



РУССКИЙ ЮВЕЛИР

АССОЦИАЦИЯ ГИЛЬДИЯ ЮВЕЛИРОВ

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ № 5, 2005



М. Ювелир[®]

ВЕЧНОСТЬ ВЛЮБЛЕНА
В ТВОРЕНИЯ ВРЕМЕНИ

ООО «ЮПВ» — производство и продажа
ювелирных изделий
«М-Ювелир»[®]

ISSN 1810-7311



9 771810 731002

JUVELIRTORG ЮВЕЛИРТОРГ

ОАО «ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ СЕВЕРО-ЗАПАДА»

ФИРМЕННЫЕ МАГАЗИНЫ



Лучшее из драгоценного

ОАО «Ювелирная торговля Северо-Запада»
199397, Россия, Санкт-Петербург, Новосмоленская наб., 1
Тел.: (812) 355-5953. Факс (812) 355-5939
e-mail: common@juvtorg.spb.ru, www.juvelirtorg.spb.ru

Четвёртый Международный Симпозиум ювелиров

«Традиции, инновации и перспективы современного ювелирного производства»



Уважаемые коллеги!

Июль — это время отпусков. Но для ювелиров наступает горячая пора. В первой декаде июля традиционно проводится ежегодный Международный Симпозиум ювелиров. Нынешний год — не исключение: с 4 по 8 июля в Санкт-Петербурге в конференц-зале гостиницы «Англетер» состоится 4-й технологический форум «Традиции, инновации и перспективы современного ювелирного производства». В этом году Симпозиум будет проходить при поддержке Гильдии ювелиров России, Симпозиума в Санта Фе (США), Технологического Форума в Виченце (Италия) и Всемирного Золотого Совета (Великобритания).

Не без гордости отмечу, что авторитет нашего мероприятия растёт год от года. Это отмечают как российские, так и зарубежные участники. Темы докладов предстоящего форума чрезвычайно интересны, а имена многих докладчиков хорошо известны в мире ювелирных технологий. В нынешнем году доклады будут сгруппированы по темам. Поэтому фирмы, которым трудно оторвать от производства своего специалиста на весь период проведения форума, могут направить представителей в определённые дни, когда запланированы выступления на конкретные, интересующие их темы.

Проведение выставки-демонстрации оборудования в рамках Симпозиума позволяет наглядно проиллюстрировать теоретические исследования. Здесь можно не только увидеть ювелирное оборудование, но и познакомиться с профессиональными мнениями специалистов, уже использующих данное оборудование на своём производстве.

Содержательные доклады, экспозиция оборудования, посещение ювелирных предприятий, интересные экскурсии, незабываемая атмосфера питерских белых ночей — неизменные составляющие программы форума. Но самое главное на Симпозиуме — это живое общение специалистов, понимающих друг друга с полуслова, говорящих на одном языке — языке производства и технологий. Идеи зачастую витают в воздухе. Важно уметь их поймать и применить на практике. По отзывам участников предыдущих форумов, Симпозиум позволяет им быть в курсе последних событий в мире ювелирных технологий, успешно ориентироваться в условиях жёсткой конкуренции отраслевого рынка. Два официальных языка Симпозиума — русский и английский, а также наличие постоянного синхронного перевода существенно упрощают общение участников форума.

По итогам каждого Симпозиума издаётся сборник докладов. Публикация в данном сборнике — отличная возможность заочного участия в работе форума. Материалы Симпозиума представляют собой объединение опыта и знаний огромного числа людей из самых разных уголков нашей планеты. Кроме того, Международный Симпозиум ювелиров обладает правом издания и распространения на территории России и стран СНГ книг Всемирного Золотого Совета по теории и практике ювелирного дела.

Будем рады видеть Вас в числе участников 4-го Международного Симпозиума ювелиров! Более подробную информацию об участии в Симпозиуме Вы можете получить на нашем официальном сайте www.j-symposium.ru

*До встречи в Санкт-Петербурге!
С уважением, Лариса Акимова,
председатель оргкомитета
Международного Симпозиума ювелиров*



Ювелир 2006

**48 МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА**

5-12 сентября 2006 года
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел.: (095) 417-6765, 417-0185

обложка



ООО «ЮТВ», 115191, Москва,
Холодильный пер., д. 1
Тел./факс: (095) 955-29-04, 952-28-90
e-mail: yutv@m-jeweller.ru
www.m-jewel.ru

материал номера



VicenzaOro...
19



ТОР Людмила Лебедева **ФОТО** фотостудия «РУССКИЙ ЮВЕЛИР» **АДРЕС РЕДАКЦИИ** 199034, Санкт-Петербург, В.О., 16 линия, д. 7, оф. 6. Тел./факс (812) 328-0551/61, 327-7565 **E-MAIL** info@russianjeweller.ru [общий], design@russianjeweller.ru [для макетов] **URL** http://www.russianjeweller.ru **ПЕЧАТЬ** типография «НП-ПРИНТ» **БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА** «Центр учёта и аудита». Редакция не несёт 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. **ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ** «Итар-ТАСС», «ИМА-пресс», Агентство ВПС, «РИА-Новости»
Свободная цена «РУССКИЙ ЮВЕЛИР» — зарегистрированная торговая марка

содержание

ВЫСТАВКИ

Новый Русский Стиль	6
Итоги выставки «Ювелир-2»	11
ЮвелирЭкспоУкраина 2005	16
VicenzaOro	19
Российские ювелиры в Лас-Вегасе ..	24

ПРАВОСЛАВНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ

Сергей Акимов — художник, ювелир и технолог ювелирного производства	26
---	----

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

«Рамзес»: надёжно и навсегда	29
------------------------------------	----

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Сальвадор Дали: место и время	31
-------------------------------------	----

ПЛАТИНА

Платина-2005	37
«Дух платины»	38

ЧАСЫ

Коллекции из платины	41
Longines	48

АУКЦИОНЫ

Цветные бриллианты	51
--------------------------	----

ТЕХНОЛОГИИ

Камни и литьё с ними	60
----------------------------	----

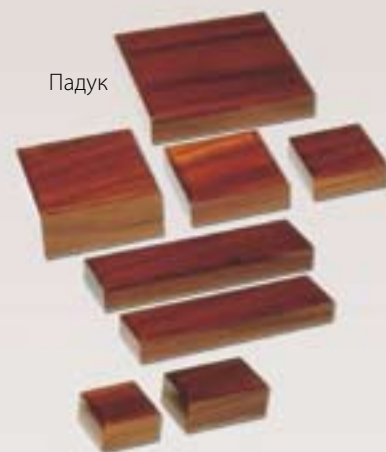
БЕЗОПАСНОСТЬ

Комплексный подход	62
--------------------------	----

ДНИ РОЖДЕНИЯ

Поздравляем!	65
--------------------	----

Деревянная упаковка



Падук



Груша



Клен



197046, Санкт-Петербург, М. Посадская ул., 5
т.: (812) 230 3048, ф.: 232 3883, 380 94 90
e-mail: paradox@paradox.spb.ru

109147, Москва, ул. Марксистская, д. 34
Тел./факс: (095) 781-43-43
e-mail: moscow@paradox.spb.ru

www.paradox.spb.ru

Выставки

Новый Русский Стиль

С 18 по 21 мая 2005 г. в Московском Гостином дворе прошла IV Международная выставка «Новый Русский Стиль /International Jewellery Moscow» — наглядный пример успешного сотрудничества лидеров выставочного движения ВО «Рестэк» (Россия) и «Reed Exhibition» (Великобритания) с клубом «Российская Ювелирная Торговля» и РИА «РосЮвелирЭксперт». Этот проект превзошёл самые смелые ожидания организаторов. Ещё 4 года назад у многих были определённые сомнения в возможности привлечения на выставку оптовых покупателей в мае, накануне массовых летних отпусков. Однако «Новый Русский Стиль /International Jewellery Moscow» развеял эти сомнения и доказал реальность стимулирования летнего спроса на ювелирную продукцию путём разумного комплектования ассортимента актуальными, модными сезонными изделиями.



Экспозиционная площадь, на которой разместили свои стенды участники выставки, занимала 3572 кв. м. Гости выставки смогли познакомиться с лучшими коллекциями более чем 150 ведущих отечественных компаний и более 100 иностранных производителей из Германии, Франции, Бельгии, Индии, Австралии, Тайваня, США, Великобритании...

Результаты регистрации посетителей

весьма впечатляющи: всего выставку посетили 16 829 человек (из них 7443 прибывших по пригласительным билетам отраслевых специалистов, 3876 торговых представителей и представителей 1386 магазинов со всех уголков России).

Высокий уровень менеджмента и возросшая профессиональная культура отечественного рынка подчёркивалась присутствием на выставке российских дилеров

крупнейших зарубежных торговых марок: Gavello, Маршак, Тео Фаберже, Нина Риччи...

Организаторы форума создали максимально благоприятную ситуацию для возникновения новых многообещающих деловых контактов российских компаний с иностранными участниками и гостями (хотя иностранным участникам был разрешён только временный ввоз коллекций).

Оргкомитет выставки уделял приоритетное внимание интересам членов Торгового клуба. В Гостином дворе разместился бизнес-центр с сервисным обслуживанием (услуги переводчиков, переговорные комнаты, телефон-факс, компьютеры, Internet, VIP-обслуживание) для ведения партнёрских переговоров. Первым 10 участникам, подавшим предварительные заявки на аккредитацию, организаторы компенсировали проезд и проживание в гостиницах. Всем членам клуба был присвоен статус VIP-специалиста, дающий право свободного посещения всех мероприятий (в том числе и вечернего приёма 18 мая, собравшего в общей сложности более 600 гостей). Среди присутствующих на выставке можно было увидеть известных политических деятелей, звёзд спорта и шоу-бизнеса, представителей московской элиты...

Разумеется, несмотря на яркую праздничную атмосферу, основное место в программе форума занимали деловые мероприятия. У ювелирной общественности получили широкий отклик обсуждаемые на семинарах и «круглых столах» наиболее актуальные темы: «Отраслевые риски и пути повышения эффективности работы ювелирных компаний», «Стратегический мерчандайзинг для ювелирных магазинов»... В работе «круглого стола», посвящённого развитию отечественного ювелирного рынка, приняли участие председатель Союза ювелиров Северо-Запада А. Горняня, начальник отдела ВТО Департамента торговых переговоров Минэкономразвития Д. Лякишев, вице-президент Ассоциации «Гильдия ювелиров» В. Радашевич, вице-президент Пробириной палаты России Б. Борисов, президент компании «Алмаз-Холдинг» Ф. Гумеров и мно-



гие другие заинтересованные лица. Каждый из них высказал своё мнение о сегодняшней рыночной ситуации, о проблемах и перспективах, ожидающих российскую ювелирную отрасль при вступлении страны в ВТО.

Согласно концепции второго выставочного дня «Платиновый стиль» 19 мая прошла

презентация лучших ювелирных коллекций из платины, представленных компаниями «Эрми», «Ювелирный Дом», «Красцветмет» и других, а также состоялось награждение Красноярского завода цветных металлов им. Гулидова премией «Лидер российского ювелирного рынка среди производителей

изделий из платины и палладия». Лауреатами почётной премии стали также ЗАО ТПК «Алмаз-Холдинг» за изделия из золота и серебра, ООО «Ювелирный Центр «Кристалл» за изделия с бриллиантами.

На церемонии вручения ежегодной премии «Лидер российского ювелирного рын-



ка» за выдающиеся заслуги в развитии ювелирной отрасли и алмазно-бриллиантового комплекса присутствовал президент Всемирной конфедерации ювелиров Гаэтано Кавальери. В состав жюри конкурса под председательством президента Международного фонда поддержки ювелиров «Фор-

ма» Г. Н. Ковалевой вошли Диего Перкосси Папи — ювелир-дизайнер из Италии, именитые искусствоведы ведущих музеев страны — Русского музея, Эрмитажа, Музея-заповедника «Московский Кремль»: Е. А. Иванова, М. Н. Лопато, Т. Н. Мунтян, Л. Н. Пошехонова, Н. И. Коровина.

Итак, прошла очередная выставка «Новый Русский Стиль /International Jewellery Moscow», ставшая заметным событием в жизни столицы. Её успех — явление вполне закономерное, во многом predetermined высоким профессиональным уровнем организации.



7



2



5



8



4



Номинация «Бриллиантовый Стиль»

1 место [1]
Компания: ООО «Ювелирный Дом»
Город: Екатеринбург
Название: Гарнитур для Невесты
Автор: Еремин Ю.

3 место [2]
Компания: ООО «Ювелирный центр «Кристалл»»
Город: Смоленск
Название: Кольцо «Величие»
Автор: Сокур С. В.

Номинация «Платиновый Стиль»
2 место [3]
Компания: ЗАО «ПКФ «Эрми», торговая марка «Ринго»
Город: Екатеринбург
Название: Кольцо «Сёгун»
Автор: Митрошина Е.

Номинация «Золотой Стиль»
1 место [4]
Компания: ООО «Петрозолото»
Город: Санкт-Петербург
Название: Колье «Сольвейг»
Автор: дизайнер Калганова Н. С., ювелир Камышков О. Ю.

1 место [5]
Компания: ООО «Золотая Орхидея»
Город: Ижевск
Название: Гарнитур «Рандеву»

Автор: Художник Шадрин С. В., ювелир Братанов А.

2 место [6]
Компания: ООО «Творческая мастерская «Свят-Озеро»»
Город: Москва
Название: Серия колец «Исполнение времен»
Автор: Дизайнер Павлова Л. В., ювелир Трусов А. Ю., закрепщик Барков А. А.

2 место [7]
Компания: ЗАО ТПК «Алмаз-Холдинг»
Город: Москва
Название: Серьги и брошь «Дана»
Автор: Дизайнер Мамонтова Е. С., ювелир Олькин А.

3 место
Компания: Ювелирное предприятие «Дюльбер»
Город: Симферополь
Название: Браслет «Стамбул»
Автор: Исламов М. М., Петлюков А.

Номинация «Серебряный Стиль»
3 место [8]
Компания: ООО «Амбер Групп»
Город: Москва
Название: Коллекция «Silver & Amber»
Автор: Адам Пстраговски Студио Дизайн

3 место [9]
Компания: Союз Художников России
Город: Москва
Название: Браслет «Флора»
Автор: Нещерет Т. К.

«Специальный приз»
Компания: Копырина Людмила Александровна
Город: Москва
Название: Оклад к иконе «Господь Вседержитель над Московским Кремлем»
Автор: Копырина Л. А.

Компания: Алдунин Николай Сергеевич
Город: Москва
Название: Микроминиатюры: «Подкованная блоха», «Танк Т-34», «Автомат Калашникова», «Герб г. Тулы», «Самовар», «Российский рубль»
Автор: Алдунин Н. С.

ФОТО:
Фотодом «Магнат»



1



6



3



9

**МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА**

Ювелир-22



17-23 мая 2006 года

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»

тел.: (095) 417-6765, 417-0185

Выставки

Итоги выставки «Ювелир-2»

Культурно-выставочный центр «Сокольники» вновь стал «Меккой» для всех, кто так или иначе связан с ювелирным бизнесом, для профессионалов и любителей. И произошло это не осенью, как обычно, а весной. С 17 по 22 мая впервые прошла Московская международная ювелирная и часовая выставка «Ювелир-2», организованная ЗАО «РосЮвелирЭкспо» под патронажем правительства Москвы.



В выставке на площади 3000 кв. м разместили свои стенды свыше 120 российских экспонентов и 10 зарубежных компаний. Отечественную ювелирную отрасль представляли «Столичный ювелирный завод «Адамас», «Адамант», Московский завод по обработке специальных сплавов,

«Вальтера», «Лукас М», ЮД «Аквамарин», Ювелирный завод «Платина», «Саха-Ювелир», «Золото Якутии», Ювелирная компания «АСБ» и многие другие.

За время работы выставку посетили 47 000 гостей и представители 1516 торговых организаций. Среди них были зарубежные спе-

циалисты из Австрии, Бельгии, Великобритании, Германии, Индии, Италии, Китая, Литвы, Таиланда, Турции, США, Франции...

Организаторы отраслевого форума в Сокольниках поставили перед ним две основные задачи. «Ювелир-2» призван провести маркетинг рынка, продемонстрировав новый ассортимент, и осуществить максимальные розничные продажи в период так называемого мёртвого сезона. Анализ потребительского спроса, проведённый в рамках данной выставки, позволит производителям совершенствовать свои коллекции в преддверии традиционного сентябрьского «Ювелира». Полученные за период проведения выставки предварительные отзывы оптовых покупателей помогут производителям, учитывая все высказанные пожелания, значительно увеличить объёмы продаж осенью здесь же, в Сокольниках. Кроме того, «Ювелир-2» создаёт прекрасные условия для заключения взаимовыгодных партнёрских соглашений.

В ходе пресс-конференции, состоявшейся в первый день выставки, на вопросы журналистов отвечали президент ЗАО «РосЮвелирЭкспо» А. В. Рыбаков; генеральный директор ФГУП «Московский завод по обработке специальных сплавов», председатель Высшего совета Ассоциации «Гильдия ювелиров России» А. Г. Иванюк; руководитель Пробирной палаты РФ В. И. Моспан; генеральный директор ЗАО «МВК» А. К. Квасников, директор по маркетингу компании «Столичный ювелирный завод «Адамас» П. Ю. Сидоренко.

Президент «РосЮвелирЭкспо» Александр Владимирович Рыбаков в своём выступлении на пресс-конференции отметил, что проведение отраслевых выставок дважды в год — устоявшаяся мировая практика. «Примером тому может служить выставка в Виченце, которая в январе открывает ювелирный год, а летом продолжает свою работу. «Ювелир-2» проводится впервые, но это не значит, что она позиционируется как отдельная от сентябрьской экспозиция. У этих выставок единая концепция. Не секрет, что в сентябре многим желающим принять участие элементарно не хватает места. В качестве выхода из сложившейся ситуации



с площадями нами совместно с ЗАО «МВК» принято решение провести ещё одну ювелирную выставку».

Александр Григорьевич Иванюк рассказал присутствующим о проблемах ценовой политики, обратив внимание на то, что в настоящее время себестоимость производства ювелирных изделий в России значительно выше, чем, например, в Турции. «Российской ювелирной промышленности необходимо по меньшей мере 5–6 лет для успешной конкуренции с западными производителями. Вместе с тем наблюдается устойчивая тенденция к снижению затрат на производство ювелирных изделий».

Александр Константинович Квасников, являющийся главой холдинга, в который входит КВЦ «Сокольники», отметил возросший уровень сервиса и услуг, предоставляемых участникам выставки «Ювелир-2». При подготовке нынешней экспозиции были учтены все пожелания и замечания прошлого года, полученные после проведения выставки «Ювелир-2004».

На торжественной церемонии открытия заместитель руководителя Департамента науки и промышленной политики столицы В. В. Фисичев зачитал приветствие мэра Москвы Ю. М. Лужкова участникам и гостям выставки «Ювелир-2». По окончании церемонии официального открытия детский театр-студия исторического костюма «Натали» представил программу «Путешествие по векам». Юные модели в роскошных костюмах, созданных в стиле XVI–XVII веков покорили сердца зрителей своей непосредственностью и очарованием.

В рамках выставки состоялся семинар на тему «Некоторые аспекты таможенного оформления ювелирных изделий». «Карнет АТА» в России», организованный ЗАО «Рос-ЮвелирЭкспо» совместно с ЗАО «Специальная транспортная служба (СТС)». В его работе приняли участие не только заинтересованные отечественные ювелиры, но и представители посольств Австрии, Италии, Франции и Литвы в Российской Федерации.

Круглый стол «Страховые риски в работе ювелирных компаний. Актуальные вопросы», также вызвавший живой интерес участников и гостей выставки, был организован страховой компанией «Белокаменная». Один из таких актуальных вопросов, рассмотренных на «круглом столе», касался страхования грузоперевозок и отправок. Присутствующие смогли подробно ознакомиться с нюансами страхования ювелирных изделий, страховыми рисками и ответственностью страховщика за эти риски, страховыми тарифами...

Но содержательная программа деловых мероприятий лишь сопровождала и дополняла основную выставочную экспозицию, демонстрирующую новейшие «летние» ювелирные коллекции. В частности, АО «Золото Якутии», по словам заместителя генерального директора Валерия Рыбакова, «подготовилось к выставке весьма неплохо. За 2004–2005 годы на 60% обновлён весь ассортимент производимой продукции: поя-



вились более лёгкие по весу серьги, кольца, подвески, цепочки современного дизайна. Помимо серийной продукции к выставке было создано около 40 эксклюзивных изделий — с элементами ручной работы и использованием бриллиантов». Для АО «Золото Якутии» выставка прошла весьма успешно: было реализовано более 20% всей привезённой продукции. Помимо этого компания заключила примерно 20 договоров с российскими оптовиками; поступили выгодные предложения по поставке бриллиантов, оборудования, рекламе, использованию торговых площадей, в том числе от представителей Госдумы РФ и фирм-производителей из Италии.

