксессуаром все более и более размывается.

Несомненно, что многие модные бренды отыгрываются, используя украшения на презентациях коллекций с целью коммуникации. Неповторимость этих изделий, выполненных не из драгоценных материалов, заключается в том, что они представлены именно как коллекции ювелирных украшений. Это и есть пример того факта, что границы понятия «ювелирное украшение» размыты.

Лука Бартолески, итальянский дизайнер-ювелир, имеет двенадцатилетний опыт руководства дизайн-центром компании Bulgari, владеет собственной ювелирной студией, преподаватель Европейского института дизайна в Риме.

Конечно, такая тенденция, когда происходит изменение восприятия украшения и когда в украшениях появляются не всегда драгоценные элементы, очень интересна. Такое украшение все же остается украшением, оригинальным и с уникальными характеристиками.

В ходе проекта Вы предложили слушателям список брендов, на которые ориентируется ювелирный мир. В чем залог их столь долговременного успеха?

В последние годы авторитет известных брендов был основным элементом в утверждении и успехе украшений высокого уровня. Присутствие бренда не только на развитых рынках, но и на вторичных, как и в мире моды, дает широкие возможности распространения и усиления позиции бренда, его имиджа. Все это приносит хорошую прибыль.

Не подлежит сомнению и тот факт, что сейчас благодаря своим огромным коммуникативным возможностям бренды действительно стали еще в большей степени, чем в прошлом, ориентиром в ювелирном секторе. И для меня было важным в ходе проекта проанализировать вместе со слушателями, как эти бренды в течение многих лет смогли выстроить свою «историю», создать свой неповторимый имидж,

продукцию, которую всегда можно узнать. Важно, как при этом действовал их специфический способ коммуникации.

Оригинальность и идентичность (неповторимость) — вот аспекты, которые важно отметить при разговоре о брендах. Эти две темы лежат в основе успеха бренда и должны определять деятельность любой фирмы.

Участники проекта подробно разбирались, в чем заключается оригинальность и идентичность, для того чтобы понять, как разрабатывается замысел и проектируется любое украшение, любая коллекция.

Вы долгое время возглавляли дизайн-центр в известной компании Bulgari. Ищали идеи, создавали известные узнаваемые украшения, влияли на ассортиментную политику популярной компании. В чем неповторимость и где черпают вдохновение специалисты Bulgari?

История Bulgari начинается в Греции, откуда и происходит семья, создавшая этот бренд. Затем она переезжает в Неаполь, а оттуда в Рим в конце XIX века. В 1930—1940-е годы компания Bulgari становится достаточно известной и начинает производить оригинальные украшения с использованием каменной-кабошонов. В 1950—1970-е годы бренд Bulgari завоевывает все большую известность благодаря развитию международного туризма в Италии, а также в связи с расцветом киноиндустрии в Риме. Там снимается множество фильмов, в основном исторические эпопеи. Многие международные кинозвезды живут в Риме, знакомятся с Bulgari и покупают много драгоценных украшений. В этот период стиль Bulgari приобретает оригинальные характеристики.

Основные темы, откуда Bulgari черпает вдохновение и сегодня:

— Первая тема привязана к украшениям Древнего Рима и Греции. Конечно, этот выбор продиктован страной происхождения семьи и страной, где семья живет.

— Вторая тема основана на влиянии индийской тематики, в основном это касается использования цветных драгоценных камней. Это влияние очевидно в использовании кабошонов. В течение многих лет это было отличительным знаком стиля Bulgari.

— Третья тема — архитектура. В основном это влияние архитектуры итальянского Возрождения и рационализма 1930-х годов.

Памятуя об этих правилах, всегда можно узнать стилистические выборы и предпочтения, которые определяли коллекции Bulgari последних десятилетий.

Маэстро, Вы сказали, что наряду с рынком высокой ювелирной моды активно видоизменяется рынок украшений доступной ценовой категории. Что, на Ваш взгляд, происходит в этом секторе?

Рынок ювелирных украшений доступной ценовой категории очень интересен, так как он велик и разнообразен. В последние годы в силу расширения рын-

ков и финансовой неуверенности во многих странах украшения эконом-класса стали стратегически важным продуктом для роста многих фирм. Это также облегчило распространение брендов по многим географическим регионам.

Сектор этих украшений включает в себя большое количество видов продукции, и их довольно сложно классифицировать.

К этой категории, безусловно, принадлежат украшения entry price крупных ювелирных брендов. Они производятся в основном из золота с драгоценными и полудрагоценными камнями. Но их конструктивные характеристики очень изменились. Они все больше проектируются и создаются производственным способом.

Дизайн этих украшений — это касается в основном известных брендов — ориентируется на простоту и легкость исполнения. Часто обработке подвергается поверхность изделия, чтобы придать украшению особый характер и создать впечатление ручной работы. Среди итальянских брендов, использующих поверхностную обработку как отличительный знак, следует отметить Pomellato и Marco Bicego.

Другая категория, не менее важная, представлена серебряными украшениями. Тут часто применяются комбинации с некоторыми золотыми элементами и камнями.

Особенно быстро развивающаяся категория — украшение-аксессуар. В этой категории можно увидеть огромное количество изделий с различными характеристиками.

Интересно рассмотреть украшения из недорогих металлов и камней, но с дорогой обработкой поверхности. В этой области появилось много новинок, где применяются самые современные технологии.

Какие интересные бренды, торговые марки можно отметить в ювелирном секторе эконом-класса?

Особым успехом последнее время пользуется бренд Pandora. Он сумел создать солидный имидж в категории недорогих украшений, сочетая необычность коммуникации с очень невысокой ценой. Основная характеристика — модульность элементов. Это позволяет клиенту самому собирать свое персональное украшение.

