

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

сентябрь | 2013 (4-5)



БЛИЗАРСТЯ



18+

ПРОИЗВОДСТВО ПРАВОСЛАВНЫХ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДАНИЙ

Подводные камни интернет-торговли |

Ювелирное искусство эпохи наполеоновских войн |

В ритме времени |

ISSN 1810-7311

04



9 771810 731002

Adamas

производства компании

PRESIDIUM®

ПЕРВЫЙ В МИРЕ

ДЕТЕКТОР БРИЛЛИАНТОВ И МУАССАНИТОВ

СО СМЕННЫМИ НАКОНЕЧНИКАМИ



Артикул по каталогу
«Сапфир» 13840



Эксклюзивный дистрибьютор
в Российской Федерации



www.sapphire.ru

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилушин
1-й заместитель главного редактора
Светлана Пилушина — sveta@russianjeweller.ru
заместитель главного редактора
Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru

эксперт-геммолог

Михаил Чижов

дизайн и верстка

Екатерина Калинина

рисунки

Екатерина Калинина

корректор

Людмила Лебедева

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел

advert@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

info@russianjeweller.ru

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

директор

Виталий Пилушин

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», № 4-5, 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

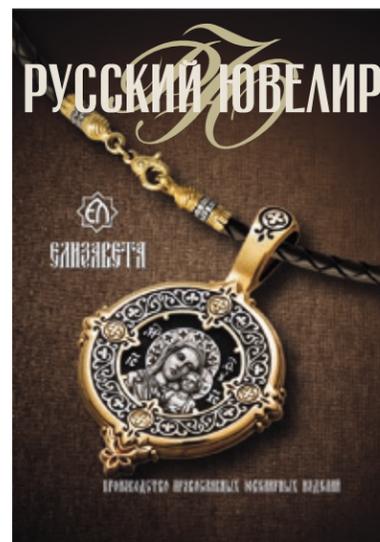
Типография «Премимум Пресс», Санкт-Петербург

«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 Православные образы
в ювелирном искусстве
современной России

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



- 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



Мнение эксперта. Луки Бартолески 48

- 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



КРАСЦВЕТМЕТ

ОАО «Красцветмет»
Транспортный проезд, дом 1
г. Красноярск, Российская Федерация, 660027
тел.: +7 (391) 259-33-42, факс: 289-30-00

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

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

Дилеры ОАО «Красцветмет»

ООО ТПК «Русское золото»
660077, г. Красноярск
ул. 78-й Добр. бригады, д. 14а
тел.: (391) 216-02-07, 216-02-08
augum585@mail.ru

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

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

Ювелирная компания «Национальное Достояние»
111033, г. Москва
ул. Золоторожский вал, д. 32
тел.: (495) 287-47-40
факс: (495) 287-47-39
www.nd-gold.ru, sales@nd-gold.ru

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

ООО «Санкт-Петербургский ювелирный завод «Ювелиры Северной столицы»
194100, г. Санкт-Петербург
ул. Кантемировская, д. 5, кор. 8, лит. Д
тел.: (812) 677-84-70
факс: (812) 677-84-72
www.uss-spб.ru, uss@uss-spб.ru

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

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

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



В ритме времени

Май 2013 года. Москва. ВВЦ. Выставка «JUNWEX Новый Русский Стиль» традиционно ожидается как праздник. Практически закончен сезон, впереди долгожданное лето с его манящими перспективами, возможностями спокойно обдумать планы на следующий ювелирный сезон, подготовиться к главному событию — сентябрьской выставке.



Номинация:
«Малейдоскоп: материалы, техника, идеи»
1 МЕСТО
«ЯКУТСКАЯ АЛМАЗНАЯ КОМПАНИЯ»,
Якутск. Кольцо «Галактика»

Однако в этом году лето стало жарким сезоном для ювелирной отрасли, и тон был задан на выставке «JUNWEX Новый Русский Стиль».

За день до официального открытия выставки состоялось открытое заседание Гильдии ювелиров России, на котором обсуждались важнейшие проблемы отрасли: ее современное состояние, а также факторы, сдерживающие развитие отрасли. На собрании выступил председатель ассоциации Гагик Гургенович Геворкян с докладом «Программа деятельности Гильдии на 2013—2014 годы». Основные тезисы доклада: потенциал России вполне позволяет ей войти в группу лидеров по производству ювелирных изделий. Однако в сравнении с крупными мировыми производителями российские ювелиры недостаточно конкурентоспособны в связи с более высокой себестоимостью их продукции и избыточным государственным регулированием ювелирной промышленности.

В сообщении были также озвучены задачи организации на следующий год. Ювелиры намерены заняться формированием позитивного имиджа отрасли как в нашей стране, так и за рубежом, созданием благоприятных

правовых, налоговых и таможенно-тарифных условий для эффективного и цивилизованного ведения предпринимательской деятельности на ювелирном рынке в условиях участия России в ВТО и Таможенном союзе. Одной из приоритетных задач является обеспечение равных условий для добросовестной конкуренции с импортными изделиями на российском рынке, а также создание механизмов защиты производителей и потребителей ювелирных изделий от незаконного импорта и контрафакта.

С обстоятельным докладом по анализу и статистике ювелирного рынка России выступила директор РИА «РосЮвелирЭксперт» Ольга Владимировна Миронова. По оценкам РосЮвелирЭксперта объем ювелирного рынка России составляет примерно 8 млрд долларов. Это около 5000 предприятий — производителей и импортеров ювелирной продукции и более 25 000 юридических лиц, работающих в сфере торговли. В отрасли занято более 1,5 млн человек, а частные инвестиции составляют примерно 3 млрд долларов.

Одной из особенностей ювелирного рынка является торгово-производственная схема развития. По данным РосЮвелирЭксперта около 70% производственных компаний России открывают собственные моно- и мультибрендовые магазины розничной торговли.

Ольга Владимировна в своем докладе представила прогнозы агентства на ближайшее будущее. Согласно исследованиям, в 2012—2014 гг. средние темпы роста емкости рынка золотых украшений будут составлять 5—6%, серебряных — 13—16%. На объемах выпускаемой продукции будет сказываться и недооцененный в настоящее время спрос на платину. Вероятно, повлияет на ситуацию набирающая силу мода на изделия из палладия. Сейчас в структуре российского рынка наибольшую долю занимают изделия из серебра — 69,5%, на золото приходится 30%, изделия из палладия составляют 0,2%, а платиновые — 0,3%.

Ну а на другой день открылся «Новый Русский Стиль». Любая выставка — точное отражение состояния дел в отрасли. Не стала исключением и эта. Все проблемы, слабые места, изменения в маркетинговой или ассортиментной политике компаний, маниакальная приверженность выбранному стилю или, наоборот, готовность бросаться из крайности в крайность в надежде поймать капризную удачу — все это читается внимательным наблюдателем в открытой книге по имени выставка. И уже ради одного этого стоит проводить подобные «съезды».

Первым шагом, претворяющим в жизнь решения Гильдии ювелиров России, заявленные днем ранее, было объявление 2014 года медиа-холдингом «РЕСТЭК JUNWEX» годом активного внедрения отечественной ювелирной отрасли в международное пространство. Подтверждением тому стало подписание соглашения о сотрудничестве между организатором ведущих выставок в Азии UBM Asia Ltd и «РЕСТЭК JUNWEX». Вице-президент UBM Вольфрам Динер в приветственной речи сказал, что его компания, являющаяся мировым лидером выставочного бизнеса, выбрала в качестве партнера компанию «РЕСТЭК» и ожидает успешной работы с российским рынком, поскольку обе стороны заинтересованы в партнерстве. На церемонии открытия присутствовали генеральный директор выставки Fiera Milano в России П. П. Логижани, представители канцелярии советника по торгово-экономическим вопросам посольства КНР в РФ, координационного департамента китайской Торговой ассоциации по драгоценным камням и ювелирным изделиям, а также делегация из Китая и Гонконга, представители индийских изданий Jewellery news India и Jewellers Today. Интерес ключевых игроков мирового ювелирного рынка к России вполне очевиден. Однако и для нас наступило время направленного движения вперед, пора осваивать мировой ювелирный рынок. У российских компаний теперь есть прекрасная возможность представлять свою продукцию на первых линиях крупнейших международных экспозиций, а также состязаться в известных творческих и профессиональных конкурсах мирового уровня. Как сказал глава медиа-холдинга «РЕСТЭК JUNWEX» Валерий Васильевич Будный:



САМОРОДОК®
ЮВЕЛИРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО



**ОТКРЫТО
ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В МОСКВЕ**

ПРИГЛАШАЕМ ОПТОВЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ
К СОТРУДНИЧЕСТВУ

серебро 925⁰

головной офис
в Санкт-Петербурге
+7(812)309-03-30
+7(812)309-37-73



представительство
в Москве
+7(915)050-20-92
+7(499)741-00-62

тел. на выставке
+7(911)929-23-32

samorodok.com

Номинация:
 «Изделия массового производства»
 1 МЕСТО
 «РИФЕСТА-ХОЛДИНГ»,
 Екатеринбург.
 Коллекция «Маргарита»



Номинация:
 «Успешный дебют»
 КОМПАНИЯ «НЕФРИТ»,
 Ростов-на-Дону,
 Партизур «Молчан»



Номинация:
 «Культовые произведения»
 1 МЕСТО
 КОМПАНИЯ «АЗУРИТ-Н»,
 Новосибирск.
 Коллекция крестов,
 автор М. Балдин;
 мастера-ювелиры: М. Балдин, Д. Михайлов



Номинация:
 «Успешный дебют»
 КОМПАНИЯ «ТИМОФЕЕВЪ», Чебоксары.
 Коллекция обручальных колец «Голограмма»,
 мастер-ювелир М. К. Ок



Номинация:
 «Модные тенденции»
 1 МЕСТО
 КОМПАНИЯ «БРИЛЛИАНТЫ КОСТРОМЫ»,
 Кострома.
 Кольцо «Болдвей» с красным рубеллитом,
 автор Ю. Р. Карадельников,
 мастер-ювелир И. Мусина



Мода проходит —
 драгоценное вечно



СЕРЕБРО С БРИЛЛИАНТАМИ



ПОСТАВЩИК РОССИЙСКОГО
 ИМПЕРАТОРСКОГО ДОМА

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

реклама



Номинация:
«Модные тенденции»
1 МЕСТО
ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ «ХРИЗОС»,
Санкт-Петербург.
Сет из двух подвесок «Нитер – Москва»,
автор А. А. Храброва,
мастера-ювелиры: А. А. Храброва, И. А. Ушаков



Номинация:
«Коллекция драгоценностей»
1 МЕСТО
ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ «ЭСТЕТ»,
Москва.
Коллекция ДЕА
(5 колец: Africa, India,
Greece, Maya, Japan)



Номинация:
«Золотой стиль»
1 МЕСТО
ТВОРЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ «СВЯТ-ОЗЕРО»,
Москва.
Серьи «Дебют»



Номинация:
«Этностиль»
1 МЕСТО
КОМПАНИЯ «КИРИЛЛОВ»,
Павлово-на-Оке.
Настольная композиция
«Охота на медведя»,
автор В. С. Кириллов



Номинация:
«Драгоценный камень»
1 МЕСТО
ТВОРЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ
«СВЯТ-ОЗЕРО»,
Москва.
Коллекция «Бабочка»,
автор А. С. Павлюченко,
мастер-ювелир Д. А. Бельков,
закрепщик А. Барков



**Выставка короткой строкой:
на площади в 25 300 кв. м
разместились стенды 612
участников. Посетили
мероприятие 31 016 человек,
из них 7231 специалист.**

«Принимая партнерство с UBM Asia Ltd, мы в первую очередь ставили задачи продвижения наших предприятий и, как прежде, будем поддерживать их стремление выйти на международный рынок, укрепить имидж российского ювелирного искусства».

Культурно-образовательная программа выставки была представлена мероприятиями различных форматов: «круглые столы», семинары, презентации...

В нашем унифицированном глобальном мире сохранение уникальных локальных традиций становится, пожалуй, наиболее важной задачей. И ювелирное дело не исключение: сегодня по большей части производятся стандартные украшения, которые могут порадовать потребителя, но все равно не становятся уникальным подарком. Возможно, поэтому в последнее время все большее внимание уделяется ювелирному искусству. В мае в Москве состоялись два стратегически важных, на наш взгляд, события:

«Круглый стол» на тему «Актуальные проблемы современного ювелирного искусства России: Школа. Производство. Музей», прошедший в Российской академии художеств (подробнее об этом мероприятии читайте на страницах этого выпуска) и «круглый стол» «Проблемы продвижения ювелирного искусства и дизайна современной России», который состоялся в рамках деловой программы «JUNWEX Новый Русский Стиль».

О проблемах, стоящих перед художниками и дизайнерами, говорили председатель совета ассоциации «Гильдия ювелиров России» Гагик Гургенович Геворкян, главный редактор журнала «Гильдия ювелиров России» Алексей Чертков, член Союза художников России, кавалер ордена Карла Фаберже Сергей Иванович Квашнин.

Гагик Геворкян отметил, насколько важно уделять особое внимание ювелирному делу как искусству, оказывать помощь молодым талантам, обеспечить им возможность экспонировать работы как на российских, так и на зарубежных выставках. Для этого Гильдия ювелиров России намерена вести диалог с крупнейшими выставочными компаниями о выделении на особых условиях площадей для демонстрации работ дизайнеров и художников ювелирных украшений, не имеющих средств для аренды экспозиционного пространства. В ближайших планах Гильдии запланировано создание Академии ювелирного искусства, которая сосредоточила бы в своем активе как передовой мировой опыт, основанный на лучших технических и научных достижениях, так и секреты мастеров, передающиеся от учителя к ученику.



Номинация:
«Коллекция драгоценностей»
1 МЕСТО
Остиов Михаил (торговая марка «ОМ»),
Москва.
Коллекция колец «Лотика», «Королевский пурпур»,
«Черная королева», «Византия», Red heart

Номинация:
«Серебряный стиль»
1 МЕСТО
«КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИРНОМ»,
Красное-на-Волге.
Сувенир «Царь-пушка»,
авторы: М. Ю. Курдюкова, А. В. Гаврилов

Номинация:
«Бриллиантовый стиль»
1 МЕСТО
ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА «КАРАМ»,
Екатеринбург.
Кольцо «Принцесса Лотоса»,
автор С. Коптсикова

«ДНИ ЛИДЕРОВ РОССИЙСКОГО ЮВЕЛИРНОГО РЫНКА»

Так называется всероссийский конкурс на приз культурной столицы России, который прошел в рамках выставки. В условия конкурса входит ряд тематических номинаций, охватывающий практически весь спектр ювелирной тематики. Особенностью этого конкурса можно назвать его традиционную нацеленность на новинки, причем как массового производства, так и авторских работ. На изделия-победители выдаются паспорта, официально удостоверяющие высокий художественный уровень изделий. На суд авторитетного профессионального жюри в 11 номинациях было представлено 113 изделий от 42 предприятий. Несмотря на то что Гран-при в этот раз не достался никому, лауреаты конкурса удивили и порадовали зрителей истинными произведениями драгоценного искусства, которые можно было внимательно рассмотреть во время праздничной церемонии на большом экране. Ну а тем, кто не смог посетить церемонию, предлагаем познакомиться с победителями конкурса прямо сейчас, на страницах нашего журнала...



МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ

JUNWEX
МОСКВА

14–18 сентября 2013
Москва, ВВЦ, павильоны 75, 69

JUNWEX
WATCH

14–18 сентября 2013
Москва, ВВЦ, павильон 75

JUNWEX
ПЕТЕРБУРГ

5–9 февраля 2014
Санкт-Петербург, Ленэкспо

JUNWEX
НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

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

ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ ФОРМАТА CASH&CARRY

JUNWEX
ЕКАТЕРИНБУРГ

14–17 ноября 2013
Екатеринбург, МВЦ «Екатеринбург-Экспо»

Лучшие Украшения России

11–15 декабря 2013
Москва, ВВЦ, павильон 75

JUNWEX
ЕКАТЕРИНБУРГ

10–13 апреля 2014
Екатеринбург, МВЦ «Екатеринбург-Экспо»

Лучшие Украшения России

6–9 марта 2014
Москва, ВВЦ, павильон 75

QWILL — НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ВРЕМЯ

Элегантные часы с надежным механизмом, выполненные из благородных металлов... Их приобретение для многих долгое время оставалось лишь мечтой, осуществление которой отодвигалось на неопределенный срок. Но благодаря свежему решению от NIKA Group будущее наступило уже сегодня!

Революционная работа конструкторов, дизайнеров и ювелиров часового холдинга NIKA Group увенчалась рождением нового бренда QWILL, который сформировал принципиально новое предложение на рынке.

Теперь часы из драгоценных металлов стали доступны не только избранным единицам, но и самой широкой аудитории! Приемлемость часов обусловлена новейшими технологиями сборки корпуса, которые позволяют снизить стоимость конечного изделия без ущерба качеству, а также разрешают сочетать в рамках одной модели различные материалы: золото, серебро, нержавеющую сталь, керамику, стекло.

Бренд QWILL стал ответом на потребности сегодняшнего дня — практически каждый может позволить себе иметь в модном арсенале ювелирные часы (причем не одни) и ежедневно варьировать свой образ с помощью изысканного драгоценного аксессуара, а не бижутерии.

Ассортимент бренда представлен четырьмя стилистическими направлениями, охватывающими основные запросы потребителей: Classic, Casual, Fashion и Sport.

Модели коллекции Classic для мужчин и женщин демонстрируют торжество элегантности, они сдержанны, лаконичны, с точки зрения «архитектуры» и цветовых решений, а блеск золота 585° или серебра 925° наделяет их внутренним благородством. Такие часы станут надежным спутником деловой и светской жизни.

Часы Casual проникнуты духом свободы и эксперимента, они изготовлены из драгоценных металлов и керамики, оснащены надежным механизмом, а их дизайн соответствует неумолимой природе их владельца.

Fashion — исключительно женская история: яркая, легкая, позитивная, как и ее обладательница. Именно в этой коллекции находят отражение самые последние модные тренды, в ней чувствуется дыхание жизни, энергия нового.



Коллекция Classic

В имени QWILL задействовано английское слово will, что транслирует волю, энергию и энтузиазм молодого активного бренда, нацеленного в будущее. Буква Q в названии означает качество продукции (quality) и ее широкий ассортимент (quantity). Логотип бренда состоит из его названия и монограммы, в которой переплетены Q и W*.

Адреналин и острота ощущений — вот что характеризует коллекцию Sport, брутальные яркие хронографы с крупными циферблатами придутся по вкусу мужчинам, привыкшим жить на высоких скоростях.

Бренд QWILL будет понятен всем, кто молод душой, хочет жить сегодняшним днем и воспринимает часы как аксессуар не только функциональный, но и актуальный. Приемлемая цена, уникальный дизайн, благородные металлы — и перед вами премьера, призванная украсить запястья современной аудитории, мечтающей о ювелирных часах!

* Will (англ.) — модальный глагол в английском языке, используемый для образования будущего времени. Quality (англ.) — качество, quantity (англ.) — количество.



НИКА
ЮВЕЛИРНЫЕ ЧАСЫ И АКСЕССУАРЫ



КОЛЛЕКЦИЯ LADY
КОРПУС: ЖЕЛТОЕ ЗОЛОТО 585°
МЕХАНИЗМ: RONDA, КВАРЦ
АРТИКУЛ: 0445.0.3.11

ЕДИНАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СЛУЖБА
8 800 444 777 3

www.nikawatches.ru



Российская академия художеств
Научно-исследовательский институт
теории и истории
изобразительных искусств
Журналы «Декоративное искусство»
и «Academia»
Союз художников России

30 мая 2013 года

Уже более двадцати лет, с конца прошлого столетия, художники-ювелиры, дизайнеры ювелирных изделий, производители украшений из драгоценных материалов, педагоги средних и высших специальных учебных заведений, сотрудники музеев и художественные критики не имели практической возможности обменяться мнениями по актуальным проблемам развития российской национальной школы ювелирного искусства. Не могли коллегиально обсудить и выработать стратегию и тактику стимулирования творческого процесса в этом виде пластических искусств. Еще одним фактором было отсутствие на протяжении этого времени масштабных репрезентативных художественных выставок, демонстрирующих эволюцию ювелирного искусства России в новых социокультурных условиях. Все это делало картину современной художественной практики в области ювелирного искусства весьма условной, намеченной «пунктиром» единичных экспозиций и публикаций в периодических научных и научно-популярных изданиях.

В оргкомитет «круглого стола» поступило большое количество заявок, охватывающих широкий спектр самых актуальных проблем, назревших в последнее время в современном ювелирном искусстве России. Ни одной из тем, предложенных оргкомитетом в информационном письме, не было отдано предпочтение. Иначе говоря, все темы оказались равно актуальны для ювелирного сообщества. Исходя из реальной ситуации, оргкомитет принял решение предоставить возможность высказаться представителям всех сфер деятельности в области ювелирного дела — творческой, производственной, образовательной. Поэтому фактически мероприятие было переформатировано в научно-практическую конференцию, в которой с сообщениями выступили более двадцати участников.

В рамках мероприятия была организована небольшая однодневная экспозиция современного авторского ювелирного искусства, представляющая произведения ведущих московских художников: О. Кузнецовой, Ф. Кузнецова, Н. Петровой, А. Петрова, Г. Ленцова, Э. Никитина, Н. Гаттенбергер, Л. Ситниковой, — а также были показаны работы некоторых греческих ювелиров.

Открыл конференцию главный ученый секретарь президиума Российской академии художеств О. А. Кошкин. В приветствии участникам заседания он отметил высокий профессиональный уровень произведений, представленных на выставке, и предло-



слева направо:

Кошкин О. А. — главный ученый секретарь президиума Российской академии художеств, действительный член РАХ
Костин-Радивоевич М. — организатор мероприятий по продвижению ювелирного искусства Греции
Савельева Л. И. — действительный член Российской академии художеств, профессор, Народный художник России, председатель оргкомитета
Елкова В. А. — член-корреспондент Российской академии художеств, консультант отделения декоративных искусств Российской академии художеств, член оргкомитета
Степанова А. С. — Почетный академик Российской академии художеств, Народный художник России.

жил провести под эгидой Российской академии художеств всероссийскую выставку современного ювелирного искусства.

Академик-секретарь отделения декоративных искусств Л. И. Савельева поддержала инициативу О. А. Кошкина. В своем выступлении она подчеркнула, что ювелирное искусство не только в недавнем прошлом являлось одной из ярчайших страниц отечественного искусства — и сегодня российские художники-ювелиры и дизайнеры активно работают и участвуют в творческих конкурсах, в том числе и международных, как в России, так и за рубежом. Задача «круглого стола» — объединить разрозненные на данный момент силы художников, дизайнеров, производителей ювелирных изделий, сотрудников музеев и художественных критиков.

В докладе ведущего научного сотрудника НИИ теории и истории изобразительных искусств РАХ И. Ю. Перфильевой «Основные проблемы отечественного ювелирного дела России в начале XXI века» рассматривалась проблема взаимодействия художников-ювелиров и мастеров-ювелиров или, говоря иначе, взаимодействия искусства и художественного ремесла. В России исторически сложилось так, что профессиональное образование ювелиров основывается на овладении навыками работы в различных ювелирных техниках. В то же время исторический и зарубежный опыт развития ювелирного дела показывает, что главную роль играет уникальная творческая концепция, носителями которой являются не мастера, а в первую очередь художники-ювелиры. А этой сфере деятельности в современном отечественном ювелирном искусстве не уделяется должного внимания. И одним из препятствий является отсутствие регулярных выставок и соответствующих масштабных ретроспективных экспозиций в ведущих музеях, а также трудности в подготовке качественно иллюстрированных публикаций по современному отечественному ювелирному искусству. И. Ю. Перфильева обратилась к президиуму Российской академии художеств и секретариату ВТОО «Союз художников России» с предложением организовать всероссийский конкурс и выставку произведений ювелирного искусства, предположив, что такое сотрудничество послужит объединению усилий всех представителей ювелирного сообщества.

Секретарь правления ВТОО «Союз художников России» Г. А. Корзина в докладе «Ювелирное искусство в свете художественно-выставочной практики России на рубеже XX—XXI веков» горячо поддержала

Актуальные проблемы современного ювелирного искусства России: Школа. Производство. Художник. Музей

«Круглый стол» организован по инициативе отделения декоративных искусств Российской академии художеств и НИИ теории и истории изобразительных искусств РАХ при поддержке редакции журналов «ДИ», «Декоративное искусство стран СНГ», «Academia» и ВТОО «Союз художников России». Он был посвящен современному состоянию отечественного ювелирного искусства в разных сферах — от уникальных концептуальных ювелирных объектов до традиционных драгоценностей. Формат проведения мероприятия определялся несколькими факторами.



Слева направо:
Корзина Г. А. – член-корреспондент Российской академии художеств, секретарь правления ВМОО «Союз художников России», Заслуженный художник России, член оргкомитета
Кузнецов Ф. А. – член-корреспондент Российской академии художеств, член оргкомитета
Торопова И. А. – ТБУК Калининградский областной музей янтаря, заместитель директора по научной работе
Ленцов Л. Л. – член Ассоциации художников декоративного искусства Московского союза художников

инициативу проведения всероссийской выставки-конкурса авторского ювелирного искусства.

Председатель совета ассоциации «Гильдия ювелиров России» Г. Г. Геворкян в своем выступлении «Роль Гильдии ювелиров России в сохранении культурного наследия и развитии современного ювелирного искусства» ознакомил участников заседания с обширной деятельностью ассоциации «Гильдия ювелиров России». Докладчик особенно подчеркнул, что «наряду с активной поддержкой ювелирной промышленности Гильдия всегда старалась в своей деятельности делать акцент на ювелирное искусство как составную часть нашего культурного наследия. И дальнейшая ее деятельность будет направлена на формирование позитивного имиджа ювелирной России для признания за ней высокого статуса одного из мировых центров ювелирного искусства».

Доклад заведующего отделом художественного металла ВМДПНИ А. А. Гилодо «Авторское ювелирное искусство в СССР 1970–1980-х гг. в собрании ВМДПНИ» был посвящен презентации уникальной коллекции авторского ювелирного искусства, которая в настоящее время из-за волонтеристских методов руководства ВМДПНИ недоступна ни для специалистов, ни тем более для широкого круга профессионалов и студентов.

Президент Национального коллекционного центра художественных изделий Г. В. Ананьина в выступлении «Ювелирное искусство России. Традиции и современность» подчеркнула необходимость сохранять и пропагандировать национальные традиции и искусство великих мастеров российской школы ювелирного искусства.

Эксперт по оценке художественных ценностей Министерства культуры и массовых коммуникаций РФ В. В. Скурлов в докладе «Современные ювелиры и камнерезы Сибири» познакомил коллег с творчеством сибирских ювелиров.

В рамках конференции поднимался вопрос о профессиональном образовании дизайнеров ювелирных изделий. Профессор Уральской государственной художественно-архитектурной академии Л. Ю. Салмин в сообщении «Российская ювелирная культура: уже не искусство, еще не дизайн» в качестве основной проблемы профессионального образования в ювелирном деле указал на недостаточное внимание подготовке творческих кадров — художников и дизайнеров, способных к активным творческим поискам.