Последние тенденции мировой ювелирной моды ориентированы на использование в создании украшений крупных цветных камней — топаза, цитрина и особенно сапфира.

«Сейчас ценится новый европейский дизайн, — считает генеральный директор

компании «Инталия» Дмитрий Власов. — Очень внимательно покупатели стали относиться к качеству камня. Есть тенденция по временам года: когда в разные сезоны требуется разный камень. Можно отметить, что сегодня в моде голубой топаз. Причём он пользуется популярностью в любое время года. Но весной и летом возникает повышенный спрос именно на разноцветные камни. Классика будет существовать всегда, однако ювелиры не могут не учитывать актуальные веяния моды».

Последние годы весьма динамично развивается рынок ювелирных изделий православной тематики. И на выставке было представлено немало таких коллекций. Интересные изделия продемонстрировала на своём стенде компания «Лукас М». Среди них — нательные кресты с благословенной водой реки Иордан. Вода находится в герметичном фианитовом ковчеге, заполнить который, как отмечают ювелиры, с технологической точки зрения представляло

определённую трудность. Сами кресты изготавливаются из золота, серебра и платины. В комплект входят оригинальная упаковка и сертификат, в котором указано, что данная продукция получила письменное благословение патриарха Московского и всея Руси Алексия II.

Каждый из участников экспозиции «Ювелир-2» составил собственное мнение о состоянии современной ювелирной отрасли и о новом проекте ЗАО «РосЮвелирЭкспо». Несомненно одно: коммерчески успешная и профессионально организованная выставка стала очередным шагом в развитии отечественного рынка. Устроители форума желают всем хорошего отдыха, замечательной погоды и приятных впечатлений летом, чтобы с новыми силами приступить к работе. И в нынешнем, и в последующие годы Московские международные ювелирные и часовые выставки «Ювелир» и «Ювелир-2» будут рады видеть вас в Сокольниках каждую весну и осень!

ю в е л и р н а я к о м п а н и я

АЛМАЗ ХОЛДИНГ

*Вместе с нами
в мир прекрасного!*

Компания "Алмаз-Холдинг" работает на российском рынке с 1993 года и за это время стала одной из ведущих ювелирных компаний России. Изготавливает ювелирные украшения из золота и серебра. Работы выполнены в лучших традициях классического и современного искусства с использованием драгоценных и полудрагоценных камней. Ассортимент изделий ежемесячно пополняется новинками.



Центральный офис:
Адрес: Россия, 125301, г. Москва, ул. Космонавтов, 7/2
Телефон: (095) 956 89 98/89, 956 95 70/72/73
Факс: (095) 956 95 71, 956 89 89 (доб. 0141, 0148)
E-mail: almaz-holding@almaz-holding.ru <http://www.almaz-holding.com>

Гарантия "Финанс" —
Агентство Юристов Т.
Исполнение в соответствии с А.

Выставки

Дисконтная программа ЗАО ПКФ «Сапфир»

Позади те сложные и экономически нестабильные годы, когда российская ювелирная отрасль работала на износ, не ведая отдыха. Настало время пожинать первые заслуженные плоды успеха. Сегодня отечественный ювелирный бизнес прочно укрепил свои позиции и вполне может позволить себе яркие праздники, приносящие радость как организаторам, так и гостям. Общеизвестно, что подарки к празднику приятно не только получать, но и дарить. Именно этим принципом руководствуется фирма «Сапфир», проводя ставший уже традиционным розыгрыш призов среди владельцев клубных («золотых») карт.



Первый розыгрыш призов в рамках дисконтной программы ЗАО ПКФ «Сапфир» был проведён 30 декабря 2004 г. в московском ресторане «Джорджия». Главный приз — полностью оборудованное рабочее место ювелира — выпал ОАО «Московский ювелирный завод». Кроме других ценных призов от организаторов розыгрыша специальные призы предоставили также деловые партнёры фирмы «Сапфир», участники дисконтной программы и специализированные ювелирные СМИ.

Условия дисконтной программы компании не предусматривают розыгрыш призов среди обладателей «серебряных» карт. Но члены независимого жюри сочли возможным пойти на это «нарушение», проведя второй тур. В результате ещё 10 победителей получили весьма полезные подарки — весы «Astorius mini».



Идеальным временем для проведения второго розыгрыша призов среди владельцев клубных дисконтных карт фирмы «Сапфир» стала ювелирная выставка «Ювелир-2». Именно здесь, в КВЦ «Сокольники» — традиционном «месте встречи» российских ювелиров в мае собрались представители ювелирных компаний из различных уголков страны. Кроме того, приподнятая атмосфера выставки как нельзя лучше располагает к проведению праздничных мероприятий.

На розыгрыш призов, проводимый в рамках выставки, были приглашены представители всех предприятий-производителей, участвующих в форуме, организаторы выставки, профессиональная пресса.

В нынешнем году в состав жюри входили: Сергей Квашнин — руководитель фирмы «Квашнин» (Киров), Римма Перова — ру-

ководитель службы общественных связей журнала «Ювелирное обозрение», Алексей Харитов — заместитель генерального директора страховой компании «Белокаменная».

Всего было разыграно 10 призов. Подписку на журналы «Ювелирный мир» и «ЮМ. Технологии, оборудование» получили ООО «Золотое Созвездие» (Кострома) и «Золотое руно» (Москва). Цифровые фотокамеры «Astra Quinta» выпали пяти участникам — владельцам «золотых» карт: ООО «Бриолет-Продакшн» (Москва), ООО «Кристалл» (Пятигорск), ПБОЮЛ Тимофеева О. С. (Таганрог), ООО «Юта Маркет» (Москва), ООО «Хватов Компани» (Москва).

Ужин на две персоны в ресторане «Джорджия» — том самом, где проходил прошлогодний розыгрыш призов, выпал ООО «Корундофф» (Москва) и ООО «Тверское Золотое Княжество» (Тверь).



Но самая яркая и актуальная в преддверии наступающего времени летних отпусков «улыбка фортуны» — главный приз — досталась ООО «Богоявленский и К» (Москва). Этим призом в нынешнем году стала туристическая путёвка на курорт Хаммамат в Тунисе.

Примечательно, что раз от раза призы, предоставляемые организаторами розыгрыша, становятся всё более масштабными, ценными и значительными. В перспективных планах фирмы разыграть автомобиль.

«Сапфир» приглашает всех друзей и партнёров принять участие в сентябрьском розыгрыше, который состоится в рамках Московской международной ювелирной выставки «Ювелир», и желает удачи каждому. Вас ждут замечательные призы, неожиданные сюрпризы, непринуждённое общение в кругу единомышленников и великолепное настроение!

Выставки

ЮвелирЭкспоУкраина 2005

Девятая международная специализированная выставка ювелирных изделий, часов, драгоценных украшений и аксессуаров «ЮвелирЭкспоУкраина 2005» и первая выставка оборудования для ювелирного производства «ЮвелирМашЭкспо» стартовали 12 мая на территории выставочного центра «КиевЭкспоПлаза».



Организаторами «ЮвелирЭкспоУкраина 2005» выступили АО «Киевская международная контрактная ярмарка» и Ассоциация ювелиров Украины. Нынешняя выставка стала самым крупным форумом по числу участников и объёмам площадей за все годы её проведения. «ЮвелирЭкспоУкраина 2005» приняла на своей площадке экспонентов из Украины, России, Италии, Франции, Канады, Турции, Польши, Греции, Индии, Армении и США. Россию представляли такие компании, как «Эстет», «Русские Самоцветы», «Садко», МЮЗ «Элит»... Отличительной особенностью выставки этого года явились специализированные экспозиции «Галерея часов» и «Банковские металлы».

В первой из них демонстрировались коллекции известных отечественных и зарубежных торговых марок: «Галерея Швейцарии» (Швейцария); «Велтим», «Смарагд» и Киевский часовой завод (Украина); «Воп-Воп» (Франция); «МозерЪ и К» и «Золотой

ВекЪ» (Россия), а также многих других ведущих производителей отрасли.

Среди участников экспозиции «Банковские металлы» присутствовали ведущие украинские банки: «НБУ», АППБ «Аваль», «Правекс Банк», КБ «Крещатик», АБ «БрокБизнесБанк».

В рамках выставки «ЮвелирЭкспоУкраина 2005» состоялись семинары на различные темы, затрагивающие интересы всех участников отраслевого бизнеса. Один из них был посвящён обсуждению актуальных на международном рынке вопросов покупки и продажи драгоценных металлов.

Для представителей розничной торговли был проведён семинар на тему: «Мерчандайзинг ювелирного магазина».

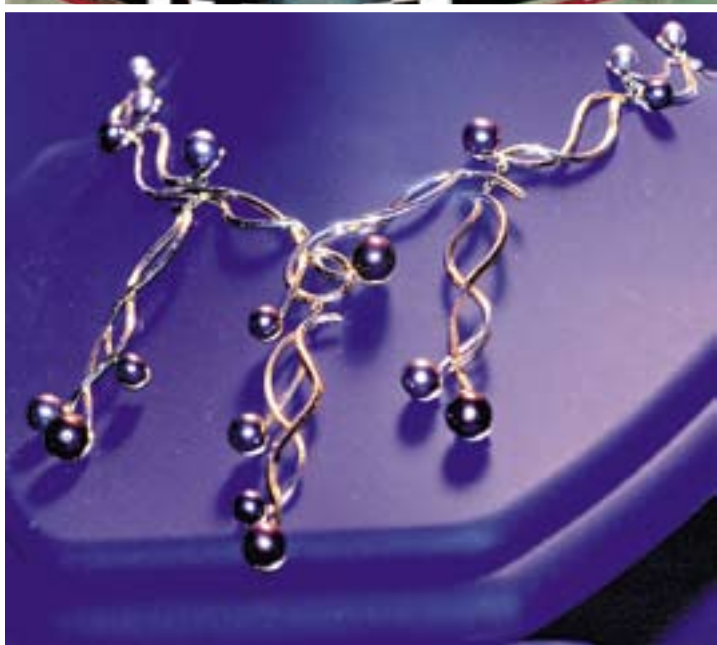
В рамках семинара «Тенденции развития ювелирной моды — 2006. Искусство + дизайн» член Союза дизайнеров Украины Т. В. Калюжная прокомментировала итоги выставки в Мюнхене, которая является одним из законодателей ювелирной моды. По

словам докладчика, популярное в прошлые сезоны сочетание каучука и драгоценных камней встречается в творениях мировых ювелиров всё реже. На пике моды — кулоны и подвески на лентах из прессованного шёлка или разноцветных шнурках. Мастера из Таиланда по-прежнему удивляют разнообразием украшений с жемчугом. Вероятно, ещё несколько лет сохранится увлечение серым жемчугом. Производители цепей из Италии демонстрировали публике объёмные, но при этом весьма легковесные цепи крупного плетения. Сохраняется тенденция изготовления обручальных колец из платины и палладия, причём зачастую бриллиант располагается не на внешней, а на внутренней стороне кольца. Молодёжная аудитория мюнхенской выставки по достоинству оценила сочетание золота, эмали и драгоценных камней.

Прошедшая впервые выставка «ЮвелирМашЭкспо» представила широкий выбор оборудования для производства и обработки драгоценных камней, инструментов, новейшие технологии производства, а также торговое оборудование, аксессуары и упаковку. Среди её участников — и российские производители, такие, как «Парадокс», «Сапфир».

На завершающем этапе работы выставки состоялось ещё одно значительное событие — презентация проекта «Gem Vision 2006» — разработок в области ювелирного дизайна и тенденций ювелирной моды будущего года.

Итогом работы «ЮвелирЭкспоУкраина 2005» стала церемония награждения победителей V Всеукраинского конкурса эскизов на лучший ювелирный дизайн. Конкурс проводился в двух категориях: «профессиональная» и «молодёжная». В нём приняли участие художники, дизайнеры, ювелиры и студенты художественных заведений. Победителям вручены дипломы в номинациях: «Лучшее украшение с использованием мелких бриллиантов», «Лучшее украшение с цветным камнем», «За современность и эмоциональность», «За лучшее раскрытие темы», «Лучшее кольцо» и «Лучшее ювелирное украшение года». Каждая из перечисленных номинаций была представлена в обеих категориях.



OROGEMMA

September 10–15, 2005

International gold, jewelry, silver, watch
and gemmology exhibition

Международная выставка золотых
и серебряных ювелирных изделий

SHAPES
OF JEWELRY
PAVILION OF DESIGNERS



FIERA DI VICENZA



Выставки

VicenzaOro-2

Очередная выставка «VicenzaOro-2» состоялась 11–18 июня 2005 г. Как всегда, здесь не только можно было познакомиться с итальянскими тенденциями ювелирной моды и технологий, но и заключить выгодные контракты. Следует отметить, что одной из важнейших тем, обсуждавшихся на выставке в ходе пресс-конференций, стала именно политика в области дизайна в её соотношении с реальными запросами рынка. Тема эта была вынесена в специальный семинар: «Нет дизайна, нет бизнеса», состоявшийся 12 июня.

Это отклик на дискуссию на Миланском Триеннале год назад и новый павильон «Ювелирные формы» в сентябре 2004 г. на «Oggettiva». На этот раз были поставлены следующие вопросы: необходим ли павильон «Ювелирные формы»? Удалось ли построить непосредственные отношения между дизайнерскими школами Милана и Турина с производителями ювелирной продукции? В каких отношениях находятся ювелирная отрасль и мир моды? Что думает о дизайнерских идеях рядовой потребитель? В ходе оживлённой дискуссии все согласились с тем, что необходимо чётко обозначить границу между двумя главными категориями покупателей. С одной стороны, растёт интерес состоятельных клиентов к эксклюзивным, авторским работам. При этом не все покупатели эксклюзивных товаров готовы к радикальным эстетическим экспериментам, многие предпочитают классику. И всё же именно на примере образцов высокого ювелирного искусства можно открывать новые пути, предоставлять дизайнерам свободу творчества. Говоря проще, весь разговор свёлся к тому, сколько необходимо вложить денег в дизайн и окупятся ли затраты. Примерами служили бренды с мировыми именами, имеющие миллионные рекламные бюджеты.

Несколько иначе обстоит дело со второй категорией потребителей — с теми, кто покупает не слишком дорогие ювелирные изделия. Это гораздо более консервативная группа, отдающая предпочтение уже устоявшимся формам и знакомым материалам, универсальным из-



Adler.
Серьги.

делиям. Но цены на такие изделия у итальянских производителей гораздо выше, в отличие от Турции, Гонконга. И это главная проблема, знакомая и российским ювелирам.

В этой ситуации вполне оправданны размышления многих ведущих компаний: насколько следует торопить развитие дизайна в ювелирной отрасли? Как продвигать новые идеи на рынок? Сегодня одним из перспективных направлений становится идея снова сделать ювелирные изделия актуальным подарком. В последние годы хорошим тоном считается дарить по торжественным случаям технику, и для того чтобы возродить вкус к ювелирным подаркам, необходимы сознательные и скоординированные усилия производителей ювелирных изделий и торговых организаций. Это могло бы существенно повысить объёмы продаж в разных странах мира.

На семинаре «Огранка камней» шла речь и о наметившейся в последнее время тенденции использовать в изделиях бриллианты старинной огранки «роза» (17 граней). Сегодня, когда технологии позволяют достигать высочайшей точности «бриллиантовой» огранки со множеством граней, ярко сверкающих в любом украшении, интересным становится сочетание камней с разным визуальным эффектом. Крупный камень огранки «роза» особенно красив в сочетании с мелкими «новыми» бриллиантами, которые выделяют его, подчёркивают объём. Эту моду можно считать развитием интереса к необычным формам огранки, обозначившегося уже несколько лет назад. Такая игра объёмами и формами делает вполне традиционные украшения оригинальными и привлекательными для потребителей.

В коллекциях, представленных на выставке «Vicenzaoro 2», можно было увидеть изделия, в которых использованы камни с традиционной огранкой и огранкой «роза». В качестве иллюстрации мы использовали изделия фирм Adler и John Hardy.

Как всегда, в рамках выставки «Vicenzaoro» была представлена тематическая «Этруская» экспозиция. Автором её стал Андреа Канетти, известный под именем Акело (оно происходит от греческой и этрусской мифологической традиции: Акелус был богом воды, сыном Океана и Тетис), — один из лучших мастеров и знатоков этрусской темы. Он представил 26 изделий, созданных за последние десять лет в традиционном историческом стиле. Глубокое знакомство с археологией и историей искусства позволило ему овладеть древними технологиями обработки золота. Ему удалось раскрыть утраченные секреты античных мастеров.

В целом, июньская выставка «Vicenzaoro» стала серьёзным этапом в координации итальянских и мировых достижений, важной частью работы по построению динамичного мирового ювелирного рынка.



John Hardy
Кольцо.
Бриллианты,
лунный камень



BIBIGI



UTOPIA



BIBIGI



VALENTE



AMBROSI



PITTIeSISI

AMBROSI



NEW PLANET



Лето дарит нам палитру ярчайших красок — сочная изумрудная зелень травы, глубокая синева неба, насыщенные тона морских волн, роскошные оттенки цветочных лепестков, аппетитные, подрумянившиеся в тёплых солнечных лучах фрукты... Это природное пиршество красок создаёт ощущение вечного праздника, радости и счастья. Мы, как и сама природа, снимаем унылые скучные одежды, наряжаясь во всё яркое, пёстрое, весёлое и оригинальное. Выбираем драгоценные украшения, гармонирующие с летним настроением. Остальное — подождет до зимы.

Raima

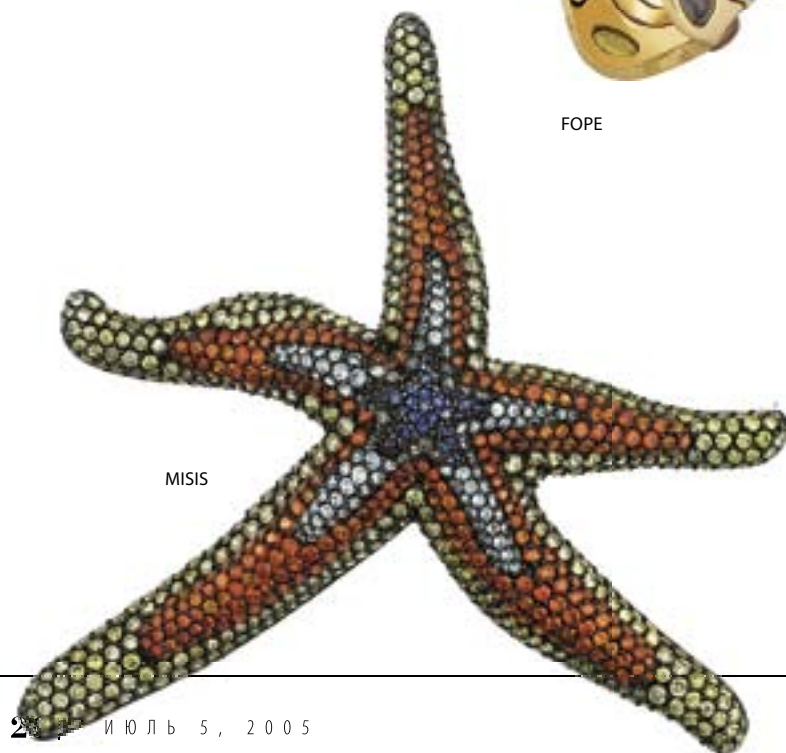


FOPE

KIARA



MISIS





ROBERTA PORRATI



CHIMENTO



CHIMENTO



EL-PAIE

ROBERTO COIN



CALGARO



APRILE



CALGARO



Выставки

Российские ювелиры в Лас-Вегасе

Согласно программе «Ювелирная Россия» РосЮвелирЭксперта, клуба «Российская Ювелирная Торговля» и ВО «РЕСТЭК», в период с 3 по 8 июня с. г. российские ювелиры впервые представили свою продукцию на крупнейшей выставке Американского континента «JCK Лас-Вегас». Среди первопроходцев — известные отечественные производители: «Алмаз-Холдинг», Красцветмет, «Русские Самоцветы», «Альфа», а также фирмы «Арт-классик» и «Акимов» из Санкт-Петербурга.

Российский национальный стенд занимал 100 кв. м площади в роскошном, но несколько обособленном павильоне Bellini огромного выставочного комплекса Sands Expo, отличающегося особой роскошью в великолепии дворцовых ансамблей города-миража в пустыне Невада.