Персонализация (создание единственного и неповторимого изделия) в зависимости от вкуса и момента покупки — это основная характеристика рассматриваемых украшений.

Очевидный факт — международный успех украшений Swarovski. В них самым выигрышным образом используются его характерные хрусталики. Эти украшения выглядят очень современно. При этом бренд искусно использует большое разнообразие цветов и обработки хрустала и очень хорошо привязывает свои украшения к тенденциям моды.

Безусловно, анализ деятельности торговых марок в области ювелирного дизайна, применяющих столь

интересные находки и фирменные «фишки», поможет участникам мастер-класса двигаться в нужном направлении.

Лука, Вы много говорили с участниками проекта о новых технологиях, которые способствуют развитию и продвижению новых интересных коллекций ювелирных украшений. О чем шла речь?

К своему приезду в Россию я подготовил большой иллюстративный материал, в котором представлен многочисленный ряд украшений доступной ценовой категории, выполненный с помощью новейших технологий.

Среди таких технологий можно назвать:

- 3D-технологии, используемые на разных стадиях производства ювелирных изделий.

- Использование лазера для резки металла и других природных и искусственных материалов.

- Хромирование и гальваническая обработка ювелирных изделий.

- Использование искусственных камней или специального хрусталя.

- Применение металлического напыления методом PVD. Использование золотого покрытия разных цветов.

- Использование инновационных технологий по спеканию металлических порошков методом 3D.

- Использование смолы с различными цветовыми и поверхностными эффектами.

Мы обменялись своими знаниями с участниками проекта — часть из этих технологий в России уже применяется. Некоторые же вызвали неподдельный интерес. И мы тут же во время мастер-класса с помощью Интернета нашли ювелирные итальянские компании, которые используют интересные способы обработки металлов, придающих украшению необыкновенный, нестандартный вид. Надеюсь, что такой опыт пригодится моим российским коллегам.

Участники проекта, обращаясь к Вашему многолетнему опыту в Bulgari, часто в ходе проекта задавали вопросы по алгоритму создания коллекций ювелирных украшений. Существует ли такой алгоритм?

Четкого алгоритма создания коллекций, на мой взгляд, не существует. Это процесс, который трудно до конца унифицировать. Но мы, конечно, можем говорить о правилах, которые важно учитывать при разработке любой коллекции ювелирных украшений на предприятии.

Например, на первом этапе важно разработать так называемое общее задание по созданию конкретной коллекции. В разработке общего задания обязательно участвуют руководители подразделений, маркетологи, специалисты отдела продаж, представители креативного отдела. А вот рекламный отдел, на мой взгляд, подключается после выпуска первых эскизов коллекции.

Общее задание создается на базе коммерческих возможностей предприятия. При этом важно в самом начале четко определить и описать типологию и количество продукции, которая входит в коллекцию: кольца, серьги, колье и так далее. Важно установить ценовую категорию выпускаемых украшений и обозначить четкие сроки выхода коллекции на рынок.

Одно из фундаментальных правил при создании коллекций — определить конкретные ожидания от их продажи. Только после этого рассматриваются материалы, технологические процессы, способы обработки украшений, входящих в коллекцию.

И как ни странно, эстетический аспект, общий дизайн коллекции вытекает из всех вышеперечисленных факторов после разработки основных пунктов общего задания.

Мастро, подведем итоги нашего разговора...

В общем, можно отметить, что мир ювелирных украшений претерпел серьезные изменения. Но главное, ему удалось сохранить желание людей носить украшения и при этом учитывать огромные социально-экономические изменения, которые произошли за последние годы.

У людей осталось желание сообщить посредством выбора украшения о своей жизненной позиции и при этом выразить свою индивидуальность.

Это подтолкнуло производителей украшений к поиску изделий, которые могли бы передать оригинальность и неповторимость новыми способами, созвучными с постоянно меняющимися стремлениями и желаниями клиентов.

С этой точки зрения интересно наблюдать, как все чаще и чаще клиент одновременно носит очень дорогое кольцо и бижутерию — брошь или колье.

И, на мой взгляд, трансформация и эволюция значения и восприятия украшения должны всегда учитываться при создании новой продукции. Искренне желаю этого российским ювелирам.



РЕПОРТАЖ С МЕСТА СОБЫТИЙ

ИТАЛЬЯНСКИЙ ПРОЕКТ ШКОЛЫ ЮВЕЛИРНОГО ДИЗАЙНА ГЛАЗАМИ ОЧЕВИДЦА

9 и 10 апреля 2013 года я посетил мастер-класс Луки Бартолески в Москве.

Мероприятие состояло из двух частей: теории и практики.

Сначала маэстро рассказал о своем опыте работы в Bulgari и о мировых тенденциях в ювелирной отрасли. На этом этапе кроме художников и дизайнеров слушателями были руководители фирм и сотрудники коммерческих подразделений, что должно в перспективе способствовать развитию взаимопонимания между коллегами на всех этапах производства.

Маэстро сопровождал рассказ показом своих работ, брендовых изделий фирмы и продукции конкурентов. Присутствующие получили список ведущих производителей и соответствующий сжатый, но содержательный визуальный ряд от авторитетного аналитика, что поможет им продолжить и углубить самостоятельный анализ тенденций и вдохновиться на создание собственных идей.

Маэстро охотно и откровенно, насколько это позволяла профессиональная этика, поведал об особенностях проектирования украшений, приоритетах ведущего производителя, месте и значении дизайна в европейской ювелирной отрасли. Судя по количеству вопросов к докладчику, наибольший интерес у слушателей вызывала связь между развитием спроса и принципами проектирования в условиях экономического кризиса.

Первая часть оказалась познавательной. Из нее стало ясно, что подход к проектированию изделий в Bulgari действительно в корне иной, как и спрос на европейском рынке.

