



РУССКИЙ ЮВЕЛИР

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ СЕНТЯБРЬ/2007 (5)

Франчайзинг — За и Против

«Серебро звезд» в Санкт-Петербурге

*Как Вы яхту назовете...
(3 серия)*

Байка про байки



ISSN 1810-7311



9 771810 731002


CHORON
DIAMONDS

БЛИЗОСТЬ СЧАСТЬЯ

www.choron.ru



ЮВЕЛИРТОРГ

ОСНОВАН В 1936 ГОДУ

ФИРМЕННЫЕ МАГАЗИНЫ

Лучшее из драгоценного

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

обложка



ООО «Чорон Даймонд»
Москва, проезд Берёзовой рощи, д. 6,
3 этаж. (ст. м. «Полежаевская»)
тел. (495) 783 67 33, 783 67 37, 783 67 35
www.choron.ru



38

ВЫСТАВКИ

- 6** Белые ночи. Питер
- 8** Кострома — Mon amour
- 15** Фестиваль ювелирных украшений
«Гвоздь сезона»
- 18** «Самарская жемчужина»: волжский
размах дает блестящие результаты
- 21** «Золото летней столицы»
- 84** «Серебро звезд» в Санкт-Петербурге
- 86** Этот удивительный XX век!

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

- 23** Ювелирных дел мастера
- 27** Жемчужная фантазия Красцветмета
- 29** Новая технология соблазна
- 30** «Русские Самоцветы» — имя
собственное
- 34** Ника. Жизнь в керамике
- 35** «Чорон Даймонд». Новые горизонты
- 36** Возвышенный стиль «Азуре
Джевелери»
- 74** Золотые кружева
- 76** Платина — источник вдохновения
- 80** В сторону искусства. Заметки
о художниках Быковых

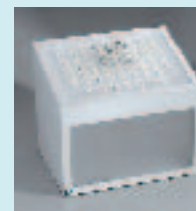
ПАРАДОКС представляет:

KLING



THE
EUROPEAN
DISPLAY
COMPANY

- **Демонстрационное оборудование**
- **Упаковка**
- **Витринное оборудование**



реклама



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

109147, Москва, ул. Марксистская, д. 34
Тел./факс: (495) 781-43-43, 911-61-11, 778-56-87
e-mail: moscow@paradox.spb.ru

www.paradox.spb.ru

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин
1-й заместитель главного редактора
 Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru
выпускающий редактор
 Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru
журналист
 Ирина Федорова — ira@russianjeweller.ru
эксперт-геммолог
 Михаил Чижов
дизайн и верстка
 ООО «РА «Русский Ювелир», Екатерина Калинина
фото
 фотостудия ООО «РА «Русский Ювелир»
рисунки
 Екатерина Калинина, Ольга Зеленова
корректор
 Людмила Лебедева

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

директор по рекламе
 Войтек Миттельштадт — wm@russianjeweller.ru
рекламный отдел
 Мария Станецкая — advert@russianjeweller.ru
 Александр Туморин — tumorin@russianjeweller.ru
 Ольга Денисова — denisova@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Юлия Нелюбова — yulia@russianjeweller.ru

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

директор
 Виталий Пилюшин
 тел.: +7 (901) 510-20-19, +7 (903) 599-59-97
 e-mail: info@russianjeweller.ru

адрес редакции

199034, Санкт-Петербург, В.О., 16 линия, д. 7, оф. 115.
 Тел./факс: (812) 328-0551/61, 327-7565
 www.russianjeweller.ru e-mail: info@russianjeweller.ru

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Александр Горыня
 Валерий Крылов
 Михаил Пиотровский
 Александр Рыбаков
 Татьяна Фаберже

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Марина Лопато
 Владимир Матвеев
 Валентин Скурлов

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА

«Центр учета и аудита»

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 5, 2007 год

ТИРАЖ 10 000 экз.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации № П 1891. Выдано 31 января 2000 года Северо-Западным региональным управлением Государственного комитета Российской Федерации по печати (г. СПб).

ПЕЧАТЬ ЗАО «Типография «Взлет», Санкт-Петербург

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка.

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

Журнал «Русский Ювелир» — официальный информационный партнер Гильдии ювелиров России

материал номера

ФРАНЧАЙЗИНГ — ЗА И ПРОТИВ



ГЕММОЛОГИЯ

69 Впервые в России

71 Составные бриллианты

73 Заметки геммолога

СОБЫТИЯ

90 Ювелирное искусство — обращение к истории

94 Международный Симпозиум ювелиров



ЮВЕЛИРУ НА ЗАМЕТКУ

38 Байка про байки

40 Как вы яхту назовете...

46 Маркетинг упаковки ювелирного украшения

92 Фактурные поверхности. Два взгляда

102 Франчайзинг — за и против



НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

105 С днем рождения!

ЮВЕЛИРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

106 Сплавы для ювелирного производства

МОДЕЛИРУЕМЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ

TARASOV



Белые ночи. Питер — 2007

С 8 по 12 июня в Санкт-Петербурге прошла II Всероссийская ювелирная выставка «Золото белых ночей — 2007», организованная при поддержке Комитета по культуре Правительства Санкт-Петербурга, Ассоциации «Гильдия ювелиров России» и НП «Ассамблея Ювелиров Санкт-Петербурга». Экспозиция общей площадью 1070 кв. м вновь разместилась в ЦВЗ «Манеж», и за время работы выставки здесь побывало более 7000 посетителей, среди которых около 100 представителей организаций ювелирной торговли из Петербурга, регионов России и стран ближнего зарубежья.



В выставке приняли участие 52 ювелирные компании из разных городов России, в том числе из Калининграда, Ростова, Рязани, Костромы, Якутска, Москвы, Санкт-Петербурга... Выставку можно назвать клубной, так как большая часть экспонентов — постоянные участники выставочных проектов «ПитерЮвелирЭкспо» («Питер-Ювелир» в феврале и «Золото белых ночей» в июне): СЮЗ «Адамас», «Ван Голд», «Вальтера», «Гродэс», «Даймонд Дизайн», «Кахолонг», «Кубачи», Московский Ювелирный завод, Московский завод спецсплавов (ЮП «Монарх»), «Платина», ЮФ «А. Помельников», «Роза», ЮД «Садко», ТД «Севзапювелирпром», ЮД «Яшма», Jean-Marc Garel (Франция) и др. Ряд компаний впервые приняли участие в выставке, среди них «Авангард» (Москва), «Гранат» (Москва), «Медарт» (Москва), «Якуталмаз-Золото» (Рязань), «L&B» (Санкт-Петербург).

На экспозиционных стендах были представлены ювелирные изделия российского производства, а также коллекции сезона «весна-лето 2007» из Франции, Италии и Турции. Кроме широчайшего выбора изделий из золота гости выставки имели возможность рассмотреть и приобрести украшения с жемчугом, кораллами и натуральными самоцветами, эксклюзивные изделия с бриллиантами и драгоценными камнями, столовые принадлежности из серебра и художественное оружие, инкрустированное драгоценными камнями...

На торжественной церемонии открытия с приветственными и поздравительными речами выступили: президент Ассамблеи Ювелиров Санкт-Петербурга А. Ф. Николаев, директор Международного Симпозиума ювелиров Л. В. Акимов, вице-президент ЮД «Яшма» Р. А. Мартиросян, директор ЦВЗ «Манеж» К. С. Кузьмин и главный редактор журнала «Русский Ювелир» В. В. Пилюшин. Кроме того, к этому событию было приурочено вручение почетного знака Мемориального фонда им. К. Фаберже за выдающиеся заслуги и личный вклад в развитие ювелирного искусства Алексею Донцову — петербургскому художнику-ювелиру, Владимиру Пилюшину — главному редактору журнала «Русский Ювелир» и Сергею Полтораку — главному редактору журнала «Ювелирная Россия».



В течение всего периода экспозиционной деятельности в Манеже проводилась акция для покупателей обручальных колец, анонсировавшаяся в СМИ на протяжении месяца в рамках рекламной кампании выставки. Каждый покупатель пары обручальных колец получал в подарок бутылку фирменного шампанского «Золото белых ночей». По статистике оргкомитета, 110 будущих молодоженов воспользовались таким приятным поводом и пришли за покупками в Манеж.

Атмосфера на выставке сложилась очень комфортная, теплая, неофициальная — это отмечали как участники, так и посетители экспозиции. Несмотря на то что в эти же дни в Санкт-Петербурге проходил Международный Экономический Форум, выставка заслуженно оказалась в центре внимания петербуржцев и гостей

города. Более того, многие делегаты Форума также посетили «Золото белых ночей» и дали высокую оценку уровню организации выставки и составу участников. В будущем создатели экспозиции «Золото белых ночей» планируют расширить сотрудничество с организаторами Форума и включить в официальную программу его мероприятий посещение выставки.

Пока участники только что завершившейся выставки оценивают коммерческие результаты своей работы и делятся впечатлениями, «ПитерЮвелирЭкспо» начинает активную подготовку юбилейной, V Всероссийской выставки «Питер-Ювелир — 2008», которая, без сомнения, будет насыщена праздничными и деловыми мероприятиями и вновь соберет в Санкт-Петербурге под крышей Манежа на Исакиевской площади самые достойные ювелирные компании.



Кострома — Mon amour

В июне в Костроме состоялось еще одно яркое событие ювелирного лета: с 19 по 24 июня здесь проходил VIII Ювелирный фестиваль «Золотое кольцо России», основной составляющей которого традиционно стала ювелирная выставка-ярмарка. Организаторы: Администрация Костромской области, компания «Алмаз-Холдинг» и редакция журнала «Ювелирное Обозрение».



Более ста экспонентов нынешнего профессионального слета единодушно подчеркивали значение Костромы для развития ювелирной отрасли России, ведь история и традиции ювелирного промысла в крае берут свое начало с XVII в. И местные власти намерены в дальнейшем позиционировать Кострому как ювелирную столицу страны, о чем заявил на пресс-конференции, посвященной открытию выставки, губернатор В. Шершунов. По его словам, в настоящее время рассматривается возможность использования постоянных выставочных площадей в здании Каланчи. Другой выставочный центр будет открыт осенью этого года в Красномна-Волге. Еще одной приметой ювелирной столицы станет стела, расположенная на въезде в город. Неслучайно даже главный приз конкурса, впервые проведенного в рамках выставки, получил название «Серебряная ладья. Признание ювелирной столицы».

В программе фестиваля — множество деловых, коммерческих, культурных и спортивных мероприятий, всегда находящихся живой отклик у участников. Так, вполне объяснимым интересом и повышенным вниманием специалистов пользовалась

презентация, проведенная делегацией из Индии. Встречу со своими партнерами — торговыми организациями из разных уголков России и презентацию новой коллекции приурочило к выставке и Костромское ювелирное предприятие «Александрит», причем организаторы подошли к проведению мероприятия неформально, с фантазией. Получился настоящий яркий, зрелищный праздник, в программу которого были включены выступления фольклорного ансамбля «Венец», ансамбля бального танца «Ритм», солистов муниципального театра оперетты. А представил новинки сезона «Лето 2007» и коллекцию эксклюзивных изделий театр моды «Совершенство». Гостей вечера — партнеров компании ждали сюрпризы, подарки, встречи с друзьями...

Отличительной особенностью нынешнего фестиваля «Золотое кольцо» стало проведение в его рамках II Конгресса ювелиров России, в котором приняли участие более 300 представителей отрасли. Мы предлагаем вашему вниманию доклад генерального директора ассоциации «Гильдия ювелиров России» Валерия Борисовича Радашевича, прозвучавший на заседании Конгресса.

УВАЖАЕМЫЕ УЧАСТНИКИ И ГОСТИ КОНГРЕССА!

От лица Ассоциации «Гильдия ювелиров России» рад приветствовать вас на значимом как для ювелирной отрасли, так и для России мероприятии — Втором всероссийском конгрессе участников ювелирного рынка. Конгресс ставит своей целью определить стратегию развития ювелирной отрасли и наметить пути совместного диалога между представителями ювелирного бизнеса, структур власти, образовательных и научных учреждений.

Будет развиваться отрасль — будет крепнуть и процветать Россия.

Объем мировой ювелирной промышленности — 146 млрд долларов, годовое потребление золота 2500 млн тонн. Годовой объем продаж ювелирных изделий с бриллиантами в 2006 году составил 69 млрд долларов.

А что же у нас в России? Количество предприятий, занимающихся производством ювелирных изделий, составляет 960 организаций (подавляющее большинство организаций имеет частную форму

собственности). Индивидуальных предпринимателей — 2300 человек. Численность занятых — более 60 000 человек.

Занимающиеся производством организации и индивидуальные предприниматели расположены в 52 областях страны.

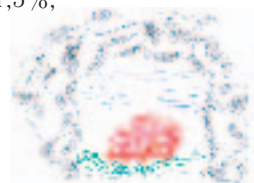
Общий объем производства ювелирных изделий без налогов составил в 2006 году 16,8 млрд рублей (по данным Росстата).

Основные центры производства:

- Центральный федеральный округ — 61,5%,
в том числе:
Москва и область — 38,1%;
Костромская область — 13,8%.

Интересно, что, если брать по штукам, количество апробированных в Пробирных инспекциях изделий — 21,6%.

- Северо-Западный федеральный округ — 11,5%,
в том числе Санкт-Петербург — 9,5%;
- Сибирский федеральный округ — 16,23%;



- Дальневосточный — 3,67%;
- Уральский — 3,54%;
- Южный — 2,85%.

В 2006 году через Пробирную инспекцию прошло 35 млн 755 тыс. 295 штук изделий из золота российского производства и 1 млн 569 тыс. 499 штук импорта. Доля импортных изделий составила 4,8%. Общий вес изделий из золота российского производства оставил 90,6 тонны. Прирост к 2005 году составил 11,4%.

По данным Федеральной таможенной службы, в 2006 году было выдано 42 разрешения на вывоз золота для переработки вне таможенной зоны РФ общей массой 19 257 кг. Рост к 2005 году составил 105,6%.

Ввезено в Россию после переработки, по данным Минфина России, 6,167 тонны. Рост к 2005 году составил 177,7%.

Общая масса золота, разрешенного для вывоза на переработку вне таможенной территории РФ, составил за 2004–2005 годы 40,688 тонны, по данным ФТС. Ввезено 11,118 тонны.

По изделиям из серебра

В 2006 году Пробирная инспекция заклеивала 18 896 909 штук изделий российского производства и 6 085 633 штуки — импорт.

Общая масса импортных изделий составила 43,914 тонны. Рост 117,7%. Импорт уверенно вытесняет российские изделия из серебра.

В 2006 году было выдано разрешений для переработки вне таможенной территории РФ на общую массу 17,528 тонны. Рост к 2005 году составил 806%.

Торговля

Объем продаж ювелирных изделий на российском рынке в 2006 году составил около 80 млрд рублей, рост к 2005 году составил 118%. Доля российского ювелирного рынка в мировом составила 2,2%. В российской ювелирной торговле занято более 70 тыс. человек. Объем ювелирных изделий с бриллиантами в 2006 году составил около 44 млрд рублей.

Рост к 2005 году составил 121,4%. В ювелирной торговле наблюдается значительный неудовлетворенный спрос, вызванный недостаточным ассортиментом ювелирных изделий с бриллиантами и цветными драгоценными камнями. Имеет место уменьшение доли продаж ювелирных изделий по сравнению с другими товарами подарочной группы.