Экспозицию российских участников в Лас-Вегасе представляли РИА «РосЮвелирЭксперт» и выставочное объединение «Рестэк», взявшие на себя организацию работы участников, их размещение, культурную программу, подготовившие отдельный российский каталог, презентовавший коллекции российских экспонентов. Впервые мы были не хуже других — со своей рекламой, фирменными пакетами, корпоративным вечерним приёмом, приглашением на презентацию и пресс-конференцию. Информационную поддержку поездке оказывали «Русская Ювелирная Сеть», журналы «Ювелирный Мир» и «Русский Ювелир». К месту оказались представительские стенды выставки «Новый Русский Стиль» и клуба «Российская Ювелирная Торговля», ставшие своеобразными островками постоянного общения россиян с посетителями и между собой, проходившего в чисто национальных традициях.

Кстати, о результатах коммерческой работы участников. Экспертная оценка президента Всемирной конфедерации ювелиров

SIBJO Гаэтано Кавальери, посетившего российский стенд, полностью совпала с мнением постоянных участников выставки: чтобы добиться успеха в Лас-Вегасе, нужно приехать не один раз, реальный результат появится не ранее 3–4 посещений. Хотя некоторые наши участники уже и сегодня испытали повышенный спрос на свою продукцию. На стенде «Алмаз-Холдинга» произошел конфликт с итальянцами, желавшими приобрести иконы, оформленные сканью, и никак не понимавшими причин отказа со стороны продавца... У «Русских Самоцветов» была та же проблема с серебряной посудой. А двое участников вообще вернулись домой только с демонстрационным оборудованием...

Посетили своих соотечественников руководители АК «АЛРОСА». Президент компании А. О. Ничипорук и вице-президенты С. А. Улин и Ю. А. Дуденков внимательно изучали возможности выставки и участия в ней. Надо сказать, что сама выставка в Лас-Вегасе, по мнению многих, коренным образом отличается от известного нам Базеля. По функциональности «JCK Лас-Вегас» больше рабочая выставка, в отличие от ярмарки тщеславия в нейтральной Швейцарии. Лас-Вегас собирает огромное число оптовиков. Однако до наших дошли немногие. Главная причина понятна — тамошний оптовик прежде всего ищет предсказуемого поставщика, который всегда в поле зрения... Но есть и другое обстоя-

тельство: наш стенд вместе с другими новыми участниками располагался в зале, впервые используемом под выставку, в непривычном для посетителей и слишком уж помпезном месте. Мимо нас проходили толпы посетителей, ошарашенных площадью Сан-Марко. Это десять тысяч квадратных метров Венеции в миниатюре на третьем этаже комплекса, дающие полное ощущение присутствия: искусственное голубое итальянское небо, гондолы, управляемые голосистыми гондольерами с богатыми барышнями на борту, изящные мостики через дышащие утренней свежестью каналы, сверкающие рестораны... После такой экзотики большей части людей было уже не до работы с российскими ювелирами.

После дополнительных мер организаторов, принятых по требованию участников, и у новичков появились посетители, но в первый день мы испытывали откровенное одиночество... В качестве компенсации нам обещали на следующий год условия более выгодные и места более благодатные, подалее от расслабляющих венецианских садов. Отношения, сложившиеся у РосЮвелирЭксперта с организаторами, позволяют надеяться на особое отношение...

В более выгодном положении на выставке находился «Смоленский кристалл», представленный в Лас-Вегасе через свою американскую дочку. В выставке приняли участие руководители «Кристалла» М. А. Шкадов и С. В. Бидный. В отличие от наших экспонентов, «Кристалл» стоял отдельным стендом в центральном павильоне и получил большое одобрение у взыскательной публики, давно и с успехом торгующей продукцией этого предприятия на Американском континенте.

Как выразилась о перспективах участия в выставке одна из посетительниц российского стенда, давно покинувшая пределы нашего отечества (а таких было немало): «Это как замужество — чтобы выйти замуж, надо хотя бы раз появиться в мужском обществе...» Америка — общество потребителей. Американская сбытовая система характерна крупными розничными сетями, поэтому компании, твердо решившие завоевать этот рынок, в итоге получают заказы, с лихвой окупающие затраты на продвижение и участие в выставке.

Очередным шагом наших ювелиров за рубежом, согласно программе РосЮвелир-Эксперта «Ювелирная Россия», будет выставка «IJT Токио» с 25 по 28 января 2006 г. Наверное, там мы будем удачливее или, по крайней мере, опытней...

Так же приглашаем вас посетить Международную ювелирную выставку в Турции, Стамбул Istanbul Jewelry Show II 24–27 августа 2005 г. в составе российской делегации.



Православная коллекция

Сергей Акимов — художник, ювелир и технолог ювелирного производства

Издревле золото и серебро ковали и лили, используя их природные свойства — пластичность, ковкость, способность плавиться, вытягиваться, изгибаться, течь, словно воск, заполняя малейшие отверстия и складки, и застывать, сохраняя заданную форму. Литьё раскрывало перед художником широчайшие возможности. Но в ювелирной промышленности долгое время оно было неперспективным: металл слишком плохо

заполнял мелкие детали формы, давая большое количество брака. Кроме того, сама литейная форма, которую на Руси, например, делали из земли, быстро портилась. Поэтому в серийных произведениях прошлого мы видим низкий рельеф, оплывшие контуры изображений. Настоящие произведения ювелирного искусства делались вручную в единственном экземпляре. Штучность товара не позволяла сделать высокое ювелирное

искусство настоящим бизнесом. «Штамповка», — презрительно говорили знатоки, глядя на изделия, завалившие прилавки ювелирных магазинов. Всё изменилось с приходом на российский рынок ювелирной компании Сергея Акимова.

Художник, ювелир и технолог ювелирного производства, Акимов сумел собрать воедино все лучшие достижения литейной и ювелирной промышленности и создать новую технологическую линию, позволяющую много раз идеально воспроизводить в серебре авторскую модель какой угодно сложности исполнения, а также начал сочетать чернёное серебро с износостойчивым гальваническим золочением. Новаторское технологическое и художественное решение дало серебру новую жизнь в ювелирном мире, позволило ему раскрыть свою природную красоту, удивительные пластические возможности. Так родился знаменитый акимовский художественный стиль, построенный на сочетании высокого серебряного рельефа и золотого орнаментального обрамления.



«Чудо св. Георгия о змие», образец (артикул 102.008)



«Воскресение», крест православный (артикул 101.015)



«Господь Вседержитель. Иверская икона Божией Матери», крест православный (артикул 101.026)



«Воскресение», крест православный (артикул 101.015)

Для воплощения своей художественной идеи Акимов пригласил православного скульптора-миниатюриста Ю. Фёдорова, который до этого был известен работами по дереву, кости и янтарю, и начал производство крестов. Фёдоров стал партнёром Акимова и первым автором мастер-моделей коллекции, выполненной по новой технологии. Через несколько лет Фёдоров основал собственный бизнес, а в Компанию «Акимов» (так производство стало называться после ухода Фёдорова) пришли другие талантливые художники, продолжившие традиции фирмы. В настоящее время создана коллекция «Православный Петербург», вот уже год пользующаяся неизменно высоким спросом покупателей, идёт работа над новыми интересными проектами, один из которых — коллекция образков «Святое имя». Первые изделия этой коллекции будут представлены в сентябре на ежегодной ювелирной выставке в Москве в Гостином дворе.

Автором нового проекта стала ведущая художница Компании, студентка Богословского института Ирина Милькова. Она создала несколько различных форм для пятидесяти миниатюрных икон святых покровителей человека. Все миниатюры задуманы как са-

мостоятельные произведения искусства и вместе с тем как часть большой стилистически цельной коллекции. Таким образом, вся коллекция выполнена наподобие иконостаса: каждое изделие является отдельной иконой, вместе же они создают единый образ Небесной Церкви святых. Решение коллекции как в целом, так и в деталях выполнено в строгом соответствии с учением Церкви.

Ортодоксальность во всём, что Компания делает для Церкви, — один из главных принципов Акимова. Первоначально коллекция Компании состояла в основном из повторений древних образцов, художественно переосмысленных в новой технике и материале. Сейчас перед творческим коллективом стоит более сложная задача — не повторять древние, а создавать новые православные ювелирные изделия.

Задача создания современного православного канонического искусства сейчас является насущной и широко обсуждаемой в Церкви. Для её практического разрешения Акимов пригласил к сотрудничеству специалиста-богослова, около двадцати лет занимающегося указанной проблематикой, а также художников, имеющих опыт работы в Церкви. Так, член Союза художников России А. Ши-

роков много лет как скульптор сотрудничает с настоятелем подворья Оптиной Пустыни в Петербурге, член Союза художников России С. Терентьева является автором скульптурного убранства часовни Рождества Христова в НПО «Рубин», где блистательно вписал в современный интерьер канонические образы традиционного русского искусства.

Производство и бизнес в Компании неразрывно связаны с культурно-просветительской работой. Это активная выставочная деятельность, издательские проекты, связанные с распространением учения и культурных традиций Православной Церкви, пропаганда технического прогресса в ювелирной отрасли. На базе Компании работают «Школа ювелирного мастерства» и «Международный симпозиум ювелиров». Сотрудники научно-исследовательской творческой группы проводят семинары для работников ювелирных магазинов и консультации фирм, выпускающих изделия аналогичного ассортимента. Компания «Акимов» — открытое предприятие, с радостью делящееся опытом со всеми, кто искренне заинтересован в возрождении православной культуры и развитии русского ювелирного искусства.

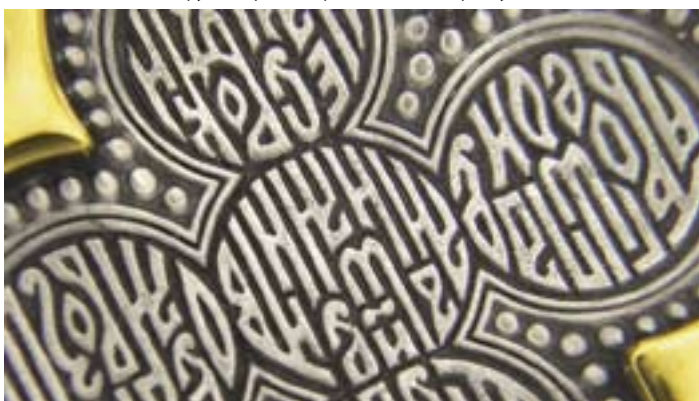
**Россия, 199106, С-Пб, Шкиперский проток, д. 19
Тел.: (812) 356-94-53, Факс: (812) 303-78-28**



«Спас Нерукотворный», крест-мошевик (артикул. 104.020)



«Воскресение», крест православный (артикул 101.015)



«Спас Нерукотворный», крест-мошевик (артикул 104.020)



«Господь Вседержитель. Иверская икона Божией Матери», крест православный (артикул 101.026)



РАМЗЕС

ЮВЕЛИРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

ОСНОВАНО В 1994

математический анализ...

производство...

результат...

$$f \left[\begin{array}{c} \text{с о б с т -} \\ \text{в е н н о е} \\ \text{п р о и з -} \\ \text{в о д с т в о} \end{array} \right] = \min (\text{цена})$$

потери $\rightarrow 0$

за разъяснением
обращаться по телефонам:

095 { 785-54-50
237-37-21
237-47-54

Предприятие проводит
дополнительный набор:

- менеджера по региональным продажам;
- кладовщика.

Москва, ул. Б. Тульская, 2

Т/ф: (095) 237-37-21, 237-47-54, 785-54-50

СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО ЦЕПЕЙ

335 руб./грамм
300 руб./грамм
330 руб./грамм

340 руб./грамм

335 руб./грамм
300 руб./грамм
330 руб./грамм

340 руб./грамм

Цепи
учальные кольца
с алмазной гранью
да с вращающейся
белой вставкой

335 руб./грамм
300 руб./грамм
330 руб./грамм
340 руб./грамм

Представляем

«РАМЗЕС»: надёжно и навсегда

Первое предприятие, которое в дальнейшем вошло в состав ювелирной компании «Рамзес», было образовано в 1993 г. в г. Подольске Московской обл. Небольшая мастерская со временем переросла в крупную фирму, активно развивающуюся в различных направлениях. В настоящее время ювелирное предприятие «Рамзес» включает в себя собственное производство ювелирных изделий, оптовую торговлю ювелирными изделиями и розничную торговую сеть, а также ведёт ломбардную деятельность.

В Подольске быстрыми темпами ведётся строительство нового собственного производственного помещения площадью 600 кв. м. В его просторных цехах будут трудиться около 50 человек. Окончание строительства планируется в сентябре 2005 г., как раз к открытию выставки «Ювелир-2005».

Сегодня компания «Рамзес» выпускает обручальные кольца; штампованные легковесные кресты и ладанки; кресты с ручной гравировкой; украшения (кольца, серьги, кулоны), изготовленные методом литья, со вставками из драгоценных, полудрагоценных и синтетических камней; изделия с нанесением горячей эмали; цепи автоматной и ручной вязки.

На предприятии организован мощный заготовительный цех, оснащённый различными по своим функциональным особенностям прессами и другим инструментарием, позволяющим существенно увеличить выпуск продукции, резко снизив при этом время, затраченное на проведение технологических операций.

Печи непрерывного литья фирмы ИЕСО дают возможность изготавливать полосу и прутки в непрерывном режиме ровно столько, сколько позволяет наличие металла.

Вальцы фирмы «Кавалин» от компании «Ардос» осуществляют прокат полосы, обладающей высоким качеством глянцевого покрытия (а это, в свою очередь, сокращает

время и потери на других этапах производства, так как материал не требует дополнительной доработки).

Для литья изделий на предприятии используется печь вакуумного типа, которая отливает заготовки высокого качества, требующие лишь небольшой доработки, что способствует значительному уменьшению времени и потерь на операции монтировки.

Финишная обработка при помощи роторной галтовки с различными наполнителями позволяет добиться поверхности изделий, не требующей дальнейшей полировки.

Обручальные кольца компании изготовлены на итальянской производственной линии методом штамповки, исключая пайку. Для нанесения на кольца алмазной грани используются два импортных станка, работающих в полуавтоматическом режиме. При этом варианты орнаментов ограничены лишь воображением мастера.

В 2004 г. компания освоила производство колец с вращающейся белой вставкой, пользующихся повышенным спросом. В настоящее время удалось добиться минимального веса этих колец от 2,0 до 2,2 г (в зависимости от размера).

Большое внимание на предприятии уделяется производству крестов методом ручной гравировки. В данной области компанией накоплен огромный профессиональный опыт,

так как эта категория изделий выпускается с момента основания предприятия.

Особая гордость производства — это изделия, изготовленные с помощью наложения горячей эмали.

Предприятие использует горячую эмаль при изготовлении крестов, ладанок, обручальных колец и постоянно расширяет ассортимент подобных изделий.

За короткий срок опытными специалистами компании «Рамзес» был организован и запущен выпуск цепей автоматной вязки. В производстве цепей на различных этапах возникает множество сложностей, и только строгое соблюдение технологий и профессиональные навыки специалистов позволяют преодолеть их и выпускать цепи достойного качества. На сегодняшний момент предприятие выпускает более 15 видов цепей, различных по плетению и сечению проволоки. Именно в развитии цепевязального производства компания «Рамзес» видит свою основную стратегическую линию.

Однако производство не может существовать без сбыта продукции. Для решения этой задачи компанией в Москве был открыт оптовый отдел. Поставки изделий по заявке осуществляются в кратчайшие сроки и отправляются заказчику спецсвязью. Если по каким-либо обстоятельствам часть товара залежалась, то по желанию заказчика её можно обменять. При реализации изделий собственного производства применяется гибкая система скидок, а для постоянных клиентов предусматриваются отсрочка платежа и специальные цены.

Благодаря активному сотрудничеству с финансовыми структурами: ЗАО АКБ «Ланта-Банк» и ЗАО КБ «Кедр» — «Рамзес» динамично развивается и реализует намеченные проекты. Компания выражает особую благодарность ЮД «Яшма» — признанному лидеру отраслевого рынка, которая всегда готова протянуть руку помощи в трудной ситуации.

Руководство предприятия ставит перед собой и решает серьёзные профессиональные задачи. Залогом успеха и стабильности «Рамзеса» являются правильно выбранные экономические приоритеты, мощная производственная база и целесообразная кадровая политика.



25 сентября - 2 октября 2005
Мраморный зал Российского Этнографического музея
Санкт-Петербург

VI МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС МОЛОДЫХ ДИЗАЙНЕРОВ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ “ОБРАЗ и ФОРМА”

Тема конкурса:
“Воздух в оправе”

Тридцать спиц соединены одной осью,
но имно пустота между ними составляет суть колеса.
Горшок лепят из глины,
но именно пустота в нем составляет суть горшка.
Дом строится из стен с окнами и дверями,
но именно пустота в нем составляет суть дома.
Общий принцип:
Материальное - полезно, нематериальное - суть бытия.

Воздух - невидимая материя, постоянно сопровождающая нашу жизнь. Свет, ветер, вода позволяют нам обнаружить его присутствие. Видя целиком каркасную структуру мы не задумываемся о прозрачной материи, заполняющую ее объем. Создайте ювелирное изделие, выделив пустоту равноправным элементом своей композиции, или поместите частичку воздуха в среду, способную обнаружить ее. Точно найденные линии, охватывающие воздушные формы, могут выявить созданный Вами образ.

Номинации конкурса

“Фантазия”

Категория А - ювелирное изделие
Категория В - макет изделия (пластик, бумага, кожа, др.)
Категория С - эскиз изделия, выполненный в компьютерной программе (внешний вид и три проекции)
Категория D - эскиз изделия, ярко выражающий идею проекта (Формат А4)

“Производство”

Категория А - ювелирное изделие
Категория В - макет изделия (пластик, бумага, кожа, др.)
Категория С - эскиз изделия, выполненный в компьютерной программе (внешний вид и три проекции)
Категория D - проект изделия (внешний вид и три проекции. Формат А4)

Категория С принимается по E-mail или на диске (TIFF, GPJ). Размер изображения 30x42 в векторных (если есть текст, то в кривых) либо растровых (300 точек на дюйм) программах. Дополнительно можно прислать работу в той программе, в которой она была разработана.

Участие в конкурсе бесплатное

К участию в конкурсе приглашаются художники до 35 лет
(принимаются работы выполненные за последний год)

Участники конкурсов 2000 - 2004 старше 35 лет могут принять участие в полуфинале конкурса
Заявки принимаются до 25 сентября

В жюри конкурса приглашены искусствоведы, педагоги и художники из России, Германии, США, Финляндии

 РУССКИЙ ЮВЕЛИР

ЮВЕЛИРНОЕ

Ювелирный мир

art×

Удачный
Shop
ring

Мир металла

 JEWELLERNET.RU
RUSSIAN JEWELRY NETWORK

PLATINUM

ЭКСПРЕСС-ЮВЕЛИР

МИР ПРАЗДНИКОВ
И ПОДАРКОВ

JEWELRY
BUSINESS BUSINESS
ЮВЕЛИРНЫЙ

Расписание работы конкурса:
25 сентября - прием работ;
26, 27 сентября - работа жюри;
26, 27, 28, 29 сентября - культурная программа;
30 сентября - финальное шоу, вручение наград;
29, 30, 1, 2 октября - выставка работ финалистов

Оргкомитет конкурса:
197110, Россия, Санкт-Петербург,
ул. Большая Зеленина 11/1, а/я 231
Тел/факс (812) 235-05-09, тел/факс (812) 140-74-51,
тел (812) 140-74-58; E-mail: Imageform@yandex.ru

Ювелирные произведения Сальвадора Дали: место и время

Перфильева И. Ю.

Значение ювелирных произведений Дали вряд ли кто-то мог бы сформулировать точнее, чем это сделал сам художник, хотя и иносказательно. Первое из «Десяти правил для тех, кто хочет стать художником», гласит «...Учись делать так, чтобы твоя кисть рождала золото и драгоценные камни»*.

Но проблема заключается в том, что сегодня можно назвать лишь несколько публикаций, посвящённых итогам развития ювелирного искусства в XX в., где упоминается имя художника и сделаны попытки определить его роль в этом процессе.