Профессор Московского государственного горного университета Е. П. Мельников в выступлении «Современная концепция высшего

образования по направлению «художественная обработка материалов» на примере кафедры «Технология художественной обработки материалов Московского государственного горного университета» показал, что современная государственная система подготовки по различным специальностям, по сути, не дифференцирована для мастеров и дизайнеров.

Альтернативная система подготовки творческих кадров была представлена профессором Тольяттинского государственного университета Г. Г. Шароновой («Современное профессиональное образование художников-ювелиров на примере школы Шароновых»). Авторская программа ориентирована в первую очередь на раскрепощение творческой фантазии учащихся.

Одной из главных тем заседания была организация выставочных и конкурсных проектов. Здесь наработками Калининградского областного музея янтаря поделилась заместитель директора по научной работе И. А. Торопова. С 2005 года музей проводит Международную биеннале изделий из янтаря «Алатырь», а в 2012 году начал новый проект — биеннале «Всероссийский конкурс авторского ювелирного искусства».

Заведующая Городским выставочным залом им. Н. Н. Нужиной (филиал Музея истории города Ярославля) М. К. Крылова познакомила с региональными конкурсными проектами и произведениями ярославских ювелиров.

О стимулирующей роли творческих конкурсов в развитии авторского ювелирного искусства на примере студентов школы Шароновых рассказала доцент Тольяттинского государственного университета Д. Н. Табачкова.

Нормативно-правовая база в сфере ювелирного производства и искусства в целом нашла отражение в выступлении главного эксперта НП «Коллегия экспертов и оценщиков ювелирных изделий и антиквариата» А. Г. Гагарина «Оценка и экспертиза ювелирных изделий, правовые вопросы».

Наконец, некоторые новые и традиционные стилистические тенденции в западноевропейском ювелирном искусстве были затронуты в выступлениях главного редактора издательства «Контакт-Культура») А. Ф. Шклярука «Ювелирное искусство в современном контексте. Обзор современного ювелирного искусства на экспозиционных площадках Таллина в 2012–2013 гг.» и организатора мероприятий по продвижению ювелирного искусства Греции М. Костич-Радивоевич «Общие характеристики современного ювелирного дизайна Греции».

Конференция в целом подтвердила свою актуальность и своевременность проведения, так как она не только проинформировала ювелирное сообщество о насущных проблемах, но и дала возможность критически взглянуть на них и проанализировать происходящее в этой области пластических искусств.

Другим несомненным ее результатом стало декларированное понимание необходимости объединения творческих поисков художников, дизайнеров и организационных возможностей всех участников конференции в деле развития и популяризации российской национальной школы ювелирного искусства.

13 сентября 2013 года

Конгресс-центр Торгово-промышленной палаты РФ
(г. Москва, ул. Ильинка, 6)



8 (495) 926-02-88/98

www.russianjewelersguild.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ

«РАЗВИТИЕ ЮВЕЛИРНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ И УКРЕПЛЕНИЕ ЕЕ РОЛИ НА МЕЖДУНАРОДНОЙ АРЕНЕ»

ОРГАНИЗАТОР:



Ассоциация
«Гильдия ювелиров
России»

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



Торгово-промышленной
палаты Российской
Федерации

К УЧАСТИЮ В ФОРУМЕ ПРИГЛАШАЮТСЯ:

Депутаты Государственной Думы, представители Администрации Президента и аппарата Правительства Российской Федерации, федеральных министерств, служб и агентств, представители ювелирного бизнеса России и других стран, руководители ведущих общественных организаций, руководители регионов, имеющих развитую ювелирную промышленность, искусствоведы, преподаватели художественных учебных заведений, средства массовой информации

ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ ФОРУМА:

Содействие развитию российской ювелирной отрасли и повышению ее роли в формировании международного имиджа России как одного из ведущих мировых ювелирных центров

ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ ФОРУМА:

- Роль государства в развитии ювелирной отрасли
- Актуальные вопросы нормативно-правового регулирования в сфере обращения драгоценных металлов и драгоценных камней
- Особенности современной инвестиционной политики в ювелирной отрасли
- Сохранение и популяризация лучших традиций ювелирного искусства как важнейшая составляющая в формировании культурного имиджа современной России
- Перспективы развития российской ювелирной отрасли в условиях глобализации и укрепления международного сотрудничества
- Внедрение новых прогрессивных методов обучения и формирования кадровой политики в ювелирной отрасли

14 СЕНТЯБРЯ -
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ
ЮВЕЛИРНЫЙ БАЛ



ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ ФОРУМА



реклама



Алатырь 2013

*Тран-при
Метте Соабю (Копенгаген, Дания). Кольца, 2013
(янтарь, золото; резьба, штамповка)*

*1-е место в номинации
«Создание художественного образа»
Мануэль Вилена (Лиссабон, Португалия). Брошь
«№ 34» (янтарь, ложкобельник, сталь, железо)*

*1-е место в номинации «Мастерство»
Дорис Ладриэлли (Брунок, Италия). Браслет,
2013 (янтарь, золото, сланец)*

В конце июня в Музее янтаря Калининградской области прошла юбилейная международная биеннале авторских работ из янтаря «Алатырь 2013». Один из крупнейших культурных проектов региона включает в себя не только выставку-конкурс, но и образовательные программы, а также научно-практическую конференцию. По итогам биеннале непременно издается каталог конкурсных работ и сборники докладов конференции.

Значение этого мероприятия трудно переоценить. Музей янтаря прочно вошел в международное сообщество организаций, занятых глобальным развитием фундаментальных и прикладных исследований в области наук о янтаре, его популяризацией. 24 июня в Калининградском художественно-промышленном техникуме открылась образовательная программа биеннале. В течение трех дней члены международного жюри, известные художники из России, Польши, Франции, Италии, Латвии, Литвы читали лекции и проводили мастер-классы. Профессор Художественной Академии им. Владислава Стшешиньского в Лодзи Анджей Шадковски делился своим опытом проектирования ювелирных изделий с янтарем, а художник Наталья Петрова — использованием нетрадиционных материалов в ювелирном искусстве. Профессор, директор Европейского Института Дизайна Бенно Симма из Италии провел мастер-класс на тему «Человек. Пропорция. Украшение», а тема мастер-класса Дианы Шароновой называлась «Посудная группа. Создание дизайнерских ложек».

ЯНТАРЬ И ЕГО ИМИТАЦИИ

27 июня в Балтийском федеральном университете имени Иммануила Канта открылась научно-практическая конференция «Янтарь и его имитации», в которой приняли участие ученые из музеев, научно-исследовательских институтов, технических университетов, экспертных лабораторий Польши, Украины и России. Перед началом заседания с приветственными речами к участникам симпозиума обратились директор Калининградского музея янтаря Татьяна Юрьевна Суворова и куратор конференции, ведущий научный сотрудник Музея янтаря Зоя Васильевна Костяшова.

Проблема подлинности янтаря, который часто называют золотом Балтики, возникла не сегодня. Вот что писал в июне 1914 года ежемесячный иллюстрированный журнал «Русский Ювелир»: «За последний год образовалась мода на янтарные украшения ювелирных изделий. Янтарь представляет собою окаменелую в течение столетий смолу, в которой иногда сохраняются остатки растений и

насекомых. Он очень легок. Его удельный вес 1,1, а степень твердости всего 2,5.

...Янтарь бывает различных оттенков, прозрачный и непрозрачный, и даже не только желтого, но и зеленого и голубого цвета. Последнее, впрочем, составляет уже редкость. Если зеленый янтарь сварить в репейном масле, он делается светло-желтым.

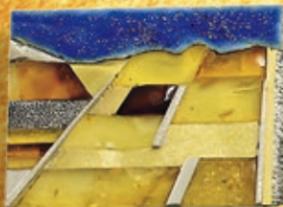
Существует поддельный янтарь из прозрачного желтого стекла, целлулоида и копала. Его готовят также искусственным способом из плохих и мелких сортов натурального янтаря посредством размягчения и прессования...»

За прошедшие 99 лет мало что изменилось, актуальные проблемы того времени не только остались, но благодаря развитию науки приобрели более массовый и, если можно так выразиться, «изоциренный» характер. Настоящая революция в создании подделок случилась, когда человечество научилось синтезировать органические соединения. А уж создание в 1909 году бакелита и вовсе поставило процесс создания янтарных имитаций на новый уровень. «Янтарные» изделия из бакелита были настолько правдоподобны, что многие владельцы украшений искренне верили, что носят янтарные ожерелья.

2-е место в номинации «Новаторство»
Войцех Каландык (Варшава, Польша).
Колье «Водная сфера», 2011 (янтарь, металл
белого цвета, жидкость)

3-е место в номинации «Музыка в камне»
Рута Ничайене (Вильнюс, Литва).
Объект «Romance in a minor», 2013 (янтарь,
металл белого цвета)

1-е место в номинации «Новаторство»
Маркус Фрюауф (Меран, Италия).
Серия «Брошей», 2013 (янтарь, серебро, золото, эмаль)



Помимо имитаций янтаря различными синтетическими смолами зачастую выдают за природный янтарь копал (похожая на янтарь ископаемая природная смола, выделяемая преимущественно тропическими деревьями семейства бобовых) или прессованный янтарь. Причем, строго говоря, в имитациях как таковых нет ничего плохого. Но ровно до тех пор, пока их не выдают за природный янтарь. В этом случае мы имеем дело уже не с имитацией, а с фальшивкой... Согласитесь, каждый из нас, приобретая изделие, будь то недорогие бусы или авторская работа, имеет право получить достоверную информацию о природе материала, использованного в изделиях. Всем этим вопросам было уделено внимание участников конференции, которая состояла из двух заседаний. Первое было посвящено классификации имитаций янтаря и методам их распознавания. Польские химики Анеля Матушевская и Эва Вагнер-Высецка в своих докладах рассмотрели некоторые аспекты структуры и свойств натуральных и синтетических смол и как чем представляются имитации янтаря, если на них смотреть глазами химиков. Главный специалист аналитической лаборатории Люблинского университета им. Марии

Складовской-Кюри Эварист Мендык рассказал о химической картографии в исследовании имитаций янтаря. Российские представители: начальник экспертно-криминалистической службы регионального филиала ЦЭКТУ Калининграда, кандидат химических наук Александр Григорьевич Булычев представил доклад «Методы идентификации янтаря и его имитаций в таможенной практике», а заведующий кафедрой химии КГТУ Борис Юрьевич Воротников рассказал о месте аналогов янтаря и композиционных материалов на его основе в иерархии технологической переработки природных смол. Александр Булычев рассказал об экспертных исследованиях янтаря, которые проводят специалисты службы. По фракционному составу янтаря-сырца, представленного на экспертизу, определяется место добычи, а соответственно, легальность данной партии янтаря. Помимо этого эксперты должны определить рыночную стоимость предоставленного материала.

Второе заседание конференции было посвящено имитациям янтаря в государственных и частных собраниях, а также использованию их (имитаций) в реставрационной практике. И конечно же, речь шла о существовании имитаций на рынке янтаря.

Кроме химических и физических методов отслеживания имитаций существует так называемый «палеонтологический». Этот достаточно точный метод определения подделок основан на изучении включений в виде ископаемых животных и растений в янтарных инклюзах. Интересный доклад на эту тему представил старший научный сотрудник Музея янтаря, кандидат биологических наук Андраник Рафаелович Манукян. Суть его заключается в следующем: если насекомое, которое вам показывают замурованным в янтаре, встречается и в наши дни, это, вне всякого сомнения, подделка. Биологический вид существует не более пяти миллионов лет, так что от тех существ, что попали в янтарные ловушки, нас отделяет как минимум девять поколений эволюции.

Эксперт Палаты янтарщиков Габриэла Герловска представила вниманию участников симпозиума свою обширную коллекцию янтарных имитаций, пожалуй, самую крупную в мире. Кандидат геологических наук Елена Петровна Беличенко выступила с докладом «Имитации янтаря на рынке ювелирных камней Украины».

Необходимо отметить высокий качественный уровень докладов всех участников конференции. Разработка новых способов идентификации подделок, изучение и внедрение высокотехнологичных методов защиты рынка от янтарных имитаций, конечно же, имеет большое значение для экономики Польши, России и Украины.

AQUA TERRA

В этом году в биеннале помимо российских приняли участие художники из Великобритании, Германии, Дании, Италии, Латвии, Литвы, Польши, Португалии, России, Франции. 241 работа была представлена на конкурс Aqua Terra. По словам председателя жюри Ирины Тороповой, тема выставки-конкурса связана с тем, что ЮНЕСКО объявила 2013 год Международным годом объединенного водного пространства, что весьма актуально для Балтийского моря, выход к которому имеют многие государства. «Перед художниками стояла задача в символических образах передать суть этих стихий — Земли и Воды. А также восхитительного их слияния, которое и привело в конечном итоге к образованию солнечного камня, каким мы его знаем» — сказала она на пресс-конференции, предваряющей церемонию открытия выставки.

Музеем янтаря накоплен большой опыт в организации конкурсов и выставок. В этом году впервые сотрудники музея выступили в качестве кураторов, и вполне успешно. Что не удивительно: у музея сложились дружеские связи со многими художниками из Латвии, Литвы, Польши, Дании...

Еще одной особенностью (очень ценной для художников) конкурса является то, что музей приобретает в собственную коллекцию работы конкурсантов.

Организаторы конкурса собрали в составе жюри известных художников и искусствоведов из Италии, Латвии, Литвы, Польши, России, Франции, которые отметили высокий уровень представленных работ.

Гран-при конкурса был вручен художнице из Дании Метте Соабу за серию колец. Члены жюри отметили умение автора представить природную красоту солнечного камня и гармонично соединить янтарь с металлом. Кроме того, они увидели в этой работе высокое мастерство и образы, которые могли бы принести Метте Соабу первое место практически в каждой из конкурсных номинаций, которых было четыре: «Мастерство», «Создание художественного образа», «Новаторство» и «Музыка в камне», посвященная 140-летию со дня рождения выдающегося композитора Сергея Рахманинова.

Член жюри, профессор, заведующий отделом металла и дизайна Академии художеств Латвии Юрис Гагайнис поделился своими впечатлениями:

— Уже третий раз вхожу в состав жюри конкурса, могу сравнивать. Если в 2011 году на Четвертой биеннале гораздо больше было китча и «тяжелых», переполненных деталями работ, которые вступали в противоречие с концепцией современной биеннале, то этом году произведения более «легкие», высокой художественной ценности. Однако хочу отметить, все еще присутствует перегруженность изделий разными материалами. А с янтарем нужно работать осторожнее, поскольку камень сам по себе очень активный и всегда будет «спорить» с тем, что находится рядом. В целом от выставки осталось хорошее впечатление. Представлены и объекты, и украшения, и концептуальные произведения.

На торжественной церемонии открытия выставки AquaTerra приняли участие представители законодательной и исполнительной власти Калининградской области, а также дипломатических миссий. С приветственными словами к собранию участников и гостей выставки обратились первый заместитель министра культуры Елена Кошемчук, министр по промышленной политике, развитию предпринимательства и торговли Дмитрий Чемакин, депутат Калининградской областной думы Михаил Чесалин, вице-консул Генерального консульства ФРГ в Калининграде Даниэль Лисснер, атташе по культуре Генерального консульства Литвы в Калининграде Романас Сенапедис, консул Генерального консульства Республики Польша в Калининграде Роберт Хондзыньски, руководитель Канцелярии посольства Латвийской Республики в Калининграде Солвита Мартинсоне.

Данный проект Музея янтаря не только предоставляет возможность знакомства с работами российских и зарубежных художников, но и создает атмосферу творческого общения, устанавливает дружеские и профессиональные связи между художниками, учеными, предпринимателями — всеми теми, кто вовлечен в орбиту «солнечного камня». И безусловно, способствует развитию Калининграда как центра ювелирного и янтарного искусства.



«Золотое кольцо России — 2013»

С 27 по 30 июня в Костроме прошел XIV Международный ювелирный фестиваль «Золотое кольцо России — 2013». Это яркое событие ювелирного лета стало возможным благодаря инициативе Флуна Фагимовича Гумерова, президента компании «Алмаз-Холдинг», которую поддержал губернатор Костромской области. Значение Костромы для развития ювелирной отрасли России сложно переоценить, ведь история и традиции ювелирного промысла в крае берут свое начало с XVII века.



За четыре июньских дня в Костроме можно было не только полюбоваться ювелирными шедеврами, привезенными сюда из всех регионов нашей страны, но и побывать на концертах народных исполнителей, послушать джаз, поболеть на спортивных состязаниях за любимую команду.

III КОНГРЕСС ЮВЕЛИРОВ РОССИИ

27 июня, в день открытия фестиваля, состоялся III Конгресс участников российского ювелирного рынка. Основной задачей Конгресса являлась выработка предложений для динамичного развития российского ювелирного производства и реализации экспортного потенциала.



Тран-при "Конкурса Swarovski"

Вперед к мечте

Заседание на Конгрессе ювелиров России

Место ювелирного конкурса «Признание ювелирной столицы»



ла отрасли в свете указов Президента РФ «О долгосрочной государственной экономической политике» и «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления».

В работе Конгресса приняли участие губернатор Костромской области С. К. Ситников, представители федеральных министерств и ведомств, крупнейших российских и зарубежных ювелирных компаний, отраслевых общественных организаций, а также депутаты Федерального собрания.

Открыли работу III Конгресса участники российского ювелирного рынка председатель отраслевого отделения Федерального межотраслевого совета «Деловой России», депутат Костромской областной думы Ф. Ф. Гумеров и сопредседатель «Деловой России», председатель комитета по инвестиционной политике ТПП РФ А. В. Данилов-Данильян.

В своих докладах Ф. Ф. Гумеров и А. В. Данилов-Данильян сделали упор на снятие тормозящего воздействия нынешней системы пробирного надзора через устранение его монопольного положения и формирование более гибких современных форм контроля, перенос его центра тяжести на сегмент розничных продаж ювелирных изделий.

Принявший участие в работе Конгресса представитель Ассоциации «Гильдия ювелиров России» В. И. Моспан выступил с докладом, в котором призвал всех участников ювелирного рынка страны встречаться на регулярной основе с целью выработки совместных решений по реформированию ювелирной отрасли. Он особо отметил, что организация, которая выступит площадкой для такой работы, должна быть достаточно авторитетной, способной привлекать к обсуждению всех участников российского ювелирного рынка и обеспечить системный характер такой работы. Было подчеркнуто, что необходим планомерный, конструктивный

фото: <http://www.ebr.info/>

диалог с Министерством финансов, Государственным правовым управлением Президента РФ, ФСБ и МВД, Федеральной службой по финансовому мониторингу для выработки решений, которые послужат на благо бизнеса и государства и обеспечат защиту интересов российских покупателей.

ЮВЕЛИРНЫЕ КОНКУРСЫ

Центральное место в программе фестиваля занимает ювелирная выставка. В прошлом году она собрала около 60 участников, а в этом — уже более 100. Ежегодно расширяется география участников выставки: Санкт-Петербург, Москва, Ярославль, Казань, Якутск, Балтийск, Вологда, Калининград, Электросталь, Шуя, Иваново, Ростов-на Дону, Владимир, Ульяновск, Климовск, Таганрог, Костромская область. Костромскую выставку благодаря активной рекламной кампании посетили гости и покупатели из соседних областей и городов: Ярославля, Иванова, Владимира, Москвы, Вологды и др. По многочисленным отзывам участников можно судить, что объемами розничной и оптовой и торговли они довольны.

Одной из любимых традиций праздника являются ювелирные конкурсы: «Признание ювелирной столицы» и «Конкурс Swarovski». Завоевать признание профессионалов и получить почетные награды от авторитетного жюри в ювелирной столице России — а именно так называют Кострому — дорогого стоит.

В этом году члены жюри конкурса «Признание ювелирной столицы» из 46 заявленных на конкурс изделий выделили лучшие и талантливые работы ювелиров. В номинации «Изделие к юбилейным и историческим датам России» победила работа «Ипатьевский монастырь», выполненная мастерами Красносельского ювелирпрома. В других номинациях конкурса лучшими были признаны серьги



«Жар-птица» Магомеда Сугуева, украшение «Метаморфозы» Алексея Большакова, потир, представленный ювелирной фабрикой «Северная Фиваида», кольцо «Мисс Фло» ювелирного завода «Алмаз», мужское кольцо, выполненное в стиле техно Кирилла Колупаева, а также брошь «Вологодские кружева» Костромского ювелирного завода.

В основе конкурса среди ювелирных украшений с «Природным топазом уникального блеска Swarovski» лежат новаторские творческие и дизайнерские идеи.

К моменту открытия выставки пятерка финалистов конкурса «Swarovski» уже была определена, ими стали два лауреата из Екатеринбурга и три — из п.г.т. Красное-на-Волге. А 29 июня был определен обладатель Гран-при: Н. В. Брянцева из Екатеринбурга за свадебный браслет в номинации «Природная красота» получила возможность посетить сверкающую Вселенную Swarovski (Музей Swarovski в Ваттенсе, Австрия).

СПОРТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Футболисты и волейболисты команд ювелирных компаний на поле стадиона в Красном-на-Волге сражались за кубки победителей Swarovski, завоевать которые столь же почетно, как и занять первое место в ювелирном конкурсе. Swarovski Gems и «Кристалит Корп» продолжают поддерживать чемпионат среди любительских команд ювелирных компаний, проводимый ежегодно в рамках фестиваля. В турнире по мини-футболу все как в профессиональном большом футболе: дружные сплоченные команды ювелиров, отдающие все силы на футбольном поле, аншлаг на трибунах, куда приходят коллеги, родственники игроков и просто неравнодушные болельщики. Игры реально захватывают с первой минуты и до финального свистка... В этом году победителем турнира стала футбольная команда «Алмаз-Холдинг».

Ювелирный фестиваль за прошедшие годы стал уникальным явлением в жизни ювелирной отрасли. Программа фестиваля получилась масштабной, яркой и была интересна всем участникам фестиваля: ювелирам-производителям, многочисленным гостям города, туристам, костромичам. Следующим летом состоится уже пятнадцатый, юбилейный фестиваль. И если вы еще раздумываете о том, где провести кусочек будущего лета, непременно занесите в свои планы Кострому!

2013

16 Всероссийская специализированная выставка

Ювелир

ЭКСПО

- Ювелирные изделия
- Бриллианты, драгоценные и полудрагоценные камни
- Столовые приборы в ювелирном исполнении
- Элитные подарки
- Часы
- Бижутерия
- Изделия из янтаря и бронзы
- Авторские работы

19-23
ДЕКАБРЯ
ВОЛГОГРАД
ЭКСПОЦЕНТР

Организатор

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

Генеральный информационный спонсор

Всероссийский ювелирный каталог
ЭКСПО ЮВЕЛИР

Генеральный информационный партнер

Алмаз

реклама



АЛМАЗ-ХОЛДИНГ
ювелирная компания

*«Мода проходит,
стиль остается...»
Кокко Шанель*



реклама

Центральный офис:
Россия, 129301, г. Москва,
ул. Космонавтов, д. 7, корп. 2
Тел.: (495) 956-89-89

www.almaz-holding.ru

«Кто не возьмет креста своего...»

Так говорил Иисус Христос, обращаясь к мирянам. Это означало, что христианин обязан переносить жизненные лишения, тяжелые обязанности, мучительную борьбу нравственного долга с искушениями греха мужественно и благодушно, не нарушая требований религии и внушений чистой совести. Каждому православному христианину при крещении давался крест наперсный, носимый «на персях» (на груди) под одеждой или поверх ее, на шнуре или цепочке. Крест, который носился прямо на теле, назывался тельным крестом или тельником.

Христианство и крест связаны неразрывно, хотя с исторической точки зрения трудно определить, в какой именно момент раннехристианской истории появляется крест как символ христианства. Позднее, в период христианизации Руси, по-видимому, не существовало еще обычая или правила обязательно носить крест. Сейчас это кажется странным, а в те времена можно было быть верующим христианином и не носить крест. Изучением истории вопроса занимается церковная археология, но какой-нибудь регламентирующей науки, которая бы предписывала размеры, форму, способ укрепления крестов, не существует. Все определяется традициями и функциональностью.

Бытует понятие, что существует различие между православным и католическим крестами. Это не совсем верно. В православии бытует множество различных традиционных форм крестов, например, равносоставленный, греческий, восьмиконечный, иерусалимский, латинский, который так только называется, но не является принадлежностью другой конфессии.

Изменение формы креста можно изучать как историческое явление, характеризующее настроение эпохи. Скажем, в начале XIX века в моде был четырехконечный латинский крест, а в конце века на волне патриотических идей и интереса к древнерусским традициям — восьмиконечный. И обе формы были в одинаковой степени православными.

Единственное различие, четко отделяющее православные обрядовые изделия от изделий западных конфессий, проявляется в изображении распятия. Согласно православной точке зрения Спасителя пригвоздили к кресту четырьмя гвоздями — по одному на каждую руку и ногу, соответственно, ноги Христа располагаются на кресте параллельно. В католической традиции с XIII века ноги Христа скрещены.

Быть на кресте распятию или не быть — дело вкуса художника или заказчика. Канон допускает оба варианта. А вот изображение Всевидящего ока — человеческий глаз в треугольнике — выходит из контекста православной традиции, это скорее католическое влияние.

Восьмиконечный крест по традиции воспринимается как старобрядческий, это стремление воссоздать полную конфигурацию

подлинного креста, хотя в восьмиконечном варианте не хватает еще изображения Голгофы, копия и трости с губкой. Так что нельзя говорить о какой-то правильной или единственно верной форме. Но существуют благочестивые традиции, такие, как, например, надпись «Спаси и сохрани» на обратной стороне креста.

А существуют ли правила, предписывающие, из какого металла должен изготавливаться крест, как его носить — на цепочке или шнурке?

Тут нужно сделать одну важную оговорку. Есть два понятия: нательный крест, носимый каждым христианином после крещения, и еще несколько разновидностей наперсных (нагрудных) крестов, предназначенных для духовенства.

Так вот, для нательных крестов особых правил не существует, все определяется соображениями вкуса и удобства. Нательный крест носится на теле, под одеждой, следовательно, желательно, чтобы он не окислялся при соприкосновении с кожей. Поэтому при выборе материала для его изготовления обычно останавливаются на золоте, серебре или серебре с позолотой, но может быть и медь, и любой другой металл. Иногда кресты бывают деревянными, чаще из кипариса. Цепочка или шнур? Опять же, дело вкуса и удобства. Обычно нательные кресты легкие, без лишних украшений, чтобы не цеплялись за одежду, не мешали.

Если кому-то очень хочется иметь массивный крест, богато усыпанный камнями, то и это допустимо, хотя такие кресты больше приличествуют священнослужителям. Вообще, нелишне помнить о том, что во всем должно быть чувство меры. Если речь идет об авторском изделии, то проба, определяющая состав металла, может присутствовать, а вот имя мастера или фирмы-изготовителя, как правило, не ставится — это нравственная традиция, хотя есть немного случаев, когда это правило не выполнялось.

Единственное историческое препятствие — нарочитое изображение на кресте нехристианских символов. Во избежание подобных конфузов и по принятой традиции кресты следует освящать в храме. Ведь вы не знаете точно, в каких руках был крест до того, как попасть к вам, — это относится и к новым, и к антикварным изделиям. Обряд освящения включает в себя положение на престол, и не стоит им пренебрегать.