В целом, мы имеем неплохой прогноз на текущий 2007 год. Рост по изделиям из золота составит не менее 115%. Общая масса изделий из золота составит более 104 тонн. Рост импортных изделий составит не менее 130%. Это около 8 тонн. Масса изделий, ввезенных в Россию в режиме переработки вне таможенной территории РФ, составит не менее 15 тонн, рост к 2006 году 243%.

По изделиям из серебра продолжится падение объемов российского производства, общая масса изделий составит 105 тонн, уменьшение составит более 6 тонн. Объем продаж ювелирных изделий на российском рынке приблизится к 100 млрд рублей. Стремясь внести вклад ювелирной отрасли страны в выполнение задач, поставленных Президентом Российской Федерации В. В. Путиным в своем Послании Федеральному Собранию Российской Федерации, Ассоциация «Гильдия ювелиров России» подготовила для рассмотрения на Конгрессе «Программу по значительному увеличению использования драгоценных металлов и алмазов в производстве ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней».

Президент Российской Федерации утвердил 28 апреля 2007 года Перечень поручений, в котором дано задание: «Разработать систему мер, стимулирующих увеличение переработки минерального сырья внутри страны. Срок 1 сентября 2007 года, ответственные: ФРАДКОВ М. Е., МЕДВЕДЕВ Д. А., ХРИСТЕНКО В. Б., ГРЕФ Г. О., КУДРИН А. Л., ТРУТНЕВ Ю. П.».

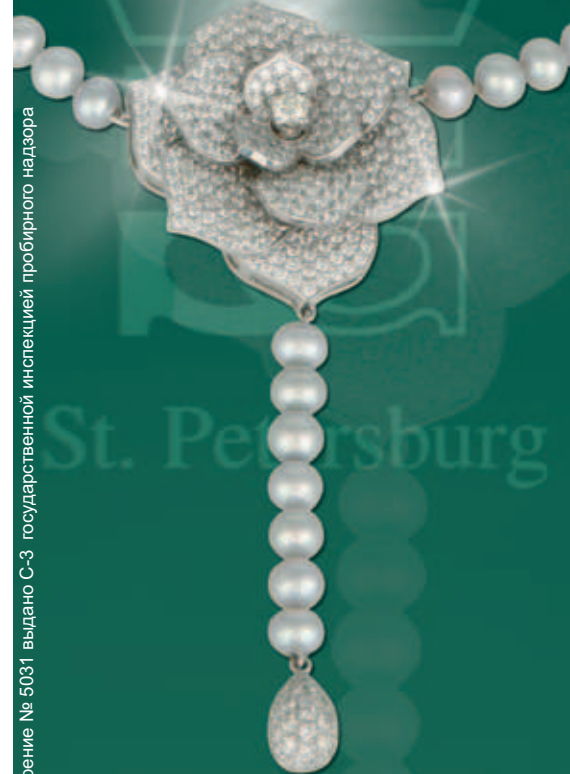
Ювелирная отрасль является локомотивом развития всего алмазно-золото-бриллиантового комплекса. Реализация мер, предлагаемых «Программой по значительному увеличению использования драгоценных металлов и алмазов в производстве ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней» даст возможность развиваться ювелирной отрасли и в перспективе обеспечить полное использование всего добываемого в стране золота в производстве ювелирных изделий. Вполне реально в 2010 году обеспечить объем производства 150 тонн изделий из золота.

Мы предлагаем вам всесторонне обсудить предлагаемую Программу и внести необходимые дополнения. «Программа по значительному увеличению использования



St. Petersburg

МОДА ПРОХОДИТ — ДРАГОЦЕННОЕ ВЕЧНО



Ювелирное предприятие «ГРИНГОР»

Санкт-Петербург, пл. Растрелли, 2
Отдел сбыта: (812) 577-15-06, 577-15-10
факс: (812) 274-15-38

Регистрационное удостоверение № 5031 выдано С-3 государственной инспекцией пробирного надзора

реклама



АЛМАЗ-ХОЛДИНГ

ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ



*Лучший
подарок –
ювелирный!*

Центральный офис:

129301, Москва, ул. Космонавтов, д. 7, корп. 2

тел.: (495) 956-89-89 / 98, факс: (495) 956-95-71

e-mail: almaz-holding@almaz-holding.ru

www.almaz-holding.ru

драгоценных металлов и алмазов в производстве ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней», одобренная Конгрессом, будет направлена в Правительство РФ, Федеральное Собрание РФ и министрам, указанным в Поручении Президента.

Два года назад мы провели в Костроме Первый Всероссийский Конгресс. Резолюция, принятая Конгрессом, была направлена Президенту РФ, председателям Государственной думы и Совета Федерации, президенту Торгово-промышленной палаты РФ.

В работе Первого Конгресса активное участие принимали депутаты ГД. Совет Федерации и Государственная дума провели парламентские слушания, на которых были рассмотрены меры, предлагаемые резолюцией Конгресса. Рекомендации парламентских слушаний были направлены в Правительство РФ. У заместителя председателя Государственной думы В. А. ПЕХТИНА, председателя Комитета ГД Н. В. КОМАРОВОЙ, председателя Комитета Совета Федерации ВАСИЛЬЕВА состоялись совещания, на которых были рассмотрены основные вопросы, сдерживающие развитие ювелирной отрасли страны. При Комитете по экономической политике, предпринимательству и туризму образован Экспертный Совет по проблемам ювелирной отрасли. На эту тему состоялось два согласительных совещания. Работа над законопроектом показала, что в органах Федеральной исполнительной власти отсутствует единое мнение, как должно осуществляться клеймение ювелирных изделий в России. Минфин России и Пробирная палата России поддерживают введение добровольного клеймения изделий из серебра массой до 3 граммов. Минэкономразвития и торговли РФ — ПРОТИВ. В то же время Минэкономразвития и торговли РФ считает возможным разрешить добровольное клеймение изделий из серебра, предназначенных для экспорта. Два года не решается вопрос.

Количество ювелирных изделий, подлежащих апробированию и клеймению, увеличивается. Минфин России, правда, увеличивает численность Пробирных инспекций, но этого недостаточно, и напряжение нарастает. Мы просим, и если хотите, требуем от Федеральной власти определиться, и мы выносим на Конгресс концептуальный вопрос: «О необходимости и области действия государственной монополии на клеймение ювелирных изделий». В любом случае мы считаем, что власть обязана обеспечить равные условия для ведения ювелирного бизнеса в стране. Несправедливо, когда предприниматели вынуждены стоять в очереди, везти в другой город за 600 и более километров изделия для клеймения. Это создает условия для недобросовестной конкуренции.

Минэкономразвития и торговли РФ очень бережно защищает интересы иностранного бизнеса. Хотелось бы, чтобы оно так же защищало интересы российского ювелирного бизнеса. Если исполнительная власть считает, что обязательное государственное клеймение должно сохраниться для всех без исключения изделий, то она должна создать условия для бесперебойного клеймения изделий всем предпринимателям. Это означает открытие филиалов во всех городах, где производятся ювелирные изделия, или компенсацию ювелирам затрат на перевозку в другой город и обратно. Это означает открытие Постов в крупных регионах и отсутствие очередей на клеймение. Мы предлагаем открыть Посты Пробирных инспекций на всех предприятиях, где производится более 15 000 штук ювелирных изделий в месяц.

Несомненным успехом ювелирного сообщества явилось принятие Правительством РФ в 2006 году решения установить нулевые пошлины на ввоз импортного технологического оборудования. Однако работа только началась. Необходимо добиться отмены ввозных таможенных пошлин на ювелирные камни, технологический инструмент и лабораторное оборудование, закупаемое по импорту. У чиновников во все времена была и есть поговорка: «Хочешь отказать — требуй расчет».

Резолюция Первого Конгресса предусматривала внесение поправок в Федеральный закон «О драгоценных металлах и драгоценных камнях». Прошедшие два года показали полное безразличие Федеральной исполнительной власти к этому закону. Ассоциацией «Гильдия ювелиров России» подготовлены все необходимые для ювелирного бизнеса изменения к этому закону. Это либерализация пробирного надзора, конкретизация вопросов переработки отходов драгоценных металлов в ювелирном производстве, предоставление права собственнику изделий самостоятельно выбирать способ транспортировки ценностей.

Кто из представителей государственных структур может ответить, почему в 2007 году, накануне вступления России в ВТО, российскому предпринимателю, купившему драгоценный металл за свои деньги в частном банке, надо указывать, как хранить, вести учет, как расходовать (Инструкция Минфина № 68)? Почему Федеральный закон предписывает ему, что делать с отходами, как перевозить драгоценные металлы и ювелирные изделия?

Это было бы смешно, если бы не было так печально. Органы внутренних дел возбуждают уголовные дела за нарушения этих давно изживших себя норм.

Проблема переработки драгоценных металлов вне таможенной территории РФ, так называемой «толлинг».

Резолюция Первого Конгресса просила Правительство РФ ввести временные количественные ограничения. Мы написали письмо министру финансов А. Л. Кудрину, написали письмо в Правительство РФ, Федерально-таможенную службу. Получили ответ от Минфина России, директора Административного департамента А. А. Ахполова, директора Бюджетного департамента Белова, что в настоящее время объемы переработки вне таможенной территории не превышают 5%, что не может представлять угрозы для российского производителя.

В то же время количество выданных разрешений за эти два года выросло многократно, и суммарные объемы переработки весьма значительны. И сегодня мы видим два сценария развития событий:

1. Через год-два 80% изделий из золота производятся вне таможенной территории России, рабочие места создаются в Турции или Китае, а в России идет сворачивание производства.
2. Государство принимает необходимые меры, снижает экономическую привлекательность и дает возможность развиваться российскому производству.

Мы не предлагаем запрещать, мы предлагаем устанавливать адекватные импорту таможенные пошлины. Позиция Минфина России, Минэкономразвития и торговли России непонятна. Отношение к выполнению резолюции Первого Конгресса показало позицию различных ветвей власти по отношению к ювелирной отрасли. Готовясь ко Второму Конгрессу, мы от имени сопредседателей Конгресса направили письма заместителям председателя Прави-



*Производство и оптовая продажа
ювелирных изделий из драгоценных
металлов с драгоценными камнями*



Центральный офис:

г. Кострома, ул. Терешковой, д.10.
Тел./факс: (4942) 31-76-81; 31-73-12
моб.тел: +7-910-958-27-73 (на выставках)

www.alexandrit.ru
e-mail: info@alexandrit.ru

Офис в Москве:

ул. Земляной Вал, д.24/32.
Тел.: (495) 917-31-41
моб. тел: +7-916-606-69-63

e-mail: alexandritmoscow@mail.ru



тельства Д. Жукову и С. Нарышкину с просьбой поддержать проведение Конгресса ювелиров и дать поручение заинтересованным министерствам и ведомствам принять участие в работе Конгресса. Мы пригласили директоров Департамента Правительства РФ, Минэкономразвития РФ, Минфина России, ответственных работников ФТС, ФАС, МВД принять участие в работе Конгресса. Мы направили письма министрам А. Л. Кудрину и Г. О. Грефу с просьбой направить своих представителей для участия в работе Конгресса.

В марте этого года состоялся очередной Конгресс Международной ювелирной конфедерации CIBJO. В работе Конгресса приняли участие два ответственных представителя ООН, вице-президент ЮАР, министры ЮАР, Италии, Португалии и ряда других стран, глава «Де Бирс» Ники Оппенгеймер и делегаты 43 стран, членов Конфедерации. Вот вам отношение к ювелирной отрасли. Президент Всемирной ювелирной конфедерации Гаэтано Кавальери, выступая на Конгрессе, сказал: «Сегодня ювелирная промышленность рассматривается не только как производство предметов в роскоши, но и как деятельность, обеспечивающая население рабочими местами и дающая надежду на лучшее будущее». Тема социальной ответственности сегодня должна стать основной в стратегическом развитии отрасли, что сформирует имидж ювелирного бизнеса как активного цивилизованного и перспективного. Ювелирная промышленность потребляет золота больше, чем его добывает, создает рабочие места, является экологически чистой, повышает интеллектуальный, культурный и образовательный уровень людей, занятых бизнесом. А вот отношение к ювелирной отрасли в России: Минфин, головное министерство, на которое Постановлением Правительства РФ возложена ответственность за политику в области производства и использования драгоценных металлов, не смог в силу чрезвычайной занятости своих сотрудников направить своих представителей для участия в работе Конгресса и довести до участников Конгресса политику Минфина, обеспечивающую функционирование ювелирной отрасли.

Административная реформа ликвидировала управление драгоценных металлов и драгоценных камней в Минфине, функции переданы Административному департаменту, на котором лежит груз всех административных вопросов огромного министерства. И сегодня отрасль драгоценных металлов является, пожалуй, единственной, которая не имеет специализированного органа государственного регулирования. Возникает вопрос: а может, и не нужен государственный орган? Это концептуальный вопрос. Опять же два сценария развития событий.

Первый: сведение до минимума государственного регулирования, введение механизмов саморегулирования, принятие закона о саморегулировании в отрасли, предусматривающих обязательность членства в одной из саморегулируемых организаций. Ассоциация «Гильдия ювелиров России», региональные организации получают возможность самим построить цивилизованный ювелирный рынок.

Второй: исполнительная власть не только контролирует бизнес, но и определяет правила игры, обеспечивающие цивилизованное развитие ювелирной отрасли и ее конкурентоспособность по сравнению с импортом. Я лично за первый путь. Сегодня ювелирная отрасль для Федеральной исполнительной власти — как чемодан без ручки: «нести неудобно, а бросить жалко». Гораздо интерес-

нее заниматься сырьевыми отраслями. Вот кто нас сегодня активно поддерживает — это администрации регионов. Ювелирный бизнес сегодня развивается в 52 областях страны, и администрации прекрасно понимают, что это не только налоги, но и вклад в решение социальных вопросов. Сегодня в ювелирном бизнесе заняты более 130 000 человек. Яркий пример отношения к ювелирам — администрации Костромской области и лично губернатора Виктора Андреевича Шершунова. В результате ювелирный бизнес в области стремительно развивается. Правительство Москвы, администрации Московской области, Якутии, Татарстана и других областей готовы оказать поддержку малому ювелирному бизнесу.

От лица всех ювелиров хочу обратиться к представителям власти: мы готовы и хотим выйти на позитивный совместный диалог в целях поиска новых возможностей государственного регулирования, которое будет способствовать развитию отрасли и процветанию российского общества. И это должно стать совместным проектом «власть—бизнес—общество», который позволит эффективно развивать ювелирный бизнес, создавать новые рабочие места, избавиться наконец от контрабандных и незаконно произведенных изделий, развивать научную и образовательную сферу.

Я должен доложить вам, что это, к сожалению, долгий и трудный путь. Во властных структурах преобладает негативное мнение о ювелирной отрасли. Всему ювелирному сообществу необходимо вести постоянную работу по формированию положительного имиджа ювелирного бизнеса в глазах власти и покупателей нашей продукции. Необходима консолидация всех прогрессивных сил ювелирного сообщества.

На Ассоциацию «Гильдия ювелиров России» возложены обязанности технического подкомитета ТК 304 по введению стандартов ювелирной отрасли. Это нормативная база для саморегулирования, это ОСТы «Ювелирные изделия, ювелирные вставки».

Ассоциация производителей бриллиантов готовит Национальный стандарт на бриллианты. В настоящее время развиваются технологии промышленного получения и облагораживания ювелирных камней. Мнение таково, что покупатель должен иметь возможность получить всю информацию, а продавец должен иметь возможность ее предоставить.