В 1985 г. в Нью-Йорке вышла книга английского критика Барбары Картлидж «Ювелирные украшения двадцатого века», подводящая итоги столетия, где имя Дали названо в ряду выдающихся художников XX столетия, которые в послевоенные 1940–1950-е гг. работают в сфере художественных ювелирных украшений. Автор книги, владелец известнейшей лондонской ювелирной галереи «Электрум», высоко оценивает значение ювелирных произведений Дали. Она отмечает, что, в отличие от Пабло Пикассо, Макса Эрнста, Александра Колдера и Жоржа Брака, занимавшихся ювелирным искусством время от времени, «Дали работает в этой области постоянно: его рисунки, осуществлённые высококвалифицированными ремесленниками, составляют важную часть его вклада в искусство вообще», — и далее: «Экстраординарная коллекция его сюрреалистических ювелирных изделий из

золота и драгоценных камней с механизмами, как бьющееся сердце, шокирует мир привычного ювелирного искусства своей дерзостью и экстравагантностью. Эти изделия открывают дорогу новому поколению художников-ювелиров, которые воспользуются этим выразительным средством как формой искусства»**. Однако известно, что ещё в начале 1940-х гг. проблему динамичного взаимодействия украшения с пространством первым артикулировал в кинетических ювелирных арт-объектах Александр Колдер. И, как показало время, именно его трактовка этой темы оказала решающее воздействие на определение вектора эволюции ювелирного искусства второй половины XX в. А Дали скорее использовал традицию изготовления механических игрушек для артикуляции «параноидально-критического» метода в ювелирных произведениях.

Кантал Бизот, автор статьи «Международное художественное движение в ювелирном дизайне», опубликованной в каталоге выставки «Искусство украшений и художники-ювелиры в XX веке» (март — июнь, 2001 г., Флоренция, Музей Серебра, Палаццо Питти), ограничивается упоминанием участия Дали в движении «художественные украшения»^{3*}, в то время как в отношении других: Армана, Цезара, Такиса, Пикассо, Дерена, Эрнста, Мэн Рэйя, Арпа, Колдера — даёт чёткие формулировки, противопоставляя их уникальное искусство высококачественному ремеслу ювелирных фирм.



1. Ив Танги, серьги.



2. Александр Колдер, серьги



3. Жорж Брак, брошь.

Несколько определённое по поводу ювелирных произведений Дали высказался немецкий историк Германн Шадт в книге «Искусство золотушников. 5000 лет украшений и посуды»: «Ювелирный дизайн испанского живописца Сальвадора Дали иллюстрирует соединение различных сфер его интересов: что пространство совокупных живописных концепций может быть трансформировано в украшение...»^{4*} Здесь, по существу, предлагается принципиально иная исследовательская позиция, основанная на изучении предмета — ювелирных произведений Дали — не в контексте мировых тенденций в ювелирном искусстве середины и второй половины XX в., а в контексте его творчества. И она представляется более справедливой. Неоднократно отмеченная исследователями уникальность и асоциальность личности Дали-живописца не допускала слияния с какими-либо движениями и направлениями, в которых он участвовал, и потому не располагала к продолжению или дальнейшему развитию его идей и концепций.

Впервые Дали обращается к ювелирному искусству, находясь в США между 1942 и 1944 г., когда совместно с Домом Вердур создаёт драгоценности, навеянные «общей ностальгией по Возрождению». Здесь в военные годы, с одной стороны, продолжает господствовать «стиль выскочек» (cocktail style). С другой — сложились благоприятные условия для реализации оригинальных творческих концепций в модернизации предметного мира, принесённые художниками-эмигрантами из Европы. В ювелирном искусстве это выразилось в переориентации бижутерии как дешёвых реплик модных драгоценностей на поиски новых форм. Отсутствие актуальных идей в традиционных украшениях и неясные очертания ювелирных новаций не оставляли художникам иного пути, как опираться на собственный авторский метод. Так поступали Ив Танги, Александр Колдер, Жорж Брак (илл. 1, 2, 3). Так поступил и Дали.

Сама атмосфера художественной культуры США этих лет создавала благодатную почву для чрезвычайного расширения диапазона интересов художника.

В воюющей Европе эксперименты в ювелирном деле были немислимы. В течение

всех этих лет производство драгоценностей как предметов роскоши облагалось высокими налогами.

В послевоенные годы особым спросом в Европе пользовались украшения, выполненные в традиционном дизайне. Они в наибольшей мере отвечали преобладающим в обществе стремлениям восстановить разрушенный войной размеренный ритм жизни (илл. 4).

Ситуация начинает меняться только в конце 1940-х гг., когда завершается период «празднования мира» и потребность в переменах возникает в наиболее консервативных «малых искусствах».

Ювелирные произведения Дали конца 1940-х гг. — это овеществлённое развитие его живописных образов. Исследователи не раз отмечали, что из картин Дали нельзя выбросить ни одной детали^{5*}. Но важно и то, что они буквально насыщены художественными афоризмами, ставшими знаковыми символами XX в. Их много и охотно цитируют и сегодня. Но первым стал сам художник.

В 1949 г. была создана брошь «Постоянство Памяти» (илл. 5). Однако данному произведению из золота и бриллиантов предшествовало живописное полотно 1931 г. (илл. 6). Между этими датами лежит эпоха, её предчувствие, годы «жизни в американском изгнании», возвращение в разорённую войной Европу. Различия трактовки темы «до» и «после» войны, в живописном и ювелирном произведениях открывают диапазон её охвата художником — от философских размышлений до житейских переживаний.

В живописной версии образ рождается не столько из самих предметов-символов, сколько из контекста их диалогов. Отсутствие действия восполняется антропоморфным образом дерева, сухой сук которого, несущий бессильно повисший на нём циферблат часов, прочитывается как призывный жест, как мольба.

В ювелирном произведении трактовка образа «времени» принципиально изменяется. Происходит перестановка эмоциональных акцентов. Старое, кривое, но расцветшее листвою дерево утрачивает антропоморфные черты и, как следствие, способность к диалогу. Оно самодостаточно в своём исчерпывающем натурализме. Часы, напротив, подчёркнуто стилизованы. Для



4. Картье, брошь, 1949 г.



5. Сальвадор Дали, «Постоянство памяти», брошь, 1949 г.



6. Сальвадор Дали, «Постоянство памяти», 1931 г.



7. Сальвадор Дали, «Глаз времени», часы-брошь, 1949 (1951?) г.

усиления эффекта мягкости и текучести их формы художник дополняет образ кокетливой каплевидной подвеской и даже как будто под воздействием порыва ветра чуть отклоняет их от вертикальной оси. Но этот приём не оживляет образ «времени». Красноречивее других деталей украшения — факсимиле автора. Хотя оно и поставлено на оборотной стороне часов, но хорошо видно в самом центре композиции. Это, по-видимому, привычка живописца и одновременно дань возросшему на рубеже 1940—1950-х гг. спросу на художественные ювелирные изделия. Ранее художники-ювелиры также ставили на изделия свои подписи, но всегда на оборотной стороне. Теперь же украшение от Дали, как и от других великих мастеров, стали знаками принадлежности к избранным, и это обрело особый смысл.

Позднее, в своём дневнике за сентябрь 1958 г. (Порт-Лигат, 1-е) Дали расскажет об этом так: «...Только я было направляюсь, чтобы наконец присесть, как меня вызывают к соседнему столу, где спрашивают, не соглашусь ли я сделать яйцо из эмали в стиле Фаберже»^{6*}. По-видимому, заказчик был фигурой достаточно значительной, чтобы Сальвадор Дали подошёл к его столу, а значит, вполне мог позволить себе купить подлинное произведение от Фаберже. Но в том-то и дело, что ему нужно было ювелирное произведение не от известного ювелира, а от известного художника.

Следующее десятилетие стало особенно плодотворным для Дали-ювелира. В этот период он создал свои самые известные произведения — брошь-часы «Глаз времени», «Рубиновое сердце», брошь «Рубиновые губы». Композиции 1950-х гг. постепенно обретают некую цельность, что косвенно подтверждается их относительной самостоятельностью. Относительной, потому что первоначально идеи всё же реализуются в живописи; не столь буквально, как в 1940-х, репродуцируются в ювелирных изделиях.

Созданию броши-часов «Глаз времени» (илл. 7) (1949 или 1951) предшествовала уже не конкретная живописная композиция, а многообразно разработанная художником тема «видения». Наиболее важной в этом ряду представляется картина 1940 г. «Три возраста» (илл. 8), где одним из важнейших композиционных элементов является

взгляд — незрелость юности, сосредоточенность зрелости и прозрение старости, видящей одновременно и начало и конец. В ювелирном изделии все стадии «расширенного до бесконечности смысла» живописного произведения аккумулированы в символическом знаке времени — часах, заключённых в зрачок глаза, не без изящества очерченного бриллиантами в оправе «pave». Следуя «параноидально-критическому методу», художник конкретизирует образ эмоционально насыщенными деталями. Тревожную ноту вносит рубиновый кабошон слёзного мешка. «Слезка» больше напоминает простейший живой организм, в котором сублимировалось нечто, исторгнутое синей бездной «Глаза времени». Возможно, это далианский метафизический образ разрушения бинарности восприятия мира, его гармонии.

В ещё большей степени развитие произведения прикладного искусства как «пластической философской метафоры», по определению Е. В. Завадской^{7*}, отразилось в сюрреалистическом объекте «Рубиновое сердце», 1953 (илл. 9).

Его рождению, по версии Дали, предшествовала история, записанная им в дневнике за сентябрь 1958 г.: «...Желая отблагодарить Галу за взрывчатое гранатовое яблоко, я повторил:

— Что ты хочешь, сердце моё? Чего ты желаешь, сердце моё?

И она ответила новым подарком для меня:

— Бьющееся сердце из рубина!»^{8*}

Этому диалогу предшествовал другой подарок Галы — шкатулка для «взрывчатого гранатового яблока»^{9*}. Все упомянутые элементы присутствуют в этом ювелирном произведении. Причём натурный мотив «бьющегося сердца» как бы «взрывает» изнутри его символическое изображение. Венчает композицию корона Елизаветы II, вступившей на британский престол в 1952 г.^{10*} Сочетание символов-знаков определяет смысл созданного предмета — девиз монарха «Единение чувства, разума и долга».

Брошь «Рубиновые губы с зубами как жемчуг», 1958 (илл. 10) создана Дали для актрисы Полетт Годар^{11*}. Этот чувственный образ не оставался художника на протяжении десятилетий. Сначала он появился



8. Сальвадор Дали, «Три возраста», 1940 г.



9. Сальвадор Дали, «Рубиновое сердце», 1953 г.



10. Сальвадор Дали, «Рубиновые губы с зубами как жемчуг», брошь, 1958 г.



11. Фридрих Беккер, 1958 г.

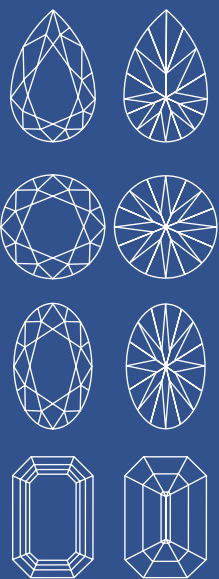


ЮВЕЛИРНЫЕ КАМНИ. ЛЮБЫЕ. ВСЕГДА

111250, Россия, Москва,
Красноказарменная ул., 12
тел.: (095) 981-0555 (многоканальный)
факс: (095) 362-5325
e-mail: info@crystalit.net

156000, Россия, г. Кострома,
ул. Советская, 134/10
тел.: (0942) 32-12-81
факс: (0942) 32-55-62
e-mail kostroma@crystalit.ru

157940, Россия, Костромская обл.,
пгт. Красное-на-Волге,
ул. Луначарского, 2А, ТД «Метро»
тел.: (09432) 2-10-83



КАЧЕСТВО

в живописном портрете Мэй Вест 1934–1936 гг. Затем, в начале 1970-х, в интерьере одной из комнат его дома в Фигерасе в виде сюрреалистической пластики.

Брошь находится между живописной и скульптурной версиями. И она показывает, в каком направлении происходили перемены в этой сфере творчества художника. «Вялый» силуэт натурального мотива «губ» и определённая двусмысленность в расположении зубов-жемчужин, как бы перекачивающихся во рту, своеобразно «примиряются» улыбкой-оскалом. Здесь смысл рождается не только из сочетания форм, но и из их взаимодействия.

Художник как будто иронизирует по поводу желания определённой публики соблудности единство неординарности художественной идеи и вполне буржуазной формы её реализации в драгоценных материалах.

В Европе, как указывает Германн Шадт, демонстрация ювелирных произведений Дали впервые состоялась в 1971 г. Автор сообщает, что «...его работы часто осмеивались как китч, тем не менее сегодня ситуация меняется на более справедливую, и эти произведения могут быть определены как особое выражение сюрреализма, который может рассматриваться как одно из важных художественных движений XX века»^{12*}. Действительно, это подтверждают выставки последнего времени — выставка 1986 г. в Токио и экспозиция ювелирных произведений в Фигерасе. Но это не объясняет, почему работы были так агрессивно приняты в Европе в начале 1970-х гг.

А причина, по-видимому, в изменении обстоятельств. Когда Дали создавал свои ювелирные украшения, мастера-ювелиры не смели претендовать на такое признание. Но на рубеже 1960–1970-х гг. творческие процессы здесь значительно активизировались. Ювелирное дело окончательно дифференцировалось на производство драгоценностей и авторское искусство со своими лидерами (илл. 12, 13, 14, 15). Поэтому живописные в своей основе сюрреалистические ювелирные произведения Дали художникам-ювелирам 1970-х, разрабатывающим конструктивно-пластическое направление, были чужды.

В своём максимализме они упустили, что в послевоенные годы Дали и другие

известные художники были первыми, кто стал рассматривать ювелирные украшения как сферу творчества, обращённую к частной жизни, а не только как драгоценность. Выставки ювелирных произведений Дали в 1960 г. в Фонде Оуэна Читхэма в Нью-Йорке^{13*} и Брака в 1963 г. в Музее Декоративного искусства в Париже^{14*} были первыми, посвящёнными «искусству драгоценностей». И тогда они создали условия, необходимые для дальнейшей трансформации ювелирного дела из художественного ремесла в высокое искусство.

* Дали С. Пятьдесят волшебных секретов. Англ. яз., 1948. Франц. яз., Лозанна, 1974.

** Carlidge B. Twentieth-century Jewelry. New York, 1985. P. 74.

^{3*} Bizot C. International Artists Turn to Jewelry Design // The Art of Jewelry and Artists Jewels in the 20-th Century. Firenze, 2001. P. 272.

^{4*} Schadt H. 1940-s–1960-s. Old Masters and New Beginning, Art Jewelry. Goldsmith's Art. 5000 Years of Jewelry and Holloware. Stuttgart, New York, 1996. P. 192.

^{5*} Якимович А. К. Сюрреализм и Сальвадор Дали [Предисловие] // Сальвадор Дали. Дневник одного гения. М., 1991. С. 9.

^{6*} Сальвадор Дали. Дневник одного гения. М., 1991. С. 201.

^{7*} Завадская Е. В. Сальвадор Дали [20 век: художник и мир]. М., 1992. С. 13.

^{8*} Сальвадор Дали. Дневник одного гения. М., 1991. С. 206.

^{9*} Указ. соч. С. 205.

^{10*} Carlidge B. Указ. соч. С. 82.

^{11*} The Art of Jewelry and Artists Jewels in the 20-th Century. Firenze, 2001. С. 289.

^{12*} Schadt H. Goldsmith's Art. 5000 Years of Jewelry and Holloware. Stuttgart, New York, 1996. P. 192–193.

^{13*} Dali. A Study of his Art-in-Jewel, Coll. Owen Cheatham Foundation 1959. Greenwich (Connecticut), 1959.

^{14*} International Artists Turn to Jewelry Design // The Art of Jewelry and Artists Jewels in the 20-th Century. Firenze, 2001. P. 273.



12. Эмми Ван Леерзум, 1958 г.



13. Бруно Мартинацци, 1969 г.



14. Райнхольд Райлинг, 1964 г.



15. Антон Цепка, 1969 г.

Украшения
для
обольщения!

Pt



Филиал в Москве:
(095) 783-54-92, 785-66-61

Дилеры:

Москва:
ООО «ТД «Севлэконтраст»
(095) 953-66-62, 953-37-38
ООО «ТД «Кама Сп»
(095) 777-10-87
ООО «Русская платиновая
компания»
(095) 517-74-45, 783-52-20
ООО «Корона плюс»
(095) 783-84-32

Красноярск:
ООО ТПК «Русские алмазы»
(3912) 221-466, 221-468

Новосибирск:
ООО «Компани ИФК»
(3832) 51-53-34, 55-66-50,
55-80-95

Улан-Удэ:
ЗАО ТПК «Сибирь-Ювелир»
(2012) 49-50-88, 46-46-08

Екатеринбург:
ИП Ленок (343) 371-21-04

Хабаровск:
ЧП Швацман
(4212) 22-75-65, 21-46-71

Кострома:
ООО «ТД «Золотая линия»
(0942) 31-89-81

Ростовская область,
г. Батайск:
ООО «Дизайнмет»
(86354) 5-10-12,
18632) 48-95-87

**Официальные
представители:**

Украина:
ООО «Центрум Трейд»
(38044) 206-36-85,
206-36-66, 206-36-67

Эстония:
АБ «Сентрум»
(3726) 459-100, 443-526



КРАСЦВЕТМЕТ

ОАО «Красцветмет»

Россия, 650027, г. Красноярск,

Транспортный проезд, 1,

тел. (3912) 64-20-33, 59-32-63;

факс (3912) 64-29-03, 62-94-14,

e-mail: info@krifmp.ru, www.krifmp.ru

ПЛАТИНА-2005

Компания «Джонсон Матти» выпустила очередной ежегодный обзор спроса и предложения на рынке металлов платиновой группы «ПЛАТИНА-2005».

Цена на платину в 2005 г. стабилизируется в связи со сбалансированными в целом спросом и предложением. Рост промышленного спроса и спроса на ювелирную продукцию вряд ли приведёт к повышению цены на палладий, так как продолжает сохраняться избыточное предложение.

Согласно данному обзору, в прошлом, 2004 г., рынок платины был в целом сбалансированным, и такое положение сохранится в нынешнем году. В условиях ожидаемого умеренного повышения как спроса, так и предложения, цена на платину, вероятно, будет сохраняться на достигнутом в последнее время уровне. Цена на палладий, несмотря на значительное увеличение использования этого металла в 2004 г. в ювелирных изделиях, автокатализаторах и инвестиционной продукции, по-видимому, не будет повышаться в связи с избыточным предложением.

Спрос на платину в 2004 г. увеличивается менее чем на 1% второй год подряд; прирост составил лишь 1,6 т до 204,7 т. Первичное предложение увеличилось на 9,4 т до 202,2 т, при этом производство в Южной Африке превысило 156 т, в результате дефицит предложения сократился до 2,5 т.

Промышленный спрос на платину возрос на 11% до 47,6 т, в основном благодаря увеличению производства жидкокристаллического стекла в Азии. В то же время спрос на ювелирную продукцию упал на 12% до 68,4 т. Ювелиры Китая сократили закупки до 31,4 т, отреагиро-

вав на высокий уровень и колебания цен в марте и апреле 2004 г., когда цена на платину достигла \$937 за тр. унц.

Ожидается, что предложение платины в 2005 г. увеличится, однако меньше, чем в прошлом году, в основном в связи с пересмотром в сторону понижения производственных планов южноафриканской компании «Англо Платинум». Вероятно дальнейшее увеличение спроса со стороны автомобильной промышленности и индустриального сектора. Объёмы закупок китайскими ювелирами с начала 2005 г. указывают на то, что спрос на платиновые ювелирные изделия в Китае сохранится на уровне прошлого года; в этом случае рынок платины в целом будет сбалансированным.

Такое развитие событий предполагает, что в 2005 г. котировки на платину будут оставаться на уровне первого квартала текущего года, когда средняя цена составляла \$864 за тр. унц. Однако, как и в 2004 г., активность хеджевых фондов и других инвесторов, определяемая в том числе их реакцией на движение курсов валют, может иметь доминирующее влияние на цену. Специалисты «Джонсон Матти» ожидают, что в ближайшие 6 месяцев цена на платину будет колебаться в пределах \$830–930 за тр. унц.

В 2004 г. наблюдался резкий рост спроса на палладий — на 22% или 36,7 т до 205,3 т. Более половины этого спроса пришлось на ювелирный сектор, чему способствовало развитие производства палладиевых ювелирных изделий в Китае.

Спрос в ювелирной промышленности возрос почти в 4 раза до 28,6 т, из которых

21,8 т пришлось на Китай. Производители и розничная ювелирная торговля смогли увеличить прибыли за счёт реализации палладиевых ювелирных изделий, удовлетворяя желания потребителей, которые не могут позволить себе покупать платину, но хотят приобрести ювелирные изделия из редкого белого металла. Однако увеличение спроса было практически удовлетворено повышением предложения за счёт производства в Южной Африке и Северной Америки, реализации российского металла из складских запасов и утилизации палладия из отработанных автокатализаторов. Общий объём предложения увеличился на 18% до 237 т, и на палладиевом рынке наблюдалось рекордное избыточное предложение в 31,7 т.