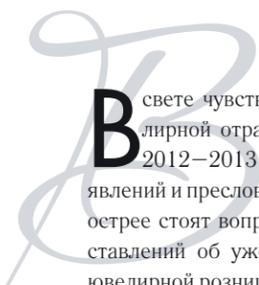


Григорий Цеханский-Сергеев, эксперт, консультант
Международного Бизнес-центра «6 карат»

Что **МОЖНО**, а чего **НЕЛЬЗЯ** ожидать от корпоративного обучения в ювелирной рознице, или что делать, когда во всем виноваты продавцы?



Вопрос «Учить или не учить?» для ювелирного бизнеса с недавнего времени не требует ответа... Другое дело, как обучение организовать эффективно? А если такое обучение проводится внутри компании? Что нужно учесть при создании системы развития и повышения квалификации специалистов ювелирной розницы, мы попросили рассказать нашего консультанта по обучению.



В свете чувствительного для всех игроков ювелирной отрасли падения розничных продаж в 2012–2013 годах, намечающихся кризисных явлений и пресловутого вхождения России в ВТО все острее стоят вопросы пересмотра привычных представлений об уже сложившихся бизнес-процессах ювелирной розницы: «Куда идти?», «Что менять?» и «Что внедрять?». При этом в наше непростое время важно сохранить и увеличить объемы продаж.

Поскольку персонал — это отправная точка для предстоящих изменений, именно HR-менеджер слышит упрек в свой адрес, что персонал на местах продаж не обучен и поэтому совершает фатальные для выполнения плана ошибки: не знает ассортимента и основ геммологии, неправильно обслуживает покупателей магазина и т. д.

Сейчас трудно представить ювелирную розницу без обучения. В той или иной мере системности оно (обучение) присутствует повсеместно. Регулярные семинары по геммологии, классификации ювелирных изделий, тренинги продаж ювелирных украшений стали нормой для всех больших и малых ювелирных сетей.

Тем не менее упреки в том, что персонал магазина не обучен, — это первый сигнал, чтобы разобраться в наших ожиданиях и реально возможной отдаче от обучения в формировании идеального продавца, отвечающего всем корпоративным требованиям. Для этого отбросим все потенциальные внешние, пусть даже первостепенные причины невыполнения плана, такие как эффективность маркетинга, ассортиментной политики, локации магазина, адекватности стан-

дартов работы. К тому же допустим, что все проблемы кроются в неудовлетворительной работе продавцов розницы. Как ни странно, но многие руководители коммерческих служб именно так и думают, когда подходит время анализировать очередной провал при выполнении плана.

Часто растерянность HR-специалистов вызывают ситуации, когда продавцы проходят дорогостоящее обучение. По итогам обучения они получают высокие проходные баллы, а результат «тайного покупателя» крайне низок, или руководитель, побывавший инкогнито в одном из магазинов, остался крайне недовольным уровнем обслуживания.

Для начала важно принять, что продавец — это все же человек, и если бы все проблемы розницы сводились исключительно к недостаточному уровню

подготовки персонала, весь бизнес работал бы как один корпоративный университет и «клепал» бы без усталости специалистов, выполняющих корпоративные стандарты работы.

Но сложность заключается в том, что сам факт обучения стандартам обслуживания не может заменить желания продавца стандарт исполнять, а без должного контроля над качеством исполнения и вовсе теряет смысл.

Поэтому для управления эффективностью продавца используем комплексный подход, а именно:

ЖЕЛАНИЕ продавца выполнять стандарты (Мотивация),

УМЕНИЕ выполнять стандарты (Обучение) и

НЕОБХОДИМОСТЬ выполнять стандарты (Контроль).

**Мотивированный и способный
к обучению соискатель должности
продавца**



ЭФФЕКТИВНЫЕ: (обучение
мотивация
контроль)

Эффективный продавец



1. **ЖЕЛАНИЕ** выполнять стандарты, или назовем это «Мотивация», должно быть изначально внутреннее. Каждый потенциальный продавец должен давать себе осознанный ответ: он хочет быть продавцом ювелирного магазина со всей вытекающей из этого степенью ответственности, он хочет каждый день общаться с новыми и разными людьми, он готов принять эту корпоративную роль с обязательным и ежедневным выполнением заданных стандартов.

Практически повлиять на внутреннюю мотивацию продавца работать, и работать «правильно»

и эффективно, крайне трудно, если вообще возможно. Проще отбирать таких кандидатов на этапе их входа в компанию. Единственной возможностью управлять желанием продавца выполнить план и соответствовать стандартам остаются правильно подобранные инструменты внешней мотивации. Например, это возможно через публичное признание достижений продавца, материальное или нематериальное поощрение его за достижение конкретных результатов работы, такие как выполнение плана или увеличение среднего чека.

Пример 1

На работу в новый магазин компании «Альфа-Ювелир» были приняты два новых продавца — Мария и Людмила. И та и другая не имели опыта работы в ювелирном магазине.

В процессе обучения новый продавец Мария критично относилась к основным пунктам корпоративных стандартов обслуживания клиентов, считая их неэффективными и излишне строгими. Тем не менее по результатам обучения она получила высокий балл по продакт-тестам и деловой игре.

В отличие от Марии, результаты обучения Людмилы были гораздо скромнее. Однако в процессе работы управляющий магазином и наставник отмечали ее упорство и большое желание развиваться, что отражалось в динамике оценок анкет «тайного покупателя», общий балл которых становился с каждой проверкой все выше.

У Марии в ходе стажировок, напротив, никакой динамики развития не было, из раза в раз повторялись одни и те же пункты несоблюдения стандартов. Несмотря на высокий потенциал, она так и не смогла принять для себя корпоративные стандарты. На одной из встреч с Марией, инициированной непосредственным руководителем, ей был представлен результат стажировки, после чего было принято обоюдное решение о прекращении трудового договора.

Людмила, напротив, смогла успешно завершить испытательный срок, показав высокие результаты продаж.



Пример 2

С начала 2013 года руководством компании «Альфа-Ювелир» был утвержден план ввода в магазинах сети новой услуги Trade In — обмена старых украшений на новые. Практически сразу были разработаны и внесены необходимые изменения в профиль должности продавца и корпоративные стандарты обслуживания. В течение двух месяцев все продавцы сети прошли обучение по новой услуге и получили оценку по результатам обучения.

Однако введение услуги в сети шло неравномерно, в одних магазинах услуга вводилась раньше, в других позже. Через шесть месяцев проведенная аттестация персонала показала сильный разрыв в навыках реализации услуги Trade In между продавцами, в магазинах которых уже была введена эта услуга, и теми, кто находился в режиме ожидания. В условиях постоянной ротации продавцов между магазинами это обстоятельство только ухудшало статистику продвижения сервиса. Не имеющие необходимого опыта продавцы попросту боялись предложить такой сервис покупателю, поскольку не были уверены, что смогут его качественно предоставить, а цена ошибки слишком высока.

Для решения возникшей задачи было принято решение о временном использовании старого профиля должности для продавцов магазинов с еще не включенной услугой Trade In, а при ротации неопытного продавца в магазин с включенной услугой прикреплять к нему наставника. Анализ результатов проведенных изменений показал устойчивый рост количества итераций этой услуги.

3. И наконец, **НЕОБХОДИМОСТЬ** выполнения стандартов, или контроль — еще один важный пункт развития эффективности продавца ювелирного магазина.

Почему же работники магазинов, имея желание выполнять стандарты и зная, как это делается, допускают ошибки, не показывая ожидаемых результатов работы?

Знание ассортимента и прекрасное умение продавать без желания достигать высоких результатов («Знаю, но не хочу») бессмысленны для достижения результата!

2. **УМЕНИЕ** продавца выполнять заданные стандарты обслуживания — один из критических факторов достижения высоких показателей продаж. Однако руководители часто ждут ощутимой отдачи от обучений, далеко выходящих за рамки принятых стандартов, не отдавая себе отчет в том, что новое знание или навык — это дополнительная ответственность продавца за его использование на рабочем месте. Эту ответственность они не всегда готовы взять на себя добровольно, и если перед обучением не была скорректирована мотивационная модель, а управляющие не прошли инструктаж по новым точкам контроля, то, скорее всего, траты на это обучение оказались напрасными. Куда эффективнее бывает поддерживать продавцов в их умении соблюдать текущие стандарты, и делать это системно и регулярно.

Общий перечень регулярных обучений по должностям персонала розничного магазина «Альфа-Ювелир»



Пример 3

В магазин компании «Альфа-Ювелир» был принят новый продавец, более пяти лет проработавший в магазинах сети конкурента и прошедший обязательное обучение на соответствие стандарту обслуживания. Однако в ходе проверки «тайным покупателем» у продавца был выявлен ряд грубых нарушений. В процессе обратной связи продавец признался менеджеру, что на предыдущем месте работы подобное поведение нарушением не считалось, и он осознает, что нарушает принятые правила в силу укоренившейся привычки. В рамках коррекционной работы был усилен внутренний контроль со стороны управляющего магазином и полевого тренера. Данные меры позволили заменить у продавца старые привычки необходимыми для соответствия корпоративному стандарту навыками. По следующим после принятых мер замерам соблюдения стандартов критических отклонений выявлено не было.

Таким образом, контроль выполнения стандартов работы продавца полностью ложится на плечи управляющего магазином и полевого тренера на местах продаж. Их контроль можно рассматривать как поддержку недавно приобретенных знаний и навыков продавца. Тогда как последствия внешнего контроля (например, «тайного покупателя») могут носить характер административного взыскания, например в виде депремирования. Чаще всего контроль выполнения стандартов позволяет нивелировать те просчеты, которые допускаются в ходе обучения или несовершенства мотивационной модели.

Пример 4

В ходе исследования «тайным покупателем» одного из региональных кустов сети магазинов «Альфа-Ювелир» было зафиксировано несоответствие техники презентации ювелирных украшений корпоративному стандарту у 70% продавцов. Полугодовая аттестация также подтвердила эти результаты. Для разрешения ситуации была разработана программа корректирующего обучения.

Программа состояла из пяти этапов:

- Подготовить и провести однодневный аудиторный тренинг, посвященный принятой в компании «Альфа-Ювелир» технике презентации.
 - Усилить полевое обучение:
 - акцентировать внимание полевых тренеров на проблемных зонах, связанных с техникой презентации;
 - увеличить интенсивность посещений полевыми тренерами проблемных магазинов в два раза.
 - Подготовить и провести инструктаж для управляющих магазинами с целью контроля и помощи в корректировке навыка стандартной техники презентации.
 - Внести изменения в текущую модель мотивации для продавцов:
 - ввести коэффициент поощрения за исполнение техники презентации согласно корпоративному стандарту;
 - провести конкурс на лучшую презентацию среди продавцов с обязательным оглашением и поощрением победителей.
 - Внести изменения в систему контроля исполнения стандартов методом «тайный покупатель»:
 - добавить в чек-лист «тайного покупателя» новые кейсы и точки анализа для отслеживания изменений, произошедших по итогам принятых мер;
 - изменить вес значения оценки техники презентации.
- Реализация плана корректирующих мероприятий заняла месяц. Результатом этой работы стало достижение стандартного уровня выполнения техники презентации ювелирных украшений у 95% продавцов.

Перечисленные факторы влияния на эффективность персонала (мотивация, обучения и контроль) оказываются одинаково критичными и должны занимать важное место в кадровой политике эффективной ювелирной компании.

Елена Денисова, преподаватель Международного Бизнес-центра «6 карат», руководитель коммерческой практики гражданско-правового департамента юридической фирмы «КЛИФФ»

Подводные камни интернет-торговли ювелирными изделиями ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ



В июне 2013 года Международный Бизнес-центр «6 карат» провел форум по теме «Ювелирная торговля: точки роста». Одним из самых обсуждаемых на форуме стал вопрос о правовой деятельности интернет-магазинов. За бурным развитием электронной коммерции российское законодательство просто не успевает. В результате работа сайтов и интернет-магазинов, в том числе ювелирных, находится в постоянной зоне риска и правового конфликта. О том, как избежать ошибок и вооружиться необходимыми знаниями и документами, — в выступлении одного из спикеров форума.

6 карат
международный бизнес-центр

На текущий момент сложно представить нашу жизнь без Интернета. Огромное количество гаджетов позволяет в каждый момент времени посетить любой магазин, посмотреть новинки и приобрести их (порой даже дешевле, чем офлайн).

Обыватели зачастую представляют себе, что торговля офлайн является урегулированной сферой, а онлайн — нет. Это ошибочное представление. Регулирование торговли в онлайн-режиме установлено и подчинено определенным правилам, может быть, даже более жестким, чем торговля в офлайн-режиме. Это касается и такого специфического товара, как ювелирные изделия.

У юристов есть два мнения по поводу определения формы реализации ювелирных изделий в Интернете: это торговля дистанционным способом или торговля по образцам. Каждый раз владельцы ювелирных магазинов, которые захотели перейти в интернет-торговлю, приходя к юристам и сталкиваясь с этими двумя толкованиями, уходят с двояким мнением и без четкого ответа на свои вопросы. Давайте разберемся — почему?

Для начала необходимо понять, можно ли вообще реализовывать ювелирные изделия через Интернет? Если можно, то как правильно это делать? А если нельзя, то тогда что делают ювелирные магазины на рынке онлайн-торговли?

Попробуем разобраться в этих вопросах.

1. Можно или нет продавать ювелирные изделия через Интернет? Если можно, то какими способами: дистанционно или по образцам? Какие существуют особенности таких продаж?

По нашему мнению, реализовывать ювелирные изделия через Интернет можно, но с определенными ограничениями.

Основное регулирование вопросов интернет-торговли (если не говорить о сфере расчетов) в России осуществляется посредством

Закона РФ «О защите прав потребителей» (далее ЗПП) и Постановлений Правительства РФ, регулирующих сферы дистанционной торговли (№ 612) и торговли по образцам (№ 918).

На взгляд юриста, все упирается в понятие «ювелирные изделия». Относятся ли они к товарам, ограниченным в обороте?

Дискуссия на эту тему ведется давно, но автор на ней останавливаться не будет (поскольку мнений много и разных, и по этой тематике написано много статей и научных трудов).

Автор хотел бы отметить только одно: поскольку понятие ювелирного изделия, приведенное в п. 2 Положения о порядке отнесения изделий, содержащих драгоценные металлы, к ювелирным¹, утвержденного Приказом Роскомдрагмета от 30.10.1996 № 146, указано законодателем отдельно от понятия драгоценные металлы² (действительно являющиеся товарами, ограниченными в обороте), можно сделать вывод, что ювелирные изделия не могут быть отнесены к товарам, ограниченным в обороте.

Для собственников ювелирного бизнеса, которые идут в онлайн, есть два варианта реализации своих товаров: дистанционный способ³ или торговля по образцам⁴.

Реализация товаров дистанционным способом предполагает продажу товаров по договору розничной купли-продажи. Такой договор заключается на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках, или посредством средств связи, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

Реализация товаров при торговле по образцам предполагает продажу товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с образцом товара, предложенным продавцом и выставленным в месте продажи товаров.

Так в чем же разница?

Критерий	Дистанционный способ продажи товаров	Продажа товаров по образцам
Размещение товаров	Каталоги, проспекты, буклеты, фотоснимки, средства связи или иные формы, исключающие возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара.	Образцы товаров, предложенные продавцом и выставленные в месте продажи товаров.
Информация	<ul style="list-style-type: none"> — О товаре и его потребительских свойствах. — О продавце. — О порядке обмена/возврата товаров ненадлежащего качества⁵. — О порядке отказа от заключения договора. — О дополнительных услугах (доставка и пр.). — Об имеющихся в товаре недостатках (в письменной форме: на ярлыке товара, товарном чеке или иным способом). 	
Что признается договором?	Предложение товара в его описании, обращенное к неопределенному кругу лиц, признается публичной офертой, если оно достаточно определено и содержит все существенные условия договора.	Демонстрация образцов товаров в месте продажи признается публичной офертой независимо от того, указаны ли существенные условия договора, за исключением случаев, когда продавец явно определил, что товары не предназначены для продажи.
Договор признается заключенным с момента	<ul style="list-style-type: none"> — Выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара. — Получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар. 	
Особенности оплаты в безналичной форме	При оплате товаров покупателем в безналичной форме или продаже товаров в кредит (за исключением оплаты с использованием банковских платежных карт) продавец обязан подтвердить передачу товара путем составления накладной или акта сдачи-приемки товара.	Не установлено.
Момент исполнения договора	С момента передачи товара покупателю.	С момента доставки товара в место, указанное в договоре, а если место передачи товара договором не определено, то с момента доставки товара по месту жительства покупателя или получателя, если иное не было предусмотрено договором.
Возврат товаров ненадлежащего качества	Отсутствие у покупателя документа, подтверждающего факт и условия покупки товара, не лишает его возможности ссылаться на другие доказательства приобретения товара у продавца, в том числе на свидетельские показания.	



Многие интернет-магазины, реализующие ювелирные изделия, заявляют собственные интернет-страницы в качестве «интернет-витрины», а торговлю — торговлей по образцам. На взгляд автора, это нельзя назвать «уходом» или «выходом». Автор полагает, что оба способа реализации ювелирных изделий могут быть осуществлены. Исходя из приведенной таблицы, можно сделать вывод, что существенной разницей между продажей дистанционным способом и продажей товаров по образцам является только одно: может ли покупатель ознакомиться с товаром при его приобретении или до его приобретения.

Однако здесь стоит отметить, что торговля ювелирными изделиями офлайн имеет определенные ограничения, которые на текущий момент обойти нельзя, и эти правила распространяются на ювелирные интернет-магазины (как бы их ни называли собственники: витрины или интернет-магазины).

Основными ограничениями здесь являются:

1. Разрешительный порядок деятельности для ювелирных магазинов.
2. Запрет на осуществление свободной перевозки ювелирных изделий.

Ст. 13 ФЗ № 41-ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» предполагает ведение Федерального пробирного надзора, включающего специальный учет организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями. Приказом Минфина России от 16.06.2003 № 51н утверждена Инструкция, в соответствии с которой закреплен порядок ведения специального учета организаций и индивидуальных предпринимателей, в том числе осуществляющих торговлю ювелирными изделиями. Ведение пробирного надзора осуществляется в целях защиты прав потребителей. Таким образом, ведение деятельности по продаже ювелирных изделий может осуществляться только субъектом предпринимательства, получившим соответствующее разрешение.

Кроме того, к помещениям, в которых хранятся ювелирные изделия, также предъявляются требо-

вания об организации охраны и прочие специальные требования.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что организация интернет-торговли возможна только при наличии точки офлайн-торговли, поскольку в противном случае соблюдение установленных правил будет невозможно.

Еще одной особенностью и ограничением при торговле ювелирными изделиями в онлайн-режиме являются правила перевозки ювелирных изделий. На текущий момент в соответствии с п. 3 ст. 29 ФЗ № 41-ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» установлено обязательное требование транспортировки ювелирных изделий только специально оборудованным транспортом и с вооруженной охраной. Установленные требования к транспортировке драгоценных металлов и драгоценных камней, а также продукции из них детализированы в п. 4.9 Инструкции о порядке учета и хранения драгоценных металлов, драгоценных камней, продукции из них и ведения отчетности при их производстве, использовании и обращении, утвержденной Приказом Минфина России от 29 августа 2001 г. № 68н:

- транспортировка драгметаллов, драгкамней и продукции из них осуществляется специализированными организациями или организациями — владельцами ценностей на транспорте, оборудованном соответствующими техническими средствами защиты, в сопровождении вооруженной охраны;
- транспортировка материалов, содержащих менее 5% драгметаллов, может производиться почтовыми отправлениями, багажным железнодорожным или другим видом транспорта с оценочной стоимостью отгруженных материалов;
- при содержании в отходах золота или платины и металлов платиновой группы менее 1% и серебра менее 5%, в зависимости от характера и вида драгметаллов, в каждом отдельном случае вопрос о способе отправки груза решается руководителем организации;
- ответственность за сохранность драгметаллов и драгкамней при транспортировке собственными средствами возлагается на владельца.

Соблюдается ли это требование интернет-магазинами ювелирных изделий? Скорее нет, чем да. Почему? Потому что ответственность за перевозку несет владелец, т. е. сам интернет-магазин.

Однако в этом отношении стоит отметить, что в скором времени из указанного перечня в законе и в инструкции ювелирные изделия будут исключены. Так, в соответствии с законопроектом, внесенным Минфином РФ в Госдуму на рассмотрение (правда, еще в марте текущего года), было предложено отменить необходимость перевозки ювелирных изделий только спецтранспортом и с вооруженной охраной. Такое требование делало бизнес в Интернете (при условии его соблюдения) нерентабельным. Будет ли принята соответствующая редакция или нет, покажет время.

2. Работа с потребителями. Всегда ли она правильная?

Поскольку выше мы уже выяснили, что при выборе и дистанционного способа продажи, и по образцам договор заключается путем выставления

оферты. Казалось бы, это один из самых подробно описанных в нормативных актах способов и при его заключении особых подводных нет. Но это ошибочное мнение. Ошибка продавца ведет к риску утраты денег. Рассмотрим основные ошибки:

Ошибка продавца	Возможные негативные последствия для продавца
Игнорирование заказа	Потеря клиента
1. Недоведение необходимой информации о товаре 2. Ненадлежащая реклама	По 1 и 2: Признание о нарушении п. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе». Санкции ст. 14.3 КоАП РФ штраф от 100 до 500 тыс. руб.
Ложная информация о наличии товара на складе	Требование потребителя о выплате ему 0,5% от суммы предоплаты за каждый день задержки предоставления товара
Увеличение цены товара при подтверждении заказа	Признание о нарушении п. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе». Санкции ст. 14.3 КоАП РФ штраф от 100 до 500 тыс. руб.
Сообщение о поставке некомплектного товара по указанной цене	Признание о нарушении п. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе». Санкции ст. 14.3 КоАП РФ штраф от 100 до 500 тыс. руб.
Задержка доставки товара, доставка товара в неоговоренное время	Требование потребителя о выплате ему 0,5% от суммы предоплаты за каждый день задержки предоставления товара
Доставка товара, отличающегося от заказанного	Возврат товара Требование потребителя о возврате денежных средств и выплате ему компенсации морального вреда и штрафных санкций в размере 3% от стоимости приобретенного товара за каждый день просрочки возврата товара и возврата денежных средств
Отказ от возврата товара	Требование потребителя о возврате денежных средств и выплате ему компенсации морального вреда и штрафных санкций в размере 3% от стоимости приобретенного товара за каждый день просрочки возврата товара и возврата денежных средств + требование о возмещении морального вреда
Недоведение необходимой информации о порядке обмена/возврата товара	Увеличенный срок возврата товара (вместо 7 календарных дней 2 месяца)

Что необходимо сделать, чтобы избежать таких грубых ошибок? Необходимо надлежащим способом довести до потребителя необходимую информацию.

Способы доведения информации до потребителя: — **До момента оформления заказа** — разметить описание товара/работы/услуги и «активную» ссылку на условия продажи, обмена и возврата товаров надлежащего и ненадлежащего качества. Разместить необходимые дисклеймеры, предупреждения, уведомления: «А знаете ли Вы, что?».

— **В момент оформления заказа** — установить технически связанную возможность между получением согласия/подтверждением факта ознакомления потребителя с правилами и возможностью продолжения оформления заказа и оплатой товара «Ставим галочку».

— **После оформления заказа** — указание в форме заказа активной ссылки на правила условия продажи, обмена и возврата товаров надлежащего и ненадлежащего качества.

— **В момент передачи товара** — получение от потребителя (письменного!) согласия и подтверждения



факта ознакомления. Это может быть реализовано в виде размещения дополнительной графы с подписью потребителя на акте приема-передачи или накладной с текстом следующего содержания: «С правилами продажи товара, с правилами обмена и возврата товаров надлежащего и ненадлежащего качества гарантийными обязательствами продавца при приобретении и получении товара ознакомлен. С информацией о том, что указанные документы размещены на сайте продавца по адресу: www._____ознакомлен».

Подводя итоги, автор настоящей статьи хотел бы отметить следующее:

1. Интернет-торговля ювелирными изделиями законна при соблюдении отдельных требований законодательства, регламентирующих порядок (разрешительный порядок) осуществления такой деятельности.
2. Способ продажи товаров выбирает сам продавец.
3. Если кажется, что о договорах оферты и продажи ювелирных изделий вы знаете уже все, перечитайте основные нормативно-правовые акты, вдруг окажется, что вы ходите на грани риска.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹Ювелирными изделиями признаются изделия, изготовленные из драгоценных металлов и их сплавов с использованием различных видов художественной обработки, с вставками из драгоценных, полудрагоценных, поделочных, цветных камней и других материалов природного или искусственного происхождения или без них, применяемые в качестве различных украшений, предметов быта, предметов культа и/или для декоративных целей, выполнения различных ритуалов и обрядов, а также памятные, юбилейные и другие знаки и медали.

²Понятие установлено ФЗ от 26.03.1998 № 41-ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях», Постановлением Правительства РФ от 04.01.1992 № 10 «О добыче и использовании драгоценных металлов и алмазов на территории Российской Федерации и усилении государственного контроля за их производством и потреблением»; Положением о совершении сделок с драгоценными металлами на территории Российской Федерации, утвержденным Постановлением Правительства РФ от 30.06.1994 № 756; Постановлений Правительства РФ от 01.12.1998 № 1419 «Об утверждении порядка совершения операций с минеральным сырьем, содержащим драгоценные металлы, до аффинажа» от 27.02.2003 № 127 «Об утверждении Положения о Государственном фонде драгоценных металлов и драгоценных камней Российской Федерации» и некоторыми другими нормативно-правовыми актами.

³Постановление Правительства РФ № 612.

⁴Постановление Правительства РФ № 918.

⁵В соответствии с Постановлением Правительства № 55 ювелирные изделия надлежащего качества обмену и возврату не подлежат.



РАСПИСАНИЕ УЧЕБНОГО ЦЕНТРА «ЮВЕЛИР-ПРОФИ»
НА СЕНТЯБРЬ — НОЯБРЬ 2013 ГОДА

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
1	23–24 сентября	NEW! Стратегический семинар «Стратегия для собственников» (позиционирование, технологичность бизнеса, управление изменением)	Учредители, собственники, руководители, коммерческие директора
2	2 октября	Тренинг «Тайм-менеджмент для руководителей»	Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, администраторы, менеджеры
3	3–4 октября	Тренинг «Практика оптовых продаж ювелирных украшений»	Продавцы ювелирных магазинов, специалисты по прямым продажам
4	7–8 октября	Тренинг для тех, кто обучает продавцов «Практика обучения искусству продаж»	Для всех, кто занимается обучением персонала по эффективным продажам
5	9–10 октября	Семинар-практикум «Эффективное управление персоналом»	Руководители ювелирных магазинов, коммерческие директора, управляющие
6	9–10 октября	Тренинг «Продажи ювелирных украшений высоких брендов: сегмент premium и luxury»	Управляющие, администраторы, специалисты по розничным продажам
7	28–29 октября	NEW! Бизнес-курс от известного специалиста «Эффективный сайт ювелирной компании + интернет-реклама»	Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга
8	30 октября	NEW! Семинар «Как избежать правовых ошибок при создании и работе ювелирного сайта и интернет-магазина»	Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга, юристы
9	11–12 ноября	Тренинг «Практика розничных продаж ювелирных изделий»	Специалисты по розничным продажам
10	21 ноября	Семинар «29 способов быстрого привлечения покупателей в ювелирный магазин»	Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга
11	22 ноября	Семинар-практикум «Как сделать покупателя ювелирного магазина постоянным. Приемы удержания клиентов»	Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга
12	21–22 ноября	Семинар-практикум «Креатив в ювелирной рекламе (или Как сэкономить 70% на рекламном агентстве)»	Владельцы, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга

Проводятся также семинары в корпоративном формате как на базе вашей компании в вашем городе, так и у нас!