Вчера же состоялся «круглый стол» по проблемам ювелирной торговли. Участники обсудили изменения, которые необходимо внести в «Правила торговли ювелирными изделиями» (Постановление Правительства № 55). Участники «круглого стола» высказались за необходимость ведения консолидированной рекламной кампании под девизом «Ювелирные изделия — лучший подарок». Ассоциация «Гильдия ювелиров России» образовала специальную организацию для ведения этой кампании. Еще один вопрос, который достаточно актуален для ювелирной отрасли, — это подготовка квалифицированных кадров. Он включен в программу работ Ассоциации «Гильдия ювелиров России» на 2007–2008. Это серьезная задача для всей отрасли.

Заканчивая доклад, хочу еще раз обратить внимание на то, что основными и единственными хозяевами отрасли являются сами ювелиры. И им, в конечном счете, решать, какой быть отечественной ювелирной отрасли.

Это, конечно, при условии, что государство хочет, чтобы в России была ювелирная отрасль.





реклама

VALTERA

РОСКОШНЫЙ МИР ДРАГОЦЕННОСТЕЙ

117587, г. Москва, ул. Днепропетровская, д. 2, тел./факс: +7(495) 983 06 49, 987 42 86, тел.: +7(495) 781 80 40, факс: +7 (495) 781 80 44
тел.: +7(495) 983 06 48 (департамент оптовой торговли) e-mail: opt@valtera.ru, www.valtera.ru

* компания VALTERA является членом Ассоциации „Гильдия ювелиров России“

Фестиваль ювелирных украшений «Гвоздь сезона»

В декабре 2007 года на открытии в Центральном Манеже выставки «Петербургский Ювелир», традиционно проводимой объединением «Мир камня» в конце года, будут подведены итоги фестиваля ювелирных украшений и аксессуаров «Гвоздь сезона».



Николай Балабин
Финляндия
коллекция брошей

Н. Балабин. Броши. Серебро

Этот фестиваль проводится выставочным объединением «Мир камня» с 2006 года*. Идея проекта возникла у организаторов не случайно. Выставки «Мир камня» привлекают разноплановых мастеров, и далеко не все из них решаются выйти на главный конкурс авторского ювелирного и камнерезного искусства — «Ювелирный Олимп», хотя работы некоторых экспонентов явно заслуживают поощрения. Поэтому, по мысли инициаторов фестиваля, главная задача нового проекта — поддержка творческой инициативы участников выставки, стимулирование производства актуальных украшений и аксессуаров, демонстрация модных ювелирных тенденций сезона.

Фестиваль проходит по турам, девиз которых подсказан сменой времен года, новыми тенденциями в моде и дизайне ювелирных украшений: «Лето в Петербурге», «Осенние мотивы», «Новогодние фантазии». На каждой выставке жюри отбирает самые острые, оригинальные работы, представленные в экспозиции «модные украшения сезона». Это могут быть как авторские произведения, так и образцы серийной производственной продукции. Работы выбираются соответственно номинациям, предложенным участникам в анонсе предстоящей выставки. За прошедший период у ювели-

ров была возможность творчески осмыслить самые разные темы, в том числе «Японские мотивы», «В стиле ретро», «Украшение-трансформер» и др.

Традиционно жюри отбирает наиболее интересные работы в каждом виде украшений — ожерелье, кольцо, брошь, серьги, браслет и т. д. При этом оцениваются образное, конструктивное решение вещи, работа с камнем, мастерство исполнения, актуальность украшения или аксессуара в контексте последних тенденций моды. По итогам весна — лето 2007 года были отмечены работы художников Ю. Дробахи — серия авторских украшений, оригинально и свежо интерпретирующих традиции античного ювелирного искусства; Н. Балабина — элегантная и стильная интерпретация на тему народного искусства; А. Королева с брутальными украшениями, ассоциирующимися с египетско-персидской темой, выполненные в традиционных и инновационных техниках. Это также работы Р. Имадиева и загадочного Рудры с актуальными сегодня бионическими мотивами, оригинальные шейные украшения из полудрагоценных и поделочных камней с металлом А. Терещенковой, М. Плавинской, А. Цукановой, лаконичные и выразительные работы из гагата художника С. Бакаева.

Браслет. Китай.
Серебро

Браслет. Туркмения.
Серебро, эмаль, золочение,
гравировка, скань

Браслет. Йемен.
Бронза, литье, гравировка

Браслет. Африка.
Дерево, резьба

К каждой выставке «Мир камня» специально делаются экспозиции украшений с полудрагоценными, поделочными камнями, органигенами, демонстрирующими последние модные тенденции в этом направлении. Большим интересом у посетителей летней выставки в Центральном Манеже пользовалась экспозиция с изделиями из кораллов, жемчуга и перламутра, в том числе окрашенных в самые фантазийные оттенки. Здесь же были представлены украшения с резным камнем, актуальные как в уходящем, так и в наступающем году.

На летней выставке была организована и великолепная экспозиция «Украшения народов мира», подготовленная коллекционерами из Москвы А. Вдовиным и И. Попович, при содействии В. Пешковой и Л. Дошинской. Она включала уникальные этнические ювелирные украшения мастеров Афганистана, Индонезии, Индии, Ирана, Йемена, Сирии, Омана, Китая, Таиланда, Мексики, Марокко, Туниса — как старинные, так и современной работы. Многие из этих вещей были достойны музейной экспозиции, но особенно объемной и интересной была коллекция браслетов. Массивные, тяжеловесные, декорированные эмалью, полудрагоценными и поделочными камнями, или наоборот — легкие, изящные, сплетенные из филигранный и зерни, выполненные из серебра, бронзы, меди, они демонстрировали широчайший спектр форм и орнаментики, свойственной традиционной ювелирной культуре этих стран, поражали сложностью и насыщенностью символического подтекста, прочитываемого за материалом и декором.

В традиционных культурах браслет — одно из самых распространенных и значимых украшений. Не только потому, что обычно имеет простые формы, главное — он моментально идентифицирует личность: маркирует гендерное, социальное, статусное положение человека в обществе. Он служил и знаком его богатства, охранял от природных катаклизмов, потусторонних сил. Поэтому браслеты носили с незапамятных времен практически все члены общества — от младенцев до глубоких стариков, нищие и цари. Различались лишь их формы, материалы, отделка. И сегодня браслет остается одним из самых актуальных украшений, причем как женщин, так и мужчин. Он по-прежнему может идентифицировать личность человека, и для этого вовсе не обязательно наносить на него инициалы владельца, как это делалось, например, на браслетах для солдат и моряков. В эпоху всеобщей глобализации браслет может стать идентификацией личного стиля, вкуса, пристрастий его владельца, служить символом, посланием... Поэтому не случайно одной из основных номинаций следующего этапа фестиваля «Гвоздь сезона» станет тема браслета. Она так и звучит: «ID-браслет. Идентификация личности».

Лучшие работы фестивального конкурса будут опубликованы в каталоге выставки «Петербургский ювелир», а победитель получит уникальный приз: «Гвоздь сезона», придуманный и сделанный Сергеем Фалькиным — одним из ведущих художников-камнерезов Санкт-Петербурга.

Надеемся, что новая инициатива организаторов объединения «Мир камня» поможет сохранить ощущение насыщенного, многослойного, информативного события, которым в последние годы стали эти выставки для профессионалов и любителей ювелирного искусства.

* Первоначально фестиваль проходил под названием «Петербургские сезоны».

Галина Габриэль,
кандидат искусствоведения





А. Терещенкова. Колье.
Янтарь, бирюза, серебро



А. Королев. Подвес.
Серебро



Ю. Дробаха. Подвес.
Серебро, золочение



Рудра. Серьги.
Серебро, коралл



С. Бакаев. Подвес. Браслет.
Гарат



М. Плавинская. Колье

«Самарская жемчужина»: волжский размах дает блестящие результаты

6–11 июня в Самаре состоялось одно из событий российского ювелирного рынка — специализированная выставка «Самарская жемчужина — 2007».

Организатором выставки стала компания «Регион Экспо Сервис — Самара» при поддержке Саратовской государственной инспекции пробирного надзора.

Заметный рост числа участников (в прошлом году в Самаре приехали 80 экспонентов, а в этом уже 99, так что рост составил 25%) и поистине волжский размах выставки позволяют говорить о том, что после успешного дебюта самарский форум набирает обороты. Сегодня уже ни у кого не вызывает сомнения, что это летнее мероприятие стало отнюдь не второстепенной составляющей насыщенного выставочного графика России и дало толчок для развития региональной ювелирной отрасли.

На открытии выставки с приветственными словами выступили директор ООО «РегионЮвелирЭкспо» Роман Борелюк, заместитель главы администрации Самары по потребительскому рынку Дмитрий Харчев, директор отдела валютных и неторговых операций Поволжского банка Сбербанка России Елена Копылова. Все выступавшие отметили значимость представительного форума для деловой жизни города, его позитивное влияние на экономику региона.

Выставка, несомненно, добавила красок в и без того яркую палитру культурной жизни Поволжья, стала настоящим праздником красоты



для тысяч жителей Самары.

В этом году полюбоваться лучшими образцами ювелирного искусства пришли более 7000 человек.

И они не были разочарованы: более 70 ювелирных компаний из Москвы, Санкт-Петербурга, Калининграда и других городов России представили на суд посетителей свои коллекции. Особое внимание привлекали красочные стенды компаний «Регион Ювелир» (Москва), «Альдзена» (Москва), «Бронницкий ювелир» (Москва), «Сидан-контракт» (Москва), «Красцветмет-Урал» (Екатеринбург), «Арт-Ювелир» (Ростов-на-Дону).

Международное участие было представлено стендами гомельского завода «Кристалл» (Белоруссия), компании Pilgrim (Дания), Agras A.S. (Турция).

К слову сказать, волжские ювелиры ничуть не смутились присутствия именитых гостей: продукция волжских ювелиров не уступала столичному ассортименту ни по дизайну, ни по качеству: крупные фирмы: «Рута-Самара», «Ювелирная мода», «Красная Пресня» — представили достойные восхищения коллекции, а небольшие стенды маленьких компаний и индивидуальных ювелиров дали представление о самобытном местном колорите ювелирного дизайна.

Но самыми активными участниками выставки от самарского региона стали, конечно же, представители торговли. Крупные торговые сети: «Эмирада», «Золото Самары», «Монако», «Версаль», а также небольшие розничные фирмы — получили отличную возможность, не выезжая за пределы региона, познакомиться с предложениями рынка, заключить долгосрочные контракты, наладить взаимовыгодные связи.

Отличительной особенностью самарского ювелирного рынка можно назвать отсутствие известных ювелирных сетей, таких как «Алтын», «Яшма» и т. д. Хотя сетевая экспансия уже началась: сеть «585» открыла два магазина и строит еще несколько. По одному магазину имеют «Адамас» и «Алмаз-Холдинг». Однако большинство



ювелирных компаний представлены ювелирными отделами в больших торговых центрах. Хочется отметить магазины компании «Волжский ювелир» — «Кристалл» и «Жемчуг», которые выгодно отличаются ассортиментом, предоставляя покупателям продукцию ведущих ювелирных заводов «Кадо», Красцветмет, «Русские Самоцветы», «Ника», МЭЮЗ, МЮЗ и др.

Безусловно, именно «Самарская жемчужина» способствует активному расширению ассортимента ювелирных изделий, представленных в магазинах региона, и теперь волжские покупатели могут видеть на прилавках всю палитру ювелирного искусства России.

Оценивая итоги выставки, участники форума, хотя и не были единодушны в оценках, признавали хорошие продажи, продуктивные деловые контакты. При этом более 80% участников уже зарезервировали места для участия в выставке будущего года — этот беспристрастный показатель можно считать самым объективным признанием успеха «Самарской жемчужины».

Стабильный прирост числа участников заставляет организаторов выставки задумываться о поиске новой выставочной площадки, ведь даже в просторном, светлом выставочном центре им. П. Алабина «Самарской жемчужине» становится тесновато. Что ж, все закономерно: выставка растет, развивается, осваивает новые площади и горизонты.

Выразив безоговорочное желание вернуться в Самару в будущем году, участники прошедшего форума увозили с собой выгодные контракты, прекрасные впечатления о комфорте и сервисе, которые заботливо обеспечивали организаторы выставки, новые знания,

полученные в ходе обучающих семинаров, а также призы, честно завоеванные в профессиональной борьбе. Конкурс ювелирных украшений проводился по 10 номинациям с оригинальными, запоминающимися названиями: «Господин Эксклюзив», «Царь камней и камень царей», «Серебро для гурманов», «Безупречная грань» и др. Наибольшее число призов получили ООО «Красцветмет-Урал», ТД «Ника», ООО «Спектр Групп», ТД «Альтзена».

Вручая победителям дипломы, директор Музея минералогии и камнерезного искусства (г. Заречный) Александр Селиванов отметил, что «Самарская жемчужина» выполняет благородную миссию поддержки российского ювелирного искусства и популяризации лучших работ отечественных ювелиров.

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ

ЗОЛОТАЯ САМАРА

14-17 декабря 2007

5-9 июня 2007

САМАРСКАЯ ЖЕМЧУЖИНА



**Регион Экспо Сервис
Самара**

Организатор:
ООО «РегионЭкспоСервис-Самара»

443080, г. Самара, ул. Ивана Булкина, 84, оф. 407
 тел/факс: (846) 224-00-74, 224-06-78, 224-09-95, 265-25-78.
 E-mail: region-expo@samaramail.ru
www.regionexposervis.ru www.ru-expo.ru

Информационная поддержка:


DIAMONDS
Самара


**Выставочный
МОСТ**


JEWELRY


ФЕД. «РОССИЙСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ТОВАРОВ»


**Официальный фотограф
выставки**

ГАРАНТИЯ ДО 3-Х ЛЕТ



ЛИЦО бизнеса

ФАБРИКА ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ОБОРУДОВАНИЯ
И ЮВЕЛИРНОЙ УПАКОВКИ

Россия, 601900, Владимирская обл., г.Ковров, ул. Никитина, д. 15; тел.: (49232) 2-17-33, 2-18-54

www.vek-futlar.ru e-mail: vek@kovrov.ru

Московское представительство: тел./факс (495) 956-79-91 Санкт-Петербург: тел.: (812) 921-03-04

«Золото летней столицы»

Если в советский период Сочи был известен прежде всего как «всесоюзная здравница», то сегодня этот город-курорт стал средоточием активнейшей деловой и культурной жизни Южного федерального округа. В нынешнем году к целому ряду важных мероприятий, проводимых в Сочи, прибавилась еще одно: с 25 июля по 1 августа здесь состоялась I Специализированная ювелирная выставка «Золото летней столицы». Эту ювелирную ярмарку организовали Торгово-промышленная палата г. Сочи, ООО «Фирма «Даймонд», выставочная компания «Сочи-Экспо» под патронажем главы г. Сочи при активной поддержке со стороны Гохрана России, Пробирной палаты России, Ассоциации производителей бриллиантов, Гильдии ювелиров ЮФО.

На церемонии открытия прозвучали при-
ветственные слова первого заместителя мэра г. Сочи К. В. Мищенко, руководителя Российской государственной пробирной палаты В. И. Моспана, первого вице-президента Ассоциации российских производителей бриллиантов А. А. Эвояна, председателя Высшего совета Гильдии ювелиров России А. Г. Иванюка, начальника Донской государственной инспекции пробирного надзора Г. В. Яровова, президента Международного фестиваля «Бархатные сезоны в Сочи» Л. А. Ивановой, президента ООО «Фирма «Даймонд» А. Д. Савченко, председателя Торгово-промышленной палаты г. Сочи В. П. Левченко, генерального директора ВК «Сочи-Экспо» Т. В. Яроша.