Вторая часть семинара была посвящена созданию концепта ювелирной коллекции. В качестве напутствия Бартолески напомнил о главном, чем должен руководствоваться дизайнер, начиная разработку идеи: она должна иметь потенциал вырасти в ювелирную коллекцию, охватывающую оба ценовых сегмента, и обеспечить полноценную гарнитурность в каждом из них.

Кроме того, рисуя, нельзя забывать о тех, кто будет носить изделия. Персонально подходя к каждому дизайнеру, Лука спрашивал, корректно делал замечания, направлял — в общем, вел себя как рачительный шеф-дизайнер именитой компании.

Желающие могли продолжить общение с маэстро самостоятельно или с переводчиком в перерыве за чашкой кофе и в обед.

Мне как выпускнику свердловского «АРХа» все это напомнило семестровую клаузуру, только без



Тимур Фахреев — главный дизайнер по трехмерному моделированию ООО «Ювелирная мануфактура» — «Ринго» (Екатеринбург):

шума, форсажа и переживаний по поводу оценок. Думаю, что и демонстрация своего творческого экспромта, состоявшаяся сразу после практической части, — хорошее упражнение по развитию профессионального общения.

Хочется особо отметить внимание организаторов к тому, чтобы обеспечить полноценный диалог между участниками мастер-класса и докладчиком. Перевод в обе стороны был на высоте, что особенно важно, когда речь изобилует специфическими профессиональными терминами.

Кроме того, организаторы постарались побудить творческих людей к общению, которые, как известно, в большинстве своем сложно идут на контакт, особенно учитывая новизну такого формата, как мастер-класс, в российской дизайнерской среде.

Судя по некоторой скованности участников, большинство из них, как и я, присутствовали на подобном мероприятии впервые, что и подтвердилось во время беседы в перерыве. В связи с этим можно пожелать владельцам отечественных производств чаще отправлять своих творцов на выставки, семинары и просто в ознакомительные поездки.



Специально для тех, кто не любит писать конспекты и рисовать схемы, были предоставлены переведенные на русский язык копии лекции — в печатном и цифровом видах. Участники получили также необходимые блокноты, бумагу и инструменты для практической части, так что можно было ни о чем не беспокоиться и ехать налегке.

Очень удобным было и то, что мероприятие проходило в гостинице «Измайлово», поэтому гости города имели возможность не тратить время на передвижение и подольше поспать.

В целом, организация мероприятия была на высоте, а общение дружелюбным, отчего по завершении осталось ощущение приятно проведенного времени.

Кроме того, на память о мастер-классе участники получили сертификаты с автографами Луки Бартолески, а сразу по возвращении домой — подробный фотоотчет по почте.

В завершение хотелось бы пожелать «Шести каратам» дальнейших успехов в организации обучения, а участникам — больше новых интересных встреч!



Достояние республики

26 апреля исполнится 85 лет человеку, которого называют «достоянием республики», а также основателем ювелирной промышленности Якутии. Тарас Гаврилович Десяткин — личность легендарная не только в Республике Саха (Якутия), но и в России. Человек большой, неординарной, насыщенной событиями жизни и сложной судьбы. Как человек неравнодушный, болеющий за дело, активно откликающийся на все перемены, происходящие в стране, в 1991 году Т. Г. Десяткин стал инициатором создания новой отрасли в республике — ювелирной — и организовал ювелирный завод «Золото Якутии», который решением правительства республики стал головным предприятием ювелирной промышленности.

Когда в 1998 году вышла его книга, для нее просто не могло быть иного названия, кроме как «Золото, алмазы и моя жизнь».

Так с чего же началась «золото-алмазная» жизнь этого легендарного человека?

СТАНОВЛЕНИЕ ЛИЧНОСТИ

По его собственному утверждению, с замечательных людей. Окончив Ленинградский горный институт в 1953 году, он по распределению поехал работать на Урал, где по тому времени были самые современные высокомеханизированные шахты. Как сказал Тарас Гаврилович в одном из интервью: «Приобретенный мною опыт, практические навыки были просто неоценимы для работы на родине». И через полтора года он вернулся в Якутию на шахту Кангаласская. В 1957 году был назначен главным инженером, а затем начальником шахты Джебарики-Хая. В 1960 году был переведен на рудник Мирный треста «Якуталмаз», в 1969 году преобразованный в Научно-производственное объединение «Якуталмаз», заместителем генерального директора которого он стал. И всюду ему посчастливилось работать с замечательными людьми и отличными специалистами, которые помогли ему стать настоящим профессионалом своего дела. В объединении «Якуталмаз» он занимался внедрением новой техники на знаменитой трубке «Мир». И потому, когда в 1972 году он занял должность начальника крупнейшего в республике золотодобывающего предприятия, объединения «Якутзолото», он в первую очередь занялся техническим перевооружением отрасли. Именно Тарас Гаврилович поднял на новые высоты золотую отрасль: если в 1973 году было добыто золота 31,9 тонны, то в 1975 году — уже 36,5 тонны. Таких темпов роста производства золотодобывающая отрасль Якутии не знала за всю свою историю. 10 марта 1976 года Указом Президиума Верховного Совета СССР Тарасу Гавриловичу Десяткину присвоено звание Героя Социалистического Труда с вручением ордена Ленина и золотой медали «Серп и Молот». В том же году он назначен генеральным директором ПО «Якутзолото». В годы руководства Т. Г. Десяткина с 1972 по 1991 год объединением «Якутзолото» были достигнуты высокие показатели объемов добычи золота, введены в действие крупные производственные мощности, такие



Тарас Гаврилович Десяткин, Почетный президент ОАО «Золото Якутии». Награжден двумя орденами Ленина (1971, 1976), орденом Октябрьской Революции (1983), двумя орденами Трудового Красного Знамени (1969, 1981), медалями, знаком «Шахтерская слава» 1-й, 2-й и 3-й степени

как Депутатский оловорудный комбинат и Сарылахский горно-обогатительный комплекс. Страна перестала зависеть от импорта олова и сурьмы. Тарас Гаврилович внес огромный вклад в развитие экономики Якутии — согласитесь, вполне достаточно достижений в жизни одного человека! Но это еще не все.