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: 6carat@inbox.ru; info@6carat.ru

28–29 октября 2013 г. в Москве состоится бизнес-курс по теме:

«ЭФФЕКТИВНЫЙ САЙТ ЮВЕЛИРНОЙ КОМПАНИИ + ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА»

В доступной форме о важном... для тех, кто создает сайт ювелирной компании и владеет им. Правильно ли говорить «делает сайт»? делает и владеет сайтом ювелирной компании.

С примерами и спецификой ювелирного бизнеса

В программе:

- Эффективный сайт. Оценка и критерии оценки.
- Содержание страниц. Продающие тексты.
- Дизайн сайта. Структура и каталог.
- Интернет-реклама.
- Настраиваем рекламу в поисковых системах (PPC).
- Понсковая оптимизация сайта (SEO).
- E-mail-маркетинг.
- PR в Интернете.
- Привлекаем через социальные сети (SMM).
- И еще много полезного...



НОВЫЙ БИЗНЕС-КУРС ОТ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕС-ЦЕНТРА «6 KARAT»

28–29 октября 2013 года

«Эффективный сайт ювелирной компании + интернет-реклама»

30 октября 2013 года

«Как избежать правовых ошибок при создании и работе ювелирного сайта, интернет-магазина»

Информация и запись по телефону: (495) 744-34-64 или 232-22-60

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

Категорийный менеджмент в канале сбыта



Категорийный менеджмент для ювелирного рынка понятие относительно новое. Вопросов по его использованию пока гораздо больше, чем ответов. Но поскольку процесс внедрения категорий в ювелирную розницу начался, то для оптовых компаний встал вопрос рассмотреть целесообразность этого явления применительно к ювелирной торговле в принципе... В Международный Бизнес-центр «6 карат» стали часто поступать такие вопросы, и мы обратились к нашему консультанту помочь в них разобраться. В этом номере мы начинаем цикл публикаций на тему категорийного менеджмента в ювелирной отрасли.

Встречаясь на проектах с ситуацией, когда ювелирная оптовая (производственно-оптовая компания) решает перестроить систему управления ассортиментом на модель категорийного менеджмента, вижу, что часто возникает масса вопросов. Например такие:

- Основная масса информации по категорийному менеджменту связана с ритейлом... Почему так мало информации про оптовые компании?
- Как создать классификатор по категориям?
- Нужно ли для ювелирной компании, где есть и опт и розница, делать разные классификаторы?
- Чем отличается работа категорийного менеджера от менеджера по закупкам и есть ли разница в системе мотивации?
- Подходят ли инструменты анализа и планирования, используемые для оценки работы ассортимента в рознице, для оптовых продаж ювелирных изделий?

Итак, по порядку.

Основанная масса информации по категорийному менеджменту связана с ритейлом... Почему так мало информации про оптовые компании?

В самом деле, это так. Категория — это маркетинговая основа того, как мыслит покупатель, когда идет за покупкой. Можно сказать, что в основе выделения категорий лежит хорошее понимание



психологии своего клиента. Крупные производители несколько десятилетий назад всерьез занялись изучением вопроса — как выбирает конечный покупатель товар в магазине? И ужесточение конкуренции при росте ассортимента, и поиск эффективного управления ассортиментом на полках стал очень важен в конце 1980-х — начале 1990-х для крупноформатного ритейла и для компаний, ориентированных на выпуск продукции для этого канала сбыта. Ситуация, вынудившая розничных торговцев перестраивать подход к управлению ассортиментом, была сходной с ситуацией, в которой находились производители:

- перенасыщение рынка торговыми предприятиями, невозможность дальнейшего экстенсивного развития;
- застой и стагнация в развитии торговых систем;
- сокращение прибылей и увеличение доли издержек в обороте;
- как никогда ранее, индивидуальный и требовательный подход покупателей.

Потребовался новый серьезный подход в управлении. Так и появился категорийный менеджмент: подход, основанный на том, что управлять нужно не каждым артикулом (SKU) отдельно, а группой (категорией) товаров со схожими для покупателя качествами, удовлетворяющими определенную потребность. Современный гипермаркет — это от 30 до 100 тысяч артикулов (SKU). И если покупатель идет в магазин за молоком, хлебом, диваном, шубой, кольцом с бриллиантом, то именно в рамках этой «группы товаров» мы и можем предлагать ему выбор, наполняя артикулами. При этом важно



Фото: <http://www.lqgf.com>

учитывать потребности и предпочтения именно того покупателя, с которым работает компания. А так как ритейл всегда имеет ограниченный ресурс по торговому залу и площади выкладки, то мерчандайзинг и категорийный менеджмент фактически становятся двумя составляющими одного процесса управления ассортиментом. И категории как единице для управления стали нужны целевые показатели, ведь бизнесу важно знать, насколько эффективно и в соответствии ли с позиционированием работает ассортимент.

Раньше в розничных компаниях функции закупки и продажи были четко организационно разделены, закупка должна была приобретать товары по самой низкой цене и с высокими потребительскими характеристиками, а продажа — реализовывать максимальные объемы данного товара. К 1990-м годам прибавились неурегулированные проблемы взаимодействия с производителями. Производители, быстрее адаптируясь к изменениям потребительской среды, уже предложили рынку целые линейки новых изделий, а розничная торговля оказалась не очень готова к управлению в этой ситуации.

Предприятия-бренды создали институт мерчандайзинга марочных товаров. Каждый крупный концерн-производитель разрабатывал свою маркетинговую политику, и результатом стали наилучшим образом представленные товары от P&G, от Unilever, от Nestle и так далее для магазинов практически любых форматов. Потребовалось какое-то время, чтобы розница поняла, что, пойдя на поводу у известной марки, передав ей в управление товар на своих полках, она отнюдь не всегда получит

улучшение показателей оборота и прибыльности в целом по группе товаров, к которой относится такая продукция, и тем более по всему ассортименту в целом. Вариант оптимального решения — это контроль и управление категориями на полках своими силами при использовании компетенции поставщиков, успевших стать к тому времени «капитанами» категорий. И за 20 лет углубления в категорийный менеджмент ритейл также стал компетентным игроком на этом поле, самостоятельно прорабатывая категории для своих покупателей и создавая свои товары (СТМ).

На сегодня категорийный менеджмент лучше всего проработан именно в крупных форматах ритейла. Это важная маркетинговая составляющая и для крупных производителей, работающих со сложными каналами сбыта, воюющих за представленность на полке своей продукции для потребителя.

Оптовые компании чаще всего — посредники в канале сбыта (в большей или меньшей степени выполняющие логистическую функцию продвижения товара от производителя к последнему игроку В2С в канале), и их клиент — это не конечный потребитель. Поэтому чаще всего они используют в управлении ассортиментом подход «по поставщику» или по брендам поставщиков (производителей). Особенно если оптовик работает с выраженным целевым сегментом клиентов и его предложение не отличается серьезной шириной и глубиной ассортимента.

Говоря о построении товарного классификатора как части системы эффективного управления ассортимента, важно хорошо понимать, с какими именно клиентами компания работает. Кто приезжает

на закупки, и приезжает ли вообще представитель компании на каждую отборку. Или, согласовав раз в сезон ассортимент на отборке, потом просто возобновляет по ним сток? Закупщик (товароведы) локальных сетей только определенных форматов, «ИПэшники», сами стоящие за прилавками, федеральные сети? Или все сразу? Если сегментирования клиентской базы нет, учета специфики потребностей тоже нет, то говорить о категорийном менеджменте как о подходе нет большого смысла. Работаем по поставщикам или по их брендам — и этого достаточно. Выбираем товарную и ценовую нишу и отслеживаем, что делают конкуренты.

А вот если есть понимание, что клиенты различаются, что есть стратегия развития в этом канале сбыта, что есть желание играть роль «капитана категории» для розницы в каких-то товарных группах...

Вот тогда стоит подумать о том, как выстроить грамотную работу в управлении ассортиментом с использованием маркетингового подхода «категорийный менеджмент». Однако замечу, что чаще всего этой задачей всерьез занимаются те оптовые компании, которые помимо посреднической B2B роли еще и сами размещают заказы напрямую на производствах, планируя продажи в цепочке канала сбыта, сами влияют на создание, развитие и продолжение жизненного цикла категории, а также имеют серьезный по ширине и глубине ассортимент.

Для производителя сегодня категорийный менеджмент является дополнением к бренд- или продакт- (product) менеджменту, учитывающим взаимное влияние товаров и уделяющим пристальное внимание вопросам логистики. Цель внедрения производителем категорийного менеджмента — достижение максимальной эффективности в процессе взаимодействия всех бизнес-функций, оптимизируя поток товара между самим производителем и ритейлером.

Внутренняя структура производственной компании должна быть оптимизирована, для того чтобы увеличить эффективность управления ассортиментом и снизить негативное влияние взаимной конкуренции различных товаров. Для этого в ряде компаний введена должность «внутреннего» категорийного менеджера. То есть в его задачу входит отслеживание тенденций «товарного каннибализма» и управление выпуском новинок в категории. Кроме внутреннего категорийного менеджера ино-

гда вводится позиция «внешнего» категорийного менеджера, ответственного целиком за категорию товаров (во многом его функции похожи на функции account manager).

Каждая категория товара выступает как самостоятельная и главная бизнес-единица, вокруг которой выстраивается вся схема работы торговой компании, направленная на обеспечение максимальных финансово-экономических показателей.

Основные задачи, которые решает категорийный менеджмент:

- анализ рынка товаров и услуг по спросу и предложению с разработкой ассортимента продукции, максимально удовлетворяющей возможный спрос конечного покупателя;
- оптимизация складских запасов и товарных потоков продукции на основе выработки и реализации продукции повышенного спроса по оптимальной цене на рынке;
- четкое разбиение всех товарных групп на категории (например, «телевизоры» и «холодильники» в группе бытовой техники или «серьги с ПДК», «кольца с ПДК», «подвески с ПДК» в группе «золотые ювелирные изделия с полудрагоценными камнями»);
- оптимизация управления финансами в каждой категории товара;
- мониторинг всей необходимой маркетинговой информации;
- определение ценовой политики и правильного позиционирования товара и категории на рынке;
- рекламная и промопрограмма продвижения продукции на рынке, задействование при необходимости инструментов трейд-маркетинга и бренд-менеджмента;
- оптимизация всей цепочки товародвижения;
- анализ влияния различных групп товара друг на друга;
- учет различных интересов производителя (оптовика) и ритейлера.

Информации на рынке о том, как оптовикам построить работу по принципам категорийного менеджмента, действительно не много. И это потому, что опыт полноценного перехода на такую работу требует серьезной маркетинговой основы. А внимание в компаниях оптовиков чаще направлено на несколько иные цели.



Галина Габриэль, кандидат искусствоведения

«Ювелирный Олимп»

Прошедшая в июне в Центральном выставочном зале XVII Международная выставка «Петербургский ювелир», как всегда, была наполнена событиями: персональные выставки, показы коллекций, геологические шоу, лекции специалистов в области ювелирного искусства и минералогии. Но главным среди них по традиции оставался конкурс авторского ювелирного и камнерезного искусства «Ювелирный Олимп».

В этом году акценты на конкурсе явно сместились. Если обычно главные страсти кипят в экспозиции камнерезного искусства, то на этот раз, увы, работ в этом разделе было значительно меньше, в том числе почти не было работ ведущих петербургских мастеров. Возможно, это связано с тем, что прошлым летом наши камнерезы «сильно напряглись» и показали свои лучшие работы на совместной выставке петербургских и немецких камнерезов в городе Идар-Оберштайне, которая прошла с огромным успехом (подробнее об этом событии см. «Русский Ювелир». 2012. № 6). Для новых же выставочных работ необходимо время. Очевидно, сказался и перенос выставки и конкурса по независящим от организаторов обстоятельствам на летний месяц. Но, думается, можно говорить и о более глубоких причинах этой ситуации.

Сегодня у нашего камнерезного сообщества много проблем как экономического, так и творческого характера, рынок камнерезных работ резко сократился, некоторые мастера практически перестали работать в этой области. И все же камнерезная школа Санкт-Петербурга остается и сегодня самой сильной не только в России, но, может быть, и в мире. Хочется надеяться, что ведущие петербургские мастера все же не отказались от своих творческих амбиций и на следующих выставках мы увидим их новые эксперименты с камнем.

Самой заметной авторской камнерезной работой, представленной на конкурс, оказалась композиция «Степь» Натальи Бакут из Иркутска, отмеченная в номинации «Классика». Н. Бакут — постоянный участник «Ювелирного Олимпа», мастер, тяготеющий



СЕМИНАР ЕКАТЕРИНЫ КАЗАРИНОВОЙ

«ИНСТРУМЕНТЫ АНАЛИЗА В УПРАВЛЕНИИ АССОРТИМЕНТОМ ПО ТОВАРНЫМ КАТЕГОРИЯМ ДЛЯ ТОРГОВЫХ ДОМОВ И ЮВЕЛИРНЫХ МАГАЗИНОВ»

Октябрь 2013 года

Обращаться по телефонам: (495) 232-22-60 или 744-34-64

Степан Кривошеков,
миниатюра «Кто здесь главный?!»



Наталья Бакут,
миниатюра «Стень»



Сергей Колодезников,
коллекция современной пластики



Виктор Васильев,
коллекция «Морозное утро»



Александр Кузьмин,
коллекция колец
«История в новой обложке»



Никита Смирнов,
коллекция часов Limit of time



Мария Богомолова,
коллекция «Контрасты»

к передаче в камне лирических настроений. Она и на этот раз представила романтическую, тонкую по состоянию анималистическую композицию из горного хрусталя. В этой же номинации дипломом была отмечена коллекция камнерезной пластики Сергея Колодезникова из Якутии, впервые показавшего свои вещи на конкурсе. Вполне естественно, что мастер обратился к образам родной Якутии и с юмором, теплотой и несомненным знанием этнографических и национальных особенностей изобразил в камне своих героев. Большую коллекцию камнерезной флористики показал на своей персональной выставке Виктор Васильев из Нижнего Тагила, получивший диплом за изящную композицию «Морозное утро». Флористика по-прежнему остается одним из наиболее привлекательных направлений в камнерезном творчестве, что, очевидно, связано с большей востребованностью этих вещей на рынке. Традиционно профессиональные камнерезные композиции в жанре флористики и блокированной тематической миниатюры показала и известная петербургская фирма Аппа Nova, также отмеченная дипломом за композицию «Бурсак». Из новых имен на камнерезном «Ювелирном Олимпе» можно отметить Юлию Гоголь с миниатюрой «Радость» — грамотно сделанная миниатюра с определенным настроением и состоянием.

Мягкий материал в экспозиции традиционно был представлен мастерами кунгурской школы, и жюри практически единодушно отдало призовое место в этом разделе мастеру из Кунгура Степану Кривошекову из творческого объединения «Камнерезное искусство России» за анималистическую композицию «Кто здесь главный?». Жаль только, что в этой замечательной школе почти не появляется новых молодых имен, и жюри, как правило, приходится делать выбор между замечательными мастерами старшего поколения.

Знакомыми и хорошо известными именами был представлен в экспозиции и раздел «Ювелирный камень». Камни поражали как фантастическими размерами и необычным окрасом, так и уникальным мастерством огранки. Однако первым среди равных был все же признан известный мастер Виктор Тузлуков за роскошный, необычно ограненный аквамарин «Игла Брахмы».

В экспозиции ювелирного искусства на этот раз предлагалось достаточно много профессионально грамотных и интересных в художественном отношении работ, но нельзя не отметить, что разные конкурсные номинации в этом разделе были представлены неравнозначно. Самый значительный выбор уже не первый год подряд предлагался в номинации «Ювелирные новации», причем это были работы в основном молодых художников. Это прежде всего студенты и выпускники разных художественных и ювелирных школ: «Образ и Форма», Художественно-промышленная академия им. А. Штиглица, Институт прикладного искусства СПб государственного университета технологии и дизайна, Школа Шароновых из Тольятти. Присутствие этих школ в последние годы стало заметным явлением

Татьяна Чудинова,
серьги «Капель»

Владимир Шестаков,
новая коллекция украшений

Владимир Дубровский,
браслет из коллекции украшений
с использованием дерева

Роман Киселев,
кольцо «Концентрация»

Виктор Волошенко,
коллекция колец из титана
с цветными камнями

на конкурсе «Ювелирный Олимп», где они охотно выставляются и знают, что не окажутся незамеченными. Глядя на работы молодых, можно отчетливо проследить основные творческие концепции этих школ, их материальные возможности, понять методики преподавания.

Школа «Образ и Форма», всегда активно участвующая в конкурсе, и на этот раз представила несколько коллекций, где четко прослеживается направленность на работу с архитектурной предметом, формирующей образную концепцию вещи. Достаточно вспомнить кольца Александра Кузьмина «История в новой обложке», отсылающие нас к античному наследию. Взяв за основу традиционную схему античного перстня-перевертыша, используя античный орнамент в декоре, А. Кузьмин обрамляет основание перстня миниатюрной решеткой, как бы сохраняя и защищая это наследие. В то же время этот прием четко позиционирует принадлежность этих вещей к современному ювелирному искусству. Кольца точны и выразительны в пропорциях, эффектны в цветовых сочетаниях материалов — теплого цвета золота, сердолика и черного матового серебра.

Не меньший интерес у жюри вызвала коллекция часов Limit of time Никиты Смирнова из Школы Шароновых. Это учебное заведение также постоянный участник и призер «Ювелирного Олимпа», и концепция преподавания в этой школе значительно отличается от концепции, принятой в «Образе и Форме». Здесь мы часто видим вещи провокативные, выполненные на стыке ювелирного и других видов искусств. В этой школе явно отслеживают и изучают самые последние тенденции в современном ювелирном творчестве. Так, коллекция часов Н. Смирнова — это очевидная авторская интерпретация одного из новых направлений в мировой часовой промышленности, где увлечение экстравагантностью, новаторскими технологиями и материалами, иногда замаскированными под винтажность, сегодня является одной из основных тенденций. Отмечены были и дебютные работы этой школы, в частности Александра Гришина за остроумную, свежую по ощущению коллекцию украшений.

Замечен и оценен был и дебют выпускниц Художественно-промышленной академии им. А. Л. Штиглица Марии Богомоловой и Марии Опоцкой. Работы штигличан (еще недавно — мухинцев) в последнее время активно завоевывают выставочное пространство и внимание зрителей и критики, привлекая внимание не только выразительностью брутальных форм, но и прекрасным владением разными техниками работы с металлами, умением соединять их в эффектные декоративные композиции. Но раньше они традиционно показывали работы, выполненные из стали, часто в технике дамасской стали. И вот впервые штигличанами были показаны работы с использованием драгоценных металлов и цветных камней. Мария Опоцкая в коллекции «Останавливая мгновение» пытается, подобно фотографу, запечатлеть в металле неуловимые при-

родные изменения. Соединение в работе плавных и жестких линий и форм рождает эффект контраста, застывшего кадра, запечатлевшего движение облаков, волны на песке... Коллекция колец Марии Богомоловой «Контрасты» также вполне оправдывает название: решенная на контрасте объемов, плоскостей, ритмов, фактур и цвета материалов: черной стали и матового слоеного серебра, напоминающего дамасскую сталь, — она привлекает грамотным пониманием пластических возможностей металла, необычайной трудоемкостью, а главное, чувством стилия. Очень хочется рассматривать эти работы как начало нового направления в работе кафедры металла знаменитого училища.

Любопытные эскизы с формой, но уже в макетном варианте продемонстрировали и студенты Института прикладного искусства СПб государственного университета технологии и дизайна, чьи работы также были отмечены дебютными дипломами. Остается только пожелать этому учебному заведению найти возможность перейти к работе в ювелирных материалах.

На этот раз неплохо была представлена в экспозиции и номинация «Классика». Первое место жюри единодушно присудило Виктору Волошенко за коллекцию колец из титана с цветными камнями, где грамотно соединилось ощущение формы, ритмики, плоскостей, цветовых возможностей титана. Дипломом первой степени были отмечены и новые работы известного петербургского ювелира Владимира Шестакова, работающего в своем узнаваемом стиле, что не ограничивает его эксперименты с новыми материалами, формами, фактурами. В этой номинации были также отмечены Татьяна Чудинова за элегантные серьги «Капель» и Екатерина Смолина за серию очень милых брошей «Птички. В поисках приключений». По-моему, впервые получил награду очень тонкий петербургский мастер Владимир Дубровский за коллекцию украшений с использованием разных пород дерева.

Удачными работами была представлена и номинация «Камень в ювелирном украшении». Здесь, пожалуй, самым интересным было кольцо «Концентрация» молодого художника Романа Киселева, удачно сопрягающее интенсивный цвет камня и эмали, огранку и разработку декора кольца. Отмечены были также изящные украшения с кораллами Юлии Колесниковой из Ярославля и работы с янтарем Валентины Тинай из Самары.

Итак, завершился еще один «Ювелирный Олимп». Как всегда, он показал определенный срез состояния нашего авторского камнерезного и ювелирного дела и внес свою небольшую лепту в историю этих видов творчества. Он прошел, как всегда, в творческой и доброжелательной обстановке. Благодарить за это надо прежде всего организаторов этого события, которые каждый раз находят силы и материальные возможности для проведения этого конкурса, ставшего творческим допингом для многих камнерезов и ювелиров не только нашего города, но и России.



ПРОМТЕХ

HISPANA
DE MAQUINARIA, S.A.

МЕХАНОГАЛЬВАНИЧЕСКАЯ УСТАНОВКА EN-34- 2 ЭТАП (СУПЕРФИНИШ)

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



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

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

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

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

EN-34-2nd STEP позволяет:

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

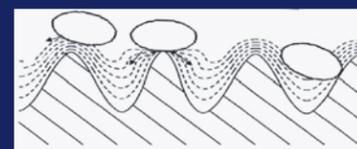
Весь металл в процессе обработки осаждается на медные органические катоды, что существенно ускоряет процессы плавки и рафинирования металла.



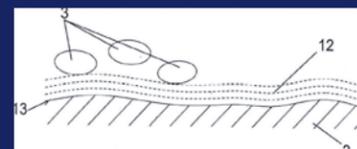
Технические характеристики:	Ед. измерения	
Потребляемая мощность:	Вт	340
Примерный вес:	кг	30/40
Вес расходных материалов, прим.	кг	12
Габаритные размеры без промывочной ванны	см	45 x 39 x 38
Габаритные размеры с промывочной ванной	см	45 x 39 x 38

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

1-й ЭТАП: ОБРАБОТКА ОТКРЫТОЙ ПОВЕРХНОСТИ



1 минута



30 минут



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

EN-34-2ND STEP ОБРАБОТКА ЗОЛОТЫХ СПЛАВОВ



реклама

HISPANA

DE MAQUINARIA, S.A.

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

Г. Н. Габриэль, кандидат искусствоведения

Ювелирное искусство эпохи наполеоновских войн

Первая четверть XIX века — один из самых блистательных периодов в истории ювелирного искусства. Стиль ампир, рожденный в начале века во Франции и затем пришедший ко двору в России, стал идеальной реализацией политических идей, амбиций в области искусства, личных пристрастий и вкусов Наполеона Бонапарта и Александра I. Должный олицетворять мощь и славу сначала наполеоновской Франции, а затем победившей России, он неслучайно начнет умирать во Франции вскоре после отстранения Наполеона от власти, в России же ампир еще будет развиваться, обретет определенные национальные черты, в том числе и в ювелирном искусстве.



Модель с камнями и перьями императрицы Марии Фридрихи. Начало XIX в.

На формирование стилистики и форм украшений ампира, выбор материалов и технологий повлияли самые разные события и факторы той эпохи. Самое непосредственное влияние на развитие ювелирного дела оказали тогда военные походы Наполеона. Из завоеванных стран привозили новые материалы и техники, приглашали лучших мастеров, заимствовали новые идеи. Так, после первых походов в Италию во Франции расцветает искусство резьбы по камню, в результате прусских компаний в Европе рождается мода на украшения из берлинского чугуна и т. д. В свою очередь, война 1812 года, вызвав волну патриотических чувств, «спровоцировала» русское ювелирное искусство на обращение к национальным мотивам и формам украшений, возрождение и использование традиционных техник и материалов, таких как речной жемчуг, филигрань и т. д.

Одна из самых ранних военных кампаний тогда еще генерала Наполеона была осуществлена в эпоху Директории. Это Итальянская кампания 1796—1797 годов, где полководческий гений Наполеона проявился во всем блеске. Он одержал ряд убедительных побед, а итальянцы в тот первый поход восторженно встречали французскую армию, несущую идеалы свободы и равенства, избавляющие Италию от ненавистного австрийского владычества. Итальянские походы оказали самое непосредственное влияние на развитие ювелирного искусства не только Франции, но и всей Европы. Уже после первых кампаний резко возросла, например, популярность резного камня, прежде всего геммы. Италия уже с конца XVIII века была центром этого вида декоративно-прикладного искусства, в Риме находилась лучшая в Европе школа глиптики Джованни Пичлера. Наполеон пригласил в Париж лучших итальянских мастеров, где через



Жак-Луи Давид. Наполеон на перевале Сен-Бернар. 1800 г. Мальмезон, Париж



Давид. Коронация Наполеона. Фрагмент

год после коронации им была основана школа резьбы гемм. Итальянские мастера приезжают также в Россию и другие европейские страны, открывают свои мастерские, им, как правило, Покровительствуют двор и аристократия. Это такие мастера, как Джузеппе Джирометти, Николо Амастини, Бенедетто Пиструччи, снискавший покровительство сестры Наполеона Элизы Бачиоки.

Италии и особенно камеи на какое-то время затмили в украшениях бриллианты и драгоценные камни. Их резали на твердом камне, прежде всего слонстом, цветном ониксе, агате, неаполитанском или сицилийском коралле. Для более дешевых камей использовали раковины, «каменную массу Веджвуд» — фарфор высокой плотности, изобретенный английским ученым Джозайей Веджвудом во второй половине XVIII века. Самыми недорогими были камеи из стеклянной пасты, часто отлитые по слепкам с подлинных античных гемм и наклеенные на стеклянную же или металлическую основу. Более сложными имитациями «антика» были дублеты. Их делали из матового белого стекла с рельефом, приклеенным к темному основанию, обычно к пластине из оникса или сердолика.

Приход к власти Наполеона не только изменил политическую и социальную ситуацию, но и самым непосредственным образом повлиял на развитие моды, в том числе на ювелирные украшения. Восстановленные после революционных событий лионские ткацкие фабрики вернули в гардероб французских дам дорогие тяжеловесные ткани — шелк, бархат, парчу, которые потребовали более массивных и весомых драгоценностей. Интерес Наполеона к ювелирным изделиям хорошо известен, и достаточно скромные изделия эпохи Директории не соответ-



Тиара. Фирма «Банст». 1820 г. Бриллианты, изумруды



Камей-дублет из стеклянной пасты. 1810 г.



Франсуа Жерар. Императрица Жозефина. 1808 г.