Особо следует отметить деловую программу мероприятия. В ходе работы выставки состоялись: семинар на тему «Имидж ювелирного предприятия» (организованный Центром коммуникационных технологий «Проект-имидж»), цикл семинаров на тему обучения и профессиональной подготовки персонала для ювелирных салонов и магазинов (ведущая А. Фисенко, директор Центра обучения персонала «Аудитория», Екатеринбург), «круглый стол» на тему «Актуальные проблемы ювелирной торговли» (ведущий Д. Московченко, директор НП «Гильдия ювелиров ЮФО»). В рамках последнего обсуждались проблемы ювелиров ЮФО, зачастую весьма схожие с проблемами их коллег в центральных регионах России. Так, было поддержано предложение о переводе ювелирной отрасли в ведение Министерства промышленности и энергетики РФ, с которым

выступает Гильдия ювелиров России; прозвучали выступления, посвященные необходимости от-
крытия дополнительной инспекции пробирного надзора по ЮФО в Краснодаре, поднимался вопрос о статусе ювелирных выставок как центров исключительно оптовых продаж. Но кроме общих проблем, присущих отечественному ювелирному бизнесу в целом, у ювелиров ЮФО есть и специфические сложности.

Одна из них — испорченная репутация как результат деятельности отдельных недобросовестных представителей ювелирной торговли ЮФО. На заседании «круглого стола» были озвучены конкретные имена и названия фирм, которые регулярно не исполняют условий договора с поставщиками и не производят выплат за реализованный товар. К сожалению, из-за подобных случаев пострадал имидж всей ювелирной торговли региона. Как вариант решения данной проблемы поступило предложение о введении лицензирования; возможно, есть и другие пути решения — пока вопрос остается открытым.

Традиционной составляющей программы всех ювелирных выставок является конкурс. «Золото летней столицы» не стала исключением: конкурс ювелирного мастерства прошел по номинациям «Лучшая женская



Сергей Лукьянов, г. Ростов-на-Дону.
Панно «Движение». Серебро, золото

коллекция», «Лучшая мужская коллекция», «Лучшее изделие с морской тематикой», «Лучшее украшение с бриллиантами», «Лучшее украшение с цветными камнями», «Лучшее изделие народных промыслов» и «Лучшее столовое серебро». Кроме того, «Компанией года» администрацией г. Сочи признано ФГУП «Московский завод по обработке сплавов».

Выставка-ярмарка «Золото летней столицы» состоялась впервые. Как и любой «пробе пера», ей присущи определенные несовершенства. Мы желаем этому выставочному проекту успехов и надеемся, что при подготовке следующей экспозиции организаторы сумеют избежать ошибок, допущенных в этом году.

ИМПЕРИЯ
ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ



СОЛНЦА
RUSSIAN JEWELRY

**НОВЫЕ
КОЛЛЕКЦИИ УКРАШЕНИЙ
Сезон - 2008**

**Холдинг «Траст Капитал»
Стенд № 220 JUNWEX Москва
4 - 8 сентября 2007**



Ювелирный Холдинг «Траст Капитал» Москва, Филевский бульвар, 10/3

Тел.(495) 738-39-05, 738-39-06, 738-29-84

www.trustcapital.ru trade @ [trustcapital.ru](mailto:trade@trustcapital.ru)

Ювелирных дел мастера

7 ноября 2006 года состоялось собрание Совета Партнерства Ассамблеи Ювелиров Санкт-Петербурга № 15, на котором главным вопросом повестки дня было обсуждение и утверждение Знака отличия «Ювелирных дел Мастер». Макет Знака разработала «Ювелирная фирма Алексея Помельникова». Изготавливал Знак отличия «Ювелирный завод «Альфа».

Совет Партнерства принял решение наградить Знаком отличия «Ювелирных дел Мастер» лучших мастеров по специальностям, участвующим в технологическом процессе выпуска ювелирных изделий.

В рамках IV Всероссийской выставки «Питер-Ювелир — 2007» в Манеже на Исаакиевской площади, которая проходила с 1 по 5 февраля, проводилось не одно мероприятие. Наверное, самым ярким днем выставки можно без сомнения назвать День Ассамблеи Ювелиров Санкт-Петербурга, приуроченный к 5-летию Ассамблеи, которая отпраздновала свой небольшой юбилей осенью 2006 года. В этот день состоялось не одно награждение, были розыгрыши и подарки, показ ювелирных изделий. Это был праздник не только для тех, кто

непосредственно имеет отношение к ювелирной промышленности, но и для тех посетителей выставки, которые стали свидетелями этого насущного события и торжественного дня.

3 февраля, в День Ассамблеи Ювелиров, самым значимым событием стало награждение Знаком отличия Ассамблеи Ювелиров Санкт-Петербурга «Ювелирных дел Мастер», который учредила Ассамблея.

Знак отличия Ассамблеи Ювелиров Санкт-Петербурга «Ювелирных дел Мастер» является формой поощрения сотрудников фирм — участниц Ассамблеи Ювелиров Санкт-Петербурга со стороны Некоммерческого Партнерства за многолетний труд и особый вклад в развитие отечественной ювелирной отрасли. Фирмы — члены Ассамблеи сами отбирали своих лучших

работников. Им вручали эксклюзивный Знак, специально разработанный для этого события.

Ассамблея Ювелиров планирует сделать вручение Знака отличия «Ювелирных дел Мастер» ежегодной традицией.



Награжденные Знаком отличия «Ювелирных дел Мастер»

ООО «Ювелирный Завод «Альфа»:

1. Пайкина Татьяна Борисовна
2. Чувиляева Елизавета Геннадьевна
3. Кириллов Анатолий Владимирович
4. Кириллова Любовь Александровна
5. Новиков Владимир Викторович
6. Калашникова Надежда Николаевна
7. Веселова Надежда Алексеевна
8. Голубева Галина Николаевна
9. Дмитриева Тамара Анатольевна
10. Часовников Андрей Витальевич
11. Шигорин Сергей Викторович
12. Соколова Татьяна Владимировна
13. Молостовцева Римма Александровна
14. Куклин Иван Михайлович
15. Лымарева Любовь Владимировна
16. Кононенко Александр Владимирович

ООО «Ардос-СПб»:

1. Рочиа Анна Владимировна

ООО «Арина»:

1. Туркин Андрей Викторович
2. Исаков Сергей Викторович
3. Смирнова Наталья Викторовна
4. Сысоев Александр Геннадьевич

ООО «Ювелирная фирма Алексея Помельникова»:

1. Соболев Татьяна Владимировна

2. Артемов Виктор Александрович

3. Бондаренко Ольга Дмитриевна

4. Гениева Ирина Федоровна

5. Ратушев Владимир Петрович

6. Познянский Олег Юрьевич

ООО «Даймонд-Дизайн»:

1. Воронова Галина Константиновна

2. Суренков Сергей Анатольевич

3. Иванов Максим Валерьевич

4. Белякова Нина Анатольевна

5. Высоких Эдуард Геннадьевич

6. Коровиченко Елена Владимировна

7. Кочеткова Елена Михайловна

ООО «Каст»:

1. Некрасова Наталья Геннадьевна

2. Овсянникова Наталья Александровна

3. Дмитриев Анатолий Дмитриевич

4. Семернина Марина Геннадьевна

5. Андреус Константин Арьевич

6. Чернова Вера Васильевна

7. Зотов Виталий Сергеевич

ООО «Кахолонг»:

1. Попов Валерий Анатольевич

2. Сомова Людмила Владимировна

3. Марчак Евгений Владиславович

4. Маланин Роман Владимирович

ООО «Ювелирный Центр «Кристалл»:

1. Дудников Дмитрий Владимирович

2. Добродей Владимир Николаевич

3. Макаренков Александр Юрьевич

4. Малынский Владимир Леонидович

5. Морозов Александр Васильевич

6. Морозов Владимир Феофанович

7. Саватин Юрий Александрович

8. Сокур Сергей Валерьевич

9. Шуст Виктор Владимирович

ООО «Роза»:

1. Смирнов Алексей Алексеевич

2. Тяжев Александр Валентинович

3. Ушаков Илья Александрович

4. Молчанова Ольга Александровна

ООО «СевЗапЮвелирпром»:

1. Кобякова Оксана Владимировна

НПЮ «14 Карат»:

1. Антонова Маргарита Николаевна

Художественно-профессиональный лицей:

1. Грачева Светлана Владимировна

2. Крылова Ирина Александровна

3. Виноградова Любовь Васильевна

4. Ковалева Наталья Николаевна

АЛМАЗ КЛУБ

ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ 2007 г.



арт. 220041

цена: 11 100 руб.



арт. 220046

цена: 12 220 руб.



арт. 220044

цена: 13 180 руб.



арт. 140176

цена: 34 240 руб.



арт. 140046

цена: 17 450 руб.



арт. 140044

цена: 14 000 руб.



арт. 220092

цена: 10 630 руб.



арт. 220097

цена: 11 070 руб.



арт. 220094

цена: 4 520 руб.



арт. 220096

цена: 12 000 руб.



арт. 220095

цена: 11 150 руб.



арт. 220093

цена: 10 990 руб.

Ювелирные украшения с бриллиантами

Производитель: ювелирный холдинг «Рифеста»
4-8 сентября, Москва, Гостиный Двор, стенд №110

АЛМАЗ КЛУБ

ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ 2007 г.



арт. 220043
цена: 14 500 руб.



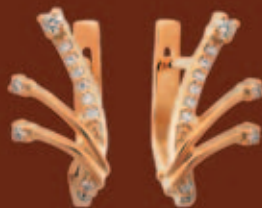
арт. 220048
цена: 8 400 руб.



арт. 220045
цена: 13 880 руб.



арт. 220042
цена: 9 180 руб.



арт. 140048
цена: 9 430 руб.



арт. 220040
цена: 9 250 руб.



арт. 220029
цена: 19 000 руб.



арт. 220021
цена: 25 250 руб.



арт. 220104
цена: 22 000 руб.



арт. 220027
цена: 25 270 руб.



арт. 220087
цена: 12 600 руб.



арт. 220110
цена: 22 000 руб.

Ювелирные украшения с бриллиантами, сапфирами, изумрудами

Производитель: ювелирный холдинг «Рифеста»
г. Екатеринбург, тел.: (343) 377-57-73, e-mail: rifesta@uats.ru



КРАСЦВЕТМЕТ

ОАО «Красцветмет»
Открытое Акционерное Общество
«Красноярский завод цветных металлов
имени В. Н. Гулидова»
Российская Федерация, 660027,
г. Красноярск, Транспортный проезд, 1
Тел.: (3912) 64-20-33, 59-32-63, факс (3912) 62-94-80
E-mail: orc@knfmp.ru

Жемчужная фантазия Красцветмета

Основу ассортимента ювелирного производства ОАО «Красцветмет» составляют цепи и браслеты машинного плетения. Также Красцветмет производит колье, подвески, кольца, серьги, изделия с драгоценными и полудрагоценными камнями, сувенирную продукцию.

В производстве ювелирных изделий мы используем новейшие технологии в сочетании с лучшими традициями ювелирного искусства.

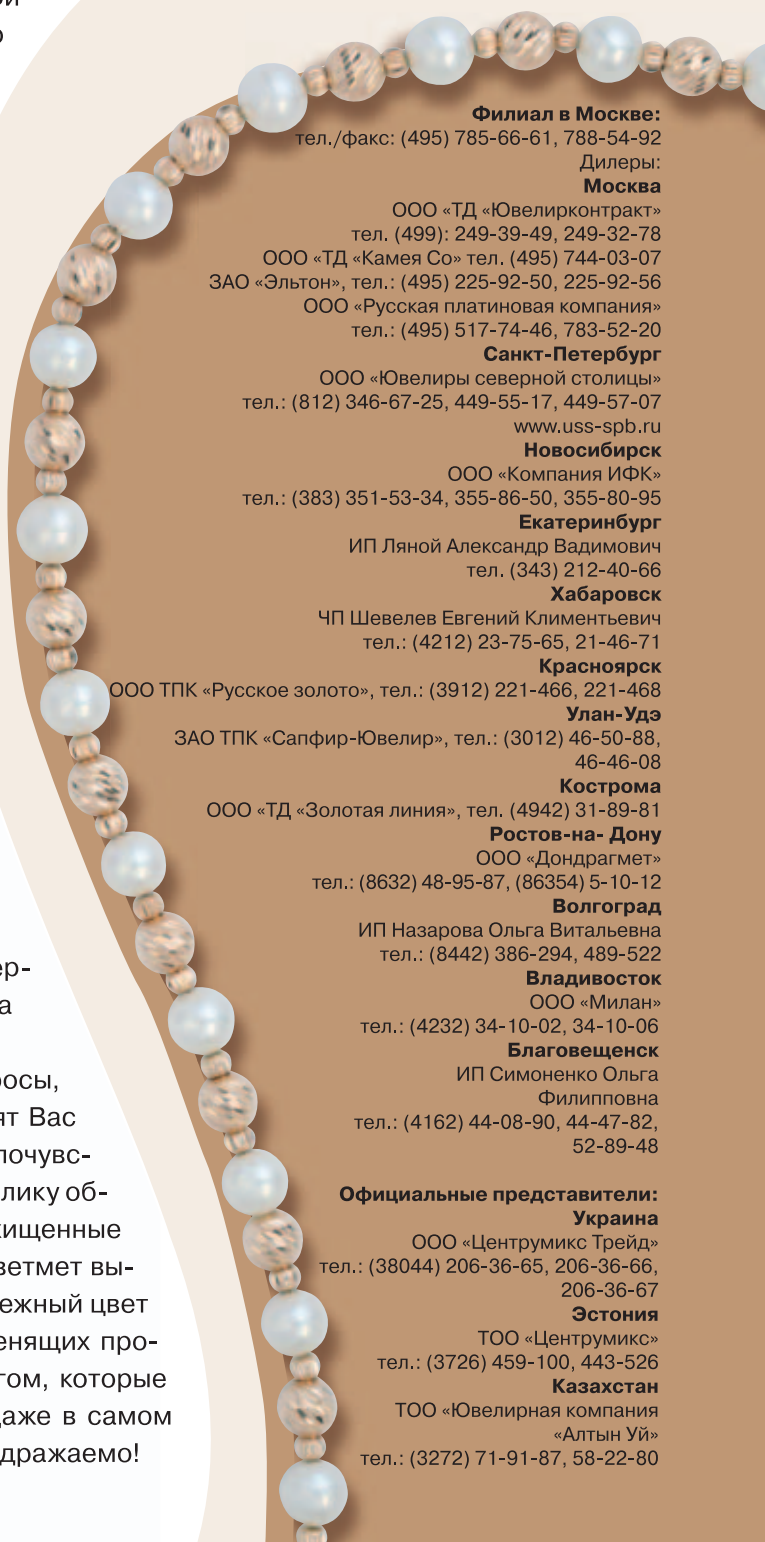
Особое внимание мы уделяем качеству выпускаемой продукции. Система менеджмента качества компании сертифицирована на соответствие требованиям международного стандарта ISO 9001:2000.