ЯКУТСК — НАШ ОТЧИЙ ДОМ

В прошлом году Якутск, город, с которым связана жизнь Тараса Гавриловича, праздновал свой славный юбилей — 380 лет со дня рождения.

Любить родной город, гордиться им свойственно каждому горожанину, но не каждому удается внести личный вклад в его улучшение. Для Тараса Гавриловича социальная ответственность предприятия — не просто слова, а один из приоритетов работы. Он понимал, что свою социальную миссию предприятие в основном выполняет в местах своей дислокации. И то, что центральное управление объединения «Якутзолото», предприятия союзного значения, находилось в Якутске, — личный вклад Десяткина в развитие города. Для Якутска были специально спроектированы, профинансированы, построены, а затем безвозмездно переданы объекты производства, жилья, здравоохранения и образования. И в том, что слова «Якутск — это лучший город на земле!», произнесенные главой столицы Айсенем Николаевым на открытии торжеств, посвященных юбилею города, есть заслуга Тараса Гавриловича Десяткина.

ЮВЕЛИРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ЯКУТИИ — БЫТЬ!

760 тонн — сколько золота было добыто предприятиями, которыми довелось руководить Та-



расу Гавриловичу. Кстати, это равно золотому запасу Российской империи конца XIX века (в 1897 году он составлял 774 тонны золота). Долгое время золотоносная республика занималась исключительно добычей этого ценного металла. Продавать не сырье, которым так богата республика, а продукцию, организовав переработку драгоценных камней и металлов, — такую задачу поставил перед собой Тарас Гаврилович. Он считал, что настало время вспомнить мастерство предков, добрые традиции народов Саха работать с металлами. И в конце 1980-х годов приложил значительные усилия для создания промышленного ювелирного производства в республике. Пионером этого движения стало созданное им предприятие «Золото Якутии», которое первым занялось промышленным производством ювелирных изделий. Под ювелирное производство отвели четырехэтажное здание на улице Пирогова, и работа закипела. Выпускали изделия из золота с бриллиантами, сапфирами, гранатами и другими драгоценными и полудрагоценными камнями.

Все остальные ювелирные компании Якутии, составляющие сегодня ее гордость и славу, появились позже и шли уже проторенными путями. Сегодня мы можем назвать несколько крупных ювелирных компаний, продукция которых известна далеко за пределами не только Якутии, но и России: «Золото Якутии», «Эпл Даймонд», «Уран Саха», «Чорон Даймонд», «Сахаювелир», «Драгоценности Якутии»...

А тогда все делалось впервые: набивались шишки, приходили первые успехи, признание профессионалов и, что самое важное, покупателей!

Для запуска первого в республике ювелирного производства нужны были немалые ресурсы, в первую очередь кадровые. Руководством вновь созданного предприятия были вложены значительные средства в обучение и повышение квалификации сотрудников, со всей республики отбирались по конкурсу молодые талантливые люди, наиболее одаренные из которых прошли обучение





Тарас Гаврилович Десяткин большое внимание уделял строительству жилищно-социальных объектов. В 1970–1980-е годы объединение «Якутзолото» являлось единственной градостроительной организацией в Якутске и в республике. Столице республики было передано 65 современных объектов, в числе которых:

- три завода, в том числе Якутский ремонтно-механический завод, завод по ремонту автомобилей чехословацкой фирмы «Татра», в котором был размещен первый в республике Якутский завод по огранке алмазов, а также Якутский ювелирный завод по производству изделий из золота, серебра с применением бриллиантов, драгоценных и полудрагоценных камней;
- детский комбинат «Золотинка» на 280 мест с первым плавательным бассейном;
- здание поликлиники № 4 в 202 квартале на 450 посещений;
- первый 9-этажный жилой дом в городе; 14 крупнопанельных жилых домов;
- плавательный бассейн «Самородок», одно из любимых мест городской детворы, и Дворец спорта «50 лет Победы»;
- загородная гостиница «Горняк». В разные годы в ней останавливались президент Российской Федерации Б. Н. Ельцин, Патриарх Московский и всея Руси Алексей II, члены российского правительства, официальные делегации различных государств;
- загородная база отдыха «Сосновый бор»;
- медсанчасть (больница-стационар на 65 коек), лучшее лечебное заведение республики;
- СПТУ-16 (учебно-производственное здание с двумя благоустроенными общежитиями на 386 мест каждое).



и стажировку в Италии, Израиле, Америке, Греции и в Красносельском училище. Все эти затраты окупились сторицей: в 1992 году ювелирный завод «Золото Якутии» произвел первые 11 килограммов ювелирных изделий из золота.

В 1995 году постановлением правительства Республики Саха (Якутия) АК «Золото Якутии» назначена головным предприятием по развитию ювелирного производства в улусах (районах) республики. Именно с этого времени начинается бурное развитие ювелирной промышленности в Республике Саха (Якутия).

При непосредственном участии Т. Г. Десяткина правительством республики была разработана «Целевая программа развития алмазо-обработывающей и ювелирной промышленности Республики Саха (Якутия)». По словам Тараса Гавриловича, «в Якутии есть все необходимое для создания мощнейшей ювелирной индустрии, нужно лишь собрать в один кулак добычу, огранку алмазов и ювелирное производство».

Параллельно с увеличением производства ювелирных изделий проводится большая организационная работа по развитию сбытовой сети ювелирных предприятий Республики Саха (Якутия). Торговые точки по продаже ювелирных изделий открываются не только в республике, но и в других субъектах Российской Федерации. Ювелирные предприятия республики ежегодно участвуют в региональных и международных выставках, проводят презентацию своей продукции и одновременно маркетинговые исследования, заключают договоры на оптовую продажу продукции.