ствовавали его представлениям о красоте и роскоши создаваемой им империи. Наполеону достались хотя и частично разграбленные и распороченные в период Революции сокровища многих поколений французских королей, и он не преминул ими воспользоваться, отдав в переделку многие вещи из королевской коллекции. В частности, в соответствии с его пожеланиями к коронации в декабре 1804 года, придворная фирма «Нито и сыновья» (Nitot et Fils) изготовила корону, явно вдохновленную короной великого Карла Шарлеманя, и декорировала ее отобранными из королевской коллекции античными инталиями и камнями. Совершенно очевидно, что для Наполеона эти резные камни олицетворяли и подчеркивали его связь с древними империями, прежде всего с Римом.

Не менее роскошны украшения, сделанные к коронации Жозефины Богарне, первой жены Наполеона. Ее парюра, выполненная к этому помпезному торжеству, включала восемьдесят две подлинные античные камни из королевской коллекции. Корона оказалась слишком тяжелой, и императрица не смогла надеть ее в момент коронации. Она носила также тиару, целиком вырезанную из большой раковины, декорированную мифологическими сценами, позднее оправленную в золото. Еще одна роскошная парюра, изготовленная в Париже в 1808 году, была подарена Жозефине сестрой Наполеона, Каролиной Мюрат, королевой Неаполя. Она включала диадему, гребень, серьги, браслеты и кольцо с инталиями из сердолика. После развода Жозефина вынуждена была вернуть все украшения, принадлежавшие короне, но оставила себе личные драгоценности. После ее смерти в 1814 году эта коллекция была оценена в два миллио-



Парюра из граненой стали. Начало XIX в.

на франков. Немало роскошных украшений, в том числе с резными геммами, получала от Наполеона и императрица Мария-Луиза, его вторая жена. Одна из таких парюр включала двадцать четыре античные камни, изъятые императором из сокровищницы французских королей.

Придворные мастера-ювелиры Нито, Одио, Бьене утверждают в эпоху ампира новый стиль ювелирного искусства — торжественного, театрализованного. Они обращаются к греко-римским традициям, используют мотивы Античности — мандра, листья аканта, пальметты. Все симметрично, сбалансировано как в костюме, так и в украшениях той эпохи, где геммы часто занимают центральное место в парюре, становятся ее смысловым и композиционным центром. В 1805 году «Дамский журнал» (Journal des Dames) писал по этому поводу, что «...камни, старинные или современные, вырезанные из раковин, никогда раньше не были так модны: теперь модные женщины носили камни на поясах, камни в ожерельях, камнем в каждом браслете, камнем в диадеме».

Мода на резной камень с новой силой вспыхнула в начале XIX века и в России. Камни и инталии для придворных дам резали лучшие русские мастера, в большом количестве привозили из Италии,

Гребень. Бриллианты, инталия.



Франц Крюгер. Портрет Александра I верхом на коне. 1837 г.

Франции. Мы видим геммы на портретах русских императриц, в частности в парюрах Елизаветы Алексеевны, жены Александра I, вдовствующей императрицы Марии Федоровны, на изображениях придворных дам. Камни не только включали в украшения, но и носили с собой, демонстрируя таким образом свою любовь к античным идеалам.

Нельзя не отметить, что интерес к резному камню возник в России, конечно, раньше и был связан с формированием классических тенденций в искусстве. Известно, что «каменной болезнью» болела Екатерина II. Собранная ею коллекция гемм стала основой Эрмитажного собрания. Александр I также приобретал античные геммы, о чем пишет М. Пыляев в своем знаменитом труде «Старый Петербург»: «Император присоединил к богатой коллекции своей бабушки еще несколько других, в числе которых особенно драгоценная коллекция была куплена им за два миллиона у французской императрицы Жозефины из ее загородного дворца». Этот факт подтверждает и ведущий специалист Эрмитажа О. Я. Неверов, добавляя, что «из рук Жозефины Александр I получает прославленную камею Гонзага, редчайший образец крупных портретных гемм эпохи эллинизма».

Сохранились свидетельства, что в изготовлении камей иногда принимали участие сами русские императрицы. Известно, что в последние годы Екатерина II увлекалась изготовлением слепков со старинных камей, о чем писал ее статс-секретарь А. М. Грибковский. Страсть к резьбе камей демонстрировала и невестка Екатерины II, будущая императрица Мария Федоровна, жена Павла I. В Эрмитаже хранится парюра из одиннадцати предметов, выполненная



Неизвестный художник. Портрет Елизаветы Алексеевны. Камень украшает ленту-бандо.

Миниатюра с изображением Александра I. Около 1800 г.



в мастерской братьев Дюваль к свадьбе великой княгини Александры Павловны, в создании которой принимала участие Мария Федоровна.

Военные кампании Наполеона принесли в ювелирное искусство и другие забытые или почти утраченные техники и материалы. Те же итальянские походы возродили увлечение микромозаикой, известной еще в античном мире, но практически почти не использовавшейся в европейских украшениях с эпохи Ренессанса. В римской микромозаике используются мельчайшие детали, нарезанные из тонких стеклянных трубочек. Из них на металлическую поверхность, покрытую мастикой или цементом, набирали вставки в украшения, аксессуары, табакерки, несессеры и т. д. Щели между кусочками стекла заполняли цветным воском, затем поверхность полировали и изделие закреплялось в оправу. Чаще всего в этой технике изображались античные руины Рима, портретные миниатюры,

Подпись в технике римской и флорентийской мозаики



натюрморты. Не менее модными были украшения и предметы прикладного искусства, декорированные в технике флорентийской мозаики — *pietre dure*. Она набиралась из тонких пластин цветных полудрагоценных или поделочных камней, нарезанных по форме и иногда подкрашенных, соединенных на мраморной основе наподобие интарсии. Обычно флорентийская микромозаика изображает цветы, птиц, животных, сцены охоты и др. Из Италии и Франции мода на микромозаику распространилась в Россию, Англию и другие европейские страны.

Один из ранних военных походов Наполеона — Египетский (1798—1799 гг.) приносит во Францию, а затем и в Россию моду на египетские мотивы. Они займут важное место в стилистике ампира, в том числе в декоративно-прикладном искусстве. В ювелирных украшениях египетские мотивы появляются, например, в кольцах в виде крокодилчиков, скарабеев, сфинксов, поддерживающих центральную камюю или камень.

Поскольку наполеоновские войны изрядно сократили поставки золота и драгоценных камней в Европу, после 1815 года в ювелирном деле начинают развиваться новые технологии, придающие изделию пышный и богатый вид, но не требующие большого количества драгоценного металла. Среди них техника каннетилле (*cannetille*), использующая тонкую витую проволоку, декорирующую изделие, и граинти (*grainti*), вариации очень сложной техники грануляции, состоящей из мельчайших золотых шариков, припаянных к изделию. Расцвет этих технологий пришелся уже на эпоху историзма.

Нельзя не вспомнить и еще одно направление в ювелирном искусстве той эпохи, самым непосредственным образом связанное с наполеоновскими войнами. Именно в это время в Европе появляется мода на так называемый берлинский чугун. Впервые украшения из чугуна были отлиты в Пруссии в Королевской чугунной литейной мастерской в 1804 году. В этом материале здесь начали делать браслеты, серьги, ожерелья, броши с изображением цветов, готических арок, архитектурных деталей и т. д. Техника изготовления этих украшений была весьма сложной, трудоемкой и дорогой, поскольку для литья требовались точные и тонко моделированные формы, а само изделие, напоминающее изысканное черное кружево, собирали из мельчайших деталей вручную. Орнаментальный декор для этих вещей обычно рисовали художники весьма известные в Пруссии, такие как Симеон Пьер Деварне (Simeon Pierre Devaranne), Мориц Гейс (Moritz Geiss),



Кольцо с камеш из онисса с изображением римского императора и крокодилчиков — символов Египта и Нила



Кольцо в форме Железного Креста. Пруссия. 1815 г.

Серьги. Берлинский чугун. 1820-е гг.



Ирицифрованный браслет. Германия. После 1814 г. Золото, серебро, танзан, исландит, горный хрусталь

а дизайн ордена Прусского Железного Креста, также отливавшегося из чугуна, был выполнен самим великим Карлом Фридрихом Шинкелем — немецким архитектором, живописцем, театральным декоратором, одним из создателей стиля неоклассицизм в Германии.

Победив пруссаков, Наполеон вывозит из Королевской чугунной литейной мастерской формы и образцы изделий, и вскоре в Париже начинается их производство. Но особенно популярными такие украшения становятся в Пруссии во время освободительной войны 1812—1814 гг. Следуя призыву прусской императрицы, женщины отдавали свои драгоценности на вооружение армии, получая взамен украшения из чугуна, декорированные надписью *Gold gab ich für Eisen* («Поменяла золото на железо»). Часто это были кольца в форме Железного Креста — самой высокой военной награды Пруссии. На самом деле чугунные украшения стоили не дешевле золотых, и этот акт скорее был патриотическим жестом. Сохранилось таких вещей немного, поскольку они хрупки, достаточно быстро ржавели и рассыпались. Мода на изделия из чугуна продержалась до 1830-х гг., но делали их и во второй половине XIX века в Пруссии, Австрии, Рос-

«Литературные» браслеты — в камнях зашифровано послание Марии-Луизы Наполеону. На одноим. Napoleon (Наполеон) и дата рождения — 1769, на втором: Marie-Louise (Мария-Луиза Австрийская) и дата рождения 1791, на третьем: место и даты их встречи в Компиене и замужества. 1810 г. Франция

сии, когда чугун становится материалом прежде всего траурных или памятных украшений.

Мода на украшения такого рода возникла еще в конце XVIII века, популярными они оставались и в эпоху Наполеона, но в них появляются свои нюансы. В моде были, например, так называемые «литературные украшения», где «тайные» послания шифровались «языком камней», когда из первых букв названия камня собирались слова и предложения. Сохранились браслеты Жозефины, где таким образом были зашифрованы имена ее детей — Евгения и Гортензии. В браслетах Марии-Луизы «языком камней» были зашифрованы даты рождения Наполеона, самой императрицы, год их встречи и свадьбы. Например, наиболее часто встречающееся в памятных украшениях слово «любовь» в английском варианте *love* на «языке камней» составлялось из лазурита (*lapis lazuli*), опала (*opal*), вермейла (*vermail* — вид граната) и изумруда (*emerald*).

Но наиболее популярным памятным украшением неслучайно становится кольцо — в самой его форме уже заложен символ бесконечности. В Англии появляются траурные кольца в виде обруча, разделенного на





Неизвестный мастер.
Медальон в виде звезды из золота и эмали
с прядью волос Александра I. Петербург.

Неизвестный мастер.
Мемориальное кольцо,
посвященное памяти Александра I.
В основании вензель под короной,
выложенный бриллиантами по эмали.
Петербург. Начало XIX в.



Мемориальное кольцо, посвященное
памяти Александра I.
На щитке профильное изображение
императора с датой смерти —
19 ноября, по ободку — фраза
его вдовы, Елизаветы Алексеевны:
«Наш ангел в небесах»



Неизвестный мастер.
Царька с изображением Кутузова и
Витгенштейна. Россия



завитки и декорированного эмалью — белой для детей и тех, кто не успел вступить в брак, черной для людей женатых и замужних. Сверху изображение закрывалось хрустальной пластиной или стеклом. Большое распространение получают и памятные кольца, посвященные важным историческим событиям, известным публичным деятелям, выдающимся полководцам. В Англии в начале XIX века носили кольца с изображением адмирала Нельсона, победителя при Трафальгаре. В основании кольца размещался гравированный на ониксе профильный портрет Нельсона в окружении его знаменитой фразы, произнесенной перед решающей битвой: «Англия надеется, что все мужчины страны исполнят свой долг». Во Франции же после смерти Наполеона на острове Св. Елены появились памятные кольца, где миниатюрная фигурка Бонапарта в полном генеральском мундире была спрятана в потайном отделении кольца, выполненном в форме саркофага.

Дошли до нашего времени и русские памятные украшения, связанные с героями войны 1812 года. Редчайший образец такого рода вещей хранится в Государственном Историческом музее. Это двойная серебряная штампованная пряжка для пояса с профильными изображениями М. И. Кутузова и П. Х. Витгенштейна под коронами, поступившая в музей из собрания П. И. Щукина в 1905 году. Более всего сохранилось памятных украшений, связанных с Александром I, популярность которого в России и Европе после победы над Наполеоном была огромна. Это миниатюры в виде фермуаров, медальоны с прядями волос императора, вставки в браслеты. Но особенно распространенными были памятные кольца. В отечественных музеях сохранилось несколько таких колец, в том числе с выложенным бриллиантами по гильшированной эмали вензелем императора в виде буквы А под короной. После смерти Александра I в 1825 году появились особые траурные кольца. Зачастую их изображали в форме свернувшейся змеи или с гладкой шинкой, покрытой черной эмалью. В центре, на щитке, помещалось профильное изображение императора с датой смерти — 19 ноября, по ободку вписывали известную фразу его вдовы Елизаветы Алексеевны: «Наш ангел в небесах».

В коллекции Эрмитажа хранится триумфальный веночек, выполненный, по мнению хранителя Эрмитажа А. И. Гримма, скорее всего, в Германии и поднесенный Александру I не ранее 1814 года. Веночек выполнен из золота, листья вырезаны из темно-зеленого гелиотропа, на каждом выгравированы золотом названия городов и даты сражений. В центре — крупный ограненный горный хрусталь в оправе из золотых лучей, с вырезанным на нем Всевидающим Оком. Но, пожалуй, более всего известен памятный браслет с миниатюрным эмалевым изображением Александра I, выполненный с портрета Джоржа Доу, хранящийся в Гохране России. Изображение закрывает знаменитый плоский (таблитчатый) алмаз старой индийской огранки в 27 карат. Но этот браслет сделан уже в эпоху историзма, в ином стиле — «неоготики», поклонником которой являлся Николай I.

Стиль ампир начинает затухать во Франции вскоре после поражения Наполеона в войне 1812–1814 гг. В России же он еще задержался на несколько десятилетий и вошел в историю искусства как «александровский ампир». Он продолжал свое победное шествие вплоть до 1830-х гг., а в провинции и того больше. Отношение к стилю ампир, к изделиям декоративного искусства и украшениям в частности не было однозначно на протяжении двух прошедших веков. Но можно привести в заключение актуальные и сегодня слова барона А. Е. Фалькерзама, крупнейшего знатока ювелирного искусства и хранителя Галереи драгоценностей Эрмитажа в начале прошлого века. В них он выразил свое отношение к ампиру, в котором, как он сказал, «дныне живет искорка того великого времени, частичка того героического духа национальной, храброй, самоотверженной гражданственности, которой на самом деле отчасти приближал ту эпоху к античному идеалу».



2009



2010



2010



2011



2011



2012



2013

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



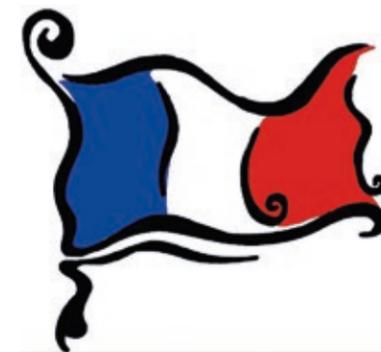
Большой и малый орден
«Придворный ювелир Карл Фаберже»,
посвященный 400-летию Династии Романовых

СКК «Сергей Квашнин»
ювелирная компания

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

Любовь к прекрасному

Франция — страна, где роскошь и шик наполняют каждый квадратный сантиметр воздуха, это целый мир высокого ювелирного искусства, где сосредоточены дома с мировым именем, такие как Cartier, Chanel, Boucheron, Dior, Van Cleef & Arpels. И конечно же, ювелирный бренд Chaumet, история которого тесно связана с эпохой императора Наполеона Бонапарта. Ювелирные дома высокой ювелирной моды предлагают самые последние тренды в области украшений класса люкс, роскошный стиль их ювелирных изделий как нельзя лучше подходит высшему свету. Значимость ювелирного украшения всегда была прямо пропорциональна его стоимости — желание обладать редкостью, доступной далеко не всем, — пусть немного печальный, но важный побудительный мотив, присущий человеческой природе. На том стояли поколения ювелиров.



Twirl («Юла») — в коллекции заложена та же идея, что и в любимой детской игрушке, — идеальный баланс, воплощенный в бесконечной спирали, изящно и непрерывно кружащейся в танце...

Браслет из розового золота, кольцо из белого золота и бриллиантов и ожерелье из белого золота и бриллиантов



Стоит сказать и о том, что французские ювелиры традиционно занимают твердую позицию среди марок casual — относительно недорогих в сравнении с творениями haute joaillerie. Идея изящности ювелирных изделий практически не изменилась за прошедшие двести лет — смелые и выполненные с фантазией, но при этом женственные и элегантные украшения выступают истинными посланцами французского стиля.

Сегодня мы представляем избранные ювелирные изделия, которые показывают всю многогранность современного ювелирного дела Франции.

Neelia: новый бренд от Gay Frères group

Компания Gay Frères, чьей специализацией является создание цепей hand made, не так давно запустила собственный ювелирный бренд Neelia.

Золото, бриллианты, драгоценные камни переплетены в хореографии чистых линий и изысканных цветов. Эти украшения — идеальный компаньон как для повседневных, так и для вечерних нарядов, они идеально сочетаются с парой джинсов или легендарным маленьким черным платьем. Лаконичные, те, что приятно дарить и получать в подарок. И носить не снимая, ну или почти не снимая.



*Eléa — сферические и каплевидные формы украшений — как совершенство минимализма
Кольцо из белого золота и бриллиантов, серьги из белого золота, бриллиантов и бирюзы*



*Waskoll
New Wave («Новая волна»)
Коллекция построена на игре
цветовыми ассоциациями: подвески,
серьги, кольца и браслеты украшены
разноцветными драгоценными камнями
Boule de Sucre («Белый сахар»)*

*Коллекция выполнена в модном стиле
с округлыми вставками из халцедона,
хризопраза, розового кварца – любое
украшение из этой коллекции станет
роскошным дополнением к любой
одежде этой осенью*

*Isabelle Langlois
Illusion
Иллюзии, воплощенные в реальность: серьги и кольца из розового
золота с мерцающими камнями различных форм и цветов. Сложная
композиция из кварца, родолита, аметистов, розовых сапфиров,
цавориитов и турмалинов отсылает нас в мир планеты Пандора из
звездной системы Альфы Центавра, знакомой нам по фильму «Аватар»...*

*Starfish («Морская звезда»)
Из глубин галактики Изабель Ланглуа приглашает нас в путешествие
на дно морское. В коллекции Starfish она по-новому интерпретирует
мир обитателей коралловых рифов. Для визуальной драмы она
использует настоящую морскую звезду, попавшую в драгоценную сеть
из жемчуга, цветных сапфиров и цавориитов, для центрального камня
в кольце берет пренит, редко используемый в ювелирном деле минерал,
названный в честь датского капитана Хендрика фон Прена, впервые
привезшего этот минерал с мыса Доброй Надежды.*



Waskoll

На протяжении трех поколений семья Waskoll занимается продажей драгоценных камней, поставляя их известнейшим мировым брендам.

Свою собственную коллекцию ювелирных украшений компания выпустила в 1995 году и с тех пор регулярно предлагает покупателям украшения, выполненные во французских традициях. В коллекциях бренда смысловым центром является драгоценный камень, свет которого отражает красоту женщины.

Isabelle Langlois

Наследница династии известных огранщиков, Изабель Ланглуа свободно жонглирует цветом, видами огранки и золотом, создавая оригинальные и в прямом смысле этого слова ослепительные коллекции.



Isabelle Langlois

*Galaxie
Галактика, в которой загадочно мерцают звезды: сияющие переливами сапфиры, топазы, перидоты, лунный камень. Их связывают паутины Млечного пути из бриллиантовых дорожек, по которым к нам из загадочных глубин Вселенной прибывают эти галактические украшения...*

Inès de la Fressange

*Feuilles d'Or («Золотые листья»)
Полные романтики, эти украшения из золоченого
серебра и кубического циркония придадут
элегантности любому женскому образу*

Les Parisiennes («Парижанка»)

*Стильная, свободная, бесшабашная парижанка –
этот образ встает перед глазами, когда
рассматриваешь эту коллекцию
Украшения выполнены из родированного серебра
с вставками из лакированной бумаги*

Inès de la Fressange

Модель, дизайнер и настоящая парижанка Инес де ля Фрессанж основала собственную марку одежды и аксессуаров Inès de la Fressange в 1991 году. Ее коллекции безоговорочно вдохновлены Парижем и точно так же, как этот город, многообразны по тематике: игривы, очаровательны, динамичны и неизменно элегантны.

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

Joia

Noblesse («Дворянство, благородство») Перстень, украшенный арабеской, символизирующей, как известно, вечно продолжающуюся ткань Вселенной, как никакой другой, передает дух коллекции, связанной с семейными ценностями и традициями, бережно передаваемыми из поколения в поколение и составляющими основу династии.

Héritage («Наследие»)

Эти кольца словно созданы для того, чтобы передаваться из поколения в поколение. Они выполнены в классических французских ювелирных традициях с тем легким дуновением современности, которое превращает классическое произведение во вневременное ювелирное украшение.



Lalique

Eros

Бог любви, символ свободы и выбора, Эрос считался порождением Неба и Земли. Он господствует над внешней природой людей и их нравственным миром, однако свою безграничную власть он использует, чтобы найти смиренное сердце и свою вторую половинку. Его стрела — эликсир любви и счастья, как луч священной света, достигает сердца Психеи, и души обоих наполняются любовью. Бриллиантовые и рубиновые дорожки, рассыпанные в драгоценной коллекции, символизируют «Стрелу Амура», которая случайно ранила палец Психеи, предопределив дальнейшие испытания их любви и, конечно же, приведшие их к счастью.

Korloff

Natura

Эта линия ювелирных украшений вдохновлена природой и ее великолепными пейзажами: затерянные песчаные пляжи, ароматные сады, дикие леса с экзотическими деревьями, кристально чистые воды горных озер и расцветное солнце скрыты за стройными округлыми линиями украшений.



Joia

Взяв на вооружение фразу известного теоретика искусства Джона Рескина «Искусство прекрасно, когда руки, голова и сердце работают сообща», ювелирный дом Joia не отступает от нее никогда. Для достижения гармонии достаточно соблюдать фирменный рецепт: изящные, женственные изгибы в сочетании со смелыми линиями, приправленные изобретательными и современными формами, — и готово украшение, приносящее радость. Будь то деловая женщина или домохозяйка, общительный и жизнерадостный человек или полностью погруженный в себя, — всякий найдет уникальное предложение у ювелирного дома, чье имя происходит от французского слова joie, что означает «радость».

Korloff

Ювелирный дом Korloff занимает твердую позицию среди марок, создающих истинное Haute Joaillerie.

Lalique

О прекраснейшая! Не сетуй, что твой сын избрал себе в жены не богиню, а смертную. Я подарю ей бессмертие, и она сравняется с богами...

В коллекции Les Ames Sœurs («Родственные души») компания Lalique предлагает свою интерпретацию мифа о любви, в частности легенду о Психее и Амуре (Эросе).

100 украшений этой коллекции разделены на 8 линий: «Психея», «Крылья Психеи» (как известно, Психея в древнегреческой мифологии олицетворяла душу и представлялась в виде бабочки), «Эрос», «Стрела Амура», «Родственные души», «Змея», «Одуванчик» и «Ландыш».

Lalique

Mignot («Ландыш»)

Когда бог западного ветра Зефир перенес Психею во владения Эроса, она оказалась в прекрасном саду, напоенном ароматами ландыша. Символический мотив для Lalique, ландыш, изобразен на ожерелье, подвесках, кольцах и серьгах из белого золота. Его маленькие колокольчики выполнены из лунного камня (есть необычные варианты — ландыши из лазурита и розового кварца) и окружены водопадом бриллиантов.

Psyché («Психея»)

Миф о Психее рассказывает о стремлении человеческой души слиться с любовью. Олицетворение души и красоты, Психея взлетает в звездное небо, расправляя свои крылья, как бабочка, превращаясь из принцессы в богиню.

Mathon Paris

Demoiselle

Ювелирный Дом Mathon Paris был основан в 1931 году в сердце Парижа — Palais Royal и остается одним из немногих, кто сохраняет традиции французского ювелирного дела. Все вещи делаются строго вручную.

Сейчас он выпустил коллекцию под названием Demoiselle с использованием техники перекристаллизованной эмали — в ней выполнены крылья стрекозы, символа бренда.

Техника перекристаллизованной эмали известна давно — ее использовали еще во времена Византийской империи, с тех пор она применяется довольно редко. Mathon Paris уделяет особое внимание сохранению знаний и навыков, имеющих тенденцию к исчезновению. Перекристаллизованная эмаль — одна из таких. Широко распространенная в эпоху ар-нуво, сегодня она остается привилегией немногих французских мастеров этого искусства.

Коллекция Demoiselle основана на этой многовековой технике, она играет с цветом и светом. Кольцо и ожерелье доступны в двух версиях: белое золото, синие сапфиры и бриллианты или золото и бриллианты.



ПРЕДСТАВЛЯЕМ

Mathon Paris

Népihar («Кубинка»)

Эта коллекция навеяна водной лилей с ее широкими, плоскими, округлыми листьями, которые так любят лягушки, нежными цветами – белыми, желтыми, пурпурными. На представленной фотографии мы видим листья, выполненные из белого золота, и цветок готовый распустиť свои лепестки из розового турмалина.

Arlecquin («Арлекин»)

Известный в Италии с XVI века персонаж из комедии дель арте Арлекин стал известным и легко узнаваемым всеми жителями планеты благодаря своему яркому костюму. Кольца-Арлекины из коллекции Mathon Paris «одеты» в турмалины, розовые сапфиры, аквамарины, цитрины и, конечно же, бриллианты



Nina Ricci

Все изделия бренда Nina Ricci отличаются утонченным вкусом, элегантностью, изысканностью, неповторимостью, простотой в сочетании с яркостью.

Oressence

Этот французский бренд известен современным дизайном ювелирных изделий, в которых сохраняется тонкий баланс между роскошью былых времен и чувством настоящего времени. Его творения предназначены для современной, женственной, динамичной горожанки.

Trois Ors («Три золота»)

Солнечное желтое, романтическое розовое и элегантное белое золото предстают во всем великолепии своего блеска



Black & White («Черное и белое»)

Черный и белый цвета

воплощают суть элегантности. Коллекция доступна в нескольких линиях: «След» – в виде графической

двухцветной плитки; «Искушение» – в которой олицетворяется таинственное очарование змеи; «Когда-то давно» – в ней представлена черно-белая стилизация животных, выполненных из белых и черных бриллиантов.

Nina Ricci

Jardin d'Et («Летний сад»)

Коллекция «Летний сад» от знаменитой французской фирмы приглашает нас в сказочное путешествие по саду, где цветы настельных тонов образуют нежные бело-розовые букеты, а над ними порхают экзотичные бабочки...

Exquise («Изысканный»)

Поставив в центр коллекции воздушное кружево, Нина Ricci создала шикарную и в то же время изысканную коллекцию украшений.