Цена на палладий в связи с активностью хеджевых фондов достигла \$333 в апреле 2004 г., однако упала до \$178 в декабре. В условиях, когда производство и складские запасы палладия более чем достаточны для удовлетворения спроса, перспективы дальнейшего повышения цены на этот металл представляются маловероятными, если только не будет наблюдаться дальнейшая закупка металла в спекулятивных целях. В ближайшие 6 месяцев «Джонсон Матти» ожидает, что цена на палладий будет колебаться в пределах \$160–230 за тр. унц.

Обзор «Джонсон Матти» признан во всём мире как основной источник информации о металлах платиновой группы и распространяется бесплатно. С ним можно подробно ознакомиться на сайте: www.platinum.matthey.com/publications

За дополнительной информацией
обращаться:

Майкл Стил	+44 20 7269 8282
Джеремии Кумбс	+44 20 7269 8281
Том Кендалл	+44 20 7269 8264

Московское представительство
«Джонсон Матти»

Михаил Пискулов 095 101 21 00



«Дух платины»

Платиновая гильдия Германии осенью 2004 г. объявила о проведении конкурса «Дух платины», в котором приняли участие дизайнеры из Германии, Австрии и Швейцарии. В итоге по результатам конкурса в 2005 г. победителями стали трое: Лиз Графе из Шверте (Германия) за платиновый глобус «Голубая планета» — первое место, Маркус Брюггер из Вассербурга (Германия) за платиновое кольцо «Капелька» — второе место, Режина Брандт из Эгга (Швейцария) за мужской платиновый браслет «Равновесие». Имена победителей были названы на ярмарке Inhorgenta в Мюнхене, в феврале 2005 г.

Целью 165 участников конкурса было создание ювелирного изделия, символизирующего симбиоз платины и воды, поскольку, согласно многочисленным опросам среди потребителей, выяснилось, что большинство людей ассоциируют платину, как чистый и прохладный металл, именно со стихией воды. Это непростая задача — ведь платина достаточно тяжела, а потому необходимы мастерство и воображение, чтобы создать из неё объект, который выглядел бы лёгким и текучим, словно вода.

Основными критериями конкурса были следующие: изделие должно быть функциональным, оно должно привлекать внимание и исполнить его нужно из чистой платины. Победительница конкурса Лиз Графе нашла оригинальное решение: глобус^[1] размером 6 см состоит из 211,1 грамма драгоценной платины и представляет Мировой океан. Войлочный шарик внутри глобуса контрастирует с голубоватым сиянием «океана», символизируя континенты. Усыпанный бриллиантами обруч, опоясывающий глобус, обозначает линию экватора. Голубая планета, какой она выглядит из космоса, кажется именно такой благодаря воде, дарующей жизнь. И произведение Лиз Графе основано на идее чистого сияния платины, действительно напоминающей здесь водную гладь.

Маркус Брюггер увидел симбиоз платины и воды в ином: капля — главный базовый элемент воды, который мы воспринимаем в нашем мире, подчиняющемся законам гравитации. Кольцо «Капелька»^[2] на пальце принимает то направление, в котором потекла бы капля настоящей воды. Возникает иллюзия, что вы смотрите сквозь прозрачную каплю.

Режина Брандт отдаёт должное современному мужчине, который готов украшать себя и находит в этом удовольствие. Её мужской браслет «Равновесие»^[3] включает в себя уникальный элемент: спиртовой уровень с бесцветной жидкостью. Эта, казалось бы, сугубо техническая деталь придаёт браслету энергию и лаконизм, характерные для мужских украшений.

[1]



PLATINUM





Компания LAURENTIA основана в начале 1980-х годов в Италии. Смешение европейского стиля и восточного колорита сделало изделия компании LAURENTIA популярными в Чехии, Италии, США, Индии, Японии, на Ближнем Востоке, а теперь и в России.

Корпорация «ДИВА» является эксклюзивным представителем компании LAURENTIA на российском рынке.

Тел. (812)252-25-08, факс. (812)786-08-00
e-mail: diva@mail.wplus.net
www.diva-jew.spb.ru

LAURENTIA
GIOIELLI





194044 С-Петербург
Зеленков переулок, д.7А, литер Д
тел/факс (812) 346-67-25 (26, 27, 28, 29, 30, 31)
e-mail: kabukaev@inbox.ru


КРАСЦВЕТМЕТ
Официальный дилер
завода «Красцветмет»
ООО «Ювелиры Северной Столицы»
предлагает по ценам завода
цели из золота 585° и 750°

Золотов

Предлагает ювелирные изделия Костромской фабрики «Топаз», ТД «Золотой Орел», «Золотов», «Диамант» и других российских производителей по ценам поставщиков.

ПЛАТИНА — САМЫЙ ТЕХНОЛОГИЧНЫЙ И ПРЕКРАСНЫЙ ИЗ ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ

Когда речь идет о платине, уместна лишь превосходная степень. Это редчайший и самый тяжёлый из драгоценных металлов, он устойчив к нагреванию и воздействию кислот, не подвержен деформациям, механическим повреждениям и коррозии, а также обладает гипоаллергенными свойствами. И при этом не стоит забывать о благородном блеске и белоснежной чистоте этого металла. Платину по праву можно назвать идеальным материалом для современных качественных и элегантных часов.



A. Lange & Söhne

Double Split

Немецкая фирма A. Lange & Söhne создала уникальный хронограф: впервые представлены наручные часы с двойной шкалой времени, позволяющие с предельной точностью вести подсчёт как минут, так и секунд одновременно, и снабжённые механизмом возврата к исходной точке. До сих пор подсчёт секунд происходил в несколько циклов с продолжительностью в одну минуту. Система Double Split позволяет преодолеть эту трудность и вести счёт до 30 минут. В качестве эксклюзивного материала для такого технологически совершенного изделия была выбрана платина.



Audemars Piguet

Для этой модели характерен модернистский подход к дизайну и производству, а также оригинальное сочетание «вечного календаря» со шкалой мирового времени по 24 часовым поясам. Сияющий платиновый корпус контрастирует с синевой и серебром циферблата, а исключительно плоский механизм (всего 4 мм, включая все структурные элементы) обеспечивает работу ротационного диска. Часы включают четыре циферблата, составляющие вместе необычную, напоминающую глобус, форму.



Blancpain

Этот бренд является жемчужиной в короне The Swatch Group, поскольку включает исключительно сложные часы. На этот раз компания представляет необычное изделие, не имеющее сегодня аналогов. Equation Marchante был переделан так, чтобы подходить для наручных часов, но сохранить все традиционные элементы этой старинной системы, которая видна сквозь небольшое окошко. Серия состоит из 50 экземпляров часов в элегантном платиновом корпусе подчёркнуто современного дизайна. Часы имеют «вечный календарь», показывают фазы Луны и имеют индикатор запаса энергии.



Breguet

Фирма носит имя основателя — великого Абрахама-Луи Бреге (1747—1823), стиль которого неуклонно сохраняется на протяжении веков. Этот бренд известен почтительным отношением к традициям и безупречным качеством механизмов. Доказательством этого служит и модель Classique Grande Complication, созданная в виде серии всего из семи экземпляров в платиновом корпусе. Часы включают все системы, характерные для своего класса, а их эстетика позволяет безошибочно, с первого взгляда узнать производителя.



Bulgari

Фирма является одним из лидеров не только в производстве часов и ювелирных украшений, но и в области парфюмерии, модных аксессуаров и предметов домашнего обихода. Её главный лозунг: «Made in Italy». Bulgari была основана римской семьёй, имя которой сохранилось в названии фирмы. Однако часть производства, связанная с часами (около 30% бизнеса), носит марку Swiss Made. Компания занимает третье место в мире по объёму выпуска престижных часов (после Rolex и Cartier).

Новинкой сезона стали часы Tourbillon, выпущенные ограниченной серией. Платиновый корпус, традиционная круглая форма, крупные арабские цифры — всё это делает часы строгими и универсальными, уместными с любым костюмом и в любой ситуации.



Cartier

Модель Chinoise от Cartier соединяет красоту платины с сиянием бриллиантов в элегантном, классическом стиле, типичном для коллекции Tank. Эти часы изготовлены для наиболее изысканной и утончённой части женской аудитории — не только благодаря применению самых драгоценных материалов, но и учитывая эстетику и тонкий вкус таких клиентов. Tank Chinoise — не просто украшение, это настоящие, точные и качественные часы в стиле Арт Деко (именно в тот период появилась на рынке первая модель коллекции Tank). Часы удачно дополнены браслетом из крокодиловой кожи с застёжкой из белого золота.

Другая модель коллекции — Tank Squelette — сразу привлекает внимание. Это образец эксклюзивной серии высшего качества, сочетающий платиновый корпус со «скелетом»: прозрачной крышкой, сквозь которую видна работа механизма, состоящего из 153 элементов и включающего 19 рубинов. Чистые линии в стиле Арт Деко делают эту модель подчёркнуто элегантной.



Chopard

Модель L.U.C. 4R — одна из четырёх наиболее важных новинок Chopard, выпускаемая на фабрике Le Florier. Один из вариантов представлен в платиновом корпусе. Циферблат, выполненный в технике гильоше, удачно сочетается с классическим силуэтом часов. Модель включает календарь, дополнительную шкалу для параллельного времени, а продуманный дизайн делает часы не только красивыми, но и практичными.



F. P. Journe

Латинская надпись «Invenit et Fecit» (изобретение и творчество) на циферблате этих часов многое говорит о данном бренде и об отношении фирмы к своему делу. Фраза принадлежит гуманистической культуре, в которой искусство и наука удачно сосуществовали, а один человек мог совмещать в своей деятельности оба направления. В данном случае уместно говорить о слиянии искусства и точного расчёта: круглый платиновый хронометр с золотыми стрелками и смещёнными шкалами циферблата обладает также календарём, указателем фаз Луны и служит как полезным прибором, так и признаком роскоши и отличного вкуса.



Girard-Perregaux

Один из лучших производителей швейцарских часов, компания Girard-Perregaux предлагает новинку из платины: хронограф высшего класса, ручной сборки, снабжённый системой учета мирового времени. Чёрный циферблат с двухцветным дисплеем, показывающим смену дня и ночи, имеющий подвижный диск, привлекает внимание элегантной строгостью. Он организован так, чтобы клиент легко считывал информацию и получал эстетическое удовольствие от соприкосновения с отличной вещью. Механизм автозавода делает эти часы ещё более практичными и удобными.



Franck Muller

Для компании Franck Muller использование платины не является новшеством, хотя предпочтение этому драгоценному металлу отдаётся в мужских сериях. Теперь фирма предлагает не только мужественную твёрдость, но и роскошь женского украшения. Платина придаёт часам дополнительную прочность, а новая модель Long Island Crazy Color Dreams является оригинальным решением — сумасшедшего, торопливого, яркого времени как знака нашей эпохи. Нерегулярное, странное расположение цифр кажется хаотичным лишь на первый взгляд: стрелка безошибочно находит нужную цифру, следуя последовательности хода времени! Бриллианты придают этим неожиданным часам гламурность и шик, а нежная эмаль-гильоше — оттенок классики.



ювелирное производство
Гелиос
 г. Таганрог 347927
 Поляковское шоссе, 10
 тел.: (8634) 64-26-59

КОСТРОМАЮВЕЛИР

Предприятие специализируется на производстве ювелирных изделий с драгоценными камнями. Опыт костромской ювелирной школы в сочетании с современными технологиями производства позволяют создать как классические изделия, так и эксклюзивные украшения по Вашему вкусу. За 10 лет работы мы зарекомендовали себя как надёжный партнёр для представителей многих регионов России. Будем искренне рады сотрудничеству.



КОСТРОМАЮВЕЛИР, ООО
 156001, г. Кострома,
 ул. Московская, д. 51
 тел./факс: (0942) 33-24-21;
 33-24-41; 33-29-52
kostromajewellir@yandex.ru
tat-korobova@yandex.ru

АЛМАЗ ХОЛДИНГ



В последний день весны и в день рождения знаменитого ювелира К. Фаберже — 30 мая состоялась церемония открытия нового фирменного магазина компании «Алмаз-Холдинг». Торжественное мероприятие прошло в неофициальной деловой обстановке. Буквально сразу после окончания церемонии в торговый зал вошли первые посетители.

Ювелирный салон на Большом проспекте Петроградской стороны, дом 41 стал вторым фирменным салоном компании в Санкт-Петербурге (первый располагается на Васильевском острове).

Помимо ювелирных изделий собственного производства в салоне «Алмаз-Холдинг» можно приобрести украшения ведущих российских производителей, а также бижутерию известной марки Parisien. По замыслу устроителей, салон станет не только магазином розничной торговли, но и региональным оптовым центром компании «Алмаз-Холдинг», приглашающим к сотрудничеству петербургские торговые организации.

Адрес: г. Санкт-Петербург, Большой пр. П. С., 41
Тел. +7 901 300 93 53



Harry Winston

Нью-йоркская компания Harry Winston с 1932 г. по праву считается одной из ведущих ювелирных фирм Америки, а сегодня — и мира. Серии часов стали важной частью производства. Наручные часы этого бренда носили Кэтрин Хэпбёрн и Элизабет Тейлор, представители королевского дома Виндзоров. Безусловно, это стало возможным благодаря сочетанию смелого дизайна и классических традиций швейцарского часового производства (именно там делают все механизмы). Компания предлагает модель Opus 4, созданную в сотрудничестве с Christophe Claret. Платиновый корпус может поворачиваться на 180 градусов, оптимизируя использование различных функций этого совершенного устройства, снабжённого, помимо традиционных параметров хронографа, и системой Tourbillon.



IWC-International Watch Company

Традиционные часы, «усложнённые» механизмом «вечного календаря» и индикатором фаз Луны, существуют как в золоте (жёлтом и розовом), так и в платине (в количестве 250 экземпляров). Все функции четырёх рабочих циферблатов представлены наглядно и ясно, что доставляет удобство и удовольствие владельцу таких часов, причём фазы Луны можно определить и для восточного, и для западного полушария.



Jaeger-LeCoultre

Сочетание драгоценнейшего из всех металлов и совершенной системы Tourbillon — вот определение эксклюзивной модели Reverso, выпущенной тиражом 500 экземпляров. Сегодня эти часы стали легендой. Новый вариант включает систему «скелетон» — возможность наблюдать за работой механизма сквозь прозрачную крышку. Оригинальная форма, золотые стрелки в сочетании с платиновым корпусом, высшее качество всех элементов и сборки дают фирме основания для гордости, а владельцу обещают истинное удовольствие.



Louis Vuitton

Знаменитая французская фирма Louis Vuitton представляет эксклюзивные часы с системой Tourbillon. Столь высокий уровень технического совершенства — неожиданный и весьма приятный сюрприз от модной компании, всегда уделявшей основное внимание дизайну и эстетике своих изделий. Механизм для часов изготовлен в Швейцарии, но замысел принадлежит Louis Vuitton. Новая модель Tourbillon Tambour Monogram имеет платиновый вариант с двумя прозрачными крышками: со стороны циферблата и снизу. Золотые стрелки, по форме напоминающие мечи, изящно скользят над «открытым» механизмом, что придаёт часам стильный и экстравагантный облик.



Patek Philippe

Женевская компания, основанная в 1839 г., давно стала символом дорогих и элегантных часов высшего класса. Она уделяет внимание как эстетике, так и точности хода, смело пускаясь в поиски новых форм и устройств. Бренд легко узнаваем по стилизованному швейцарскому кресту Калатрава. Компания выпускает разнообразные модели: от типичных Арт Деко до модернистских подводных хронометров. Модель Calatrava впервые появилась в 1930 г. и с тех пор подвергалась разнообразным вариациям. Новая версия из платины подчёркивает элегантность и амбициозность этих часов благодаря контрасту сияющего белого металла и чёрного циферблата с золотыми элементами. Это торжество классики и в то же время образец тонкого вкуса и ощущения современности — именно то, что наиболее востребовано сегодня состоятельными клиентами.

Rolex

Само слово Rolex давно превратилось в универсальное наименование часов. Имя это знакомо практически каждому, независимо от страны и возраста. Компания, расположенная в Женеве, постоянно совершенствует свои модели, сохраняя престижность бренда, несмотря на копирование и бесконечное стремление изготовить подделки. Настоящий Rolex — это истинная драгоценность. Единство технических и эстетических параметров — закон компании. Новинки сезона — интересные варианты классической модели Cellini, спортивные часы серии Oyster, которые стали образцом продукции Rolex. Особое место занимает вариант в платиновом корпусе, существующий наравне с часами в белом и цветном (жёлтое и розовое) золоте с браслетом из крокодиловой кожи. Строгость и элегантная простота облика делают эти часы символом безупречного вкуса.



Tiffany & Co.

Прошло уже много времени с тех пор, как в 1837 г. Чарльз Льюис Тиффани дал имя своей компании, расположенной в Нью-Йорке по адресу Бродвей, 259. Этот американский бренд стал синонимом изящества и красоты стиля модерн, подарив имя американскому варианту этого стиля. В XX в. компания обратилась к работе с платиной, причём в 1926 г. именно стандарт Тиффани был принят в США за государственный эталон сплава платины (950/1000). В 1940 г. компания торжественно переехала на Пятую авеню в Нью-Йорке — в здание, которое до сих пор считают выдающимся памятником архитектуры в стиле Арт Деко. Часы от Тиффани — это ещё один компонент элегантного образа жизни, важный элемент безупречного стиля. 150-летие работы Tiffany & Co. отметили на часовом рынке в 2002 г. Сегодня компания предлагает новый каталог часов в платиновом корпусе характерной бочкообразной формы с бриллиантами в 1,92 карата.



Ulysse Nardin

Опыт компании Ulysse Nardin и талант дизайнеров и часовых дел мастеров позволяют этому бренду оставаться в верхней части списка лучших из лучших. Часы этой компании соответствуют высшим стандартам качества. Фирма производит специализированные часы для навигаторов и спортсменов, а в производстве хронографов ей найдется не много равных. Хороший резервный запас энергии и простота считывания информации делают часы и хронографы от Ulysse Nardin практичными и потому особо привлекательными. Новая модель в платиновом корпусе выпущена в количестве 99 экземпляров и имеет защитный футляр с механизмом подзавода. Tellurium Johannes Kepler показывает вращение Земли и Луны, а Planetarium Copernicus демонстрирует геоцентрическую и гелиоцентрическую концепции Вселенной, в то время как Astrolabium Galileo Galilei указывает высоту и направление звёзд над линией горизонта.



Vacheron Constantin

Изыщество и элегантность являются самыми заметными чертами классических моделей от Vacheron Constantin, а графическая чёткость всех деталей циферблата делает часы предельно практичными и удобными. От простых моделей до сложных часов с большим количеством функций — все изделия фирмы соответствуют указанным выше параметрам. Эта старинная компания (Vacheron Constantin сегодня является частью Richemont Group, но основана была в Женеве в 1755 г.) обратилась и к работе с платиной. Новая модель, выпущенная тиражом 100 экземпляров, имеет дополнительные серии из белого и жёлтого золота, не имеющие ограничений по количеству. Квадратная форма часов и тёмно-серый цвет циферблата подчёркивают строгость дизайна. Механизм автозавода удачно дополняет сложную структуру часов, имеющих целый ряд дополнительных функций: календарь, индикатор фаз Луны.

ЭФФЕКТИВНОЕ РЕШЕНИЕ ОФОРМЛЕНИЯ ЮВЕЛИРНЫХ ВИТРИН

• СОВРЕМЕННЫЙ ДИЗАЙН • ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ • СО СКЛАДА И НА ЗАКАЗ • ОТПРАВКА В РЕГИОНЫ



125252, Москва, ул. Зорге, 10. тел./факс (095) 943-23-01, 195-91-11
e-mail: option-s@mtu-net.ru; <http://www.option-s.ru>

Longines

12 мая 2005 г. в Москве швейцарская часовая компания Longines представила мировую премьеру коллекции The Longines Master Collection. Презентация новой коллекции, включающей 8 моделей с небольшими усложнениями, состоялась в Театре им. Моссовета в присутствии президента компании Вальтера фон Кенэла и ряда российских знаменитостей. Организаторы праздничного вечера решили объединить премьеру коллекции с показом спектакля «Игроки», в котором принял участие один из «посланников элитности Longines» в России Олег Меньшиков.