Стремясь постоянно следить за тенденциями и спросом ювелирного рынка, ОАО «Красцветмет» выпустил новую коллекцию изделий с жемчугом. В ней представлены оригинальные колье, бусы, подвески и серьги, выполненные из белоснежного жемчуга в сочетании с гранеными шариками из белого, красного и желтого золота.

Новая коллекция Красцветмета выполнена в духе нежности и романтичности. Наши жемчужные изделия порадуют покупателей своей необычностью, оригинальным дизайном и завораживающей красотой. Вы сможете насладиться мягким приглушенным блеском жемчуга в сочетании с искрящимися всеми цветами радуги золотыми шариками. Ведь именно эта гармоничная комбинация и придает нашим изделиям такой неповторимый и загадочный вид.

Прекрасные гарнитуры из жемчуга, оригинальные по форме и безупречные по качеству исполнения, подойдут любой женщине и подчеркнут Ваш изысканный стиль и индивидуальность. Ведь жемчуг обладает удивительным свойством — придает его обладательницам особый, ни с чем не сравнимый шарм. Не зря это чудо природы издавна вдохновляет ювелиров всего мира. Держа его на ладони, понимаешь, что только живая природа могла создать подобное совершенство.

В изделиях Красцветмета жемчужины, подобно каплям росы, отражая переливающийся блеск золотых шариков, озарят Вас волшебным сиянием. Примерив жемчужное колье, Вы почувствуете, как нежно оно облегает шею, придавая Вашему облику обворожительный вид и заставляя приковывать к себе восхищенные взгляды окружающих. В комплект к колье и бусам Красцветмет выпускает серьги, которые помогут завершить образ, а их нежный цвет заставит Ваши глаза сиять. Специально для женщин, ценящих простоту и изысканность, мы выпускаем подвески с жемчугом, которые можно подобрать к любой понравившейся цепочке. И даже в самом скромном изделии с жемчугом Вы будете выглядеть неподражаемо!



Филиал в Москве:

тел./факс: (495) 785-66-61, 788-54-92

Дилеры:

Москва

ООО «ТД «Ювелиронтракт»

тел. (499): 249-39-49, 249-32-78

ООО «ТД «Камея Со» тел. (495) 744-03-07

ЗАО «Эльтон», тел.: (495) 225-92-50, 225-92-56

ООО «Русская платиновая компания»

тел.: (495) 517-74-46, 783-52-20

Санкт-Петербург

ООО «Ювелиры северной столицы»

тел.: (812) 346-67-25, 449-55-17, 449-57-07

www.uss-spб.ru

Новосибирск

ООО «Компания ИФК»

тел.: (383) 351-53-34, 355-86-50, 355-80-95

Екатеринбург

ИП Ляной Александр Вадимович

тел. (343) 212-40-66

Хабаровск

ЧП Шевелев Евгений Климентьевич

тел.: (4212) 23-75-65, 21-46-71

Красноярск

ООО ТПК «Русское золото», тел.: (3912) 221-466, 221-468

Улан-Удэ

ЗАО ТПК «Сапфир-Ювелир», тел.: (3012) 46-50-88,

46-46-08

Кострома

ООО «ТД «Золотая линия», тел. (4942) 31-89-81

Ростов-на-Дону

ООО «Дондрагмет»

тел.: (8632) 48-95-87, (86354) 5-10-12

Волгоград

ИП Назарова Ольга Витальевна

тел.: (8442) 386-294, 489-522

Владивосток

ООО «Милан»

тел.: (4232) 34-10-02, 34-10-06

Благовещенск

ИП Симоненко Ольга

Филипповна

тел.: (4162) 44-08-90, 44-47-82,

52-89-48

Официальные представители:

Украина

ООО «Центрумикс Трейд»

тел.: (38044) 206-36-65, 206-36-66,

206-36-67

Эстония

ТОО «Центрумикс»

тел.: (3726) 459-100, 443-526

Казахстан

ТОО «Ювелирная компания

«Алтын Уй»

тел.: (3272) 71-91-87, 58-22-80



Gold Stream
J E W E L R Y C O M P A N Y



ДИЗАЙН, ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДАЖА
УКРАШЕНИЙ ИЗ ЗОЛОТА И СЕРЕБРА

Ювелирный дом "Голд Стрим" МОСКВА,
ст. метро Савеловская, Бумажный пр-д, д. 14, стр. 1, оф. 429
тел./факс: (495) 225-42-88, e-mail: moscow@gold-stream.ru, www.gold-stream.ru

Ювелирная компания "Голд Стрим", КОСТРОМА, ул. Титова, д. 16
тел./факс: (4942) 39-20-09, e-mail: kostroma@gold-stream.ru
Производство: тел./факс: (4942) 35-36-36, e-mail: zavod@gold-stream.ru

Новая технология соблазна

Последнее время ювелирный рынок России испытывает устойчивый рост: появляются новые ювелирные сети, крупные игроки рынка активно выходят в регионы. Все это приводит к ужесточению конкурентной борьбы, а следовательно, все больше ювелирных компаний начинают с особым вниманием относиться к тому, как представлены их изделия покупателям.

До недавних пор освещение ювелирных изделий в прилавках и витринах традиционно осуществлялось галогеновыми и люминесцентными лампами. Причем вопросы освещения зачастую решались по остаточному принципу, без учета того, как расположены ювелирные изделия в прилавке, под каким углом падает свет. Не принималось в расчет даже то, что изделия портятся от нагрева галогеновыми лампами — серебро окисляется, в механизмах дорогих часов происходит высыхание смазки и т. д.

С развитием технологии твердотельных источников света — светодиодов — появилась возможность конструировать и производить осветительные приборы, имеющие уникальные технические характеристики и потребительские свойства.

Оказалось, что светодиодное освещение идеально подходит для нужд ювелирной торговли. Свет, излучаемый светодиодами, заставляет особенно ярко играть грани бриллиантов и драгоценных камней, и в целом светодиодные светильники имеют ряд свойств, принципиально важных в освещении ювелирных изделий.

Преимущества светодиодных светильников:

- не происходит нагрева объектов освещения, т. е. сами изделия остаются холодными;
- светильники имеют компактные размеры, что позволяет встраивать их в такие места прилавков, где использование люминесцентных ламп было просто невозможно;
- высокая экономичность позволяет снизить электропотребление локального освещения в несколько раз.

Светодиоды позволяют решить и такую сложную задачу, как цветовое оформление витрин. Всем известно, что желтое золото должно быть освещено «теплым» солнечным цветом, чтобы подчеркнуть оригинальный цвет изделия. Бриллианты, серебро, белое золото, платину, драгоценные камни лучше подсвечивать нейтральным «холодным» свечением. Такие приемы позволяют избежать лишнего цветового загрязнения, а новое осветительное оборудование идеально подходит для этих целей.

Одними из первых, кто поверили в перспективность нового типа освещения, были генеральный директор ювелирного предприятия «ГринГор» А. С. Горыня и президент компании «Альком Ювелир» А. А. Гольденберг. Спроектированная петербургской фирмой «Тоника» система светодиодного освещения удачно вписалась в общий стиль стендов компаний на международных московских выставках «Ювелир 2006» и «Ювелир* 2006». Яркие витрины неизменно привлекали к себе внимание посетителей.



На этой же выставке преимуществами светодиодной технологии впервые воспользовался Столичный ювелирный завод «Адамас». Инициатором внедрения новой технологии выступила руководитель московской розничной сети «Адамас» И. В. Зеленова. В тесном сотрудничестве с заказчиком компания «Тоника» выполнила проектирование и изготовление систем освещения в торговых прилавках и «пирамидах» «Адамас». Эффект от внедрения новой технологии был настолько ощутим, что руководство ювелирного завода приняло решение о подписании с петербургскими специалистами долгосрочного договора на оснащение светодиодным осветительным оборудованием строящихся новых магазинов розничной сети. На сегодняшний день в более чем 50 ювелирных салонах «Адамас» по всей России используется эта прогрессивная технология. Тесное сотрудничество дало возможность дважды за истекший год модернизировать имеющуюся систему за счет использования появляющихся на рынке новых светодиодных источников. На выставке «Ювелир 2007» в прилавках компании «Адамас» впервые будет анонсирована система светодиодного освещения с отдельным управлением яркостью источников света «теплого» и «холодного» цветов свечения, что, по мнению И. В. Зеленовой, облегчит работу мерчандайзеров и позволит оперативно подстраивать освещение в каждом прилавке или в витрине под конкретный тип изделий.



«Русские Самоцветы» — имя собственное

Перед многими российскими компаниями в последнее время остро встал вопрос создания собственного бренда — узнаваемого, желательно с историческими корнями, традициями и многолетним опытом. «Русские Самоцветы» — единственное в стране ювелирное предприятие, уже обладающее всеми этими достоинствами. Коллекции, созданные за почти вековую историю фирмы, пришлись по вкусу утонченной публике столичного дореволюционного Петербурга, радовали покупателей — граждан огромной советской страны, завоевывали награды на многочисленных зарубежных выставках, выдержали испытание нелегких перестроечных лет и по-прежнему остаются в центре внимания как покупателей, так и профессионалов ювелирного сообщества. В нынешнем году компания «Русские Самоцветы» — крупнейшее и старейшее ювелирное предприятие России отмечает свой 95-летний юбилей. Вспомним основные вехи истории фирмы...



РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ

Этапы большого пути

Производство камнерезных изделий было создано в окрестностях Петербурга еще во времена Петра I — на Пильной мельнице в Петергофе. И хотя традиции этого производства сохранились в одном из цехов ОАО «Русские Самоцветы» по сей день, официальной датой рождения фирма считает 15 августа 1912 г. Именно тогда императором Николаем II был подписан Указ о создании «Общества для содействия развитию и улучшению кустарного гранильного и шлифовального промысла «Русские Самоцветы», учредителями которого стали известные фабриканты, инженеры, художники, торговцы...

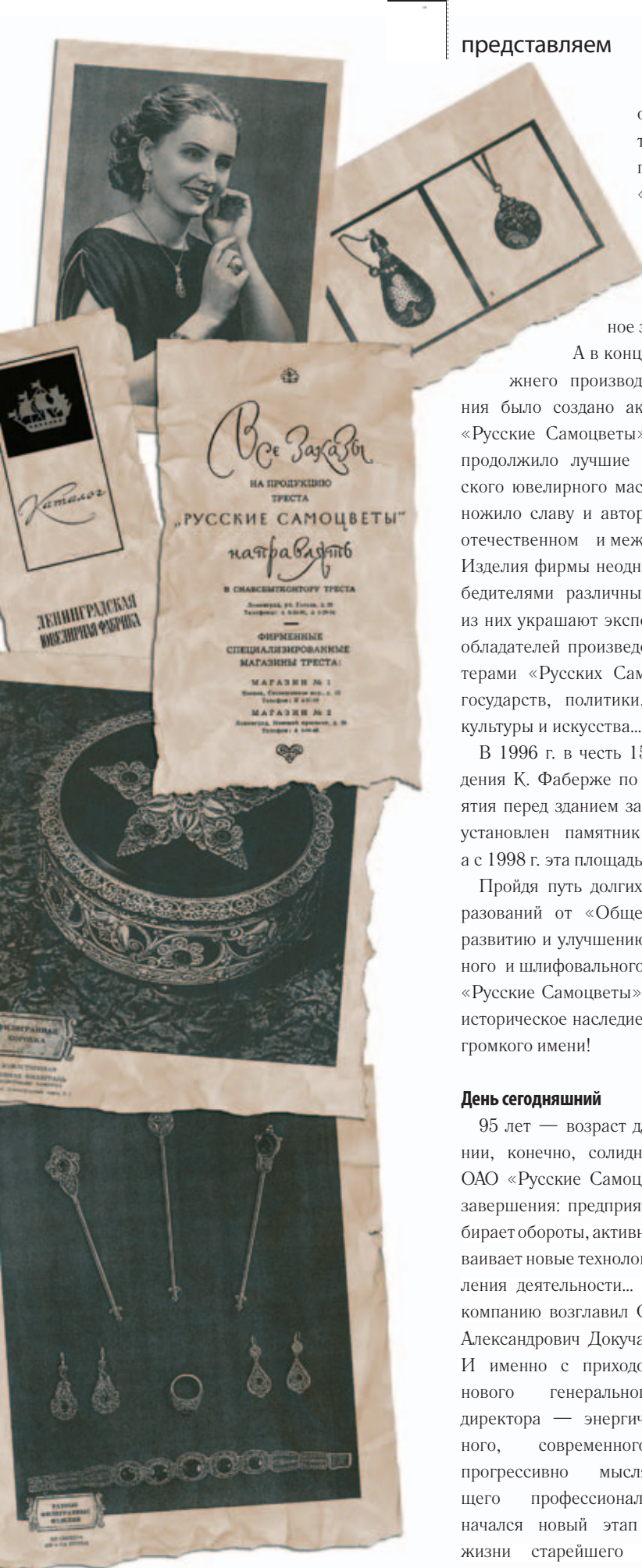
Через 10 лет преемником названия стал Государственный трест «Русские Самоцветы», головным предприятием которого была Петергофская гранильная фабрика. Активнейшее участие в организации и работе треста принимал выдающийся ученый А. Е. Ферсман.

1920-е гг. — время для России сложное, трудное, в связи с чем и деятельность этого предприятия сопровождалась постоянными структурными преобразованиями и финансовыми проблемами. Ювелирная промышленность не являлась для молодого советского правительства, решавшего насущные задачи индустриализации страны, значимой. Однако уже в 1933 г. отделение Петергофской гранильной фабрики (переименованной чуть раньше в Завод точных технических камней № 1), куда входили ювелирная, камнерезная и мозаичная мастерские Академии художеств, было преобразовано в самостоятельный Завод камней-самоцветов № 2 треста «Русские Самоцветы». В 1935 г. в камнерезном, ювелирном, позолотном и механическом цехах завода трудились уже 750 человек.



После Великой Отечественной войны трудовую эстафету треста перенял Ленинградский ювелирный завод, включавший в себя цеха по производству золотых и серебряных украшений, браслетов и часов; мастерские, где изготавливали серебряные браслеты и посуду, изделия из чистого сплава; камнерезное и гранильное производство

Русский Ювелир, сентябрь/2007



объединении этих трех заводов в один, получивший название «Русские Самоцветы». Производство укрупнилось, переехало в новое, специально построенное здание на Охте.

А в конце 1993 г. на базе прежнего производственного объединения было создано акционерное общество «Русские Самоцветы», которое не только продолжило лучшие традиции петербургского ювелирного мастерства, но и преумножило славу и авторитет предприятия на отечественном и международном рынках. Изделия фирмы неоднократно являлись победителями различных конкурсов, многие из них украшают экспозиции музеев. Среди обладателей произведений, созданных мастерами «Русских Самоцветов», — главы государств, политики, известные деятели культуры и искусства...

В 1996 г. в честь 150-летия со дня рождения К. Фаберже по инициативе предприятия перед зданием завода на площади был установлен памятник великому ювелиру, а с 1998 г. эта площадь носит имя Фаберже.

Пройдя путь долгих и непростых преобразований от «Общества для содействия развитию и улучшению кустарного гранильного и шлифовального промысла» до ОАО «Русские Самоцветы», компания сохранила историческое наследие, честь и славу своего громкого имени!