SWAROVSKI GEMS™

Уникальный Блеск ПРИРОДНОГО ТОПАЗА SWAROVSKI



CRYSTALIT
corporation

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР
SWAROVSKI GEMS
НА ТЕРРИТОРИИ РФ –
КОМПАНИЯ КРИСТАЛИТ КОРП.
www.crystalit.ru, 8-800-200-22-28
(звонок с любого телефона бесплатный)

Специальные бирки на ювелирных украшениях идентифицируют партнеров Swarovski и дают гарантию, что вы приобретаете изделия только с камнями высшего качества

реклама

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



Промышленный и ювелирный дизайн:

ТОЧКИ СОПРИКОСНОВЕНИЯ

Alba Cappellieri

С 2 июля по 15 сентября в Милане проходит выставка «Приглашение в мир дизайна ювелирных украшений». Путь, который прошел ювелирный дизайн с пятидесятих годов до наших дней: от рационализма к постмодерну до современного минимализма, от промышленного производства до уникальных предметов, от произведений великих мастеров до проектов молодых талантов, разработавших их специально для этой выставки, — все это великолепие можно увидеть в «Музее дизайна Триеннале» (Triennale Design Museum).

Предлагаем вашему вниманию статью куратора выставки, профессора Школы дизайна Миланского политехнического института Альбы Каппеллиери. Ее исследования сосредоточены на изучении нового контекста современных ювелирных изделий в частности интеграции ювелирного дизайна с интеллектуальной модой, в результате чего в скором будущем мы будем иметь дело с «умными» ювелирными украшениями, в построении которых большая роль отводится технологиям, способным повысить функциональную, семантическую и эстетическую роль современных ювелирных изделий.

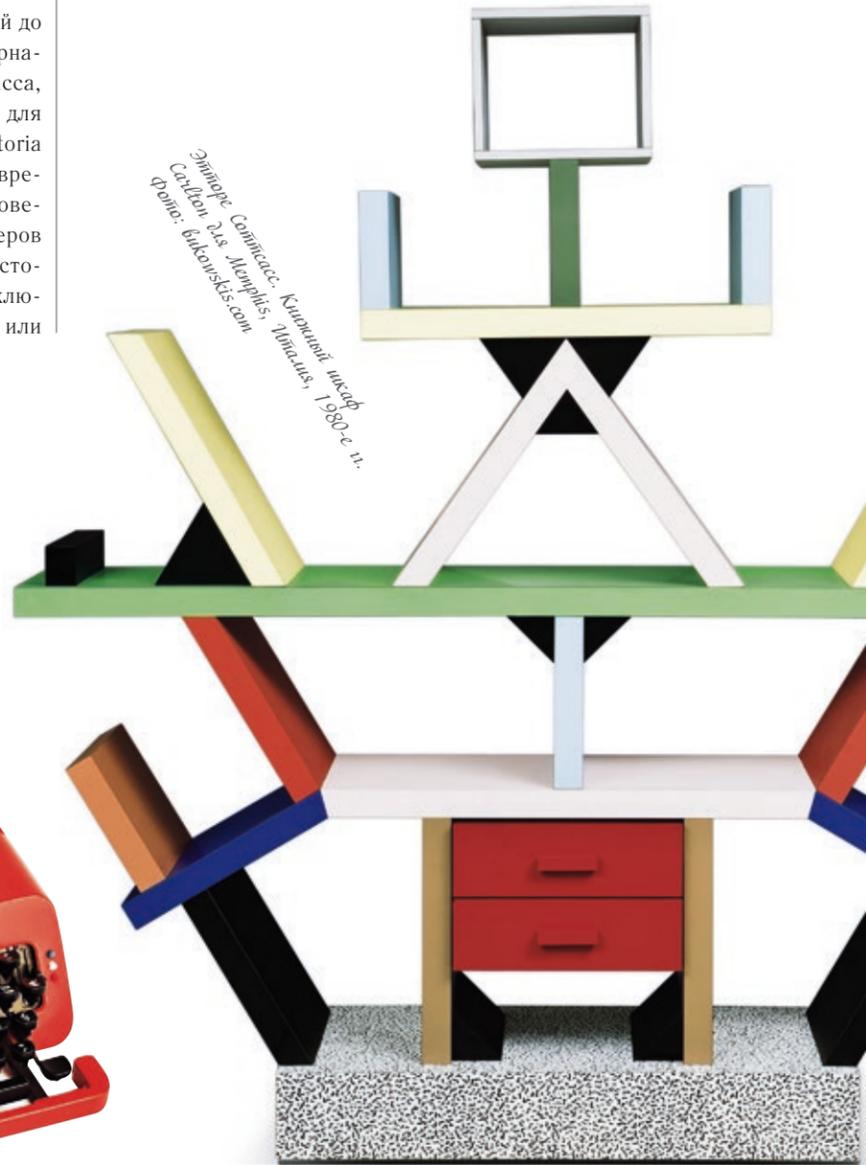


Роберто Самбонет.
Кольцо со смесными камнями,
1950
и



Пишущая машинка Valentine,
дизайн Этторе Соттсасса.
Фото: looksfeelsworks.com

Слева сверху:
Гарри Бертоя. Стул «Бриллиант», 1950.
Фото: vintagefurnitureguru.files.wordpress.com



Этторе Соттсасс. Книжный шкаф
Carlton 2 & Memphis, Италия, 1980-е гг.
Фото: bakawski.com

Итальянцы — одни из лучших дизайнеров в мире, это общепризнанный факт. Производят великолепную одежду и обувь, мебель и интерьеры...

Ювелирные изделия всегда занимали промежуточное положение между искусством, ремеслом, модой и дизайном. Оказавшись между искусством с его авторской мощью, с одной стороны, и модой с ее изменчивостью и ярко выражающей настоящее, с другой, ювелиры защищают свои драгоценные материалы, как оплоты вечности.

Традиционные дизайнерские дисциплины обычно игнорируют мир украшений и никогда не рассматривают создание ювелирных изделий как достойную задачу для дизайнера (здесь и далее речь идет о предметных дизайнерах). За очень немногими исключениями архитекторы, специалисты по дизайну интерьеров, мебели не работают с драгоценными материалами. Пожалуй, в связи с ювелирным делом с ходу можно вспомнить лишь знаменитого скульптора Гарри Бертоя, чья уникальная коллекция стульев, изготовленных для Knoll из металлической проволоки с применением точечной сварки, остается популярной до сих пор, и знаковую фигуру в области альтернативного итальянского дизайна Этторе Соттсасса, чья пишущая машинка Valentine, созданная для Olivetti, входит в коллекцию лондонского Victoria & Albert Museum и Нью-Йоркского музея современного искусства MoMA. А в остальном ювелирный мир не смог заинтересовать дизайнеров XX века. Тому есть несколько причин: с одной стороны, идеология рационализма полностью исключает все, что не несет социальную функцию или

популизм, с другой — промышленный масштаб массового производства ювелирных изделий был плохо приспособлен к выпуску ограниченных тиражей авторского ювелирного искусства. Стоит отметить еще один фактор, сдерживающий дизайнеров в ювелирном Творчестве, — семидесятые были тяжелым временем для Италии: после волнений конца 1960-х настали «годы свинца»: противостояние крайне правых и крайне левых групп, серия терактов, «Красные бригады»... В то время в Италии псевдоморалисты всеми силами пытались предотвратить развитие всего, что считалось «социально незначимым», в том числе это относилось к рынку драгоценностей. Конечно, отцы итальянского промышленного дизайна создавали украшения. Но делали это в частном мире своих привязанностей. К примеру, они создавали подарки для членов семьи и друзей, о чем свидетельствуют обручальные кольца Джо Понти и Роберто Самбонета, которые они сделали для своих жен, а также многочисленные ожерелья,

ini
elg

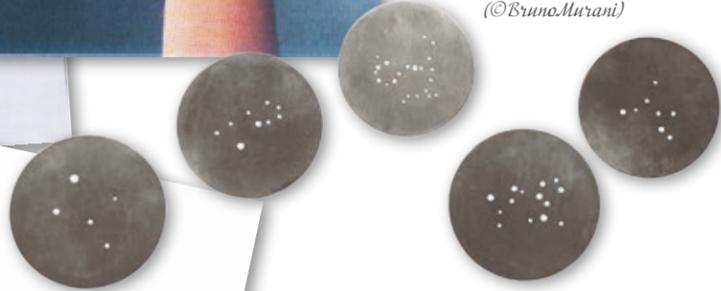
Франко Альбини и Франку Хельг,
Кольца и серьги, серебро, 1973



Фронзони. «Ожерелье 78»,
1978, для Edizioni Forma, Милана

Марко Беллини.
Браслет, золото, полудрагоценный камень,
1979, для Fagaone

Бруно Мурани.
Подвески, серебро, для Ricci
(© Bruno Munari)



Sergio Asti



1981
anello | ring
oro bianco, rosa e giallo e diamante |
white, pink and yellow gold, diamond
per | for Cusi



2008
fede | wedding ring
platino | platinum
per | for Eternal Platinum Collection



Сержио Асти.
Кольцо из белого, красного и желтого
золота с бриллиантами, 1981

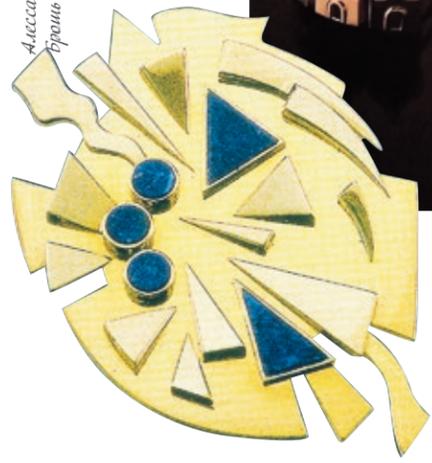
разработанные Жанфранко Фраттини для дочери Эммануэлы. Соттсасс создавал украшения для Фернанды Пивано, Серхио Асти разработал кольца для своей жены Мариангелы Эрба.

Первым, кто сделал шаг к объединению индустриального дизайна с ювелирным, был Чиро Каккионе. В 1970 году он пригласил нескольких дизайнеров: Франко Альбини и Франку Хельг, Лейлу и Массимо Вигнелли, Афру и Тобио Скарпа, Антонио Пива — разработать дизайн серебряных украшений для своей компании San Logenzo. Тогда впервые в Италии мир дизайна встретился с миром ювелирных изделий. Как обычно случается, первый опыт остался незамеченным широкой аудиторией.

Однако спустя девять лет во Флоренции эксперимент был продолжен: куратор выставки Progettare Con l'ogo Пьер Карло Сантини открыл специальную экспозицию, на которой публике были представлены ювелирные изделия, созданные промышленными дизайнерами, далекими от ювелирного мира. И нужно отметить, что их украшения стали прекрасным контрапунктом к трем другим разделам, где были представлены традиционные украшения.



Алессандро Мендини.
Брасль из золота и лазурита, 1998



Паоло Портогези.
Кольца, 1984-1986, для Клето Мунари



Особое внимание привлекли изделия архитектора Марио Беллини — интересные и инновационные, они предлагали новые взаимоотношения драгоценности с телом. Беллини с евклидовой чистотой своего ожерелья, а также Фронзони и Гринани стали представителями нового направления в дизайне украшений, в котором источником вдохновения могла послужить и математическая формула.

С 1982 по 1986 год студия Клето Мунари выпускает совершенно другой вид коллекций: ограниченную серию украшений ведущих мировых дизайнеров (Питер Айзенман, Майкл Грейвс, Ганс Холляйна, Арата Исодзаки, Ричард Мейер, Питер Шир, Стенли Тайгерманн, Оскар Тускетс и Роберт Вентури) и некоторых крупных итальянских дизайнеров (Марио Беллини, Микеле де Лукки, Алессандро Мендини, Паоло Портогези, Этторе Соттсасса, Лейла Вигнелли и Марко Занини).

Нужно сказать, что 1981 году в Милане дизайнерами Этторе Соттсассом, Андреа Бранци и Микеле де Лукки была организована дизайн-группа Memphis, которая делала абсурдно яркие и неудобные вещи. Полки, с которых все падает, столики, которые не вписываются ни в один угол, дешевый ламинат — китч, поп-арт, ар-деко — стиль Memphis стал настоящей анархией в дизайне. Группа

Франко Раги.
Шарнирные браслеты,
1985

Этторе Соттсасс.
Брошь Memphis



Ettore Sottsass
for Cleto Munari.
Серьга, 2001 г.

Ettore Sottsass
for Cleto Munari.
Серьга, 2001 г.

получила мгновенную и огромную славу, многие дизайнеры стали работать в их эстетике. Поэтому неудивительно, что серия украшений студии Клето Мунари представляла собой настоящий звездный бал постмодернизма, где ювелирные изделия, оказавшись в центре внимания знаменитых дизайнеров, наслаждались эйфорией международного признания. К сожалению, и эта акция мало что изменила в отношении индустриального и ювелирного дизайна — они по-прежнему шли параллельными курсами, практически не пересекаясь. Еще одна попытка привлечь промышленных дизайнеров была предпринята в 1987 году на выставке Fiera di Arezzo. В ней приняли участие дизайнеры Этторе Соттсасс, Алессандро Мендини, Бруно Мунари, Гае Ауленти, Стефано Джованнони и художники Пьетро Каскелло, Марио Чероли, Пьеро Доразо, Элисео Маттаччи и Микеланджело Пистолетто. Между их проектами, конечно же, были значительные различия, но как художники, так и дизайнеры создавали украшения, переводя свой стиль в миниатюрный масштаб, без учета таких элементов, как эргономика, износостойкость, комфорт, стоимость — все те критерии, которые относятся к классу методов проектирования изделий. Дизайнеры использовали в решении проектов формулу «город в чайной ложке»: они строили микроархитектуру, создавая мини-, а скорее, микроверсии домов, ламп, других привычных им вещей, цитируя себя.

Но в то же время, начиная с этого проекта, ювелирные украшения освободились от эталонных значений золота и веса в каратах как признака статуса.

Этторе Соттсасс, несомненно, был пионером и поэтом этого нового авторского подхода в создании драгоценностей. В 1957 году он создал перфорированную яйцевидную брошь из золота, которая несет признаки образности и скульптурного решения. Другим индустриальным дизайнером,

Красный диван, разработанный участниками группы Memphis Питером Шира, 1982





Гайс Баккер.
Работы студии Chi ha paura...?

Роберто Самбонет. Браслет Toi et moi, 1955, для Tiffany. Архив Р. Самбонета, Милан



Этторе Соттсасс.
Золотая брошь, 1985,
частная коллекция, Нью-Йорк

Микеле де Лукки,
группа Memphis.
Работы 1985 года



кто также начал работать над созданием ювелирных изделий, стал Роберто Самбонет: в 1950 году для своей жены он создал известное кольцо со сменными камнями. Оригинальное кольцо было изготовлено из золота со сменными вставками из янтаря, малахита, розового кварца, лазурита и слоновой кости, затем была выпущена более демократичная версия колец из серебра и пластика для универмага La Rinascente, имевшая большой успех у покупателей. Чуть позже Самбонет разработал для компании Tiffany дизайн браслета Toi et moi, состоящего из двух серебряных проволочных каркасов. Кстати, это один из немногих примеров удачного сотрудничества итальянских дизайнеров и крупной американской корпорации. Эти примеры показывают, насколько бережно обучали промышленных дизайнеров работать над такими аспектами, как персонализация, столь востребованная в ювелирной промышленности сегодняшнего дня. Роберто Самбонет в 1965 году разработал также для итальянской компании — производителя автомобильных шин Pirelli рекламный объект — две бронзовые «шины», ко-

торые можно использовать в качестве браслетов либо собрать из них «теннисный мяч».

Важно отметить, что и Соттсасс и Самбонет проявляют одинаковый интерес к созданию как предметов искусства, так и промышленных товаров. Это относится и к ювелирной области применения их сил: для них незачем создавать уникальные драгоценные предметы и серийную продукцию. Как и другие их объекты, украшения производятся с использованием четко определенного метода: поштучно ограниченным тиражом авторские работы из драгоценных материалов, относящиеся к предметам искусства, и доступные, созданные из экономичных материалов реплики, — для массового производства.

Интерес именитых дизайнеров к ювелирной отрасли породил эксперименты других участников сообщества, которые привели в ювелирный мир пришельцев других миров, очень далеких от ювелирки, таких как офисная мебель или американские гаджеты. Так, в 1986 году для компании Olivetti Synthes Соттсасс и де Лукки сделали коллекцию эргономичной модульной офисной мебели Delphos, потом на ее основе де Лукки создал серию эмалевых значков. В них он повторил мебель, используя идею модульности и линейности. После привычного синтеза ювелирных украшений и одежды дизайнеры решили раздвинуть традиционные границы, связав ювелирные изделия с мебелью, для того чтобы подчеркнуть, что изобретательность дизайнера не связана никакими рамками.

Роберто Самбонет.
«Теннисный мяч», 1965, для Pirelli



Дизайн не должен храниться внутри отрасли, он приходит в бытие, разрабатывается и распространяется, чтобы украсить нормальную повседневную жизнь, место в которой есть и для ювелирных изделий.

В те годы Соттсасс разработал также коллекцию для Адриана Олабуенага и его жены Лесли Бейли, которые основали в Лос-Анджелесе студию дизайнера Асте в 1985 году. Асте начинала свою деятельность с лимитированной коллекции ювелирных изделий, разработанной для нее Питером Широм, членом группы «Мемфис», за которым последовали члены группы. Дебют коллекции состоялся в Национальном музее дизайна Нью-Йорка в 1986 году — в ней был показан красочный и ироничный подход к дизайну ювелирных изделий, который заимствовал принципы и ценности постмодернистской мебели. Но, к сожалению, и в этом случае сближение двух дизайнерских миров не было длительным.

В 1970-е годы авторский ювелирный дизайн не был знаком широкой публике, кардинальные изменения произошли, когда знаменитый голландский дизайнер Гайс Баккер реализовал свою давнишнюю мечту — основал собственную студию Chi ha paura...?, заставившую многих профессиональных дизайнеров пересмотреть свое излишне высокомерное отношение к ювелирному делу. Гайс Баккер — один из лучших дизайнеров современности. Он творит в области ювелирного и предметного дизайна, оформляет и декорирует выставки и интерьеры. Философию студии Баккера можно определить как «Концептуальный дизайн в контексте». Ее работы провоцируют коллег и публику на пересмотр устоявшихся взглядов на дизайн и его роль в обществе. Считая, что дизайн должен быть связан с современным обществом, провоцировать его и отражать насущные проблемы, Баккер поясняет при этом свой метод как «целостный подход, объединяющий работу сердца, разума и субстанции».

Микеле де Лукки, группа Memphis.
«Масляный стержень»





Газтано Пеше. Браслеты и кольца, 1995, для Fish Design



Formafantasma. Головное украшение «Мое собственное шоу» из титана со светодиодной вспышкой. Прототип 2013 года, для Chi ha paura...?

В те времена Баккер запустил коллекцию украшений «Глобальная идентичность» от именитых дизайнеров, работы которых, начиная от предметов мебели, осветительных приборов, стеклянной посуды до предметов домашнего хозяйства приобрели статус культурных ценностей. Это Рон Арад, Марк Ньюсон, Марсель Вандерс, Ральф Сакс, Ханнес Ветштейн, Альберто Меда, Константин Гарчи, братья Кампана. Нестандартное использование материалов, таких как акрил, силикон, текстиль, ПВХ, оригинальность концепций, экспериментирование с новыми технологиями — все это позволило обогатить понятие «украшение» новыми смыслами и, самое главное, новой семантикой. Коллекция «Глобальная идентичность» от Chi ha paura...? была показана на «Салоне дель Мобиле» (Milan Furniture Fair). Она включала в себя две работы итальянских дизайнеров: технологическую тиару от Formafantasma и браслет-сеть Паоло Улиана.

Именно Баккер изменил подход к классическому восприятию драгоценностей, дал свободу дизайнерам, экспериментирующим с новыми материалами и технологиями. Пример тому — Газтано Пеше и его коллекция Fish Design, или более недавнее сотрудничество дизайнеров с крупными ювелирными производителями: Микеле де Лукки с Van Cleef & Arpels, Фрэнк Гери с Tiffany и Захи Хадид с Swarovski.

Рубеж тысячелетия характеризуется переходом к арт-объектам с акцентами на уникальность про-

изведения, частное производство и ограниченный тираж коллекций.

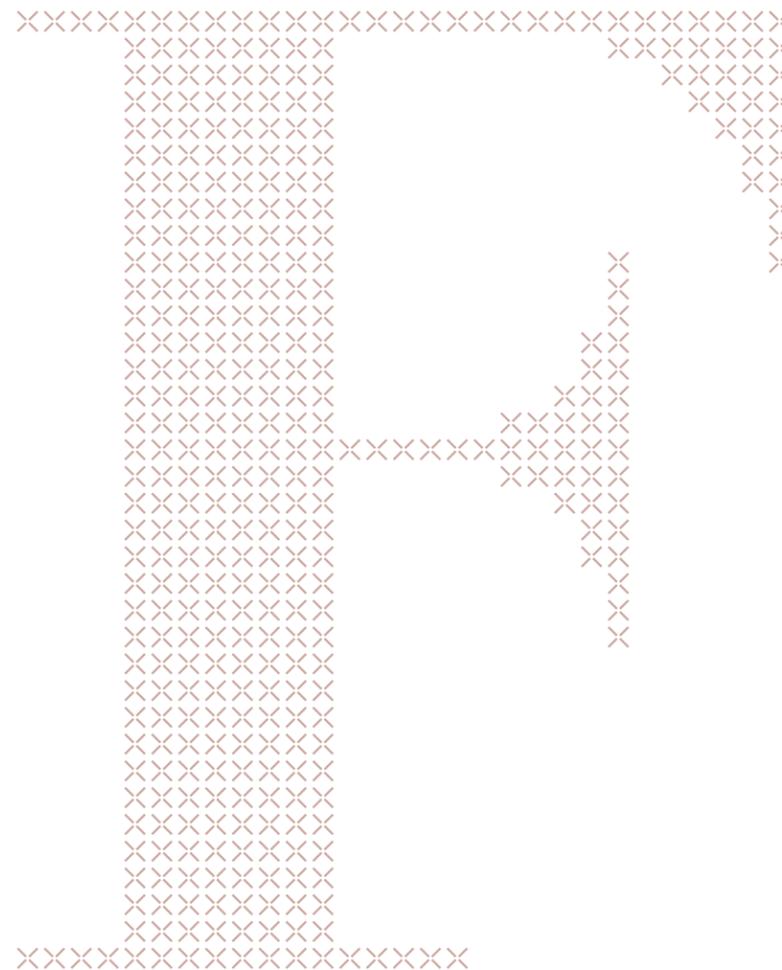
После экономического спада и утери средним классом былой покупательской способности цель дизайнеров состояла уже не в создании так называемой «массовки», призванной улучшить жизнь простых людей, а в создании уникальных, ценных предметов, способных удовлетворить эстетические и символические потребности элиты. Для промышленных дизайнеров создание ювелирных украшений больше не является сторонней деятельностью, как в 1970-х. Напротив, ювелирное дело становится все более интересной областью применения сил из-за бурного развития экономики, маркетинговым коммуникациям империй искусства и моды. Благодаря своему семантическому плюрализму ювелирные украшения идеально вписываются в этот сценарий, находясь между вечным и эфемерным, материалом и концептом, традицией и экспериментом, бизнесом и красотой.

В 2004 году на выставке Il Design della Gioia — Jewellery and Design в миланском Triennale впервые драгоценные украшения были представлены в этом храме итальянского промышленного дизайна. Правда, в 1957 году на одной из выставок свои украшения выставлял Этторе Соттсасс, но это было единичное представление. В 2004 году уже несколько итальянских дизайнеров создали ювелирные коллекции. Спустя девять лет мы со вторым куратором выставки Марко Романелли решили повторить опыт предшественников и вновь соединить два по-прежнему далеких друг от друга мира — промышленного и ювелирного дизайна. Благодаря поддержке миланского «Музея Дизайна Триеннале» (и особенно Сильваны Анникьярико) и выставки Vicenza Fair, самых перспективных, инновационных учреждений в ювелирном секторе, нам удалось справиться с этой сложной задачей.

За последние десять лет мир индустриального дизайна стал чуть ближе к миру ювелирного, чему способствовали их более тесные отношения. Это привело к тому, что можно охарактеризовать как «итальянский путь», в котором некоторые элементы, такие как доступность и красивая форма, взяли верх над концептуальными экспериментами международных дизайнеров.

Итальянская чувственность всегда ставит человека в центр дизайна с уважением к человеческой анатомии, предпочтением комфорта, а не стремлением к провокации. Итальянцы выбирают путь эволюции, а не революции, красоту и качество, а не абстракцию и концептуализм. Хотя промышленные дизайнеры и обращают свои взгляды на мир ювелирных изделий, а в настоящее время это случается довольно часто, они все еще только спорадически сотрудничают с ювелирной промышленностью. Рост связей между ювелирным производством и итальянским дизайном является одной из целей ближайшего будущего. Есть надежда, что это приведет не только к передаче знаний, материалов, методов и процессов, необходимых для инноваций, но и к восстановлению жизненной энергии ювелирных изделий.

VICENZAORO ✕ Fall



VICENZA
September 7 - 11, 2013

INTERNATIONAL EXHIBITION OF GOLD, JEWELLERY,
SILVERWARE, WATCHES AND GEMSTONES.

реклама



FIERA DI VICENZA



Banca Popolare di Vicenza
Sponsor Ufficiale Fiera di Vicenza

www.vicenzafiera.it www.aboutjewellery.it

Танзанит



Название этого камня топонимично и легко приведет пытливого читателя в страну, где его добывают. Танзанит стоит в ряду семейств драгоценных камней особняком, не входя ни в одно из них.

Он является разновидностью минерала цоизита (силикат кальция и алюминия $\text{Ca}_2\text{Al}_2[\text{Si}_2\text{O}_7][\text{SiO}_4]\text{O}[\text{OH}]$), открытого в 1805 году и названного в честь мецената С. Цойза, на средства которого снаряжались геологические экспедиции. Обычно цоизит — это непрозрачный камень зеленого, синего или розового цвета со стекляннным блеском. Особого интереса он у ювелиров никогда не вызывал, хотя иногда его использовали в различных поделках.

Долгое время наиболее интересная разновидность цоизита была абсолютно неизвестна. Первым танзанит нашел Мануэль де Соуза. Его называли «безумный Мануэль», поскольку всю жизнь он провел в Африке в поисках неизвестного и... «ненаходимого». Геологоразведка, которой он

занимался, не приносила ему особых доходов, и для того чтобы прокормить себя и семью, он подрабатывал портным. Наконец удача улыбнулась ему. Он намеревался изучить окрестности горы Килиманджаро. Место это находилось далеко от будущего месторождения танзанита. Но... не было бы счастья, да несчастье помогло! Нанятый Мануэлем водитель отказался ехать дальше по причине плохой дороги и попросту выбросил его на полпути, как оказалось, всего в четырех километрах от места первой находки. Поначалу, взяв в руки кристалл цоизита, Мануэль решил, что это сапфир, но быстро понял, что твердость находки совсем «не сапфировая». Нужны были более тщательные исследования, на которые у него не было средств, пришлось несколько месяцев добывать



ЗОЛОТОЕ ЗВЕЗДО СОБРАНИЕ
ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ



Николай Тимощук (www.ru.sabo.be)

их ударным портняжным трудом. Анализ показал, что найденные им камни — цоизиты. Мануэль был удивлен: цоизиты находили в Танзании уже давно, но только зеленые, и он не знал, что бывают цоизиты другого цвета.