Компания Longines входит в состав холдинга Swatch Group, мирового лидера по производству и продаже часов, располагающего 158 промышленными предприятиями на территории Швейцарии.

История одной из крупнейших швейцарских «часовых империй» началась около 140 лет назад и неотделима от истории эволюции часов. Название компании дали обширные луга — «les longines» — участок земли к юго-западу от Сен-Имье на берегу реки Сюз, где владелец фирмы Эрнест Франсильон построил в 1867 г. первую фабрику. Это стало решающим шагом в переходе от простой сборки к созданию собственных механизмов. Именно тогда и были установлены основные принципы деятельности, которым компания следует по сей день: независимость суждений и бескомпромиссное качество.

Быстрое развитие промышленности, науки и техники в XIX в. вызвало повышенный спрос на точные и надёжные приборы для измерения времени. Благодаря большому изобретательскому таланту Г.-А. Люгрена компания Longines выпустила в 1878 г. механизм однонопочного хронографа L20H — первое из многочисленных технических достижений, создавших авторитет фирмы как производителя надёжных и оригинальных механизмов. Затем последовали блестящие победы на многочисленных международных выставках, где экспонировались лучшие хронометры компании.

К концу 1920-х гг. профессиональная репутация Longines была настолько безупречной,

что компания удостоилась редкой чести: к ней обратилась Международная федерация авиации с предложением хронометрировать первый одиночный беспосадочный перелёт через Атлантику Чарльза А. Линдберга. После этой успешной акции сам Линдберг поручил фирме Longines воплотить в жизнь одно из наиболее значительных своих изобретений — часов с указателем часового угла. Этот измерительный прибор, показывающий одновременно точное время и величину часового угла в градусах и минутах, был официально зарегистрирован под № 1446 в Федеральной службе интеллектуальной собственности в Берне.

За более чем вековую непрерывную деятельность компания разработала и создала целый ряд уникальных моделей, демонстрирующих непревзойдённое мастерство и получивших заслуженное признание во всём мире. В России марка Longines известна уже 125 лет, о чём свидетельствуют факты присутствия часов фирмы при дворе российского императора в конце XIX в. Октябрьская революция положила конец торговым связям со Швейцарией. В советские времена покупатели должны были довольствоваться лишь часами отечественных производителей. Однако в течение последних 10 лет компания Longines проделала в нашей стране огромную работу в области маркетинга, а также развития продаж и сервисного обслуживания.

Российский часовой рынок обладает особой спецификой, которую необходимо учитывать производителям. В первую очередь он характе-

ризуется тем, что спрос на механические часы здесь гораздо выше, чем в любой другой стране. Россия стоит на первом месте в мире по продажам часов данной категории. И выбор делается в пользу моделей из чистых, благородных металлов, будь то золото, платина, титан или сталь.

Создавая новую коллекцию специально для российских клиентов, компания продумывает каждую деталь своих творений — от разработки имиджевой политики (привлечение О. Меньшикова и спортивных звёзд в качестве «лиц компании») явилось весьма значимым фактором для повышения популярности и узнаваемости бренда) до длины кожаного ремешка (он был несколько увеличен в расчёте на более крупную руку как в мужской, так и в женской модели).

Новая коллекция The Longines Master Collection, представленная московской публике в мае нынешнего года, полностью состоит из мужских механических моделей. Коллекция продолжает давние традиции, возникшие в первые десятилетия существования марки. Взяв за основу массивный стальной корпус с характерными очертаниями знаменитой модели часов Уимса 1920-х гг., часовые мастера Longines создали коллекцию высококачественных мужских часов, практически каждые из которых снабжены одним или несколькими дополнительными усложнениями.

Концепция The Longines Master Collection позволяет сочетать актуальные в настоящий момент крупные размеры корпуса с безупречным чувством стиля и классической элегантности, благодаря которому часы под маркой Longines могут служить примером истинных ценностей во всём мире, примером не подвластного времени мастерства.

Россия — один из самых быстрорастущих рынков для Longines. Однако швейцарская компания всегда стремилась не просто занять прочные позиции на перспективном рынке, но и стать частью нашей истории и культуры. Премьера новой коллекции фирмы ознаменовала собой очередной этап этого процесса и наглядно показала любовь и признание российской публики. Руководство компании, со своей стороны, демонстрирует желание длительного сотрудничества и стремление укрепить связи на российском часовом рынке. Компания Longines пришла в Россию всерьёз и надолго!



LONGINES



Хронограф

Часы, минуты, маленькая секундная стрелка в положении «3 часа».
Указатель даты с функцией быстрой корректировки.
Механизм остановки секундной стрелки.
Хронограф: центральная секундная стрелка, счётчик 30 минут в положении «9 часов».



GMT (Greenwich Mean Time)

Часы, минуты, секунды.
Внутренний вращающийся диск GMT и указатель 24 часовых поясов с соответствующими городами. Указатель даты. Механизм остановки секундной стрелки.



Фазы Луны

Указатели дня недели, месяца и фаз Луны. Стрелочный указатель даты. 24-часовая стрелка в положении «9 часов». Быстрая корректировка дня недели, месяца и фаз Луны. Хронограф: центральная секундная стрелка, 12-часовой счётчик в положении «6 часов», 30-минутный счётчик в положении «12 часов».



БРИЛЛАНС

фианиты,
синтетические
и натуральные
камни, жемчуг

!!! УПАКОВКА !!!

тел/факс: (812) 449-77-92, (812) 449-77-93
Санкт-Петербург, ул. Яблочкова, д. 12, лит. «Ц»
Деловой Центр (напротив Пробирной Инспекции)
e-mail: chief@brilliance.ru, http://www.brilliance.ru
Филиал в Ростове-на-Дону: (8632) 91-32-32
пр. Буденновский, 93, оф. 405

www.gallery-st.com —
закажите на сайте
и получите в вашем городе!



ювелирный инструмент



упаковка



весы и
геммологическое оборудование



средства
ухода



витринное оборудование
и вращающиеся подставки



подарочный
ассортимент

Москва Вадковский пер., 18а (095) 973-3920/89, 741-2340, 771-0110
Санкт-Петербург Левашовский пр., 12, оф. 601 (812) 920-5390, 334-5405
Киев ул. Горького, 8, ком. 39 (044) 246-5103, 233-4857, (066) 253-9724

ГАЛЕРЕЯ
ШТЕЙНБЕРГ

ООО «АЛЕКСАНДР» 9 лет на ювелирном рынке.

Упаковка для ювелирных изделий,
витринное оборудование



Санкт-Петербург, Лиговский пр., 200, тел.: (812) 320-94-26
e-mail: alrost@inbox.ru

Место цветных бриллиантов в мировой аукционной торговле

**Потоцкая Т. И., к.г.н., доцент,
специалист по анализу рынка отдела маркетинга
ОАО «ПО «Кристалл»**

Аукционная торговля изначально была предназначена для реализации уникальных товаров, цена которых определялась не столько материальными затратами на их производство, сколько индивидуальными особенностями продукта. Поэтому неудивительно, что бриллианты всегда присутствовали в аукционных продажах. Более того, продажа бриллиантов фантазийных цветов всегда была важным событием на международных аукционах. Повышенный интерес к ним связан с тем, что в природе интенсивно окрашенные алмазы встречаются чрезвычайно редко. Открытие новых месторождений алмазов и постоянно совершенствующиеся методы добычи хотя и сделали цветные алмазы, а соответственно и бриллианты, более доступными для покупателей, однако не смогли превратить их в заурядное явление.

Наиболее известными (старыми, имеющими хорошие традиции в работе с клиентами, лидирующими по объемам продаж) аукционными домами можно считать «Сотбис» (США), «Кристи» (Швейцария), «Филипс — Симон де Пюри и Люксембург» (Великобритания), «Тзофис» (Израиль), «Доротеум» (Австрия) [12, 13, 15].

Из перечисленных аукционов безусловными лидерами продаж являются «Сотбис» и «Кристи» (контролируют около 90% мирового рынка предметов искусства) [14, 16]. Поэтому на анализе их деятельности по продвижению бриллиантов на мировом рынке

мы остановимся более подробно. Хотя сразу стоит отметить, что в силу преимущественно оптовой организации международной торговли бриллиантами доля аукционов в мировой торговле бриллиантами крайне незначительна — около 1%, да и доля бриллиантов в общем объеме продаж аукционов невелика — всего 2,5%. Очевидно, что доля аукционной торговли цветных бриллиантов в мировых продажах бриллиантов

будет ещё меньше: в 2004 г. она составила всего 0,25%, а доля цветных бриллиантов в общей торговле рассматриваемых аукционных домов — 0,9%.

В 2004 г. через рассматриваемые аукционы было продано 389 бриллиантов общим весом 2920 карат на сумму 113,6 млн долл. США; средний вес бриллиантов составлял 7,5 кар., средняя стоимость одного карата достигла 38 914 долл., а средняя стоимость бриллианта — 292 230 долл. При этом аукционные дома различаются по лидерским позициям в продвижении бриллиантов: «Сотбис» — традиционный лидер продаж бриллиантов по всем стоимостным характеристикам (общая стоимость, средняя стоимость бриллианта, средняя стоимость 1 карата), а «Кристи» — традиционный лидер продаж бриллиантов по всем весовым и натуральным характеристикам (общий вес, средний вес, число бриллиантов) (табл. 1). Если говорить о реализации цветных бриллиантов, то нельзя не отметить абсолютное лидерство «Сотбис» по всем показателям — стоимостным, весовым, натуральным.

Таблица 1. Сравнительная характеристика деятельности аукционов по продаже цветных бриллиантов. Рассчитано по [4, 5, 6].

		«Сотбис»		«Кристи»	
		2003 г.	2004 г.	2003 г.	2004 г.
Особенности продаж всех групп бриллиантов	Вес, кар.	803,8	1401,64	999	1519,57
	Стоимость, долл.	30 296 390,4	58 896 742,3	27 288 113,2	54 780 964,6
	Число, шт.	131	193	120	196
	Средний вес, кар.	6,1	7,3	8,3	7,8
Особенности продаж цветных бриллиантов	Средняя стоимость, долл.	231 270,2	305 164	227 400,9	279 495
	Ср. стоимость 1 кар., долл./кар.	37 691	42 020	27 315	36 050
	Вес, кар.	291,2	485,51	298,2	362,59
	Стоимость, долл.	12 842 555,9	25 230 390,6	5 032 689,9	16 031 508,2
	Число, шт.	53	71	46	61
	Средний вес, кар.	5,5	6,8	6,5	5,9
	Средняя стоимость, долл.	242 312,4	355 358	109 406,3	262 812
Ср. стоимость 1 кар., долл./кар.	44 102	51 967	16 876	44 214	

Товарная структура бриллиантов, продаваемых на аукционах.

В силу того что нюансы оценки бриллиантов, имеющих более интенсивный природный цвет, и бесцветных бриллиантов несколько отличаются друг от друга (бриллианты с природным фантазийным цветом оцениваются как цвет D бесцветных бриллиантов), в статистике эти группы камней указываются отдельно: «бриллианты фантазийных цветов» (цветные) и «бесцветные бриллианты» (белые). Соотношение данных групп бриллиантов на ювелирных торгах рассматриваемых аукционов — одна из главных их отличительных черт. Для современного мирового спроса на бриллианты характерно увлечение цветными бриллиантами, что отражается и на аукционных продажах. Так, их доля в аукционной торговле за рассматриваемый период увеличилась в стоимостном выражении (2003 г. — 31%, 2004 г. — 36%) и снизилась в весовом выражении (2003 г. — 33% и 2004 г. — 29%), т. е. востребованными оказались цветные бриллианты меньшего веса, но большей стоимости.

В 2004 г. через изучаемые аукционы было продано 132 цветных бриллианта (34% всех бриллиантов) общим весом 848,1 кар. на сумму 41,3 млн долл. Их средний вес составил 6,4 кар. (ниже среднего веса бесцветных бриллиантов на 1,6 кар.), средняя стоимость — 312 590 долл. (выше средней стоимости бесцветных бриллиантов на 31 тыс. долл.), средняя стоимость одного карата бриллианта достигла 48 652 долл. (выше аналогичного показателя по бесцветным камням на 13,7 тыс. долл.) (табл.1). Таким образом, цветные бриллианты, продаваемые через аукционы, отличаются от бесцветных бриллиантов меньшим весом и более высокими стоимостными показателями.

Качественные характеристики цветных бриллиантов, продвигаемых через аукционную торговлю, определяются в первую очередь цветом камней. Чаще всего в природе встречаются алмазы различных оттенков жёлтого цвета (определяется присутствием примеси азота в кристаллической решётке) [2]. На рассматриваемых аукционах бриллианты этого же цвета доминируют (63%); на «Сотбис» они составляли в 2004 г. 68% продаж цветных бриллиантов, а на «Кристи» — 58%. Вторую позицию в аукционной торговле занимают розовые бриллианты (19%) (цвет обусловлен пластическими деформациями кристаллической решётки) [2]. В природе алмазы розового и красного цветов встречаются исключительно редко, особенно камни крупных размеров. Только последние два десятилетия в связи с разработкой месторождения алмазов Аргайл (Австралия) [1] на рынок стали регулярно поступать небольшие партии алмазов, а соответственно и бриллиан-

тов, различных оттенков розового цвета. На них приходится 18% продаж «Сотбис» и 20% продаж «Кристи». Кроме перечисленных цветов в аукционной торговле относительно часто встречаются бриллианты коричневого и голубого цветов (3–10%).

Чистота цветных бриллиантов является менее значимым свойством бриллианта при оценке его качества, нежели цвет (влияние цвета на стоимость настолько велико, что камень интенсивной фантазийной окраски даже с дефектами, видимыми невооружённым глазом, будет намного дороже аналогичного бесцветного). Может быть, в связи с этим аспектом доля чистых цветных камней (чистота FI и IF) на аукционах относительно невелика — 14% (в 2004 г. на «Сотбис» она не превысила 18%, «Кристи» — 8%). Хотя, если рассматривать как единую категорию группы чистых цветных бриллиантов и бриллиантов с очень мелкими незначительными включениями (чистота FL, IF, VVS1, VVS2, VS1, VS2), то их доля будет определяющей в общих объёмах продаж цветных бриллиантов: «Сотбис» (2004 г. — 77%), «Кристи» (2004 г. — 68%).

Наиболее востребованными формами огранки на обоих аукционах были в 2004 г. Radiant («Сотбис» — 25%, «Кристи» — 25%), Round («Сотбис» — 15%, «Кристи» — 15%) и Pear («Сотбис» — 13%, «Кристи» — 19%).

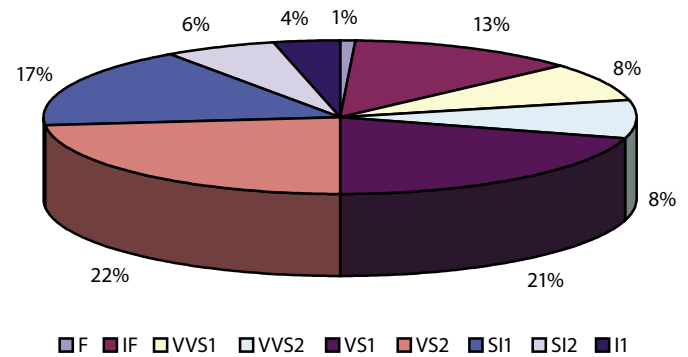


Рис. 2. Чистота цветных бриллиантов, реализованных через аукционы в 2004 г.

Однако схожая товарная структура продаж цветных бриллиантов разных аукционных домов не должна никого вводить в заблуждение по поводу идентичности их деятельности. Основные различия «Сотбис» и «Кристи» кроются в региональных предпочтениях.

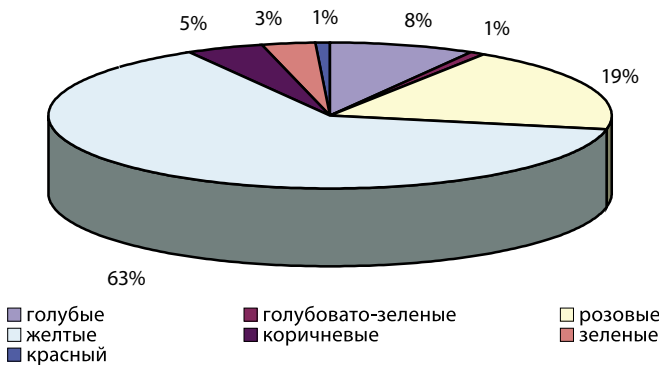


Рис. 1. Цвет цветных бриллиантов, реализованных через аукционы в 2004 г.

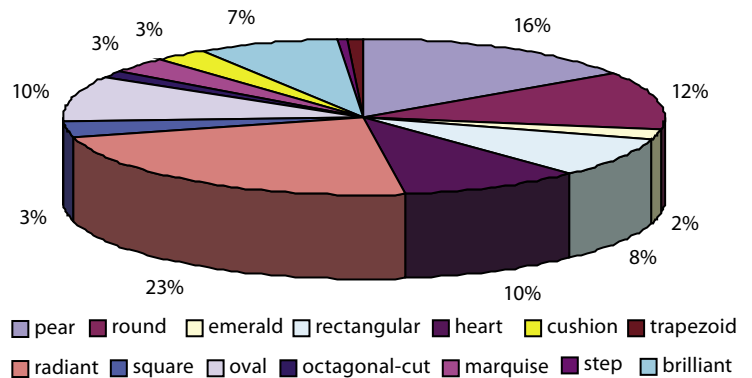


Рис. 3. Форма огранки цветных бриллиантов, реализованных через аукционы в 2004 г.

Региональные особенности продаж цветных бриллиантов. Представительства изучаемых аукционов («Сотбис» и «Кристи») расположены на территории 33 государств (15% национальных экономик, формирующих мировое хозяйство). Из них только 13 вовлечены в аукционные торги. В свою очередь, ювелирные торги проводятся всего на территории 6 стран, а торговля бриллиантами (в том числе и цветными) осуществляется в 3 странах: США, Швейцарии, Гонконге (рис. 1). Таким образом, ёмкость рынка, на котором напрямую реализуются бриллианты через аукционы, намного меньше, чем ёмкость рынка, на котором в целом работают аукционы (совокупная численность населения — 284 млн человек, ВВП на душу населения находится в интервале 23 000–35 000 долл.) [17]. Однако при этом не надо забывать, что в косвенную аукционную торговлю бриллиантами включено гораздо большее число государств. Гонконг и Швейцария — это только страны, стимулирующие аукционную торговлю, так как обладают рядом законодательных и финансовых инструментов, способствующих данному процессу. Более того, Гонконг — это выход на китайский рынок; Швейцария — выход на европейский рынок, а это уже совершенно другие показатели ёмкости бриллиантового рынка аукционов (совокупная численность населения — 1900 млн человек, ВВП на душу населения 900–35 000 долл.) [17]. Самостоятельное значение для аукционной торговли бриллиантами имеет только рынок США в силу мощных потребительских свойств. Но на наш взгляд, расширение ёмкости рынка для аукционной торговли цветными бриллиантами на современном этапе развития не является актуальным, так как объёмы продаж цветных бриллиантов через аукционы незначительны (1% от общих продаж товаров через рассматриваемые аукционы).

Аукционная торговля цветными бриллиантами реализуется преимущественно через «Magnificent Jewels Auction», а также «Magnificent Jewels and Jadeite Auction», «Important Jewels Auction», «The Jewels of Aviva», «Asian Art & Jewellery Auction», «Fine Jewels», «Jewels», «Arcade Jewels». При этом она носит сезонный характер (8 месяцев в году) [7–11, 13]. Сезонность коррелируется с региональными особенностями проведения аукционов. Так, организация торгов в Швейцарии приходится на начало и завершение сезона традиционных ювелирных продаж — ноябрь и февраль; в США — на сезон традиционных предпраздничных рождес-

венских продаж: октябрь, декабрь. И только аукционная торговля в Гонконге за изучаемый период (2003, 2004 гг.) не была связана с определёнными месяцами (возможно, это определяется негативным влиянием атипичной пневмонии в 2003 г., которая нарушила нормальное развитие отраслей, связанных с внешнеэкономической деятельностью).

Каждая из перечисленных стран занимает свою нишу в реализации цветных бриллиантов:

- лидером продаж в стоимостном выражении является Швейцария. Более того, на её внутреннем рынке наиболее высока доля цветных бриллиантов в общих продажах бриллиантов (43%) и именно здесь реализуются самые дорогие цветные бриллианты (максимальная средняя стоимость камня, максимальная средняя стоимость 1 кар.);
- Гонконг — лидер продаж в весовом и количественном выражении;
- США — аутсайдер аукционной торговли цветными бриллиантами в 2004 г. Несмотря на это, самые крупные цветные бриллианты, продавались именно здесь (табл. 2).