Таким образом, благодаря энтузиазму и организаторскому таланту Т. Г. Десяткина в Республике Саха (Якутия) создана вся необходимая инфраструктура для успешного развития алмазообработывающей отрасли и ювелирного производства.



РАСПИСАНИЕ УЧЕБНОГО ЦЕНТРА «ЮВЕЛИР-ПРОФИ» НА ЛЕТО 2013 ГОДА

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
1	30 мая	NEW! Мастер-класс и практические советы от известного маркетолога «„Сезонный спад“ и как с ним бороться?»	<i>Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга</i>
2	13–14 июня	Тренинг «Продажи ювелирных украшений высоких брендов: сегмент premium и luxe»	<i>Управляющие, администраторы, специалисты по розничным продажам, продавцы</i>
3	17–18 июня	Тренинг для тех, кто обучает продавцов «Практика обучения искусству продаж»	<i>Для всех, кто занимается обучением персонала по эффективным продажам</i>
4	17–18 июня	Семинар «Инструменты анализа в управлении ассортиментом для торговых домов и ювелирных магазинов»	<i>Руководители, администраторы, мерчандайзеры, товароведы</i>
5	19–20 июня	Актуально! Ювелирный бизнес-форум Jeweller Service «Интернет-торговля в ювелирном бизнесе: точки роста»	<i>Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга</i>
6	24 июня	Тренинг «Тайм-менеджмент для руководителей»	<i>Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, администраторы, менеджеры</i>
7	25 июня	Тренинг «Управление конфликтом для руководителей»	<i>Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, администраторы, управляющие</i>
8	27 июня	Семинар «Федеральный пробирный надзор: учет драгоценных металлов и драгоценных камней, специфика документооборота на предприятиях ювелирной отрасли»	<i>Руководители, владельцы, бухгалтеры, экономисты ювелирных компаний</i>
9	1–2 августа	Тренинг «Практика оптовых продаж ювелирных украшений»	<i>Специалисты по оптовым продажам</i>
10	5–6 августа	Тренинг «Технология продаж: обучение продавцов ювелирных магазинов своими силами»	<i>Владельцы, директора, управляющие, администраторы, руководители по персоналу, наставники</i>
11	7–8 августа	Семинар-практикум «Эффективный руководитель ювелирной компании»	<i>Владельцы, директора, управляющие</i>
12	21 августа	Семинар «Федеральный пробирный надзор: учет драгоценных металлов и драгоценных камней, специфика документооборота на предприятиях ювелирной отрасли»	<i>Руководители, владельцы, бухгалтеры, экономисты ювелирных компаний</i>
13	22–23 августа	Семинар «Визуальный мерчандайзинг в ювелирном магазине, ювелирной сети. Создание эффективной системы»	<i>Владельцы, руководители ювелирных компаний, бренд-менеджеры, директора по развитию, мерчандайзеры</i>
14	26–27 августа	Тренинг «Практика розничных продаж ювелирных изделий»	<i>Специалисты по розничным продажам</i>

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





VII Оптово-розничная выставка «УралЮвелир-Весна»

С 10 по 14 апреля в КОСК «Россия», расположенном на ул. Высоцкого, д. 14 в Екатеринбурге, прошла VII Оптово-розничная выставка «УралЮвелир-Весна».

Выставка давно уже завоевала популярность среди российских компаний — производителей и торговых специалистов. Став продолжением традиционной для Екатеринбурга осенней выставки «УралЮвелир», за годы своего существования стала устойчивым брендом, хорошо известным не только на Урале, но и в других регионах России.

Организаторы — ЗАО «Объединение «Универсальные выставки» добились заявленной цели: провести широкую оптовую и розничную торговлю в преддверии летнего сезона, представив широкий весенне-летний ассортимент ювелирных изделий.

Специализированные ювелирные выставки являются для представителей торговли неиссякаемым источником информации о поставщиках. Здесь можно увидеть и оценить ассортимент изделий, определить качество украшений, сравнить предложения разных производителей. В дни работы выставку «УралЮвелир-Весна» посетили более 3000 торговых представителей, которые приехали из городов Большого Урала, Сибири, Поволжья, Башкортостана и других российских регионов. Многочисленных посетителей выставки (более 10 000 человек) приятно порадовал широкий выбор ювелирных изделий — от классических украшений массового и мелкосерийного производства до эксклюзивных авторских экземпляров. Среди экспонентов выставки — ювелирные предприятия из многих городов России,

известные мастера-ювелиры, индивидуальные предприниматели, молодые мастера, представляющие Екатеринбург и города Свердловской области, Москву, Санкт-Петербург, Кострому, Нижний Новгород, Ульяновск, Челябинск, Киров, Кемерово, Барнаул, Якутию, Ростов-на-Дону, Дагестан и другие регионы страны. Организаторы стремятся в рамках одного проекта объединить интересы отечественных производителей ювелирных изделий и торговых организаций. Для простых же посетителей и гостей выставки она неизменно становится ярким, праздничным светским событием. Особую дружескую атмосферу, радостный прием организаторов и внимание к каждому экспоненту как отличительную черту ювелирных выставок от объединения «Универсальные выставки» отмечают большинство участников. Немаловажным фактором популярности данной выставки является ее доступность — ведь она проходит в черте города, в прямой доступности к его центру, вокзалу, аэропорту.

«УралЮвелир — Весна-2013» стала важным отраслевым бизнес-событием и уверенно смотрит в будущее: участникам она принесла заслуженный успех и выгодные договоры о сотрудничестве, а деловым посетителям — новый ассортимент от известных российских брендов и закупки их продукции.