Дальше найденышу повезло — он попал в хорошие руки. Его продвижением на рынок занялась компания «Тиффани». Когда в 1970-х годах появились первые ее коллекции с этим камнем, его сначала позиционировали как самоцвет — имитатор сапфира. Понятно, что в этой скромной роли он вряд ли добился бы успеха. Возвышение синего цоизита началось после того как ему придумали новое имя. Дело в том, что президента «Тиффани» Генри Платта смущало слово «цоизит», которое слишком напоминало suicide («самоубийство»). Тогда-то немецкий геммолог Герман Банк (кстати, с его сыном Франческо мы часто путешествовали по Бразилии) и предложил название «танзанит». Рекламисты «Тиффани» тут же уцепились за идею: новое имя как раз удачно совпало с первой волной моды на африканское этно. Хитрые промоутеры назвали камень «самоцветом XX века», и новичка с готовностью встретили на американском рынке, всегда приветствующем новые товары. Дальше грамотная политика поставщиков, не допуская заговаривания рынка, позволила спросу опережать предложение, и в результате танзанит обогнал по цене синий сапфир, который он когда-то «имитировал». Уже сейчас по популярности и продаваемости танзанит обогнал многие знаменитые камни — мода на него распространяется, как лесной пожар! Его теперь ценят не только в Америке, но и в чопорной традиционалистской Европе. Может быть, скоро уже сапфиры будут проходить по разряду имитаторов танзанита?

Существуют два фактора, объясняющие высокий интерес к танзаниту и растущую на него цену. Первый — его чрезвычайная редкость. Танзанит добывают только в провинции Аруша на севере Танзании. Хотя другие разновидности цоизита широко распространены, танзанит обнаружен только здесь, на плато Мерелани. К тому же его запасы

ОАО «Русские Самоцветы»



ограничены и близятся к исчерпанию: есть смысл запастись этим камнем как будущим раритетом. Ну а второй причиной популярности танзанита является его неповторимый глубокий голубовато-синий цвет.

Только одна страна на планете осталась в стороне от моды. Это, разумеется, Россия. Виной этому наша культурная изоляция. В то время, когда весь мир начал сходить с ума по танзаниту, на одной шестой части суши процветал развитый социализм, и для советских людей мировая мода существовала разве что в виде выкровок из журнала «Бурда». Спрос на драгоценные камни ограничивался предложением отечественного ювелирного прома, а знания о самоцветах — унаследованными культурными ассоциациями. Танзаниту в этих ассоциациях просто не было места. Поэтому даже сегодня этот камень в России известен только узкому кругу ювелиров и связанных с каменным бизнесом людей. Предлагая покупателям украшения с танзанитом, приходится всякий раз объяснять, откуда он взялся и почему так дорого стоит. Подчас люди спрашивают про кольцо: «Ах, какой синий камушек, это сапфир?» Скажешь «нет» — рискуешь нарваться на презрительный взгляд: фу, какой-то танзанит, дешевка. Скажешь «да» — соврешь. Кстати, некоторые продавцы с успехом идут по второму пути, и немало наших любителей сапфиров купили за последние семь лет именно танзанит.

Как уже было сказано выше, главная ценность танзанита — его яркий, насыщенный голубовато-синий цвет. Знатоки утверждают, что такого цвета небо над горой Килиманджаро, рядом с которой его добывают. Другие говорят о неоновом цвете... Сине-лавандовая окраска танзанита уникальна среди ювелирных камней. Его цвет в естественном виде колеблется от синего до густо-фиолетового. При наблюдении под разными углами кристалл танзанита может выглядеть голубым, пурпурным,

коричнево-желтым или зеленым. Последние варианты расцветки огорчали ювелиров своей неэстетичностью, пока с этим не научились бороться (как — поведаю чуть ниже). Наконец, танзанит обладает александритовым эффектом: при перемене освещения он меняет свою окраску. Под электрической лампой камень приобретает аметистово-фиолетовый цвет. Благодаря этому свойству танзанит легко отличить от похожих на него сапфиров. Известен и танзанитовый кошачий глаз.

Беда в том, что танзаниты чистого синего цвета в природе встречаются очень редко. А рынок требовал таких камней все больше и больше. Выход из тупика нашли хитроумные израильтяне: они стали менять цвет танзанита с помощью термообработки. Обычно для получения требуемого цвета зеленые и коричневые камни нагревают в течение двух часов до 400° (если нагреть выше 900°, то структура камня утратит воду и получатся грязно-желтые кристаллы), в результате чего они приобретают глубокий синий цвет (гоуал блу) с оттенками пурпурного и сиреневого. Эффект очень устойчив, но следует избегать резкой смены температур в дальнейшем. Это нагревание не фиксируется в сертификате камня, так как считается, что негреты танзанитов на рынке практически нет.

Термообработкой успешно исправляют камни серого неприглядного цвета, а таких очень много. Танзанит же синего цвета находят всего в одном месте — на том самом плато Мерелани.

Крупные танзаниты встречаются часто. Не редкость кристаллы в 30, 40, 50, даже в 70 каратов. Цена 5-каратного камня у дилера — 600 долларов за карат, а для покупателя она может возрасти уже до 1000 долларов. Масса самых крупных найденных кристаллов танзанита ювелирного качества составляет 122,7 карата и 220 каратов.

Цвет камня является главной составляющей цены танзанита. Выше всего ценится глубокий синий цвет с оттенками пурпурного и сиреневого (до 1000 долларов за карат во вставках около 10 каратов). Но даже самый лучший синий цвет всегда будет содержать легкий фиолетовый оттенок. Бывает, что продают танзаниты черного цвета.

Некоторые считают, что за дешевым танзанитом нужно ехать в Африку. Это совсем не так. В Бангкоке цены не выше, чем в ЮАР или даже в самой Кении, а риска куда меньше.

Танзаниты подвергают разным видам огранки, но из камней с эффектом кошачьего глаза делают только кабошоны. Даже ювелирам приходится объяснять, что камень очень хрупкий и требует величайшей осторожности при огранке и закреплении. Более того, вставки из танзанита нельзя мыть в ультразвуковых ваннах или в кислых средах, а только в мыльном растворе. Этот самоцвет достаточно уязвим, поэтому украшения с ним не предназначены для повседневного ношения. Их стоит надевать только в особо важных и торжественных случаях, когда требуется продемонстрировать свое богатство, вкус и умение идти в ногу со временем. 

С Днем рождения!

СЕНТЯБРЬ

- 4 сентября** отмечает юбилей Василий Анатольевич Симонов, генеральный директор компании «Сувениры Балтики»
- 12 сентября** Георгий Валерьевич Кондрашов, руководитель компании «Лайк»
- 13 сентября** Давид Моисеевич Гуревич, генеральный директор компании «Петрозолото»
- 15 сентября** Светлана Анатольевна Пилюшина, 1-й заместитель главного редактора журнала «Русский Ювелир»
- 21 сентября** Александр Борисович Слатин, коммерческий директор ПЮЗ «Красная Пресня»
- 22 сентября** Александр Григорьевич Иванюк, генеральный директор МЗСС
- 24 сентября** Григорий Михайлович Дризин, генеральный директор компании «СевЗапЮвелирпром»
- 26 сентября** Владимир Васильевич Коробкин, директор компании «ЮМО»
- 27 сентября** Ольга Владимировна Миронова, генеральный директор РосЮвелирЭксперт
- 29 сентября** Ольга Владимировна Попова, руководитель компании «Звезда Якутии» 



Cartier

в авангарде времени

Ювелирные дамские кварцевые часы-браслет Cartier из белого золота с родиевым покрытием и искусно выполненными из 425 бриллиантов мотивами. Посерединный циферблат часов декорирован узором «солнечные лучи», который покрыт прозрачным лаком и дополнен бриллиантами в положении «12 часов».



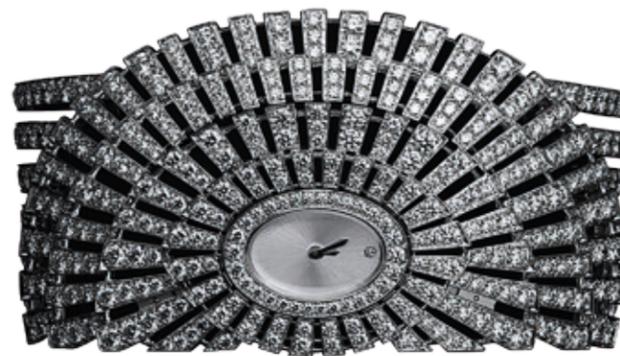
Ювелирные дамские часы с ружьным заводом, выполненные с использованием традиционных для Cartier графичных линий и плавных изгибов. Часы созданы из белого золота, а также бриллиантов, изумрудов и оникса, украшающих грациозную фигурку смелой и индской пантеры, «вздвигаясь» по браслету и обвивающей миниатюрный циферблат часов.

Мы продолжаем серию публикаций, посвященных истории создания, традиционным коллекциям и современным достижениям легендарных часовых компаний. Сегодняшний обзор посвящен настоящим шедеврам ювелирного и часового ремесленного искусства — миниатюрным кварцевым и механическим изделиям французской компании Cartier, которой обязаны своим созданием не только первые наручные часы, но и прямоугольный циферблат, совершивший настоящую революцию в дизайне часов начала XX века. Являясь законодателем мод в часовом искусстве, часы Cartier (которые еще называют «механикой страсти») воплощают блестящее сочетание яркого выразительного стиля и передовых достижений новейших технологий. Завершая изысканным вкусом, мягким блеском благородных металлов и оригинальным сверканием редких камней, эти часы на протяжении вот уже более 150 лет покоряют сердца своей элегантностью и великолепием, раскрывая всю глубину уникального таланта мастеров Дома Cartier.

НАЧАЛО ЭПОХИ CARTIER

Датой становления Дома Cartier считается 1847 год, когда новым владельцем мастерской парижского ремесленника Адольфа Пикара, располагавшейся в доме № 29 на улице Монтрегей, стал его молодой ученик, трудолюбивый и талантливый ювелир Луи-Франсуа Картье, которому вскоре заказала свое первое ювелирное украшение одна важная особа — принцесса Матильда. Будучи племянницей Наполеона I и двоюродной сестрой императора Наполеона III, в дальнейшем она стала основоположницей целого ряда королевских, титулованных и других именитых поклонников ювелирных изделий (а затем и часов) Cartier.

В 1859 году мастерская Cartier переехала на бульвар Итальянцев. Здесь первой клиенткой Картье явилась последняя императрица Франции, красавица супруга Наполеона III Евгения, которая также стала верной поклонницей уже успешного завоевать отличную репутацию ювелира. В высоких кругах всей Европы Евгения слыла знатной модницей, так что вскоре ювелирные украшения Cartier стали известны едва ли не всему высшему свету. В 1888 году компания создала свои первые дамские часы-браслет Cartier. И спустя некоторое время, в 1899 году, когда узды правления мастерской постепенно переходили в руки старшего сына Луи-Франсуа — Альфреда Картье, на улице Рю-де-ла-Пе, 13, открылся ювелирный бутик. Альфред вдохновенно



Ювелирные дамские кварцевые часы, меняющие свой облик благодаря непревзойденной изобретательности буквально преобразующих время мастеров Дома Cartier. Эти часы из белого золота и бриллиантов (в том числе сияющего съёмного центрального бриллианта оправки «роза» в форме подушки) с лёгкостью трансформируются в браслет, подвеску или диадему.

Ювелирные дамские часы-подвеска Cartier из белого золота. Между двумя закреплёнными на ониксовой веточке фигурками попугая, украшенных бриллиантами и рубинами даётся овал с изумрудом. Изумрудные кварцевые часы с ювелирной крышечкой. Такое изделие можно носить как длинное кольцо или отдельно, в качестве броши.



Ювелирные дамские кварцевые часы-браслет Cartier со стрелками в виде крошечных мотыльков. Амурно окаймленные 773 бриллиантами эксклюзивные наручные часы изготовлены из белого золота, покрытого родием, а также крупного изумруда, расположенного напротив циферблата, который, в свою очередь, украшен 295 бриллиантами классической оправки.



Ювелирные дамские часы-подвеска из белого золота, изумрудов, оникса и бриллиантов, с символическим для Дома Cartier изображением пантеры на лицевой крышке часов. Эти часы с ружьным заводом также преобразуются в браслет или в наручные часы с помощью ремешка.

Ювелирные дамские кварцевые часы-браслет из белого золота с родиевым и АДС-покрытием наглядно демонстрируют, как время Cartier, воплощаясь в персонажах драгоценного bestiaria, принимает самые неожиданные и оригинальные формы. Эксклюзивный эффектный браслет с 937 бриллиантами классической оправки и величественной пантерой, декорированной двумя изумрудами овальной оправки (глаза) и ониксом (нос и пятка), украшает изумрудный циферблат с мегасвидными стрелками из желтого золота, который находится на внутренней стороне запястья.





Юбилейные дамские часы-перстень Cartier из родированного белого золота, оникса и бриллиантов датской огранки, а также двух изумрудов грушевидной огранки – «глаз» милово возмужавшей на секретной крышечке кварцевых часов пантеры.



Юбилейные дамские кварцевые часы-браслет Cartier из белого золота с родиевым покрытием, 238 дусинами из оникса, 38 бриллиантами квадратной огранки и россыпью из 808 бриллиантов, а также двумя изумрудами грушевидной огранки, представляющими собой глаза чувственной пантеры, охраняющей драгоценное время: золотой циферблат этих часов также украшен 76 бриллиантами.

Юбилейные дамские кварцевые часы-перстень Cartier из белого золота, бриллиантов, а также двух изумрудов и обсидиана – глаз и когтя виртуозно исполненной фигурки пантеры, которая является секретной крышечкой, скрывающей циферблат этих миниатюрных часов.



Юбилейные дамские кварцевые часы-браслет Cartier из белого золота, 1526 бриллиантов, 42 ониксов и пяти изумрудов: четыре из них украшают голову двух пантер, обрамляющих циферблат с еще 116 бриллиантами, а еще один является меткой «12 часов». Мерцающие стрелки этих часов выполнены из вороненой стали.

Еще одно произведение Высокого ювелирного искусства Cartier – элитные и таинственные дамские кварцевые часы-браслет с секретом Panthere. Белое золото, бриллианты, оникс: выполненные из благородного металла и украшенные великолепными драгоценными камнями, эти часы притягивают свой циферблат под фигуркой удивительно животного, которое заглянуло в будущее пышной сверкающей зелени роскошного браслета.

перенимал у своего отца все необходимые навыки, что позволило ему не только сохранить, но и развить популярность Cartier.

Альфред Картье на протяжении всей жизни совершенствовал свою активную созидательную и коммерческую деятельность под высоким покровительством множества титулованных персон, которые были его основными клиентами. Так, специально к коронации Эдуарда VII он изготовил 27 восхитительных диадем, а для известной светской львицы Парижа Жанны Туссен, которую из-за свободоловливового нрава, смелых и дерзких суждений называли «дикой кошкой» или «пантерой» (история хранит достоверные сведения о том, что у нее был головокружительный роман с Картье), были созданы коллекция ювелирных украшений, а также золотые наручные часы Cartier с изображениями этих диких и прекрасных хищниц.

ФРАНЦУЗСКАЯ КОМПАНИЯ С АМЕРИКАНСКИМ ДУХОМ

Благодаря дальнейшим стараниям трех одержимых духом новаторства и дерзкой творческой фантазией сыновей Альфреда — братьев Пьера, Луи и Жака компания Cartier за весьма короткий период смогла завоевать статус официального поставщика ювелирных изделий для королевских семей многих стран и аристократов всего мира. Здесь-то и появляется красивая легенда, как были созданы «первые в мире мужские наручные часы, одни из основоположников пилотских часов». Причиной их появления стала дружба: в 1904 году один из братьев, Луи Картье спроектировал часы для своего друга — бразильца Альберто Сантоса-Дюмона, авиатора-первопроходца, которому «ужасно досаждали карманные часы»: доставать их каждый раз из кармана было очень неудобно и крайне опасно, поэтому он попросил у своего друга Луи создать часы, чтобы их «можно было хоть как-то носить на запястье», и Картье прикрепил к корпусу хронометра кожаный ремешок.

В 1909 году фирма Cartier, во-первых, запатентовала собственное изобретение в виде особенной раскладывающейся застежки для наручных часов, а во-вторых, решила завоевать Америку: представительский филиал Cartier открылся в Нью-Йорке, на 5-й авеню, 712. Американцам эта компания весьма приглянулась, и ее не покидал ошеломительный успех. Шаг за шагом марку Cartier стали обозначать уже как «французскую компанию с американским духом»: и ювелирные украшения, и часы Cartier полюбили многие американские знаменитости, в том числе из Голливуда. Вообще, изделия Cartier способствовали формированию имиджа и стиля мно-



Дамские кварцевые наручные часы Cartier из белого золота и 247 круглых, розовидных и квадратных бриллиантов, которые за счет своей четкой графичности, а также мягких, гармоничных линий и изгибов придают лучшую традициям ювелирного искусства удивительно абстрактное искусство.

гих мировых звезд: Катрин Денев и Алена Делона, Фрэнк Синатры и Кэри Гранта и т. д. Да и на съемках американской экранизации «Великого Гэтсби» актеры Мио Фэрроу и Лоиса Чайлза украшали роскошные драгоценности Cartier на сумму около \$5 000 000.

МОДЕЛИ-ФЛАГМАНЫ

В 1906 году компания Cartier выпустила первые модели часов Topneau, тех самых, что позволили ей получить всеобщее признание теперь уже и в качестве производителя часов. Важнейшей отличительной особенностью Cartier Tonneau был украшенный бриллиантами платиновый бочкообразный корпус, который сразу же приглянулся семьям Ротшильдов и Вандербильтов. В наши дни в часовой каталог Cartier включена историческая модель Cartier Tonneau (она представлена под названием Regente), которая выпускается тиражом 10 экземпляров в год.

В 1911 году Cartier выпустила доработанную модель Santos, прототипом для создания которой послужили оригинальные часы 1904 года. Вплоть до 1970-х годов Santos de Cartier не были доступны широкой продаже, они считались исключительно эксклюзивными наручными часами (за 75 лет их было продано лишь около 800 экземпляров). Еще одной моделью, также ставшей легендарной, являются часы Tank, которую Cartier выпустила в 1917 году. Американский и французский варианты Cartier Tank по сей день входят в число самых продаваемых часов под слоганом Never stop Tank. Своим дизайном они напоминают английский танк времен Первой мировой войны (в 1918 году часы Cartier Tank были подарены отважным американским командирам в благодарность за освобождение Франции).

В 1933 году по специальному заказу паши Марракеша, которому хотелось носить золотые часы и во время плавания в бассейне, были разработаны ювелирные водонепроницаемые часы Pasha, ставшие основоположниками целой коллекции с восточными мотивами (в том числе, например, ожерелье Hindu, заказанное Дейзи Феллоуз, тогдашним главным редактором журнала Harper's Bazaar). Сегодняшний дизайн Cartier Pasha до сих пор несет отпечаток того времени, хотя в 1930-х годах массовое производство этой модели часов еще не было налажено. Мануфактурной истории Cartier было суждено начаться только в 1972 году, когда уже знаменитая французская марка обзавелась собственным заводом в Швейцарии, в городке Ла Шо-де-Фон: в 1962 году, после смерти братьев Картье, фирма была разделена на три части и продана собственникам в Париже, Лондоне и Нью-Йорке, а спустя 10 лет компания была снова объединена, и именно в то время были запущены завод и новые бутики Cartier, открывшиеся в более чем 20 странах мира.

КОНФЕРЕНЦИЯ • 23 ОКТЯБРЯ, МОСКВА

ЮВЕЛИРНЫЙ РЫНОК РОССИИ

Современное состояние
и пути развития

INTERCONTINENTAL MOSCOW TVERSKAYA



EVENT
COMPANY

Организатор:

При поддержке:



РБК
ИССЛЕДОВАНИЯ
РЫНКОВ

ФКУ «Пробирная
палата России»

В ПРОГРАММЕ:

- ◆ **АНАЛИТИКА ПО РЫНКУ ЮВЕЛИРНОЙ ПРОДУКЦИИ.**
Динамика спроса, изменение предпочтений и критериев принятия решения у потребителя
- ◆ **ГОСУДАРСТВЕННОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ ЮВЕЛИРНОЙ ОТРАСЛИ.**
Баланс интересов государства и предпринимателей
- ◆ **ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО VS ДЕШЕВЫЙ ИМПОРТ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ**
- ◆ **НЕЛЕГАЛЬНЫЙ РЫНОК ЮВЕЛИРНОЙ ПРОДУКЦИИ.**
Методы борьбы и контроля «теневого» бизнеса
- ◆ **ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ И ПОДВОДНЫЕ КАМНИ.**
Как оффлайну и онлайн работать вместе на результат?
- ◆ **СЕКРЕТЫ МАРКЕТИНГА В ЮВЕЛИРНОЙ ОТРАСЛИ «В НОГУ СО ВРЕМЕНЕМ»**
- ◆ **ЛОГИСТИКА В РИТЕЙЛЕ: БЕЗОПАСНОСТЬ ПЕРЕВОЗОК**
- ◆ **БАНКОВСКИЙ СТРАХОВОЙ СЕКТОР В ЮВЕЛИРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.**
Металлические вклады
- ◆ **ОБЛАСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С ПОВЫШЕННЫМ РИСКОМ ПОД/ФТ по определению ФАТФ, серый и черный списки ФАТФ, последствия для государства, состоящего в списках**

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА:

- ◆ Мастер-класс
«СЕКРЕТЫ ОФОРМЛЕНИЯ
ВИТРИНЫ МАГАЗИНА»
- ◆ Выставка
«НОВЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ
ТРЕНДЫ НА РОССИЙСКОМ
РЫНКЕ»
- ◆ Мастер-класс
«СЕКРЕТЫ МАРКЕТИНГА
В ЮВЕЛИРНОМ РИТЕЙЛЕ»
- ◆ БИРЖА ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ
- ◆ ПОКАЗ ЮВЕЛИРНЫХ
УКРАШЕНИЙ ОТ ВЕДУЩИХ
РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ

За более подробной информацией и по вопросам регистрации, пожалуйста, обращайтесь к Екатерине Горячевой по телефону +7 (495) 663 7213 # 1138

Полная информация:
www.b2bevent.ru

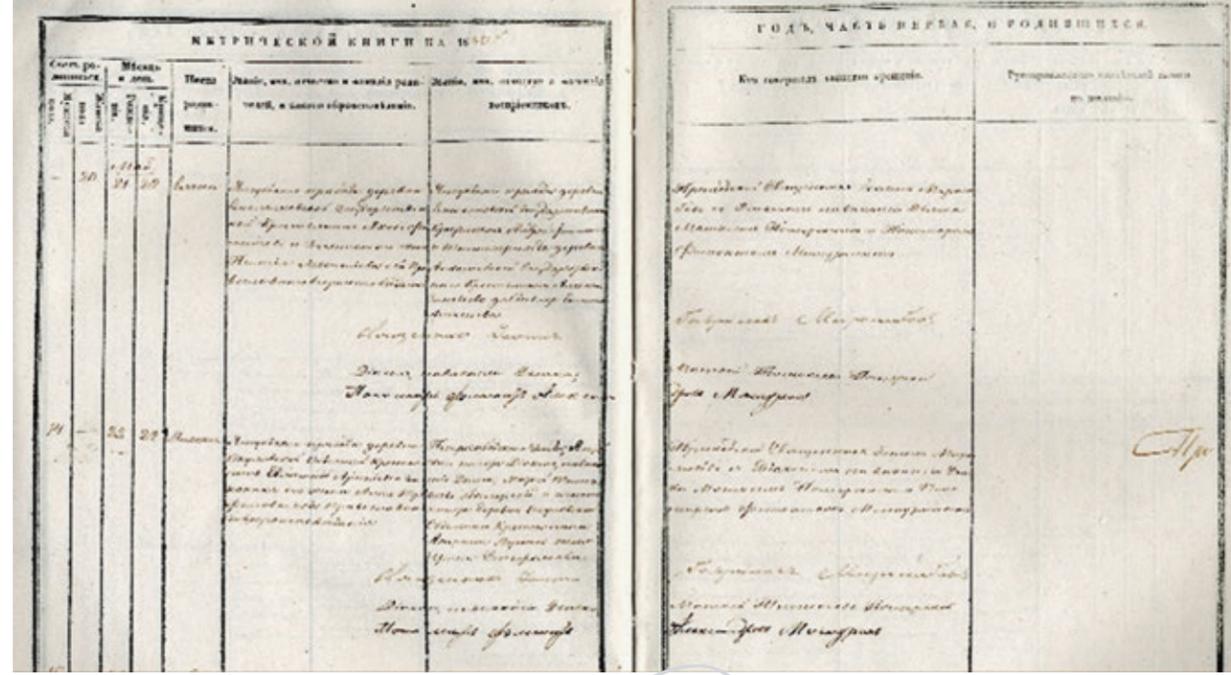
На правах рекламы

16+

Екатерина Николаевна Демкина, Карелия

Михаил Евлампиевич Перхин

«...Золотая табличка, церковный потир чеканного серебра, крест спрятаны в сухом колодце?»



В 1899 г. сельский священник Олонецкой губернии Ялгубского прихода о. Георгий Другов ездил в Петербург «по сбору на храм Свт. Николая» и по этому поводу встречался с состоятельными людьми, имеющими отношение к сельскому храму Свт. Николая. Одним таких людей был Михаил Евлампиевич Перхин, ювелир фирмы «Фаберже» (XIX — нач. XX в.), — он был крещен в этой церкви. Деревня Окуловская Петрозаводского уезда Олонецкой губернии — ныне село Ялгуба Прионежского района Карелии.

Рождению и крещению Михаила Евлампиевича Перхина записано в «Метрической книге Петрозаводского уезда Ялгубского погоста за 1860 год» (даты по старому стилю): «О родившихся: счет по порядку — № 14, месяц и день рождения — май 22 число, крещение — май 29. Имя — Михаил. Родители: Ялгубского погоста д. Окуловской обельный крестьянин Евлампий Арсеньев и законная его жена Анна Трефилова, оба православного вероисповедания. Восприемники: Петрозаводского уезда Ялгубского погоста дьякон на вакансии дьячка Матфей Тимофеев Почезерский и того же погоста д. Окуловской обельного крестьянина Афанасия Лукина жена Ирина Стефанова. Совершал таинство крещения приходской священник Иоанн Миролобов с дьяконом на вакансии дьячка Матфеем Почезерским и пономарем Флегонтом Мишуриным».

Михаил Евлампиевич Перхин родился в православный праздник Троицы. Был он пятым ребенком в семье. Как известно, звание мастера золотых дел Михаил Перхин получил в 1884 г. в Петербурге. С сыновней любовью относился к матери, живущей в деревне в родной Олонецкой губернии (Карелии), был всегда радужен к землякам. В «Адресной книге Петербурга» за 1890-е гг. говорится, что Михаил Перхин «мастер С-Петербургского серебряного цеха» (Ремесленной Управы), возглавляет

Лист записи из метрической книги Ялгубской церкви Свт. Николая 1860 г. о рождении и крещении Михаила Евлампиевича Перхина. Из Нац. госуд. архива Карелии



Епископ Назарий Олонецкий и Петрозаводский. 1900 г.

свою «мастерскую золотых и серебряных вещей в доместельства на ул. Большая Морская, д. 11-б», «купец 2-й гильдии»).