День сегодняшний

95 лет — возраст для ювелирной компании, конечно, солидный. Однако история ОАО «Русские Самоцветы» еще далека от завершения: предприятие стремительно набирает обороты, активно развивается, осваивает новые технологии и направления деятельности... В 2003 г. компанию возглавил Сергей Александрович Докучаев. И именно с приходом нового генерального директора — энергичного, современного, прогрессивно мыслящего профессионала, начался новый этап в жизни старейшего рос-

сийского ювелирного бренда. Проанализировав ситуацию, сложившуюся на предприятии в постперестроечные годы, руководство пришло к выводу о необходимости корректировки деятельности по многим направлениям, более эффективного использования материальных и кадровых ресурсов, переоснащения производственной базы. Последовательное выполнение программы реорганизации позволило максимально быстро справиться со многими возникавшими проблемами.

Сегодня ОАО «Русские Самоцветы» — крупнейшее предприятие России, занимающееся производством и реализацией ювелирных украшений. В настоящее время фирма выпускает более 3500 наименований изделий — полный ассортиментный ряд украшений из золота, платины и серебра с драгоценными, полудрагоценными, цветными камнями и без камней, с эмалью, с алмазной и другими видами декоративной обработки, посуду из серебра и уникальные эмалево-филигранные изделия.

Каждое из перечисленных направлений деятельности компании дает прекрасный повод для гордости. Так, в 1996 г. по заказу Управления делами Президента РФ на предприятии была изготовлена для Кремля коллекция серебряной посуды с государственной символикой, исполнен заказ для Константиновского дворца. Одними из первых в стране «Русские Самоцветы» начали работать с платиной, выпускать изделия с закрепкой бриллиантов «invisible», возродили уникальную школу камнерезной пластики...

Стиль «Русских Самоцветов» основан на гармоничном сочетании исторического наследия петербургской ювелирной школы, традиций фирмы К. Фаберже, классических образцов элегантности и изыска — с вы-





сокими профессиональными технологиями и современным пониманием ювелирной моды. Именно это позволяет всемирно известному бренду объединить в себе славное прошлое, трудовое настоящее

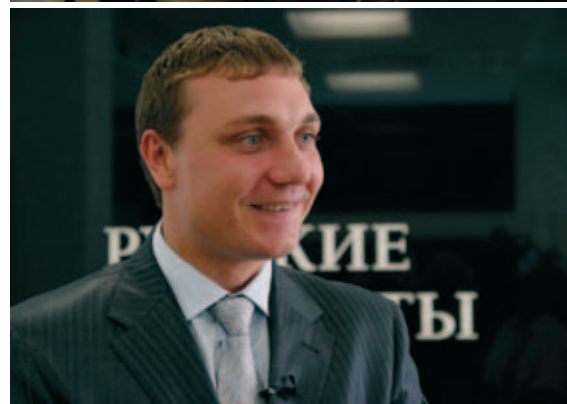
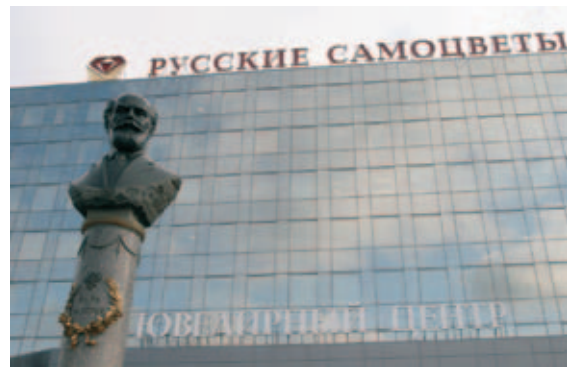
и перспективное будущее.

А перспективы развития предприятия поистине колоссальны! Уже сегодня в России — от западных границ до Дальнего Востока — нет такого города, где бы не знали продукцию «Русских Самоцветов». Среди партнеров компании — более 500 торговых фирм, расположенных в разных уголках страны. Кроме того, ОАО «Русские Самоцветы» постоянно расширяет и собственную сеть фирменных магазинов в Москве и Петербурге, рассчитанных на различные категории покупателей, в том числе и самых взыскательных VIP-клиентов. Если ранее акцент в области экспортной деятельности компании был сделан на ближнем зарубежье

(ведь несмотря на распад Советского Союза предприятию удалось сохранить годами наработанные экономические связи с бывшими республиками), то сегодня продукция «Русских Самоцветов» экспортируется более чем в 27 стран мира: США, Великобритания, Германия, Швейцария и т. д. Причем с каждым годом показатель объемов экспорта стабильно увеличивается. Профессионалы и ценители ювелирного искусства во всем мире знают, что бренд «Русские Самоцветы» — это гарантия высокого качества и истинного петербургского стиля.

Среди планов компании на ближайшие годы — дальнейшее развитие розничного направления, активная популяризация и продвижение бренда «Русские Самоцветы» и выделение продаж дорогостоящих эксклюзивных изделий в отдельное направление. Для решения последней из перечисленных задач в марте нынешнего года в Санкт-Петербурге был открыт VIP-бутик сети, позволяющий в рамках одного салона продемонстрировать и предложить клиентам все лучшее, что создается мастерами «Русских Самоцветов».

О том, как и чем живет сегодня флагман российской ювелирной торговли, шла речь на торжественной пресс-конференции, посвященной 95-летию компании «Русские Самоцветы», которая состоялась 23 августа 2007 г. Встреча вызвала большой резонанс в СМИ — деловых, профессиональных, светских... Выступление генерального директора компании С. А. Докучаева и презентационный фильм, рассказывающий об истории фирмы и реалиях сегодняшнего дня, стали поводом для заинтересованных вопросов, живейших дискуссий и обмена впечатлениями. Вопросы к директору компании, заместителю генерального директора по коммерческим вопросам Р. Л. Федорову, директору розничной сети Е. В. Кожевниковой, главному художнику Т. В. Поздняевой было так много, что формат пресс-конференции оказался недостаточным, и дальнейшее общение представителей прессы, радио и телевидения с руководством ОАО «Русские Самоцветы» происходило в новых интерьерах VIP-бутика, на фоне уникальных произведений искусства, выполненных современными мастерами фирмы. Свой очередной юбилей компания встречает с уверенностью в завтрашнем дне. Впереди еще много работы, ведь уже сегодня пора задуматься о том, какими новыми свершениями ОАО «Русские Самоцветы» ознаменует 100-летнюю годовщину своего рождения!



НИКА.

Жизнь в керамике

Часовой бизнес подчиняется тем же законам, что и ювелирная промышленность. Оба они следуют капризам «Госпожи Моды». Это не просто слова, это закономерность. Эти взаимосвязи никогда не нарушаются.

Технологии постоянно развиваются, мода на ювелирные часы, меняясь, становится все более изощренной, заставляя производителей предлагать своим покупателям каждый сезон новые коллекции. Вкусы меняются, но что-то неувядающее, вечное сохраняется всегда. Это любовь. Любовь к прекрасному.

Лучшие модные дома Европы уже давно выпускают не только одежду, но и аксессуары. Кольца, броши и, конечно, часы. Весною этого года Dior и Chanel удивили всех еще одним оригинальным аксессуаром — часами в корпусе и с браслетом из керамики. Это удивительные, невообразимые по своей искренней красоте часы. Уникальность их состоит в том, что они изготовлены из, казалось бы, несочетаемых материалов: керамики и золота или керамики и стали. Благородный, глубокий блеск керамической поверхности в сочетании с жизнерадостным, светящимся золотом, обильно украшенным драгоценными камнями — все это великолепие шикарно смотрится на запястье.

Что такое «керамика» и каковы ее основные характеристики?

Термин «керамика», правда, несколько условен, ведь собственно браслет и корпус часов изготавливаются из сплава циркония. Удивительные свойства этого металла давно привлекают производителей ювелирных изделий, а аристократичный, ни с

чем не сравнимый блеск отполированной поверхности — идеальное сочетание качеств для использования керамики в часовой отрасли. Сплавы циркония обладают великолепными характеристиками: они легкие и в то же время очень прочные, они совершенно равнодушны к агрессивным средам, а значит, и гипоаллергенны. Сегодня наиболее актуальной считается черная, белая и розовая керамика.

Такая керамика очень прочная: часы с керамическим браслетом и корпусом очень сложно поцарапать, ведь их твердость близка к твердости алмаза. Но, безусловно, керамику нельзя назвать абсолютно небуязимым материалом. При достаточном приложении усилий в этой жизни разбивается все — даже сердца влюбленных иногда не выдерживают нагрузок. Так что не стоит бросать такие часы на пол или пытаться наступить на них острой шпилькой дамской туфельки.

А что в России?

Торговый Дом «НИКА» выпустил новую, революционную коллекцию наручных ювелирных часов «Dolce Vita». Вся коллекция выполнена из новейшего для российской часовой промышленности материала — корпуса и браслеты часов этой коллекции изготовлены из циркониевой керамики или диоксида циркония. Безупречный блеск поверхностей этого материала великолепно сочетается с золотой оправой циферблата, укрепленной на корпусе часов. «Сладкая жизнь», где все возможно, где грезы становятся явью, а мечты — реальностью.

Уникальное сочетание материалов позволило «НИКЕ» сделать эти часы не просто воплощением желаний и безупречным элементом стиля. Использование стальных элементов в креплении звеньев браслета и в пряжке этих часов значительно увеличивает срок их службы. Циферблат надежно укрыт под минеральным стеклом с сапфировым покрытием.

Керамика — это превосходный материал, обладающий бесконечным количеством неоспоримых преимуществ, среди которых можно выделить устойчивость к высоким температурам и высокую износостойкость. Керамический браслет, выполненный из звеньев, позволяет коже дышать, при этом керамика не накапливает статического электричества. С эстетической точки зрения керамика значительно выигрывает по сравнению с натуральной кожей и другими материалами, так как она не выцветает и не стирается со временем за счет однородной окраски всего материала, а полированная поверхность создает уникальный блик, не просто отражая свет, а, словно поглощая его, светится изнутри.

Лина Миновская



«Чорон Даймонд».

Новые горизонты

В последние годы в ювелирной отрасли наметилась определенная тенденция: компании, выступающие в качестве производителей, устремляются в новый для себя бизнес, выстраивая холдинги, предприятия замкнутого цикла (производство — розничная торговля).

Одна из причин этого явления заключается в том, что многие ювелирные компании подошли к следующему этапу развития, предполагающему не просто розничную торговлю готовой продукцией, а создание собственного бренда. При этом зачастую руководство таких компаний не спешит афишировать свои намерения в этом направлении деятельности. «Чорон» — один из крупнейших игроков на ювелирном рынке — стал «первой ласточкой», открыто заявившей о своих планах по созданию собственной розничной сети и развитию бренда. Мы попросили подробнее рассказать об этом президента компании Раджеша Ганди.

На наш взгляд, в последние годы производители ювелирных украшений стараются укоротить цепочку между собой и потребителем и вследствие этого строят отношения с розницей напрямую. Одни участники работают по франчайзинговой схеме, другие делают ставку на фирменные салоны. Ваша компания планирует создавать собственную сеть ювелирных салонов. Чем обусловлено это решение? В чем, по Вашему мнению, заключаются недостатки франчайзинговой модели?

— Решение открыть собственную розничную сеть продиктовано стремлением компании лучше заявить о своем бренде среди конечных потребителей и создать для них наиболее комфортные условия. Собственные магазины позволяют компании самостоятельно влиять на конечную ценовую политику и предлагать покупателям ювелирные украшения по более низким ценам. По нашим расчетам, речь идет о снижении цены в среднем на 20%.

В дальнейшем мы также планируем использовать и франчайзинг для работы в регионах. Франчайзинг появился не вчера, и многие компании давно и успешно работают по такой схеме. Мы не видим причин, которые препятствовали бы подобной работе. Но это не входит в ближайшие планы компании, не является первоочередной задачей. Поэтому более детальная разработка данного направления деятельности — в будущем.

Для развития собственной розницы необходимы не только значительные финансовые ресурсы, но и профессиональные кадры, имеющие опыт успешного управления розницей. Каким образом вы планируете решать кадровую проблему?

— В России по-прежнему сохраняется высокое качество высшего образования и достаточное количество квалифицированных кадров, которым мы можем предложить сотрудничество. Мы делаем ставку на молодых, активных, талантливых и амбициозных специалистов. Тем не менее мы не исключаем возможности привлечения менеджеров из-за границы.

Ряд аналитиков утверждает, что в связи со слабой насыщенностью рынка современными торговыми площадями,

с одной стороны, и достаточно развитыми сетями ювелирной торговли в столицах, с другой, наиболее вероятной стратегией развития сетей станет региональная экспансия. Ваша же компания планирует открытие 40 магазинов в Москве и Петербурге (газета «Business & FM» от 27.06.07). Чем обусловлено подобное решение? Будет ли компания «Чорон» монопольным поставщиком ювелирных изделий в своих салонах либо предполагается сотрудничество с другими компаниями?

— Мы планируем выход в регионы. Уже сегодня через сеть наших дилеров изделия «Чорон Даймонд» успешно реализуются в регионах. Но для того чтобы заявить о себе, нам необходимо присутствие в столицах. В дальнейшем мы планируем выйти и на региональный рынок. Мы не будем монопольным поставщиком ювелирных украшений в своих салонах. Специфика работы ювелирных салонов такова, что потребителю должен быть предоставлен широкий выбор. Сейчас идут переговоры о заключении контрактов с несколькими итальянскими ювелирными компаниями, изделия которых будут представлены в наших магазинах.

Чем не устраивает вас работа с дилерами?

— «Чорон Даймонд» успешно работает с более чем 200 дилерами в России, и мы планируем продолжать эту практику. Тем не менее мы хотим сделать нашу марку более узнаваемой и иметь возможность влиять на конечную ценовую политику. Это логичное развитие бизнеса. Вот две основные причины, почему мы открываем собственную сеть.

Как будет позиционировать себя ваша компания на новом для нее рынке розничной торговли? Какой сегмент рынка вы планируете занять в ближайшие годы?

— «Чорон Даймонд» продолжает позиционировать себя как компания, предлагающая покупателю качественные ювелирные изделия по доступным ценам. Наш покупатель — человек со средним и средним плюс достатком, а средняя цена изделия — от 500 до 1500 долларов. Данный сегмент рынка кажется нам наиболее перспективным. Это связано с ростом доходов населения. Если раньше покупатели приобретали просто украшения, то сейчас они обращают внимание на качество и бренд. Однако очень многие люди в России не следят за ювелирной модой и не покупают украшения из-за устоявшегося стереотипа об их недоступности. Поэтому задача ювелирных компаний, планирующих работать в среднем ценовом диапазоне, сделать так, чтобы наш покупатель осознал: он имеет возможность покупать качественные ювелирные украшения.

Москва, проезд Березовой рощи, д. 6, 3-й этаж (ст. м. «Полежаевская»).



Возвышенный стиль

«Азуре Джевелери»

Отечественный ювелирный бизнес в последние годы развивается весьма быстрыми темпами — это трудно оспаривать. Безусловным является и тот факт, что немаловажным стимулом к постоянному развитию отрасли стало появление на российском рынке фирм, предлагающих ювелирные изделия импортного производства. Представляем вашему вниманию одну из таких компаний — «Азуре Джевелери», специализирующуюся на поставках из Индии ювелирных украшений с бриллиантами.



На вопросы нашего корреспондента отвечает начальник отдела продаж компании «Азуре Джевелери» Алексей Федоров

Расскажите, пожалуйста, об истории фирмы. Что означает название «Азуре Джевелери»?