По мнению участников, полученному в ходе анкетных опросов, проводимых специалистами выставки, по сочетанию оп-



товых и розничных продаж выставку можно назвать самой эффективной региональной экспозицией. В этом году на выставке работали более 100 фирм-участников. Согласно проведенному опросу, 85% экспонентов намерены принять участие в осенней выставке, и лишь 15% еще не приняли решение. Это очень хороший показатель успешности. Да и как иначе — ведь выставка собирает тех, кто сегодня достойно представляет современную ювелирную промышленность, российское ювелирное и камнерезное искусство. И, несмотря на активное внедрение на выставочный рынок Екатеринбурга крупнейшего оператора российских ювелирных выставок ВО «РЕСТЭК» и одновременное проведение в Екатеринбурге сразу двух ювелирных выставок от разных организаторов, выставка «УралЮвелир-Весна» оправдала ожидания участников и гостей. Экономические цели, поставленные экспонентами, а именно оптовая торговля и поиск новых клиентов, выполнены на 62%, коммуникационные — на 67%. А планы розничных продаж перевыполнены на 48%.

Сегодня «УралЮвелир-Весна» — это специальное мероприятие, рассчитанное на высокий уровень оптовых и розничных продаж, обеспечивающее коммерческий успех участников. Формат выставки позволяет ее участникам достойно представить свои услуги или продукцию вниманию широких слоев населения, а также специалистам — представителям ювелирной промышленности, оптовой и розничной торговли.

От имени оргкомитета благодарим всех участников и представителей оптовой и розничной торговли — посетителей выставки «УралЮвелир — Весна-2013» и надеемся на новые встречи. Следующая ювелирная выставка в Екатеринбурге «УралЮвелир-2013» — 10–17 ноября. Приглашаем!

Объединение «Универсальные выставки»
www.unexpo.ru, e-mail: pr@unexpo.ru
 Тел. (343) 345-65-35



В экспозиции были представлены:

- * **новые коллекции украшений из золота и серебра с драгоценными и полудрагоценными камнями, в том числе с бриллиантами, производства предприятий России, Таиланда, Гонконга, Польши, Италии;**
- * **широкий выбор изделий из культивированного речного и морского жемчуга, кораллов, бирюзы, полудрагоценных камней: аметистов, гранатов, топазов, хризолитов, цитринов; производных камней: агатов, яшмы, малахита, сердолика, лазурита и др.;**
- * **в большом разнообразии украшения с эмалью, перламутром, ювелирными кристаллами, элитная бижутерия ручной работы;**
- * **большой ассортимент эксклюзивных изделий на выбор самых взыскательных покупателей;**
- * **часы в ювелирном исполнении;**
- * **приборы и посуда из драгоценных металлов.**





Ювелирная выставка в Красноярске

С 18 по 21 апреля в Красноярске состоялось одно из самых красивых весенних событий — выставка «Ювелирный салон Сибири». 8698 красноярцев пришли на площадку МВДЦ «Сибирь», чтобы насладиться блеском драгоценных металлов и сиянием драгоценных камней, а также приобрести для себя и своих близких изысканные ювелирные украшения.



3 место.
Гарнитур «Юнона».
Татьяна Сидорова. Красноярск

На официальной церемонии открытия «Ювелирного салона Сибири» один из авторитетнейших исследователей фирмы Фаберже Валентин Скурлов передал красноярцам поздравление с началом работы выставки от Почетного председателя Мемориального фонда Фаберже Татьяны Фаберже. «Татьяна Федоровна живет в Женеве и, узнав, что я лечу на выставку в Красноярск, просила передать ее участникам пожелания здоровья и творческих успехов. Свои наилучшие пожелания передали также 370 кавалеров наград Мемориального фонда Фаберже. Надеюсь, что творчество Фаберже будет вдохновлять красноярских мастеров так же, как оно уже второе столетие вдохновляет ювелиров всего мира», — добавил Скурлов.

Почетный гость и посетители выставки были приятно удивлены высоким уровнем мастерства сибирских ювелиров и качеством представленных



1 место.
Подвес «Ножной пир».
Андрей Бородав. Ангарск

2 место.
Подвес «Мароской конек».
Александр Белобородов.
Иркутск



3 место.
Комплект «Из облаков».
Рустам Еров
(дизайн Ольга Стучалина).
Красноярск





Константин Ткаченко



Роман Зеленцов



Александр Родовилов

Сергей Мухарский



Совещание руководителей края по проблемам развития ювелирной отрасли



Лорис Докторович



Виктор Лютиков

на выставке украшений. А удивляться было чему! 139 экспонентов из 19 регионов России продемонстрировали уникальные украшения из серебра, золота и платины, коллекции авторских украшений с фантазийными бриллиантами, изделия с редким японским микрожемчугом, золотыми самородками и необработанными камнями.

Неофициальное открытие выставки традиционно состоялось в формате закрытого вечернего мероприятия August party, где прошли презентации новых коллекций ювелирных украшений 2013 года, а также награждение победителей конкурса «Лучшее ювелирное украшение Сибири».

В этом году гостем August party стала легендарная немецкая группа «Чингисхан», которая впервые посетила Сибирь.

Рассмотрев представленные на конкурс работы, авторитетная комиссия из семи человек выявила победителей. Первое место заняла работа ангарского ювелира Андрея Боробова — подвес «Ночной пир». Победитель был награжден малым орденом Михаила Перхина — наградой Мемориального фонда Фаберже. Второе место занял иркутский ювелир Александр Белобородов за брошь «Морской конек». По совокупности достижений он был отмечен также наградой Фонда Фаберже — малым орденом Франца Бирбаума. Третье место разделили два красноярских ювелира: Рустам Еров за работу «Из облаков», исполненную по дизайну Ольги Стучалиной (компания «Ремикс»), и Татьяна Сидорова за гарнитур «Юнона» (фирма «Новые бриллианты Сибири»).