Однако такое распределение ролей между регионами меняется год от года в зависимости от конъюнктуры мирового алмазно-бриллиантового рынка и состояния собственных национальных экономик.

Таблица 2. Региональные особенности аукционных продаж цветных бриллиантов. Рассчитано по [4, 5, 6].

	2003 г.			2004 г.		
	Швейцария	Гонконг	США	Швейцария	Гонконг	США
Все группы бриллиантов	Вес, кар.	677,04	333,02	792,66	965,5	1020,2
	Стоимость, тыс. долл.	21 767,6	14 435,9	20 387,8	45 442,4	47 391,3
	Число, шт.	79	44	127	116	151
	Средний вес, кар.	8,5	7,5	6,2	8,3	6,8
	Средняя стоимость, долл.	275 539	328 088	160 533	391 745	313 850
	Средняя стоимость 1 кар., долл./кар.	32 151	43 348	25 709	47 066	46 452
	Доля ЦБ по весу, %	28,5	18	42,5	31,4	33
Цветные бриллианты	Доля ЦБ по стоимости, %	27,7	22,4	42,2	43	24
	Вес, кар.	192,9	60	336,6	303,1	334,83
	Стоимость, тыс. долл.	6027,7	3238,2	8609,3	19 525,9	16 866,5
	Число, шт.	32	10	55	52	57
	Средний вес, кар.	6	6	6,1	5,8	5,9
	Средняя стоимость, долл.	188 211	323 825	156 532	375 499	295 904
	Средняя стоимость 1 кар., долл./кар.	31 247	53 970	25 825	64 420	50 373

Территориальная организация деятельности ведущих аукционных домов мира («Сотбис», «Кристи») — 2004 г.



Если говорить о качественных характеристиках цветных бриллиантов, реализуемых на разных региональных рынках, то можно выявить ряд закономерностей:

- на всех региональных рынках доминирует продажа жёлтых (63–76%) и розовых (14–31%) бриллиантов, исключением является Швейцария (преобладают жёлтые и голубые камни);
- максимальная гамма цветных бриллиантов представлена на аукционных торгах Гонконга (голубой, голубовато-зелёный, розовый, жёлтый, коричневый, зелёный, красный);
- наиболее высокая доля чистых (FI, IF) цветных бриллиантов реализовывалась в Гонконге (29%) (Швейцария — 11%, США — 6%). Для этой же страны характерна и самая маленькая доля цветных бриллиантов, которые имеют заметные включения (SI1, SI2, I1) — 11% (Швейцария — 26%, США — 35%);
- «Сотбис» уделил особое внимание Швейцарии и Гонконгу (в этих странах доля чистых камней — IF и FL наибольшая, а камни с заметными включениями составляют всего 12%). «Кристи» сконцентрировал своё внимание на Гонконге, продавая там свои лучшие цветные бриллианты (чистые камни — IF и FL 30%, камни с заметными включениями — 5%);
- максимальным числом форм огранок отличались цветные бриллианты, представленные на торгах в Швейцарии (11) (Гонконг — 8, США — 7);
- региональные вкусы потребителей относительно форм огранки рассматриваемого товара имеют как общие (в Швейцарии и Гонконге наиболее востребованы были radiant и pear, в Гонконге и США — round, в Швейцарии и США — oval), так и индивидуальные черты (высокий спрос в Гонконге на heart, в США — rectangular и brilliant);
- несмотря на определённые различия деятельности «Сотбис» и «Кристи» на разных региональных рынках, наиболее востребованными в Швейцарии оказались radiant («Сотбис» — 30, «Кристи» — 36%); в Гонконге round («Сотбис» — 18%, «Кристи» — 16%) и heart («Сотбис» — 17%, «Кристи» — 16%). Акцентировать внимание на рынке США нецелесообразно, так как в 2004 г. на нём

работал только аукционный дом «Сотбис», «Кристи» реализовал здесь только два цветных бриллианта.

В целом, приоритетным для каждого аукционного дома является собственный внутренний рынок: для «Сотбис» — это США, для «Кристи» — Швейцария (наиболее ярко эта особенность была выражена в 2003 г.), однако в зависимости от мировой конъюнктуры на алмазно-бриллиантовом рынке приоритеты могут меняться. Так, «Кристи», продолжая ориентировать в первую очередь на Швейцарию, в 2004 г. после завершения эпидемии атипичной пневмонии в Гонконге вернулся на рынок этой страны. «Сотбис» в 2004 г. не стал концентрировать своё внимание на одном региональном рынке. Оставив за США лидерские позиции в объёмах продаж в весовом выражении, он резко активизировал свою деятельность в Швейцарии (лидер по объёмам продаж в стоимостном выражении и качественных характеристиках продаваемых камней) и Гонконге (лидер продаж в стоимостном и количественном выражении) (табл. 3).

Таблица 3. Сравнительная характеристика региональных особенностей продаж цветных бриллиантов ведущими аукционными домами. Рассчитано по [4, 5, 6].

	2003 г.			2004 г.		
	Швейцария	Гонконг	США	Швейцария	Гонконг	США
«Сотбис»	Доля ЦБ по весу, %	27,7	28,8	45,7	31,4	37,8
	Доля ЦБ по стоимости, %	36,5	38,5	53	56,3	36,6
	Вес, кар.	62,73	59,95	168,56	94,87	185,96
	Стоимость, тыс. долл.	3251,3	3238,2	6352,9	10 888,8	10 949,9
	Число, шт.	11	10	32	19	31
	Средний вес, кар.	5,70	6,00	5,27	4,9	6
«Кристи»	Средняя стоимость, долл.	295 574	323 825	198 530	573 099	353 224
	Средняя стоимость 1 кар., долл./кар.	51 830,34	54 015,90	37 689,76	114 776	58 883
	Доля ЦБ по весу, %	28,9	–	39,72	31,6	32
	Доля ЦБ по стоимости, %	21,6	–	26,8	33,1	33,8
	Вес, кар.	130,21	–	168,03	208,28	148,87
	Стоимость, тыс. долл.	2776,4	–	2256,3	8637	5916,6
«Кристи»	Число, шт.	21	–	25	33	26
	Средний вес, кар.	6,20	–	6,72	6,3	5,7
	Средняя стоимость, долл.	132 209	–	90 251	261 729	227 561
	Средняя стоимость 1 кар., долл./кар.	21 322,46	–	13 427,92	41 468	39 743
	Средняя стоимость 1 кар., долл./кар.	21 322,46	–	13 427,92	41 468	39 743
	Средняя стоимость 1 кар., долл./кар.	21 322,46	–	13 427,92	41 468	39 743

Литература

1. Литвинова Е. Еще немного о бриллиантах фантазийной окраски // Ювелирное обозрение. 2003. № 3.
2. Розенберг К., Виктор М. Бриллианты фантазийной окраски // Ювелирное обозрение. 2003. № 12.
3. Diamond Intelligence Briefs. 2002. № 356.
4. Auction Results // Rapaport diamond report. 2003. № 2, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 12.
5. Auction Results // Rapaport diamond report. 2004. № 1, 3, 5, 6, 11, 12.
6. Auction Results // Rapaport diamond report. 2005. № 1.
7. Calendar of Events // Rapaport diamond report. 2003. № 1–12.
8. Calendar of Events // Rapaport diamond report. 2004. № 1–12.
9. Calendar of Events // Rapaport diamond report. 2005. № 1–5.
10. Аукционный дом «Кристи» <http://www.christies.com>
11. Аукционный дом «Сотбис» <http://www.sothebys.com>
12. Аукционный дом «Гелос» <http://www.gelos.ru>
13. Русская ювелирная сеть <http://www.jewellernet.ru>
14. Банковское дело в Москве <http://www.bdm.ru/arhiv>
15. Независимая газета / Антиквариат <http://www.ng.ru/antiquare>
16. Finance. UA <http://www.finance.com.ua>
17. Мировой банк <http://www.worldbank.org>

Приложение. Самые значительные цветные бриллианты, проданные через «Сотбис» и «Кристи» в 2004 г.

	«Сотбис»			«Кристи»			«Сотбис»			«Кристи»		
	Вес		Стоимость изделия	Вес		Стоимость изделия	Вес		Стоимость изделия	Вес		Стоимость изделия
	кар.	долл./кар.	долл.	кар.	долл./кар.	долл.	кар.	долл./кар.	долл.	кар.	долл./кар.	долл.
Самые крупные цветные бриллианты	74,64	11 361	847 985	22,64	10 170	230 249	0,91	616 914	561 392	3,77	388 196	1 463 499
	26,75	32 748	876 009	20,62	57 487	1 185 382	4,08	480 184	1 959 151	4,81	351 767	1 691 999
	25,31	10 388	262 920	20,15	30 037	605 246	3,9	462 974	1 805 599	5,11	311 953	1 594 080
	20,09	12 663	254 400				5,59	423 184	2 365 599	2,36	212 633	501 814
	19,43	9784	190 103				10,62	403 715	4 287 453	3,02	212 633	642 152
Самые дорогие цветные бриллианты	10,8	398 455	4 303 314	4,81	351 767	1 691 999	10,8	398 455	4 303 314			
	10,62	403 715	4 287 453	5,11	311 953	1 594 080						
	5,59	423 184	2 365 599	3,77	388 196	1 463 499						
	4,08	480 184	1 959 151	20,62	57 487	1 185 382						
	3,9	462 974	1 805 599	10,39	99 376	1 032 517						
Самые качественные цветные бриллианты	0,91	616 914	561 392	3,77	388 196	1 463 499						
	4,08	480 184	1 959 151	4,81	351 767	1 691 999						
	3,9	462 974	1 805 599	5,11	311 953	1 594 080						
	5,59	423 184	2 365 599	2,36	212 633	501 814						
	10,62	403 715	4 287 453	3,02	212 633	642 152						

Yasui[®]

РУТА[®]
всё для ювелиров



*Литейные комплексы Yasui —
залог
блестящего
результата*



620086, г. Екатеринбург, ул. Посадская 23
тел./факс (343) 212 58 58, 212 56 56, 212 57 57, 223 43 63
e-mail: info@ruta.ru

115533, г. Москва, ул. Нагатинская 10
тел. (095) 730 14 12 (многоканальный), 111 00 01, 111 00 06
факс (095) 111 01 52; e-mail: moscow@ruta.ru

бесплатная горячая линия для заказов
8-800-200-RUTA (7882)

техническую возможность дозвона обеспечивает ОАО "РОСТЕЛЕКОМ"

www.ruta.ru


SIGNITY®

Elements of Beauty



Signity Star

Звёзды всегда уникальны

*

cubic zirconia



Женщины с радостью готовы потратить деньги на что-то красивое, а ещё больше на что-то особенное. Блеск Signity Star виден с первого взгляда — что может быть более притягательным? Его яркое мерцание подчёркивает индивидуальность — именно это и гарантирует наш ярлычок.

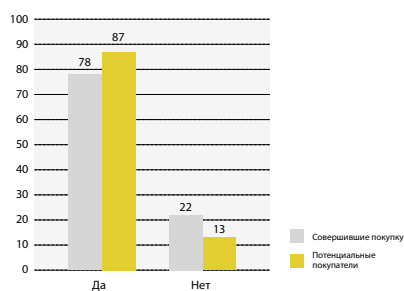
*87% покупателей заплатили бы до 10% больше за особенно сверкающее ювелирное украшение

Дополнительную информацию и новые идеи ищите на сайте www.signity.com

Блеск — аргумент номер один при продаже ювелирных изделий

Покупатель точно знает, чего он хочет — максимум блеска. Он с радостью за него заплатит больше. Результаты независимого исследования* показали, что блеск и игра камней напрямую ассоциируются с качеством и поэтому являются определяющим фактором в продажах. Поэтому более высокая цена на особенно сверкающее украшение — вполне достижимая реальность.

Вы бы заплатили до 10% больше за особенно сверкающее ювелирное украшение?



Эти цифры говорят за себя: 87% всех покупателей изделий с фианитами («цирконами») готовы оценить блеск по достоинству. Они согласны заплатить больше за сверкающий блеск ювелирного изделия

О компании SIGNITY®

Signity (Швейцария), совместное предприятие всемирно известных компаний Swarovski и Golaу, является ведущим поставщиком точно огранённых камней для ювелирной отрасли. Натуральные и искусственные камни, Cubic Zirconia и альпиниты Signity — результат более 200-летнего совместного опыта прецизионной огранки. Использование собственной совершенной технологии позволяет компании Signity устанавливать и следовать самым строгим мировым стандартам пропорций, полировки, размера и формы.

У блеска есть СВОЯ ЦЕННОСТЬ

Блестящие перспективы Signity Star. Секрет привлекательности Signity Star заключён в максимальном блеске. Он гарантирован благодаря идеальной огранке каждого камня — её легко увидеть с помощью микроскопа «старскоп» Signity.

Высокое качество огранки Signity гарантирует ювелирным производителям ту уникальность, к которой они стремятся. Благодаря совершенным пропорциям блеск Signity Star напоминает мерцание ярких звёзд. Именно такое сравнение возникает в воображении при взгляде в «старскоп»



ют свои изделия специальным ярлычком. С его помощью можно быстро определить самое высокое качество. Пусть эти украшения займут достойное место на вашей витрине. Их блеск будет сразу бросаться в глаза



Ярлычок Signity — гарантия превосходного качества

Превосходное качество

Прецизионная огранка, по всеобщему мнению, самая прекрасная грань Signity Star, которая вдохновляет партнёров Signity на создание исключительных украшений.

Чтобы подчеркнуть ценность камней в ювелирном украшении, партнёры Signity снабжа-

Закажите бесплатный микроскоп «старскоп»!

Вы можете бесплатно получить «старскоп» от Signity с камнем Signity Star! Заинтересованы? Закажите прямо сейчас:

Российская Федерация:

Кристалит Корп.
а/я 4, 111116
Москва
Телефон (095) 981 05 55
e-mail: starscope@crystalit.net

Украина:

Телефон 8 800 50168 50
(звонки бесплатные по всей Украине)
e-mail: starscope@crystalit.net

АКЦИЯ!



Signity Star устанавливает стандарты точности и безупречного качества

подтверждает генеральный директор
ОАО «Ювелиры Урала»

Сергей Юрьевич Денисов

SIGNITY®

Elements of Beauty





JEWELLERNET.RU

РУССКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ СЕТЬ

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО

Компания ООО «Современные Ювелирные Технологии»



- ▶ Центробежно-дисковые финишные станки компании OTEC серии CF18, CF18EL позволяют сделать Ваше ювелирное производство максимально эффективным, получать большие объёмы готовой продукции со стабильно высоким качеством и существенно снизить процент ручного труда при массовом изготовлении ювелирных изделий.
- ▶ Специалисты компании обладают достаточным опытом настройки технологической цепочки отливка+финишный станок, а также осуществляют гарантийное и послегарантийное обслуживание установок.
- ▶ Всегда в наличии на складе расходные материалы для процессов отливки, непрерывного литья и финишной обработки драгоценных металлов.
- ▶ По желанию заказчика возможна организация выездных семинаров по ознакомлению персонала компаний с методикой процесса отливки, финишной обработки и вопросам, связанным с извлечением драгоценных металлов после обработки изделий в центробежно-дисковых финишных станках.



Дисковый финишный станок Eсо-Maxi



Драг-финишный станок DF 35



Аппарат для точечной сварки PUK 111



Фурнитура и аксессуары для ювелирных изделий



Цифровые мини-студии для макросъемки ювелирных изделий. *Фотографировать стало ещё проще!*



ООО «Современные Ювелирные Технологии»

Россия, 197374,
Санкт-Петербург,
ул. Оптиков, д. 4

E-mail: ajtltd@mail.ru
Тел./Факс: +7-812-718-76-02

Камни и литьё с ними — основные этапы с точки зрения профессионального огранщика

Ирина Даллоз, компания «Dallos», Франция

Как нам известно, литьё с камнями, посаженными на воск, становится в ювелирной промышленности всё более широко применяемой и рентабельной технологией. Процесс это сложный, зависящий от множества факторов — станков, инструментов и материалов (в первую очередь, разумеется, от модельных составов, восков формомасс, сплавов золота), а также разнообразных процессов — изготовления мастер-модели, отжига, плавления, термоудара и т. п. От строгого соблюдения всех условий, диктуемых элементами технологии, зависит успешный процесс и качественный результат литья с камнями (без повреждения камней).

Рассмотрим два вопроса: подбор камней и обработка камней в процессе разлива.

1. Подбор камней для литья с ними

В принципе, особых проблем не возникает с бриллиантами, рубинами, сапфирами, гранатами и большинством синтетических камней. Годятся любые формы и размеры. Разумеется, крупные натуральные камни, в силу их высокой стоимости, не рекомендуются использовать. Вы и сами понимаете, что из-за сиюминутной экономии не стоит рисковать камнем, который может разрушиться.

Не следует использовать камни семейства кварцев, камни с инклюзами и трещиноватые. Для литья с камнями совершенно не годятся жемчуг, опал, перидот, топаз, турмалин, бирюза, изумруд, ляпис-лазурь, аметист, аквамарин.

Наиболее рентабелен для литья с камнями кубический циркон (далее — К. Ц.). В 90% случаев для литья с камнями используется именно К. Ц., вот поэтому я и хочу поподробнее остановиться на этом вопросе.

В мире синтетических камней и, в частнос-

ти среди К. Ц., существуют две самостоятельные области: ручная и машинная огранка.

Вручную камни гранят в странах с дешёвой рабочей силой. Сырьё для этого берётся не самого лучшего качества, калибровка проводится плохо, и рундист у камней получается неровным. Поэтому использовать их для литья с камнями невозможно. Даже если вы и попытаетесь, то более 50% сырья уйдёт в брак, не говоря уже о потере времени и затратах труда и нервов.

К. Ц. машинной огранки отличается хорошей калибровкой, точной геометрией, ровной толщиной рундиста и отсутствием каких-либо инклюзий. И только с такими камнями литейщик может быть уверен в успехе.

2. Обработка камней

Следует использовать модели, специально предназначенные для посадки камней на воск. Форма камней и дизайн модели являются едва ли не важнейшими факторами для успешного литья с камнями. Камни с острыми углами, с огранкой «маркиз», «багет», «принцесса» требуют специальной обработки, так как существ-

твует возможность раскола от усадки металла при охлаждении или от скачкообразного термоудара. Художнику следует учесть усадку металла и предусмотреть достаточное пространство между камнями. Они должны сидеть довольно близко друг к другу, но не соприкасаться.

Для более прочной закрепки камней художник должен также заранее подготовить (вырезать) для них место. Ему следует предусмотреть пазы для рундиста, которые нужно будет прорезать в модели так, чтобы потом, когда инжестированный воск будет удалён из формы, камни прочно держались бы на местах натяжением воска. Определённое количество камней необходимо разместить по верху и по низу формомассы, чтобы при заливке металла она прочно держала их. Кроме того, конструкция должна быть такой, чтобы тепло от металла через камни равномерно и быстро распределялось по формомассе. Некоторые крупные камни иногда трескаются оттого, что рундист нагревается быстрее таблетки.

Если вы берёте готовый дизайн (копируете имеющиеся модели), не забывайте о коэффициенте усадки. Например, если в готовом дизайне использованы камни диаметром 1,50 мм, то мы рекомендуем вам брать камни меньшего диаметра. Усадка пресс-формы и золота даст давление на камни, из-за чего они могут треснуть.

В дизайне, предназначенном для посадки камней в воск, поддержка камней формомассой должна быть предусмотрена не менее чем с двух сторон. К. Ц. должны прочно сидеть на местах, дабы выдержать процесс формования, отжига и литья и не «разболтаться». Лучше всего крепить камень по рундисту, как по самой надёжной и прочной части. Но с другой стороны, если камень крепится более чем в двух местах и сидит слишком плотно, есть риск, что его попросту разорвёт.

Подготовка формы

1. Изготовление модели. Существуют два способа:

- закрепка К. Ц. в восковку. Камни можно ставить по отдельности в каждую восковку. Затем эти восковки закрепляются на ёлочке. В этой процедуре существенное значение имеет тип воска, чтобы камень садился на место без затруднений и прочно;

- закрепка К. Ц. в пресс-форму и инжектирование воска вокруг камней. Это возможно лишь с определённым дизайном. Модели устанавливаются уже с К. Ц. до того, как будет изготовлена пресс-форма, благодаря чему в ней остаётся свободное место для камней и воска, инжектируемого вокруг. Этот метод не очень широко распространён из-за проблем вскипания воска и центровки установленных камней.