Компания «Азуре Джевелери» — дочернее предприятие крупнейшего ювелирного завода Индии. История ювелирного завода на международном рынке приближается уже к полувековой отметке: он осуществляет свою деятельность на протяжении 45 лет. На российском рынке в сфере продаж изделий с бриллиантами индийского производства мы работаем уже третий год, и смело можем назвать себя лидерами. Название компании было выбрано не случайно. Слово «Азуре» в переводе имеет значение «небесный, заоблачный, возвышенный» и включает в себе огромную положительную энергетику.

В наши дни искушенный покупатель с большим вниманием относится к тому, в какой стране произведены те или иные ювелирные изделия. Где располагается производственная база вашего предприятия? Где добываются и гранятся бриллианты для ваших украшений?

Весь производственный цикл по созданию наших изделий осуществляется в Индии — стране, чьи ювелирные традиции не только уходят корнями в глубь веков, но и в современном мире сохраняются с помощью высочайшего профессионализма мастеров и новейшего технологического оснащения. Наши украшения соответствуют мировым стандартам, ведь Индия является крупнейшим производителем бриллиантов и с недавнего времени позиционируется как крупнейший производитель ювелирных изделий.

Расскажите, пожалуйста, подробнее о поставках вашей продукции в Россию. Перспективно ли для вашей компании это направление деятельности?

На сегодняшний день партнерская сеть нашей компании в России достигла весьма серьезных масштабов: мы сотрудничаем и с заводами — производителями ювелирных изделий, и с оптовыми организациями, и с торговыми предприятиями, имеющими небольшой оборот. География нашего партнерства очень широка. И, несмотря на то, что мы предлагаем первую группу ювелирных изделий — драгоценный металл и бриллианты, наша продукция востребована в самых разных российских регионах. Связано это в первую очередь с отличным качеством изделий и современным дизайном. Ну и, конечно, с демократичной ценовой политикой компании: немногие компании предлагают украшения с бриллиантами по таким ценам, как у нас. Поскольку благодаря лучшему в мире оборудованию мы достигли впечатляющих объемов производства при сохранении качества исполнения, кроме того, в нашем дизайнерском бюро работают специалисты из Европы, Америки и Азии, которые создают ювелирные изделия, соответствующие мировым тенденциям высокой ювелирной моды.

В основе нашей деятельности — профессиональная практика продаж нашего ювелирного завода, который уже много лет работает на международном рынке с такими всемирно известными гигантами ювелирного бизнеса, как ZALES, HELSBERG, WHITEHALL. И мы уверены, что российские покупатели по достоинству оценят высочайшее качество и безупречный дизайн украшений «Азуре Джевелери».





Азуре Джewelери



ООО «АЗУРЕ ДЖЕВЕЛЕРИ», дочернее предприятие всемирно известных компаний США, Индии, Бельгии, является ведущим поставщиком ювелирных изделий со вставками из драгоценных камней. Использование высоких производственных технологий «АЗУРЕ ДЖЕВЕЛЕРИ» позволяет устанавливать новые стандарты качества, низкие цены и безупречную красоту поставляемых изделий!

ООО «АЗУРЕ ДЖЕВЕЛЕРИ»

127287, г. Москва, ул. Старый Петровско-Разумовский пр., д. 1/23

Телефон/факс: (495) 727-28-15, (495) 727-28-16

azure-jewellery@mail.ru, <http://azurejewellery.ru>, <http://azurejewellery.com>

Байка про байки*

В среде ювелиров существует легенда, что мужчины не любят ювелирные украшения. Может быть, но может быть и по-другому.

*«Общество, лишенное
цветовой дифференциации
штанов, обречено на вымирание».
«Кин-дза-дза»*

За что, например, можно любить закладки для галстука? Ну запонки еще понятно, запонки нужны всем. Ну еще и печатка с бриллиантом каратным, как у всякого конкретного пацана, да крест с «гимнастом». А что еще-то? Узок ассортимент. Не балуют дизайнеры нас, мужчин. С такой фантазией — спасибо. Что делать не старому еще человеку, который в силу недостатков воспитания и отсутствия в семье культуры ношения золота-бриллиантов, так и не «подсел» на ювелирку?

Ответ прост и очевиден — податься в байкеры. Они (байкеры) — веселые ребята, со своими традициями питья и гульбы, любят искренне свои курточки с молниями, жилетки со шнуровками, «банданы» и сапоги без молнии. Большинство байкеров золота не носят. Есть отдельные — со своим корпоративно-клубным стилем, но большинство — нет. Уважают в мотобратствах белый металл — серебро. Морды всякие звериные, черепа пиратские и прочие объекты устрашения.

Смешно, конечно, но такова культура и традиции, а традиции не обсуждаются. У серебра, с точки зрения правильного байкера, есть один недостаток (с точки зрения профессионала-ювелира — много больше) — мягкий металл. Царапается, стирается, «замыливается». Есть еще один дефект — как правило, серебро льют по вторичным моделям. Свежие, оригинальные дизайны и мастер-модели — великая редкость. В общем, уровень не тот. Конечно, если вы верхом на «Днепре» или «Урале» — и индийская почерневшая «погремушка» за счастье. А если «Голдвинг», «Валькирия» или кастом «Харлеевский» (названия весьма дорогих мотоциклов)? Тогда серебро не выручит.

Вот тут-то серьезные байкеры и проявляют пристальный интерес к современным украшениям из стали и титана (очень любим за легкость и прочность), а особенно — из вольфрама. Этих украшений пока еще не так много, как золота (и слава богу), стоят они недешево (и это весьма привлекает), широкой публике непонятны (что очень хорошо). Есть, правда, одно «но». Настоящие байкеры настороженно относятся к модному ныне понятию «гламур». Женский гламур еще куда ни шло, а вот мужской... Есть же и у сильных духом и телом байкеров подруги, жены, в конце концов. Но быть похожим хоть в чем-то на моделей длинноногих — оскорбительно для уса-тых-бородатых дядек в кожаных косынках на головах! Про мужской гламур и вовсе упоминать не стоит — побить могут, силь-



но не любят праведные братья во байке этих самых «гламуров». Вот и оказалось, что у современных украшений в нашей стране есть самые верные и надежные почитатели — мужчины на мотоциклах.

И не смешно это вовсе, а очень даже стильно и мужественно, когда на каждом пальце по кольцу (граммов по 15–20), штук шесть браслетов, цепь на шее и цепь на штанах (чтоб ключи или бумажник с документами на ходу из кармана не обронить!). И стиль понятен, и работа на заказ не тяготит. Ведь у каждого клуба есть свои символы и знаки, особые, сокровенные. Есть гербы, а кроме того, есть и личные, сокровенные тотемы.

Существует понятие «кастом» — это изготовленный или доведенный на заказ, по индивидуальному проекту, мотоцикл. Теперь в среде байкеров возникла традиция: «кастом» производства личных украшений, в одном стиле с клубной символикой или индивидуальным оформлением двухколесного друга. Явление это отрадное, знаковое. Должны же были когда-нибудь мужчины сообразить, что украшения для них существуют, а золото — это для дам-с. Хотя как посмотреть. В Европе современные украшения уверенно теснят золото с прилавков. Женские в первую очередь. Все великие модные бренды (не упоминая их здесь исключительно из уважения к закону о рекламе) воспользовались возможностью и ринулись на рынок украшений, причем без сожаления расстались с золотом. Одна из крупнейших фирм — производителей дорогих аксессуаров полностью исключила использование драгоценных металлов из своих коллекций, что раньше, всего несколько лет назад, и представить себе было невозможно.

Это не значит, что золото в нашей стране подвергается угрозе со стороны нержавеющей стали. С точки зрения ювелирного стиля мы не в эпицентре мировой моды, свежие тренды нас не коснутся еще очень долго. Это в Европе молодые люди предпочитают сталь. А наши пока только смотрят, что носят сверстники «за бугром». Отличие — «у них» более 80% покупок делают на свои деньги, «у нас» 80% — на деньги родителей. Так что дай бог здоровья старшему поколению. Их вкусы формировала Эпоха Великого Дефицита. А золото всегда было самым желанным из дефицитов. Сейчас все по-другому, рынок золотых украшений «перегрет» предложением товарной массы и исключительно беден ассортиментом, цены зашкалили за всякие разумные пределы — все равно. Хотя и молодых можно понять — на халяву, как известно, и уксус — кола.

Таким образом, перспектива развития современных украшений в нашей стране тесно связана с двумя факторами: развитием байкерского движения, которое ПРОИСХОДИТ НА НАШИХ ГЛАЗАХ, и повышением самостоятельности в среде молодых городских жителей, ДО ЧЕГО ЕЩЕ ОЧЕНЬ-ОЧЕНЬ ДАЛЕКО. Да здравствуют байкеры! Ура!

С уважением, Дмитрий «Айрон» КАБАТОВ,
байкер-теоретик, практик современных украшений,
основатель и управляющий первого российского
бренда современных украшений «Айрон Грасс»
(«Железная трава»)

© Д. Кабатов, 2007

(* Байк — от англ. «bike», разговорное — «мотоцикл». Байкер — англ. «мотоциклист»)



Как вы яхту назовете...

1–2 серии смотри в № № 3–4, 2007 год

- Ого! Алые паруса?
- Да, так сказать, романтика!
- М-м-м... А это что?
- Веселый Роджер, так сказать, экзотика!

(Из протокола осмотра места происшествия)



Андрей Саламатин,
коммерческий директор компании
«Ювелирная мода»

3 серия

«Как вы яхту назовете, так ее и оснащайте»

Не можете себе представить корабль с алыми парусами под черным пиратским флагом? Конечно, трудновато. Немного усилий, и воображение дорисовывает картинку, где флибустьера, джентльмена удачи капитана Грея ждет в на Тортуге соблазнительная Ассоль, путана из портового кабака. Это уже не чудесная сказка о прекрасной мечте, а пиратский роман со всеми кровавыми атрибутами, а алые паруса не дарят надежду, а вселяют ужас в сердца мирных моряков и вызывают зависть у конкурентов по ремеслу. Мы видим совсем другую историю, а началось-то все с небольшого черного лоскута, который сумел так радикально повернуть наше восприятие алых парусов.

Кому же нужна такая экзотика? В первую очередь конкурентам, которые будут смотреть на это со стороны и злорадно похихикивать, а посетители (клиенты и покупатели) будут недоуменно поглядывать по сторонам и, так и не разобравшись в причинах психологического дискомфорта, уходить — уходить навсегда.

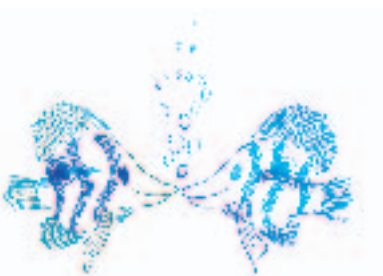
Грустно, но позитив все же имеется — есть настрой на креатив (экзотика), желание новизны и оригинальности (сочетание несочетаемого) и, в конце концов, мода, ведь черепа — это сейчас очень модно. Не хватает только теории и немного практики.

Так что добрый вечер, начинаем утреннюю гимнастику для тех, кто не спит, а кто не спрятался — я не виноват.

Начнем с теории. Казусность современной ситуации в отечественной торговле (особенно ювелирной) заключается вовсе не в завихах и вывихах мысли, освобожденной от тоталитарного плена советской действительности, а в том, что при всеобщем равнении на Запад мы не замечаем совершенно замечательных достижений советской же науки, которые Запад уже взял на вооружение, использовал, переварил и выдал нам в новой интерпретации.

Классики советского социального проектирования затронули многие важные аспекты жизнедеятельности человека и оставили нам многотомные труды и краткие зашифрованные послания, которые требуют пристального внимания. Например, процедура прогнозного обоснования социального нововведения, предложенная Т. М. Дридзе еще в 80-х годах прошлого века, до сих пор заставляет трепетать умы зарубежных социологов и маркетологов (любая новая торговая марка есть социальное нововведение) и оставляет равнодушными отечественных специалистов, редко заглядывающих в библиотеку.

Я уже не говорю про труды академика И. В. Бестужева-Лады, которого почему-то всегда считали теоретиком, хотя его методы социального прогнозирования по-



звоняют заглянуть в далекое и, при желании, близкое будущее и общества потребления, и самого потребителя, и торговой марки, и торгового предприятия. В общем, отечественная наука сделала все, чтобы агрессивное западное изобретение «маркетинг» приобрело человеческие и местами даже русские (мы и ударение делаем на другой слог) черты. Так зародилось более культивируемое направление в «науке о рынке» — социомаркетинг, составной частью которого и является нейминг (от англ. name — имя, название).

Аксиому нейминга: «Как вы яхту назовете, так она и поплывет» — сформулировал коллектив ученых под руководством профессора М. Д. Фукса. Первый и второй законы нейминга мы подробно разбирали в предыдущих номерах журнала. На очереди третий, пока, к сожалению, последний, закон нейминга: «Как вы яхту назовете — так ее и оснащайте».

А между тем уже приходят отклики на статью. Не всегда дружелюбные, но часто очень меткие. Большое спасибо всем, кто поучаствовал. Отдельная благодарность и исполненное спасибо Наталье Николаевне Гольденберг, владелице магазина «У Золотой Горы» за отзыв и присланные фотографии. Никогда не был в этом магазине, но искренне верю в то, что действительность (оборудование, ассортимент и обслуживание) соответствует этому уникальному названию. В первой серии статьи при анализе сильных названий был упомянут, в числе прочих, и магазин «У Золотой Горы» — это был комплимент названию, а упомянутые в сослагательном наклонении «3 прилавка, 2 витрины и 1,5 продавца» — приведенные возможные минусы, которые к конкретному торговому предприятию никак не относятся — это все буйная фантазия автора, преследующая одну только цель — проиллюстрировать зависимость и взаимосвязь названия и внутреннего наполнения. Самому же магазину, владельцам и персоналу спасибо за сильное название и искренние пожелания в достижении новых «золотых вершин». Покупателям и поставщикам прямой совет: ступайте к «Золотой Горе» — вас там не обидят, а только порадуют и, может быть, удивят. Вот такой нескромный пиар наших самых активных читателей, а также их бизнеса — и все благодаря любимому, самому русскому и самому ювелирному журналу. Читайте и пишите, присылайте и получайте!

Справедливое отступление от теории весьма показательно — тому, кто поленился заглянуть в библиотеку или в книжный магазин, а также выписать и внимательно почитать полезное интересное отраслевое издание, никогда не откроется светлое будущее, не улыбнется настоящее и останется только сожалеть о прошлом.

«Как вы яхту назовете, так ее и оснащайте». Но этим путем следуют не все. Классический пример — организация торгового предприятия: поиск помещения, ремонт и отделка, заказ и установка оборудования, договоры с поставщиками, монтаж вывески. Где здесь название? На последнем месте. И дело не только в вывеске (хотя можно бы вывеску повесить заранее — вложения в рекламу будут окупаться еще до открытия магазина). Дело в том, что идея продукта (услуги, коммерческого предприятия и т. д.) нематериальна и часто отступает перед вполне материальными хлопотами по созданию производственно-товарной материальной базы. А все, что связано с идеей: образ, имидж,



репутация, название, миссия, — отходит на второй план, «на потом». И в конце концов название подбирается тогда, когда уже пора вешать вывеску — что-нибудь незатейливое... «Незабудка» (парикмахерская, продуктовка, товары для дома, кафе, детский аттракцион, автозаправка).