Состоялось также вручение наград Мемориального фонда Фаберже. Большим знаком ордена Михаила Перхина были отмечены Виктор Михайлович Лютиков, начальник Восточно-Сибирской пробирной инспекции, и ювелир-художник из Иркутска Лорис Русланович Докторович, которому была также вручена полученная им ранее, в 2012 году, другая награда Фонда — большой знак ордена Франца Бирбаума. Малый знак ордена Франца Бирбаума получил иркутский ювелир Родовилов, а малые ордена Михаила Перхина красноярский ювелир Александр Дрюков, двукратный победитель аналогичных конкурсов в 2011 и 2012 годах, и новосибирские ювелиры Роман Зеленцов и Сергей Мухарский. Награды вручали герольдмейстер Мемориального фонда Фаберже, полный кавалер ордена К. Фаберже, кандидат искусствоведения Валентин Васильевич Скурлов и кавалеры ордена К. Фаберже художники-ювелиры Сергей Иванович Квашнин (г. Киров) и Марк Александрович Балдин (г. Новосибирск).

В рамках выставки прошли также деловые мероприятия, среди которых отметим Сибирскую ювелирную конференцию «Актуальные вопросы развития ювелирной отрасли региона», семинар-лекцию «Определение подделки клеймения и пробы в изделиях из драгоценных металлов. Драгоценные камни, общие понятия, термины и классификации», а также семинары «Фаберже: известный и неизвестный», «Фаберже и его продолжатели. Камнерезные фигурки».

В следующем году выставка «Ювелирный салон Сибири» пройдет с 25 по 28 апреля в МВДЦ «Сибирь».



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

Проект «Украина и Фаберже»



Идея издательского проекта «Украина и Фаберже» возникла в марте 2008 года, во время посещения украинской столицы правнучкой великого ювелира Татьяной Федоровной Фаберже. Тогда на Украине было только пять кавалеров ордена Карла Фаберже, а сегодня число кавалеров наград Фонда достигло 122. Книга «Украина и Фаберже» будет состоять из двух частей. Первая, историческая, сформирована из статей и иллюстративного материала. Читатель узнает интересные факты из истории ювелирного искусства разных регионов Украины с конца XIX по начало XXI века.

Большинство авторов статей посвятили ювелирной отрасли и ювелирному искусству многие годы своей жизни. Статья кандидата искусствоведения, историка ювелирного искусства В. В. Скурлова в соавторстве со старшим научным сотрудником Киевского музея исторических драгоценностей Украины С. Г. Палатной перенесет читателя во времена процветания фирмы Карла Фаберже, в том числе и в годы работы филиалов в Украине.

Статья президента Ассоциации ювелиров Украины Г. И. Мажаровского отражает историю становления и развития ювелирной отрасли Украины, которую невозможно представить без таких гигантов, как Киевский, Харьковский, Львовский и Одесский ювелирные заводы, а также многочисленных ювелирных предприятий, которые объединяет на сегодняшний день Ассоциация. Доктор искусствоведения, художник декоративно-прикладного искусства Р. Т. Шмагало (Львов) представил обзор ювелирного искусства Галичины первой и второй половины XX века. Традиции, существовавшие в Галиции на протяжении столетий, находят свое отражение в работах современных мастеров Западной Украины и оказывают влияние на становление ювелирного искусства всей Украины. Этот плодотворный процесс двусторонний, поскольку в творчестве западноукраинских мастеров, особенно львовских, мы находим влияние искусства не только всей Украины, но также Европы и всего мира.

Материал, представленный Киевской международной контрактной ярмаркой во главе с генеральным директором, кандидатом экономических наук В. А. Ивановым, расскажет историю ювелирной выставки

«Ювелир Экспо», которая начиная с 1999 года проводится в Киеве.

История ювелирного искусства периода с 1991 года и по настоящее время отражена в статье кавалера ордена Карла Фаберже, автора стиля «романтический авангард», художника-ювелира (архитектора по образованию) И. Г. Карповой (Киев). Франц Бирбаум, главный мастер фирмы Фаберже, назвал таких художников «композиторами», то есть «сочиняющими композицию произведений». Читатель узнает о зарождении и формировании украинского ювелирного искусства в новейшем историческом периоде, об именах и людях, которые создавали и продолжают создавать ювелирные произведения, характеризующие данную эпоху.

Генеральный директор компании «Талион» А. Л. Ласкавый (Киев) описывает историю Ювелирного дома Иосифа Маршака, которую он начал изучать более 15 лет назад. Основанный в 1878 году один из самых известных и процветающих ювелирных домов Российской империи конца XIX — начала XX века и первый в Украине, Дом Маршака пережил разные, в том числе и трудные времена, и продолжает работу под руководством наследников Иосифа Маршака, ныне проживающих во Франции.

Художник-реставратор высшей категории, ювелир В. А. Баглей (Киев) в своей статье отдает дань одному из известнейших ювелиров мира — Израилу Рухомовскому, который вошел в историю как великий ювелир, получивший в 1903 году золотую медаль на выставке «Салон французских художеств» в Париже. Мастер стал жертвой непорядочных дельцов и невольным участником

ПОЛНЫЕ КАВАЛЕРЫ ВСЕХ НАГРАД МЕМОРИАЛЬНОГО ФОНДА ФАБЕРЖЕ



МАЗАРОВСКИЙ
Григорий Иванович
(Киев)



МИРОШНИКОВ
Александр Васильевич
(Николаев, Львовская область)



КАРПОВА
Ирина Германовна
(Киев)

КАВАЛЕРЫ ЧЕТЫРЕХ НАГРАД МЕМОРИАЛЬНОГО ФОНДА ФАБЕРЖЕ



БРИКУЛЕЦ
Виктор Михайлович
(Миргород)
заслуженный художник
Украины



ВАКУЛЕНКО
Юрий Евгеньевич
(Киев)
заслуженный работник
культуры Украины



ИВАНОВ
Владимир Андреевич
(Киев)
кандидат
экономических наук



ЧУБЮК
Виктор Григорьевич
(Ладыжин)



громкого скандала вокруг подделки тиары Сайтоферна.