2. Формование:

- камни следует предварительно очистить;
- использовать следует только рекомендованную (гипсовую) формомассу;
- перед сборкой ёлочка тщательно проверьте каждую восковку — может понадобиться подправить или пересцентрировать камни. Пользуйтесь этим моментом для всяких поправок — в металле уже ничего не изменишь;
- присадки для К. Ц. не требуются;
- борной кислотой для литья с К. Ц. пользоваться не следует. Бриллиантам она не даёт окисляться во время отжига, а вот К. Ц. она категорически не рекомендуется, поскольку может обесцветить их.

3. Отжиг:

- закончив формовку опок, оставьте их на два часа для схватывания. Опока должна обязательно схватиться, иначе формомасса при отжиге растрескается, отчего и будущая отливка станет шероховатой;
- при выборе режима отжига решающим фактором является термочувствительность камней. К. Ц. низких температур не требуют — они выдерживают до 730°C;
- при литье с камнями чрезвычайно важны температурный режим и тщательная обработка прокалочной печи. Из-за слишком высокой температуры камни могут подгореть или обесцветиться. Перед отжигом проверьте, хорошо ли отградуирована ваша печь. Она должна прогреваться равномерно, чтобы так же равномерно прогревались и опоки. Загрязнения, имеющиеся в печи, также могут привести к обесцвечиванию камней. Исходя из собственного опыта, во избежание термоударов температуру в печи мы рекомендуем увеличивать плавно, пока она не достигнет 730°C;
- не перегружайте печь опоками — приоткрытая дверь нарушает температурный режим и может привести к дефектам;
- недостаток вентиляции в печи при отжиге может вызвать пожелтение К. Ц. То же самое может случиться и при загрязнении печи некоторыми газами, высвобождающимися при процессе.

4. Литейное оборудование:

Вакуумное литье подходит больше, поскольку посаженные на воск камни подвергаются меньшей турбуленции, из-за которой могут смещаться.

5. Охлаждение опок после литья:

НЕ ПОГРУЖАЙТЕ В ВОДУ ЕЩЁ ГОРЯЧИЕ ОПОКИ! Горячие отливки с К. Ц., брошенные в холодную воду, могут не выдержать термоудара и растрескаться.

6. Удаление формомассы с ёлочки — самая трудная часть процесса литья с камнями. Вынув ёлочку из опоки, вы можете большую часть формомассы выбить, постукивая молотком по заглушке центрального литника. Оставшуюся формомассу можно удалить струёй воды и промывкой отливок с К. Ц. в специальном растворе. Для удаления частиц формомассы из труднодоступных мест можно использовать ультразвуковую установку.

7. Финишная обработка отливок с камнями: вначале убедитесь, что абразивные материалы не поцарапают и не повредят К. Ц.

**СКАЗОЧНАЯ
УПАКОВКА
ИЗ ДАНИИ**

Эксклюзивный
представитель

LIKIN Ltd.

WP
Westpack A/S
www.westpack.com

ЛИКИН ЛТД.
095 221-05-74, 508-08-11
E-mail: likin@rinet.ru; www.rinet.ru/~likin
Адрес для корреспонденции: 105187, Москва, а/я 24

Комплексный подход к повышению уровня безопасности сети ювелирной торговли за счёт применения интегрированных систем

Васильев А. В. (СТБ-Сервис, Санкт-Петербург)

Видеоконтроль кассовых операций

В продолжение ранее поднятой темы в номере 9 журнала «Русский Ювелир» за 2004 год, хотелось бы более подробно остановиться на таком важном элементе комплекса безопасности магазина, как видеоконтроль кассовых операций.

По данным экспертов торговли выявлено:

- 10,5% потерь прибыли — персонал и кассиры (кражи);
- 10,1% потерь прибыли — персонал и кассиры (мошенничества);
- 20,4% потерь прибыли — персонал и кассиры в сговоре с покупателем-сообщником;
- 37,7% — клиенты (кражи);
- 21,3% — другие нарушения.

До недавнего времени борьбу с данными потерями можно было вести только двумя методами:

- организационно-административный метод;
- фиксирование операции «отмена», «возврат товара», аннулирования сделки и т. п. путём заполнения в присутствии ответственных лиц специальных бланков;
- психологическое воздействие.

Оба метода не являются эффективными и не гарантируют защиту от потерь, поскольку не контролируют персонал и все продажи; не позволяют избавиться от «человеческого фактора»; требуют содержать специального сотрудника, что, в свою очередь, влечёт необходимость дополнительных ежемесячных затрат на его заработную плату и т. п.

Таким образом, была жизненно необходима новая методика эффективного противодействия мошенничеству при кассовых операциях, и поскольку технический прогресс не стоит на месте, а движется семимильными шагами, такая методика несколько лет назад появилась и уже отлично зарекомендовала себя в целом ряде магазинов и гипермаркетов. Она заключается в интеграции системы видеонаблюдения с кассовым аппаратом. Сейчас можно с уверенностью продекларировать, что современные системы видеоконтроля кассовых операций обладают достаточно высокой надёжностью и позволяют применять их в розничной торговле любого масштаба.

Технически эта методика заключается в подключении видеокамеры высокого разрешения непосредственно над кассовым аппаратом и подключении его к ПК-сер-

веру с установленным на него специализированным программным обеспечением, обеспечивающим синхронизацию видеопотока и кассовых операций с её последующей обработкой. Таким образом, объединяя видеоданные с данными кассового терминала, контролируется непосредственно процесс обмена товара на денежные средства.

Для эффективной работы системы в поле зрения видеокамеры должны попадать:

- кассир/оператор кассы — для наблюдения за его действиями;
- кассовый аппарат — для контроля за расчётными операциями;
- товар — для сравнения выдаваемого товара с данными чека;

Видеозапись должна вестись в нескольких режимах: непрерывно, по началу/концу чека, по кадрово, в течение интервала и по детектору движения.

Современные системы видеоконтроля кассовых операций должны обладать следующими характеристиками:

- система должна представлять собой комплекс с возможностью подключения модулей аудиоконтроля, охранной и пожарной сигнализации, а также круглосуточного видеонаблюдения за торговыми залами, складами, автостоянкой и другими объектами;
- должна быть предусмотрена возможность удалённого контроля и управления как всей системы в целом, так и её отдельных подсистем — вне зависимости от места расположения объекта;
- изображение, поступающее с видеокамер, должно быть чётким;
- алгоритм видеокompрессии должен позволять создавать компактный и длительный видеоархив за счёт уменьшения оцифрованного кадра без изменения качества изображения;
- работа с архивом должна быть удобной, то есть должны быть предусмотрены такие функции, как посекундный переход по архиву, поиск с точностью до секунды и т. п.;
- система настроек должна быть достаточно гибкой;

- программное обеспечение изначально должно включать в себя набор предопределённых запросов, а также позволять создание индивидуальных запросов в специальном редакторе (например, ввод дополнительных скидок или информации о кредитных карточках);

и возможностями:

- синхронизация данных — текстовая информация кассового чека накладывается на видеоизображение;
- выдача сигнала о подозрительных операциях и выделение на мониторе различным цветом, в зависимости от действий кассира (возврат, скидка, аннулирование чека), для привлечения внимания;
- детальный анализ информации — база данных чеков и долговременный видеоархив, любые отчёты, выборки, поиск по дате, количеству, цене, артикулу и пр. Текстовая информация должна дополняться видеорядом;
- работа по сети (LAN, WAN, Dial-Up);
- видео- и аудиоконтроль;
- мультиэкранное отображение видеoinформации, одновременный контроль нескольких расчетно-кассовых узлов;
- интеграция с наиболее популярными в нашей стране POS-терминалами;
- печать и экспорт данных.

Работу с такими системами можно разделить на два режима: работа в реальном времени и анализ архива.

При работе в режиме реального времени ведется наблюдение рабочего места кассира и его текущих действий на кассовом аппарате. На экран обычно выводится одна или несколько касс. Оператор системы должен иметь возможность приблизить, увеличить или вывести на печать изображения. Очень часто организуют несколько рабочих мест для разделения функций контроля между сотрудниками, например отдельные компьютеры для службы безопасности, торгового аналитика, начальника.

При анализе архива оператор должен иметь мгновенный доступ к любому кадру, выборочно просматривать и анализировать действия на конкретной кассе при различных кассовых операциях, делать выборку всех событий за указанный пе-

риод времени, фильтровать их по дате, номеру кассы, товарным характеристикам, фамилии кассира и т. д. При просмотре видеофрагмента у большинства систем данного класса на экран выводятся связанные с ним «события кассового модуля» и пробиваемый чек.

Современные системы видеоконтроля кассовых операций являются лишь подсистемами интегрированных комплексов безопасности и обладают всеми их преимуществами. Одним таким важным достоинством является дистанционное управление и контроль из любой точки мира за счёт распределённой архитектуры. Это означает, что объекты системы взаимодействуют по сети, находясь физически в различных местах. В любой конфигурации, при наличии большого числа рассредоточенных охраняемых зон поддерживается полная мобильность и высокая устойчивость к сбоям. Составные части системы могут взаимодействовать посредством локальных компьютерных сетей, телефонных линий или интернета.

В заключение хотелось бы перечислить основные задачи, стоящие перед системами видеоконтроля кассовых операций:

- сокращение потерь на торговых предприятиях — неопровержимые доказательства нарушений правил торговли и обслуживания (поддельные дисконтные карты, присвоение прибыли, фиктивный возврат товара, обчёт покупателя и др.);
- повышение сервиса и качества обслуживания — руководитель или старший менеджер получает всю информацию о действиях персонала (используя глобальные сетевые коммуникации, всю эту информацию можно получить за считанные минуты, не выходя из кабинета). Это позволяет улучшить трудовую дисциплину персонала
- регистрация всех продаж товаров с указанием даты продажи, видеоизображением покупателя и продавца;
- удалённый контроль работы магазина из любой точки мира;
- централизованный контроль сети кассовых терминалов, вне зависимости от места расположения и удаленности касс друг от друга;

- оперативный контроль в режиме реального времени;
- мощный инструмент аналитика — простые и расширенные запросы, запросы по событиям;
- статистика продаж определённого товара, минимальная и максимальная суммы покупок на каждой кассе, анализ работы каждого работника расчетно-кассового узла.

В результате внедрение вышеописанных систем позволяет выявить и предотвратить такие нарушения, как:

- махинации с кредитными и дисконтными картами;
- кража наличных под видом сдачи;
- непробитие чека на весь товар или его часть;
- изменение содержания кассового чека в пользу кассира;
- замена штрих-кода дорогого товара на штрих-код более дешёвого;
- несанкционированное использование операции «скидка»;
- незаконный вынос товара сообщником;
- аннулирование чека (отмена сделки) после расчета с покупателем и присвоение денег;
- прием и присвоение возвращаемого товара без проведения операции возврата по кассе;
- использование поддельных слипов с кредитных карт;
- фиктивный возврат товара.

Таким образом, при открытии новых магазинов или проектировании и модернизации комплексов безопасности важно учесть, что потери прибыли значительно превышают стоимость данных систем, установка которых быстро окупается и предотвращает потери в будущем.

Ярким примером подобных систем являются:

- «PosИнтеллект» — разработки компании ITV — отечественного лидера данной отрасли;
- «ВидеоМаркет» — разработки компании «Национальные Лаборатории Безопасности»;
- «PosИнспектор» — разработки компании ISS.





Лигатура для золота MAGIC 414R ОТ **AGS ALPHA GUSS METALLE**

Настоящий «русский» цвет.

Великолепное качество отливок.

Не требует электрохимической полировки.

Подходит для литья любых типов изделий,
в том числе с камнями.



Артикул по каталогу ЗАО ПКФ «Сапфир»:

Уп. 1 кг – **7244** – стоимость 2975 р./кг

Уп. 5 кг – **7614** – стоимость 13950 р./5 кг

На все цены для владельцев дисконтных карт фирмы «Сапфир» распространяются накопительные скидки до **16%**

AGS
MAGIC

Дни рождения

Поздравляем!

ИЮЛЬ

- 2 июля Колыхалов Олег Иванович, ведущий ювелир, «Грингор»
 3 июля Рыбакова Елена Павловна, коммерческий директор, ЗАО «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
 3 июля Лайшев Рашид Романович, «ЮМО»
 6 июля Андриюшкевич Александр Иосифович, директор, ООО «Ювелэнд»
 7 июля Крылова Элеонора Дмитриевна, генеральный директор, ООО «Ювэлди»
 11 июля Фроловичев Феликс Викторович, заместитель генерального директора по сбыту, «Тверское Золотое Княжество»
 14 июля Акимов Сергей Анатольевич, директор, «Акимов»
 19 июля Мартынова Ольга Анатольевна, коммерческий директор, ООО «Ювелирная инвестиционно-финансовая компания»
 25 июля Зимникова Елена Ильинична, директор управления личного страхования, «МегаРусс-Д»
 26 июля Николаев Александр Фёдорович, генеральный директор, «Кахолонг»
 29 июля Гумеров Флун Фагимович, «Алмаз-Холдинг»
- 28 июля ОАО «Алдан Золото», фирма

АВГУСТ

- 5 августа Ялунина Надежда Болеславовна, коммерческий директор, «Ринго»
 5 августа Шиянов Вадим Владимирович, генеральный директор, «Русское Золото»
 5 августа Урадовский Юрий Алексеевич, генеральный директор, «Калетта-2000»
 7 августа Новиков Владимир Владимирович, главный редактор, журнал «Часовой мир»
 14 августа Заборская Нина Григорьевна, начальник отдела сбыта и маркетинга, «Костромской ювелирный завод»
 16 августа Стрекалов Александр Владимирович, генеральный директор, «Даймонд-Дизайн»
 18 августа Шадрин Андрей Германович, ООО ТД «Грейс-Д»
 31 августа Тимонин Павел Витальевич, заместитель генерального директора, «Золотой Орёл»
- 14 августа ООО «Ардос-СПб», фирма



7 – 10 сентября 2005 г.
МОСКВА, Гостиный двор

ЮВЕЛИР* 2005 ЛУЧШИЕ УКРАШЕНИЯ РОССИИ

Приглашаем Вас на Московскую оптовую биржу

ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА ВЫСТАВКИ

На основе корпоративного соглашения между членами Клуба «Российская Ювелирная Торговля» и ведущими российскими производителями ювелирной продукции способствовать заключению основных договоров на поставку и закупку всего необходимого ассортимента украшений, обеспечив их преимущества в условиях сентябрьской конкурентной обстановки.

- **7 – 8 сентября** накануне выставки в Сокольниках для членов Клуба «Российская Ювелирная Торговля» и экспонентов выставки, будут обеспечены комфортные условия работы по оперативной закупке и заключению льготных договоров на поставку продукции, необходимой для успешной торговли в осенне-зимний период.
- **9 – 10 сентября** – дни массового посещения выставки розничными покупателями с серией презентаций и PR-акций с участием деловой прессы, телевидения, бомонда и элиты, дни продвижения коллекций участников выставки в качестве самой модной и качественной продукции на Российском рынке украшений.

Секретариат Клуба и РИА «РосЮвелирЭксперт»:

- заблаговременно по Вашим заявкам подготовит контакты с интересующими Ваш магазин ювелирными предприятиями;
- ведет заблаговременную аккредитацию торговых посетителей, решает все вопросы их размещения, приобретения билетов, организации досуга;
- предоставляет широкие возможности оценки новых ювелирных коллекций более 170 участников выставки, размещенных в электронном каталоге на сайте www.russianjeweller.ru

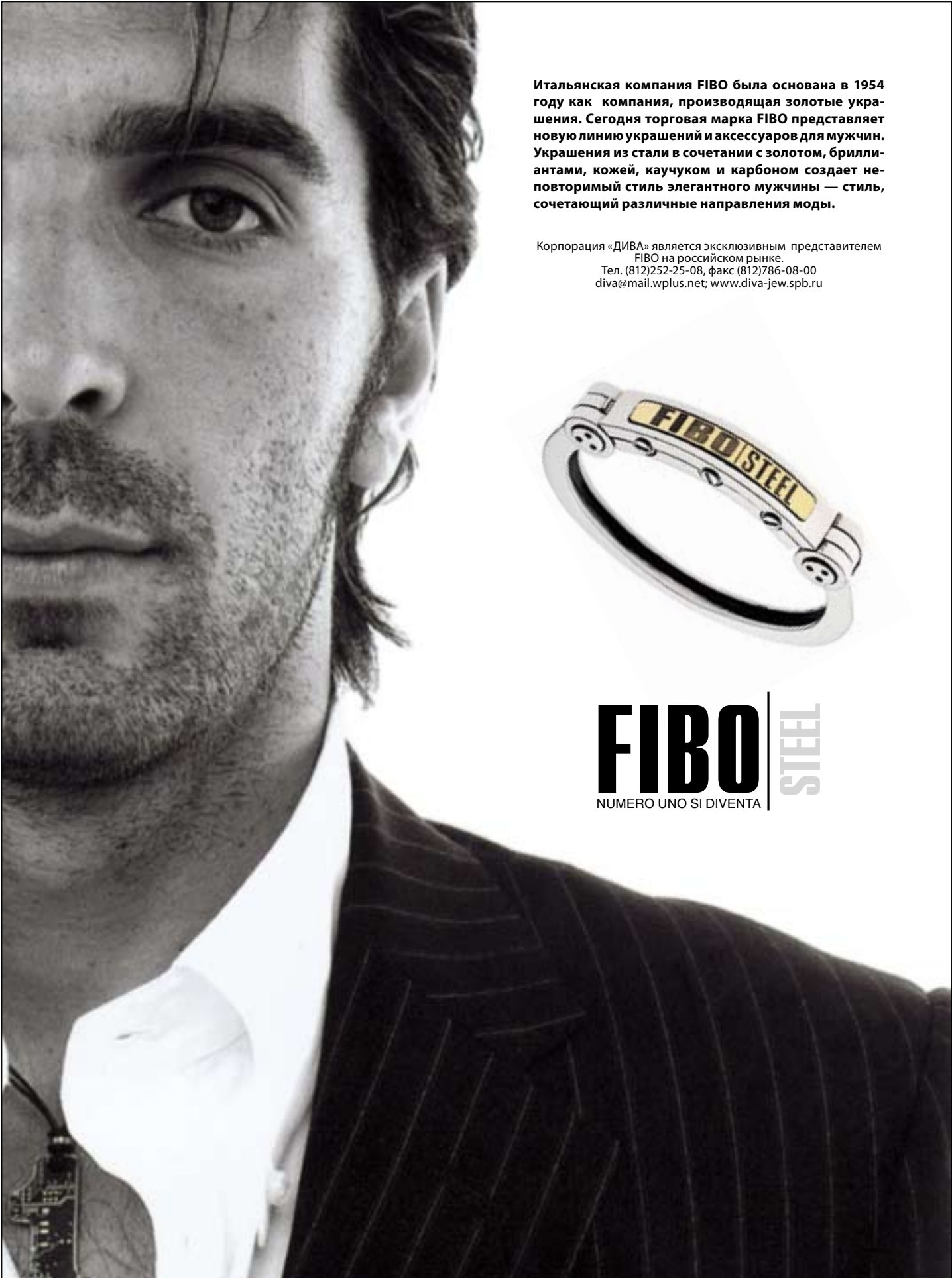
Сервисный Центр Клуба

предоставит весь спектр услуг по подготовке договоров, ксерокопированию и оформлению других документов, необходимых для работы, оформлению и отправке посылок спецсвязью.

Участие в бирже ведущих банков позволяет оперативно решить проблемы открытия кредитных линий и получения банковских гарантий торговыми предприятиями.



Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»



Итальянская компания FIBO была основана в 1954 году как компания, производящая золотые украшения. Сегодня торговая марка FIBO представляет новую линию украшений и аксессуаров для мужчин. Украшения из стали в сочетании с золотом, бриллиантами, кожей, каучуком и карбоном создает неповторимый стиль элегантного мужчины — стиль, сочетающий различные направления моды.

Корпорация «ДИВА» является эксклюзивным представителем FIBO на российском рынке.
Тел. (812)252-25-08, факс (812)786-08-00
diva@mail.wplus.net; www.diva-jew.spb.ru



FIBO | **STEEL**
NUMERO UNO SI DIVENTA



РАМЗЕС

ЮВЕЛИРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ



Москва, ул. Б. Тульская, 2

Т/ф: (095) 237-37-21, 237-47-54, 785-54-50

СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО ЦЕПЕЙ

40 руб./грамм
300 руб./грамм
350 руб./грамм

360 руб./грамм

340 руб./грамм
300 руб./грамм
350 руб./грамм

360 руб./грамм

Цепи
...ые кольца
... алмазной гранью
... с вращающейся

340 руб./грамм
300 руб./грамм
350 руб./грамм
360 руб./грамм

белой вставкой