«Хозяин мастерской золотых дел» и «крестьянин, проживающий в Петербурге» — так пишут о нем священники в епархиальных документах по Олонецкой губернии в 1899—1900 гг. Некоторые документы тех лет о вкладах в церковь Ялгубского прихода сохранились до нашего времени и находятся в Национальном государственном архиве Карелии. В 1899 г. о. Георгий Другов был награжден набедренником «за пастырские труды, за заботы о церковном благоустройении» [1].

Интересен не только факт проявления любви к церкви, что всегда было достоинством широкой души православных людей, но и описание присланных предметов. Вот записи о том, что именно поступило в сельский храм от ювелира Михаила Перхина (полностью публикуются впервые): «Книга-опись: Николаевская церковь Ялгубского прихода Петрозаводского уезда. 1877—1910 гг.»:

«1899 г. Пожертвованный из С-Петербурга Ялгубским Урожденцем ювелиром и хозяином золотых дел мастерской Михаилом Евлампиевичем Перхиным следующие вещи больших размеров — из чистого серебра под золото потир, дискос, звездица, лжица и два блюда, три копия с костяными ручками большие, средние и малые. При сем по желанию жертвователя прислана золотая дощечка родословной М. Е. Перхина о здравии и за упокой. Кого он просит прибить для поминовения в алтаре у жертвенника. Стоимость всех сих вещей выше двухсот рублей. Вещи сии согласно письма жертвователя на имя Его Преосвященства Епископа Назария Олонецкого и Петрозаводского

приобретены лично по просьбе священника Георгия Другова в лето 1899 года декабря 11 дня». Подписи в «Описи...» настоятеля церкви Святителя Николая Ялгубского прихода и о. Благочинного [2].

Так как пожертвования были присланы не просто крестьянином, а ювелиром, это дает основание предполагать, что изготовлены они были в мастерской Михаила Перхина или при участии других мастерских «Фаберже». Кстати, в конце XIX — начале XX века в документах Ялгубского прихода и Олонецкой губернии о месте работы мастера-ювелира Михаила Перхина, работавшего по заказам Императорского Двора, о Петербургской фирме «Фаберже», не было оставлено ни одного упоминания (!).

Еще записи из «Журнала Олонецкой Духовной Консistorии» (г. Петрозаводск):

«13 марта 1900 г., № 2359/232. В Олонецкую Духовную Консistorию. Благочинного 2-го округа Петрозаводского Уезда, священника Шуйского прихода Петра Громова покорнейший Рапорт. Проживающим в городе С-Петербурге крестьянином Ялгубского прихода Михаилом Евлампиевичем Перхиным пожертвованные в декабре месяце 1899 года в Ялгубскую Николаевскую церковь вещи переданные в Консistorию под росписку священнику оной церкви Георгию Другову, как-то: 1) Чеканного серебра под золотом потир, такового же металла: 2) дискос, 3) звездица, 4) лжица, 5) два блюда, 6) три копия с костяными ручками — большое, среднее и малое, 7) металлическая дощечка с надписью за здравие и за упокой сродников жертвователя для прикрепления к жертвеннику, всего на сумму двести (200) рублей, мною лично 28 января сего 1900 года осмотрены и в опись Ялгубской церкви в часть 2-ю рукою священника о. Другова записаны. О чем во исполнение Указа Олонецкой Духовной Консistorии от 22 декабря 1899 года за № 9006 и имею честь покорнейше донести оной для сведения.

Вещи сии в описи записаны под № 18 главы 2-й. Благочинный, священник Петр Громов.

№ 173. Марта 9 дня 1900 года.

Донесено о проверке вещей, полученных в Ялгубскую церковь от Перхина» [3].

«Журнал» Олонецкой Духовной Консistorии. 22 марта 1900. Ст. 4. № 232. Утверждено 26 марта 1900 года.

Слушали: Рапорт Благочинного священника Петра Громова от 9 марта 1900 г. за № 173 с донесением, что проживающим в С-Петербурге крестьянином Ялгубского прихода Михаилом Евлампиевичем Перхиным в декабре 1899 года пожертвованы в Ялгубскую Николаевскую церковь разной церковной утвари на 200 рублей, что вещи эти доставлены в церковь, или освидетельствованы, священником Георгием Друговым и в церковную опись записаны, что они о. Благочинным в январе сего года лично осмотрены.

Справка.

Крестьянин Ялгубского прихода Михаил Перхин при письме им 5 декабря 1899 года представил

к Его Преосвященству разной церковной утвари на 200 рублей, пожертвованной им для Ялгубской Николаевской церкви. Вещи эти выданы священнику Георгию Другову для выдачи таковых в Ялгубскую Николаевскую церковь, а крестьянину Перхину за его пожертвование выражена благодарность его Преосвященства.

Приказали: О пожертвовании крестьянина Ялгубского прихода Михаила Евлампиевича Перхина в Ялгубскую Николаевскую церковь разной церковной утвари на сумму 200 рублей включить в общую ведомость о пожертвованиях. И что могут быть представлены в Святейший Синод за январь сего года, при чем просим оной Св. Синод преподать о пожертвователях свое благословение, издать рапорт» [4].

Таким образом, в 1899 г. Михаил Евлампиевич Перхин сделал крупное пожертвование в Ялгубскую церковь родного села: иконы, церковную утварь — в числе которых был потир «чеканного серебра» (как отмечал благочинный священник), прислал храму и особый драгоценный дар — табличку с именами для поминовения. Имя Михаила Евлампиевича Перхина было записано в «Ведомость о лицах разного звания, представленных за заслуги по духовному ведомству к благословению Святейшего Синода за январскую треть 1900 года по Олонецкой епархии»: «Православное исповедание. В чем состоят заслуги и отличия. Список имен: № 16 — крестьянин Михаил Евлампиевич Перхин пожертвовал в свою приходскую церковь разной церковной утвари на 200 руб.» [5].

Кто мог быть записан в этой табличке-синодике? Родные — живые и умершие, крестные. В 1898 г. 5 августа (ст. ст.) скончалась 78-летняя мать Михаила Евлампиевича Перхина Анна Трефиловна Перхина. Похоронена на кладбище при Ялгубской церкви Свт. Николая. В 1900 г. 6 мая (ст. ст.) скончался от чахотки его 35-летний брат Николай Евлампиевич Перхин, живший в д. Окуловской, похоронен там же.

В 1900 г. вновь поступило пожертвование от Михаила Евлампиевича Перхина, записано в книгу описи по Ялгубской церкви: «1900 года мая 28 дня из С-Петербурга от Михаила Евлампиевича Перхина, местного уроженца Ялгубы, получены пожертвования им на Ялгубскую церковь: икона Нерукотворенного Христова Образа в прекрасном ювелирной резной работы в золоченом окладе и таковой же резной золоченой работы в киоте. Икона сия водружена в левой стороне алтаря над жертвенником. Икона сия оценена в 450 рублей. — Икона сия получена от жертвователя священником Друговым» [6].

В одном из номеров старого журнала «Русский Ювелир» 1912 г. сообщалось о том, что при открытии собрания Общества петербургских ювелиров служилась «панихида о почивших мастерах». Можно высказать предположение, что в табличке было записано и имя ювелира-наставника (если он был православным) в годы ученичества Михаила Перхина в Петербурге. Ведь одной из линий характера мастера Михаил

ла Перхина как хозяина мастерской было удивительно доброе и отечески заботливое отношение к ученикам, подмастерьям и мастерам, которые питали и к нему неподдельное «огромное уважение» (по замечанию художника фирмы «Фаберже» Ф. Бирбаума). Можно предположить, что так относился к нему родной отец, а потом в юности и учитель-ювелир.

Родословная Михаила Евлампиевича Перхина прослеживается по метрическим книгам Олонецкой губернии. В одном из архивных документов Карелии говорится: «Обитатели Шуйской вотчины говорят по-русски и по-корельски в Заозерском (Соломенский приход имел название Заозерский), Мунозерском, Ялгубском приходе». И «из попов говорят по-русски и по-корельски в Заозерском, частью Шуйском приходах. Прихожане умеют читать и писать, но только мало грамотных (1820 год)». Русские и карелы издавна роднились между собой, были православными. Имена из родословной Михаила Евлампиевича Перхина могли быть следующие из декабря 1899 г.:

О упокоении:

Отец Евлампий Арсентиев Перхин, обельный крестьянин (р. 5 окт. 1825 — ум. 23 янв. 1877), д. Окуловская. Похоронен на кладбище при Ялгубской церкви.

Мать Анна Трефилова, в замужестве Перхина (р. 31 янв. 1821, д. Новый Починок (он же Березовые Мосты) — ум. 5 авг. 1899), д. Окуловская. Похор. на кладб. Ялгуб. церкви.

Сестра Евфимия (р. 4 июл. 1848 — ум. 17 сент. 1850), д. Окул-я, похор. на кладб. Ялгуб. церкви.

Брат Иоанн (р. 19 июн. 1850 — ум. 18 окт. 1850), д. Окул-я, похор. на кл. Ялгуб. церкви.

Брат Иаков (р. янв. 1854 — ум. 6 июн. 1855), д. Окул-я, похор. на кл. Ялгуб. церкви.

Сестра Акилина (р. 12 июн. 1863 — ум. 22 окт. 1863), д. Окул-я, похор. на кл. Ялгуб. церкви.

Брат Матфей (р. 16 нояб. 1870 — ум. 1 апр. 1873), д. Окул-я, похор. на кл. Ялгуб. церкви.

Дед и бабушка (по матери): Трефил Семенов, обельн. кр-нин (р. 1797 — ум. 26 дек. 1878), д. Нов. Починок (Березовые Мосты), похор. на кл. Ялгуб. церкви. Агафья Нефедова (р. 1800 — ум. ок. 1845), д. Нов. Починок (Березовые Мосты).

Дед и бабушка (по отцу): Арсентий Аверкиев, обельн. кр-нин (р. 1799 — ум. 7 сент. 1868), д. Окуловская, похор. на кл. Ялгуб. церкви. Евфимия Харитоновна (р. 1797, д. Суйсарь — ум. 24 апр. 1846), д. Окуловская, похор. на кл. Ялгуб. церкви.

Прадеды и прабабушки (по матери): Семен Степанов, обельн. кр-нин (р. 1756 — ум. 1821), д. Нов. Починок и Ефросиния (р. 1770 — ?); Нефед, обельн. Кр-нин, д. Нов. Починок.

Прадеды и прабабушки (по отцу): Аверкий Богданов, обельный кр-нин (р. 1763 — ум. 1824), д. Окуловская и Агафья Назарьева (р. 1773, д. Гангозеро Корельской Трети — ?, д. Окуловская); Харитон Дмитриев, госуд. кр-нин (р. 1764 — ум. 1830), д. Суйсарь-на-Мандере и Пелагея Степанова (р. 1766 — ?), д. Суйсарь-на-Мандере.



Село Ялгуба сегодня

Крестный отец (восприемник при крещении) Матфей Почезерский, дьякон (позднее священник), годы служения: 1886—1895 гг. (р. 1825, сын псаломщика Ялгубского прихода, являлся наставником Ялгубской церковно-приходской школы, которая располагалась в его доме в д. Окуловской, имел большое семейство — ум. 1895 ?).

Крестная мать Ирина Стефанова, крестьянка (р. 1823, д. Новинка (Торпрудья) Кондопожского погоста, замужем за обельн. крестьянином Афанасием Лукиным Ялгубского погоста — ум. ок. 1870), д. Окуловская.

Родной дядя Захар Арсентьев (брат отца), обельный крестьянин (р. 1827 — ?), д. Окуловская.

Неизвестно, были ли в табличку записаны имена прапрадедов и прапрабабушек (которых Михаил Перхин мог не знать), известные из метрических книг:

прапрадед Михаила Перхина (по матери) Степан, обельный кр-нин, д. Новый Починок.

Прапрадеды и прапрабабушки (по отцу): Назарий, госуд. кр-нин, д. Гангозеро Корельской Трети; Дмитрий Тихонов, госуд. крест-н, д. Суйсарь и Ефимия Ефимова (р. ?, д. Кодостров Корельской Трети — ум. ?), д. Суйсарь.

Прапрапрабабушки и прапрапрадеды (по отцу) — Елена Филиппова (р. 1699 — 1779), д. Суйсарь, и Тихон, гос. кр-нин д. Суйсарь; Ефим Трофимов, госуд. кр-н д. Кодостров Корельской Трети [7].

О здравии:

Жена Татьяна Владимировна Перхина, урожденная Финникова, мешанка (р. в 1867 г.)

Дочь Евгения, обучалась в Смольном Институте (р. 10 декабря 1884 г., г. С-Петербург).

Дочь Зинаида, гимназистка (р. 13 октября 1888 г., г. С-Петербург).

Сын Михаил, р. 23 февраля 1894 г., г. С-Петербург.

Дочь Александра, р. 17 апреля 1896 г., г. С-Петербург.

Дочь Анна, р. 2 июля 1898 г., г. С-Петербург.

Сестра Михаила Перхина Марфа (или Мария), крестьянка (р. 25 авг. 1857 г., д. Окуловская), замужем с 1878 г. за крестьянином Ялгубского прихода Кононом Барымовым.

Брат Николай Евлампиевич Перхин, обельный крестьянин, запасной канонир (р. 4 дек. 1865 г., д. Окуловская).

Владимир Яковлевич Фиников, тесть Михаила Перхина, отец его жены Татьяны, ювелир С-Петербургской фирмы «Болин» 1890—1900-х гг., (в 1888 г. стал восприемником дочери Зинаиды в семействе Михаила и Татьяны Перхиных).

Анна Залеская, урожденная Финикова, сестра жены, крестная мать (восприемница) детей Михаила Перхина.

Крестник Николай (р. в декабре 1872 г. в праздник Св. Николая, при крещении младенца Николая, родившегося в семействе государственного крестьянина д. Окуловской Ильи Иванова Новожилова и Ксении Афанасьевой, 12-летний восприемник Михаил Евлампиев впервые записан по фамилии Перхин в «Метрической книге Ялгубской церкви Святого Николая»).

Священник Александр Попов, восприемник детей Михаила Перхина (р. 5 дек. 1854 г. в Олонецкой губернии Леликовского прихода Каргопольского уезда), окончил Духовную Академию, священник С-Петербургского Воскресенского Смольного собора.

Родные племянники и племянницы Михаила Перхина (более десяти имен).

Нам неизвестно, какие в точности были выгравированы имена в табличке для поминовения. Кто же лично видел в храме драгоценную утварь и табличку? Это были священники Ялгубского прихода. По прошению Михаила Евлампиевича Перхина позволение прикрепить в алтаре храма поминальную табличку дал Епископ Олонецкий и Петрозаводский Назарий (Николай Яковлевич Кириллов), пребывав на Олонецкой кафедре с 21 октября (ст. ст.) 1897 г. по январь 1901 г., он лично побывал почти во всех приходах вверенной ему епархии [8]. Служили в то время в Ялгубском приходе священники: о. Георгий Другов (р. в 1858 г. в г. Пе-



трозаводске), священник в 1898—1906 гг. (был вторым священником, совершал богослужения в церкви Святого Пророка Илии на острове Суйсарь), в 1899 г. встречался с о. Иоанном Кронштадтским, и о пожертвовании, принятом от бабушки на храм Св. Николая, записано в «Описи по Ялгубской церкви»: «Крест серебряный позолоченный на престол — пожертвован в 1899 году о. протоиереем Иоанном Кронштадтским — художественной работы. В длину 6¼ вершка, в ширину 4 вершка Распятия» [9]. Священник Григорий Любославский служил несколько лет в Ялгубском приходе, 18 июня 1900 г. умер на службе. В 1900—1902 гг. — священник Николай Николаевич Цветаев, в 1904—1914 гг. — священник Георгий Иоаннов Гумилев (р. в 1874 г.), с 1902 г. помощник Благочинного Петрозаводского уезда, в 1923 г. репрессирован как священник Кафедрального Собора г. Петрозаводска — выслан в Нарымский край Томской обл., реабилитирован. В 1915—1918 гг. в Ялгубском приходе служил священник Федор Миролюбов. Ялгубские псаломщики церкви в эти годы: в 1896—1903 гг. Николай Михайлов Нименский, в 1902—1903 гг. дьякон Николай Ефимов Скворцов. В 1903—1905 гг. псаломщик-дьякон Павел Христофоров Молчанов, женился на дочери церковного старосты Василия Исакова Ялгубского прихода Марии, рукоположен в сан дьякона настоятелем Ялгубского прихода священником Георгием Гумилевым, позднее служил в г. Петрозаводске в церкви св. вмц. Екатерины, в 1937 г. арестован и расстрелян, реабилитирован. В 1909 г. псаломщик Василий Корнышев. В 1911—1913 гг. псаломщик Иван Григорьев Михеев. В 1915 г. псаломщик Павел Морошкин.

Старосты Ялгубской церкви Святого Николая в 1884—1886 и 1899—1904 гг. — крестьянин Василий Петров Исаков, в 1912—1913 гг. — крестьянин Василий Федоров Гуляев.

Сельское 1-е (затем 2-е) Благочиние Петрозаводского уезда объединяло 10 сельских церковных приходов. Благочинный священник Петр Громов (р. 1858 г.), лично принимавший предметы, пожертвованные в Ялгубский храм, служил в 1889—1905 гг. настоятелем Шуйского прихода Петрозаводского уезда, назначен благочинным в 1888 г., с 1906 г. служил в Подпорожье. В 1906 г. назначен был новый благочинный священник Иоанн Вифлеемский (который бессменно с 1887 г. прослужил пятьдесят лет в соседнем Соломенском Заозерском сельском приходе), он хорошо знал храмы своего благочиния, часто бывал и служил в Ялгубской церкви Св. Николая.

Последним ялгубским настоятелем был священник Михаил Мелентьевич Габуков — в 1920-х гг. (в 1904—1918 гг. служил в Шуньском приходе Повенецкого уезда), в 1924 г. выступал с яркой оппозицией «обновленческому течению» [10].

Документальные записи свидетельствуют, что в начале 1930-х гг. каменной постройки ялгубский храм Св. Николая был закрыт по решению советских властей Прионежского р-на. По рассказам старожилов деревень Ялгубы и Заозерья, незадолго до того «загорелась крыша», и «церковь неделю горела». В 1946 г.



Протоиерей Иоанн Вифлеемский, 1920-е гг.
Фото предоставлено Л. Б. Дробязгиной.

храм хотели открыть, но «за неимением священника церковь снята с регистрации» и закрыта. В 1950 г. «отдана под клуб». Церковь затем полностью разрушили. Кладбище разорили, ныне на месте кладбища находится магазин. В память павших в Великой Отечественной войне здесь несколько лет тому назад рядом был поставлен памятный воинский обелиск.

По устным воспоминаниям старожилов, сохранилась легенда (довольно смутная) о том, что церковные предметы и книги спрятаны были последним священником в сухом колодеце. Возможно, что среди тех предметов — церковный серебряный потир с чеканными узорами, золотая табличка с именами людей, дорогих сердцу замечательного ювелира Михаила Евлампиевича Перхина, крест от о. Иоанна Кронштадтского... Хочется определить место, где именно в деревне находился тот сухой колодец, но сделать это сложно — пока нет старой карты деревни. По плану 1898 г., хранящемуся в архиве Карелии, отмечены номера домов деревень Ялгубского прихода (без карты), где колодец — неясно. Возможно, эти церковные предметы перечислены были и в какой-нибудь из описей советского времени? Тайна остается.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. НАРК. Национальный Архив Республики Карелии (Петрозаводск, ул. Куйбышева, 6-а): Ф. 129. Д. 10/194. 1899 г. Клир. вед. по 2-му Благочинию Петрозаводского уезда Олон. Епархии; Д. 11/218. 1900 г.; Д. 14/258. 1907 г. Сведения в Свят. Синод.
2. НАРК. Ф. 701. Оп. 1. Д. 1/1. Л. 18 об.
3. НАРК. Ф. 4. Оп. 4. Д. 62/1. Л. 41. 1900 г.
4. НАРК. Ф. 4. Оп. 4. Д. 62/1. Л. 42.
5. НАРК. Ф. 4. Оп. 4. Д. 62/1. Л. 77—78. 1900 г.
6. НАРК. Ф. 701. Оп. 1. Д. 1/1. Л. 6 об., 1900 г.
7. Родословное древо Михаила Евлампиевича Перхина по фондам: 4, 25, 37 (НАРК), составила Е. Н. Демкина.
8. Сорокина Т. Епископ Назарий. 2010 г. //сайт Карельской епархии.
9. НАРК. Ф. 701. Николаевская церковь Ялгубского прихода Петрозаводского уезда. 1877—1910 гг. Оп. 1. Опись Церкви Св. Николая Ялгубского прихода. Д. 1/1.
10. Доклад о церковной жизни Олонецкой епархии в 1922—1923 гг. неизвестного автора от 26 января 1924 г. //сайт: <http://korolev.msk.ru/books/dc/Rpc22y1913289.txt>.



В. В. Скурлов

Деятельность Мемориального фонда Фаберже

Мемориальный фонд Фаберже (некоммерческое партнерство) учрежден постановлением правительства Москвы от мая 1996 года, торжественное открытие фонда состоялось 11 декабря 1997 г. в зале «Белый город» на улице Пречистинке, 1.

Мемориальный фонд Карла Фаберже реализует четыре главные задачи:

- мемориализация памяти великого ювелира (уход за могилами, установка мемориальных досок);
- издание книг по истории фирмы и российского ювелирного искусства;
- выявление ювелиров, сохраняющих и развивающих традиции фирмы Фаберже и награждение лучших из них наградами Капитула орденов Мемориального фонда;
- создание базы данных изделий фирмы Фаберже.

Герольдмейстер и ученый секретарь Фонда, кандидат искусствоведения Валентин Скурлов совершил путешествие по России для вручения наград Фонда Фаберже ювелирам и камнерезам.

Первая остановка — Москва. Здесь, в рамках выставки «Симфония самоцветов», ордена А. К. Денисова-Уральского были вручены председателю Союза геммологов России профессору Е. П. Мельникову, председателю Союза огранщиков России Виктору Тузлукову, якутскому камнерезу Сергею Колодезникову, награду которого получила его дочь Елена, реализующая изделия отца в московском филиале фирмы.

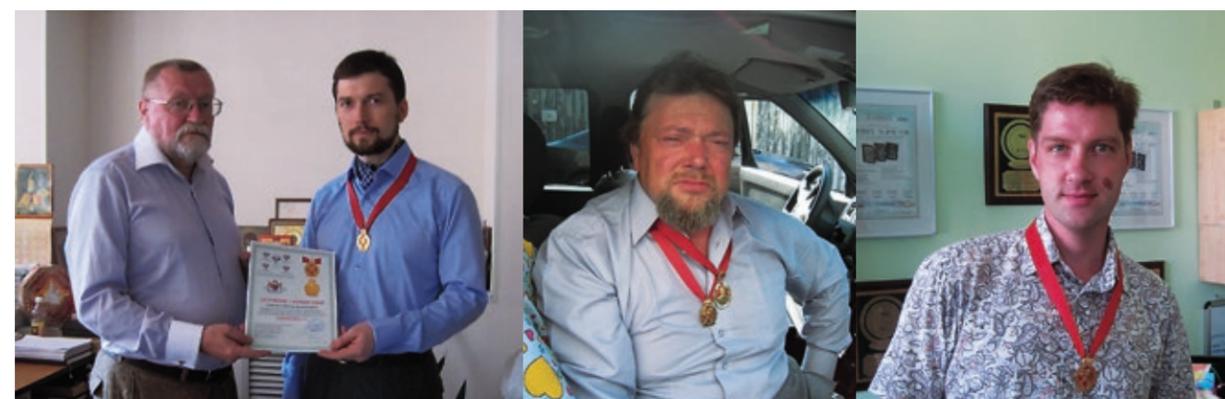
Следующая остановка — Кострома, развивающая бренд ювелирной столицы России. Во время проведения ювелирной выставки «Золотое кольцо России» знаками «Орден Франца Бирбаума» и новыми



Виктор Васильев

Валерий Игнаткин

Светлана Баскакова



Виктор Моисейкин

Виктор Блинов

Игорь Рузницев



Ирина Бузникова

Сергей Галанин



Галина Рязанцева

Владимир Рязанцев



Валентин Сурлов и Алексей Антонов
и композиция «Чапаев»

орденами «Карл Фаберже — Придворный Ювелир» («Романовский знак») были награждены ювелиры из Ростова Великого, работающие в области православного искусства, Галина и Владимир Рязанцевы, Ирина Буянкова, проф. Сергей Галанин (Кострома), глава ювелирной фирмы «Альтмастер» Игорь Владимирович Румянцев (Кострома). Всеобщее внимание посетителей выставки привлекала установленная при входе скульптура Карла Фаберже, держащего в руке пасхальное яйцо. Модель исполнена по заказу президента Мемориального фонда Фаберже г-на Александра Иванова и имеет постоянную дислокацию в в Костромском художественном музее.

На торжественном собрании по случаю защиты дипломов в Красносельском училище художественной обработки металлов награды Фонда были вручены художникам-граверам Вадиму Гиндуллину и Николаю Стручкову.

И конечно же, невозможно обойти вниманием Урал, еще один центр ювелирного и камнерезного искусства. В Екатеринбурге, в Музее истории камнерезного и ювелирного искусства, 5 июля прошла торжественная церемония вручения наград Фонда уральским ювелирам. Награды получили: ювелир Владимир Дмитриевич Хахалкин (заместитель председателя секции ювелиров Союза художников Екатеринбурга), члены Союза художников Алексей Антонов и Анатолий Жуков, художник-камнерез Денис Богомазов, мастера-камнерезы Фарис Хайнарламов, Игорь Сергеев и Владимир Ерышев, ювелир Павел Ветров. Награжденных тепло поздравили Жанна Федоровна Харитоновна, вдова заслуженного художника РФ Бориса Харитонова, и член Союза писателей, автор монографий о Денисове-Уральском Светлана Валентиновна Семенова.

Алексей Антонов продемонстрировал свою последнюю работу — композицию «Чапаев», посвященную предстоящему в 2014 году 90-летию юбилею создания легендарного фильма («Мы идем смотреть „Чапаева“!» — с таким лозунгом шли первые зрители мирового шедевра кинематографии).

В Екатеринбурге получили также новые награды («Романовские знаки») известные ювелиры, члены Союза художников Виктор Моисейкин и Валерий Игнаткин.

В Нижнем Тагиле орден А. К. Денисова-Уральского был вручен известному камнерезу Виктору Васильеву, который представил выполненную им реставрацию работы старых екатеринбургских мастеров конца позапрошлого века: каменные «фрукты и ягоды». 19 июля в Изобразительном музее Нижнего Тагила были торжественно вручены ордена двум художникам: малый орден А. К. Денисова-Уральского Сергею Бусыргину и малый орден Михаила Перхина — Николаю Романову. На церемонии вручения были представители прессы и телевидения, члены Союза художников, представители администрации города, директор и сотрудники музея.

В Челябинске заслуженную награду получил известный мастер из Златоуста Виктор Блинов. Он является ведущим художником-мастером Южного Урала, несмотря на инвалидность, успешно руководит собственной фирмой.

В небольшом городе Сибее (Башкирия), ставшем известным благодаря нескольким мастерским, работающим в технике «флорентийской мозаики», малый орден А. К. Денисова-Уральского получила главный художник-камнерез фирмы «Девятков» Светлана Баскакова.



АЛМАЗ-ХОЛДИНГ

ювелирная компания

*“Мода проходит,
стиль остается...”*

Коко Шанель



реклама

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