Координатор проекта «Украина и Фаберже» Н. Н. Сапфинова (Киев) представляет аналитический обзор ювелирного искусства Украины с 1960-х годов по настоящее время. Глава об авторской школе знакомит читателя с корифеями украинского ювелирного искусства. А раздел о камнерезном искусстве, относительно молодом виде искусств для Украины, предлагает ознакомиться с работой современных мастеров-камнерезов.

Мастер-ювелир, художник Е. Д. Чернов (Харьков) в своей статье рассказывает об историко-культурном контексте ювелирного искусства Харькова, богатых традициях ювелирной Слобожанщины и современных мастерах.

Художник-модельер, ювелир и преподаватель С. В. Мазюк (Одесса) представил в статье «Ювелирная слава Одессы» исторические факты из жизни города, в том числе и Одесского ювелирного завода.

Обзор творчества донецких ювелиров дан в статье искусствоведа А. Л. Семенюк (Донецк).

Вторая часть книги включает в себя творческие биографии лучших ювелиров независимой Украины, деятельность многих из которых начиналась еще в советские времена. Основанием для включения в книгу послужили высшие творческие достижения, награды на ювелирных выставках и конкурсах, отражение в печати и средствах массовой информации. Большинство из художников, ювелиров и деятелей отечественного ювелирного искусства были отмечены наградами Международного Мемориального фонда Карла Фаберже.

Авторы не сомневаются, что монография «Украина и Фаберже» станет не только некоторым историческим итогом формирования украинского ювелирного искусства периода независимости, но и послужит толчком для его дальнейшего прогрессивного развития.

Национальный стиль вырабатывается деятельностью нескольких поколений художников. Один художник, лидер движения, дает название стилю, но это стиль целой национальной школы. Такая же ситуация в настоящее время возникает в Украине, идет интенсивное наращивание эстетических ценностей, переход количества в качество, разработка национальной ювелирной эстетической программы и становление собственного ювелирного стиля, смело заявляющего о себе в мировом ювелирном искусстве. Наступил очень серьезный этап, число ювелирных предприятий и мастеров достаточно для удовлетворения возросших потребностей украинских потребителей. От четырех ювелирных заводов советского периода (пусть мощных, но только четырех) Украина перешла к ситуации, когда работают многие тысячи ювелиров.

Поэтому на первый план выдвигается программа качества ювелирных художественных произведений. Это развитие происходит в условиях экономических кризисов, однако прогресс неизбежен и неостановим. Неоднократно по крупицам собранные, бережно хранимые и переданные от учителя к ученику секреты мастерства возрождали ювелирное дело и способствовали его развитию. Украина богата талантливыми руководителями, ювелирами, мастерами и преподавателями. Все они составляют сегодняшний потенциал, что позволяет прогнозировать появление новых ярких представителей красивой профессии ювелира. Как говорил мудрый Карл Фаберже: «Трудности существуют для того, чтобы их преодолеть, успех достигается тщанием и трудолюбием». «Тщание» — это высшее качество ювелирного произведения, а трудолюбия украинским ювелирам не занимать. Авторы монографии с оптимизмом смотрят на перспективы прогрессивного развития украинского ювелирного искусства XXI столетия и верят, что книга будет этому способствовать.



АЛМАЗ-ХОЛДИНГ
ювелирная компания

20 ЛЕТ
РАБОТАЕМ
ДЛЯ ВАС

*«Мода проходит,
стиль остается...»*

Кокко Шанель



Центральный офис:

Россия, 129301, г. Москва,
ул. Космонавтов, д. 7, корп. 2
Тел.: (495) 956-89-89
www.almaz-holding.ru

ДА

ДАНИАЛИС

ювелирная косметика.рф



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

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



С Днем рождения!

ИЮНЬ

- 1 июня** Кац Анатолий Михайлович, директор ЗАО «ЮД «Садко»
- 4 июня** Чарторийский Виталий Павлович, генеральный директор компании «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»
- 8 июня** Геворкян Гагик Гургенович, Председатель Совета Ассоциации «Гильдия ювелиров России», президент Ювелирного дома «Эстэт»
- 10 июня** Саламатин Андрей Александрович, коммерческий директор компании «Сереброника»
- 18 июня** Скандаков Дмитрий Егорович, генеральный директор ООО «МЮЗ Элит»
- 27 июня** Докучаев Сергей Александрович, генеральный директор ОАО «Русские самоцветы»
- 27 июня** Потемкин Сергей Григорьевич, председатель совета директоров ОАО «Золотой Орел»
- 29 июня** Лопато Марина Николаевна, зав. сектором металла и камня отдела западноевропейского искусства Государственного Эрмитажа

ИЮЛЬ

- 3 июля** Рыбакова Елена Павловна, коммерческий директор ЗАО «Росювелирэкспо»
- 3 июля** Лайшев Рашид Романович, директор ООО «ЮМО»
- 6 июля** Андрюшкевич Александр Иосифович, генеральный директор холдинга «Ювелэнд»
- 14 июля** Акимов Сергей Анатольевич, директор ООО «Акимов»
- 21 июля** Сорокина Марина Валерьевна, заместитель генерального директора Костромского ювелирного завода
- 26 июля** Николаев Александр Федорович, генеральный директор Ювелирного дома «Кахолонг»,
- 29 июля** Гумеров Флун Фагимович, президент ЗАО ТПК «Алмаз – Холдинг»