А как должно быть? Посмотрите, перед вами 74-пушечный линейный корабль испанского королевского флота «Нептуно». Все на месте: бушприт, фок-, грот- и бизань-мачты, марселя, брам-селя, крьюселя, ахтердек. Кроме основных пушек еще и 18 каронад для ведения ближнего боя. Все это и многое другое появилось у корабля только после того, как кораблю дали имя. То есть сначала была идея — топить и своим грозным видом отпугивать, лишая возможности самой мысли о победе вражеские корабли, затем имя — грозный повелитель морской пучины, а потом уже постройка корабля, оборудование, оснащение, команда, соответствующие требованиям современного и мощнейшего (на тот момент) боевого корабля.

Идея — имя — оснащение. Только так и не иначе. Поэтому не встретятся нам никогда прогулочная яхта «Советский тральщик», буксир «Адмирал Нахимов», атомный ледокол «Ласточка», рыбацкая шхуна «Королева Виктория», круизный лайнер ПХР-72-5а и «алые паруса» под «Веселым Роджером».

Идея — имя — оснащение. Есть идея (вы уже трезво оценили ее, посмотрели покупателя и просчитали рынок, составили бизнес-план и т. д.), придумано название (хотя бы вкратце по предложенной в первой серии статьи процедуре) — займемся оснащением, соответствующим идее и, разумеется, названию.

Что для магазина будет оснащением? Вопрос одновременно сложный и простой. Сложность состоит во множестве нюансов

Ю В Е Л И Р -
2007 Москва
Павильон 3.1.
5 - 12.09.2007



реклама

Prestige Line

Цепи ручной работы, цепи высочайшего качества из золота и платины машинной вязки, произведенные на станках с ЧПУ, элегантные кольца и браслеты с бриллиантами и жемчугом.

Basic Line

Огромная коллекция цепей машинного производства стандартных и новомодных плетений с финишной обработкой высочайшего класса. Цепи из золота, платины, серебра, стали, титана и латуни.

Trend Line

Серебряные цепочки в стиле "фэшн", представляющие современные тенденции и направления ювелирной моды. Цепи из стали, кожи, каучука и шелка различных цветов и оттенков.

Raw material Line

Предлагает производителям широкий выбор полуфабрикатов цепей от метра и более, а также различные виды замков современного дизайна, оконцовочных капсул, петель и другой фурнитуры для цепей.

**Надежный источник продукции высочайшего качества:
любые цепи для любых целей, потребностей и запросов!**

Eugen Schofer GmbH + Co. KG
Freiburger Strasse 3 • 75179 Pforzheim • Germany • Tel: +49 (0)7231 / 91 03 -0 • Fax 10 15 99 • info@schofer.com • www.schofer.com

VICENZAORO I • JA NEW YORK • IJT TOKYO • INHORGENTA MUNICH • ISTANBUL • BASELWORLD • VICENZAORO II • JCK LAS VEGAS •
JA NEW YORK • LIM MOSKOW • JWF HONG KONG

организации процесса, личных качеств самого организатора, мелких, но очень важных деталей. Но по большому счету все очень просто! Любой магазин как розничная торговая услуга, заключающаяся в предоставлении потребителю права выбора и приобретения товаров, отвечающих потребностям, возможностям и статусу потребителя, состоит из трех взаимосвязанных компонентов: реклама, ассортимент, обслуживание (когда-нибудь мы подробно остановимся на трех источниках и трех составных частях ювелирной розницы). Стало быть, оснащение нашей яхты: реклама, обслуживание и ассортимент.



Реклама. Реклама должна быть полной и разносторонней. Вы можете знать о своем магазине многое, но если вы не донесете эти знания до потребителя, его представление о вашем магазине будет узким и односторонним, оно не будет соответствовать действительности. Например, эскимос никогда не видел верблюда. Вы можете показать ему горб, голову, ноги, но эскимос так и не поймет, что это за зверь. Покажите эскимосу верблюда целиком, и ситуация изменится.

Реклама должна быть интересной и увлекательной. В наше время, время полного смешения красок и стилей, чувств и желаний, видов деятельности и времени суток, у человека не осталось времени на полноценный досуг. Развлеките рекламой потенциально покупателя, и вас запомнят.

Реклама должна быть адресной и доступной. Адресной — направленной на определенную (целевую) социальную группу, которую мы хотим охватить, но и доступной остальным группам и категориям, так как по последним маркетинговым данным целевые категории делают до 50% выручки, тогда как остальные (случайные, импульсные, непрогнозируемые, в общем, нецелевые) группы и категории всего 50%. Так и реклама должна быть 50 на 50 адресной и доступной.

Не это главное — главное, чтобы реклама соответствовала бренду (имени, названию). Цвет, шрифт, слоган, рекламные тексты, форма подачи, рекламные носители, каналы распространения, специальные акции — все должно работать на название, и тогда оно будет первым приходить на ум потребителю при возникновении потребности в продукте и даже без возникновения таковой, просто как повод для разговора.

Реклама также должна постоянно расшифровывать название, раскрывать бизнес-идею (про идею смотри выше), создавая и наращивая образ и имидж магазина, ядром которых является название. Реклама про название, реклама вокруг названия, реклама для названия — результат будет один: название будет известно всем, многие захотят посетить магазин. Такова природа человека — нас интересует новое и притягивает известное.

Ассортимент. Вы не задумывались над тем, что вообще название не только обязывает, но и дает массу идей по привлечению ассортимента. Если магазин называется «Сапфир», то сапфиры должны быть обязательно. Более того, можно создать моду на сапфиры. Тщательный подбор ассортимента (сапфиры разных цветов и в сочетании с разными драгоценными металлами и камнями), специальные заказы у производителей (редкие вещи, заказы по своим эскизам), отдельная витрина для сапфиров, индивидуальная

работа с покупателями и даже продажа ограненных камней отдельно — интересный творческий процесс по продвижению этого модного и многоликого самоцвета поможет продвигать и магазин, и название. Впоследствии можно добиться своего рода монополии в данном сегменте рынка, что, отдельно говоря, очень выгодно.

Так, ассортимент может работать на повышение известности и улучшения имиджа названия магазина, а может работать и наоборот. Магазин «Рубин», а рубинов нет, до свидания. Дело даже не в том, что покупатель хочет купить рубины, покупатель хочет посмотреть, как выглядит этот статусный для данного магазина камень. Уже не секрет ни для кого, что приходится вкладывать определенные средства в ассортимент, на который покупатель придет посмотреть. Не купить, а только посмотреть! Купит он что-нибудь другое, а об увиденном (если понравилось и запомнилось) расскажет родным, друзьям и знакомым, упоминая, разумеется, название вашего магазина.

Обслуживание. Обслуживание очень важный элемент розничной торговли. Как отмечалось выше, суть розничной торговли — услуга. Услуга прослеживается в розничной торговле везде: магазин на проходном месте — услуга по доставке товара в удобное для посещения покупателем место; аккуратная, удобная и красивая выкладка товара — услуга по повышению комфорта процесса выбора товара; консультация продавца — информационно-развлекательная услуга и т. д. Гарантия, специальные акции, подарки, ремонт сломанных и скупка старых изделий — все это отдельные услуги. Больше и качественней услуга — дороже товар. Не наоборот, как во многих магазинах: будешь покупать дорогую вещь — облизнут, покупаешь мелочовку в дорогом бутике — трудно завладеть вниманием продавца.

Где здесь место названию? А как часто при обслуживании покупателя произносится название магазина? Покупатель должен не только видеть (на вывеске, витринах, интерьере, упаковке) название магазина, но и слышать его. Не забывайте, что женщины (а их 70% от числа всех покупателей) любят ушами. Поэтому раз-

«ЮВЕЛИТА»
СЕТЬ ЮВЕЛИРНЫХ САЛОНОВ

Сеть ювелирных салонов в г. Санкт-Петербурге
В гипермаркетах «Карусель»:

ф В. О., 6-я линия, д. 27	ф ул. Савушкина, д. 116	ф пр. М. Блюхера, д. 41
ф ТК «Перинные ряды», ул. Думская, д. 4	ф ул. Бухарестская, д. 89	ф ул. Кузнецовская, д. 31
тел. +7 (812) 323-33-61	ф пр. Ленинский, д. 100	ф пр. Коломяжский, д. 17
www.uvelita.spb.ru		

Минифотостудия
PhotoLux akond
для фотографирования ювелирных изделий

- Эффективность
- Простота использования
- Отличное качество изображений
- Управление фотосъемкой с компьютера

реклама

Компания «АКОНД»
Россия, Санкт-Петербург, ул. Сердобольская, 65-а, офис 522,
электронная почта: info@akond.ru, http://www.akond.ru
тел.: (812) 600-69-18

Jart

Производственная компания предлагает поставки более 40 наименований золотых пуссет с бриллиантами и драгоценными камнями

- высокое качество
- элегантный петербургский стиль
- комфортность и надежность партнерства

ООО «Джей-арт»
Санкт-Петербург, ул. Жукова, д. 18
(812) 982-52-50, 973-05-53
e-mail: j-art@list.ru

реклама

Производим в Москве на автоматическом оборудовании

германия
«LUX» и «ALGE»

- кабошоны, ограненные вставки, фантазийные виды огранки из природного и синтетического сырья;
- **NEW:** бриллианты огранки «роза», бриллианты для рельсовой закрепки.

ООО «Фирма «Олбис»
Тел./факс: (495) 126-21-88
E-mail: polyak@rinet.ru

реклама

делите логически процесс покупки на несколько разных «услуг» и при оказании каждой обязательно упоминайте название вашего магазина. Чем больше вы насчитаете услуг и введете новых, тем чаще вы будете звучать и лучше запоминаться.

И не бойтесь быть высокопарными, хвастливыми и надоедливыми, отнеситесь к этому процессу с долей юмора и фантазии. Введите в обиход сленг, жаргонизмы, байки про магазин, «случаи из реальной жизни», «встречалки» и «прощалки». Поверьте, как в ресторан на хорошего официанта или сомелье, в ваш магазин будут приходить покупатели «на продавца», «на обслуживание», «на стиль» и «на атмосферу».

После этого можно будет немного повысить наценку — оправдать повышение качества услуги. Не бойтесь разговоров о том, что где-то «у других» дешевле. Во-первых, еще никто не признался, что у вас что-то дешевле, чем «у других», и не взялся компенсировать вам разницу; а во-вторых, попробуйте возразить продавцу бутика «Картье», что у «Тиффани» дешевле. Воспримут ли серьезно ваш аргумент? Примут ли вас здесь за нормального человека? И более того, сочтет ли владелец бутика «Тиффани» этот аргумент положительным для своего магазина? Ответа не требуется — люди веками учатся торговать и учат покупать.

Не готовы пока встать на один уровень с «Тиффани» и «Картье»? Но пример с мировыми торговыми марками только иллюстрирует общую тенденцию: имя (название, бренд, торговая марка) все больше и больше влияет на покупательские предпочтения — сколько их, неизвестных всему миру, но чрезвычайно популяр-

ных в родном городе магазинов! Нужно только не бояться шторма и штиля, любить свою «яхту», подбирать команду хорошую и уметь пользоваться компасом. А когда начнет все получаться, можно и отметить это дело, но только не на корабле. На корабле пить нельзя — это вам не детский сад.

P.S. Рано или поздно мы все вырастаем из своего названия. Был Феля, стал Феликс Семенович. Был «Магазин-ломбард «Золото», получилась сеть ювелирных салонов «Золотой стиль». Как вы яхту назовете, все равно вам будет мало.

P.P.S. Яхта «Беда» (бывш. «Победа») несмотря ни на что, благодаря выучке, смекалке и сплоченности экипажа пришла к финишу регаты первой.

Вместо эпилога.

— *Девушка, какое мороженое у вас есть?*

— *Ну вот, смотрите, разное...*

— *А что-нибудь новенькое?*

— *Да, только вчера появилось — «Дом-2»!*

— *Мороженое «Дом-2»?*

— *Да! Будете брать?*

— *Нет, что вы! Боюсь подумать, что там внутри... да и снаружи тоже.*



Алмаз-Некс

127299, г. Москва
ул. Космонавта Волкова, д.12
тел.: (495) 708-22-87
almaz-neks@tsnet.ru
almaz-neks@inbox.ru

реклама

Маркетинг упаковки ювелирного украшения

Издательский дом Международного Бизнес-центра «6 карат», продолжая серию «Для тех, у кого есть дело — ювелирное», выпустил новую специализированную книгу: «Ювелирный маркетинг. Формула успеха». Книга представляет собой сборник успешных проектов ювелирных оптовых, розничных и производственных компаний по решению стратегических и тактических задач приобретения и удержания интереса потребителей к компании и продукции.

В данной статье мы публикуем материалы из новой книги. Как оформить ювелирное украшение на витрине и при покупке, чтобы клиенту захотелось прийти к вам еще не раз? Секретами итальянских наработок в данной области делится специальный представитель Международного Бизнес-центра «6 карат» в Италии Мария Крякунова (г. Милан).

В магазине, как и при первом знакомстве с человеком, часто срабатывает эффект первого впечатления. «Встречают по одежке», принято говорить в народе. А чем же, как не этой самой «одежкой», является упаковка для товара? Упаковка призвана не только устанавливать эмоциональный контакт с покупателем в момент первой встречи, но и поддерживать положительное воздействие в течение всего времени посещения магазина, а в идеале и после его завершения.

Итальянские компании-производители, оптовые и розничные продавцы ювелирных изделий уделяют первостепенное значение созданию фирменного стиля, в том числе и за счет разработки фирменной упаковки.

Такое пристальное внимание к упаковке не случайно. Многочисленные исследования поведения потребителей в Италии показали, что маркетинг упаковки — наиболее эффективный способ коммуникации с потребителями. Весь арсенал корпоративной упаковки, от яркого оформления витрин дисплеями с рекламой и подставками с выложенными на них ювелирными изделиями до фирменного стильного пакета, куда продавец поместит купленный клиентом товар, работает на создание атмосферы праздника, красоты и самое важное — на формирование лояльности покупателя и его доверия к данному магазину, бренду или производителю.

К тому же этот вариант продвижения товара дешевле рекламы на внешних носителях типа биг-бордов и дорогостоящей рекламы в прессе и на телевидении. Он носит постоянный характер и продолжает работать на имидж магазина день за днем; другие виды рекламы ограничены во времени и действуют только в период контракта между магазином и соответствующей организацией. В подтверждение вышесказанному приведу пример из популярного журнала «L'orafo Italiano» («Итальянский ювелир»). В 2006 году журнал провел исследования для определения «уровня узнаваемости» известных ювелирных брендов среди жителей страны разного возраста и социальных групп. Исследования проходили в крупных торговых центрах, где, как правило, расположены сразу несколько ювелирных магазинов. Вначале людей просили назвать известные им итальянские ювелирные бренды, и многие смогли вспомнить в лучшем случае пять, максимум

десять названий широко рекламируемых марок (в Италии ювелирные бренды чаще всего рекламируются в печатных СМИ). Часто люди называли те компании, изделия которых только что видели в одной из витрин магазина (это наводит на мысль об эффективности рекламы непосредственно в местах продаж). Затем предлагалось подойти к переносной витрине, где были перемешаны изделия различных широко рекламируемых марок, и определить их принадлежность к тому или иному бренду. Опрашиваемые приходили в замешательство и в подавляющем большинстве не могли разделить изделия по этому принципу. Посетители торговых центров не знали ни стиля, ни характеристик, ни каких-либо других отличительных особенностей украшений, «имена» которых несколько минут назад сами же называли!

Фирменная упаковка может включать в себя следующие составляющие:

- дисплеи для витрин — рекламная мини-витрина определенной торговой марки, снабженная подставками под ювелирные украшения с автономной подсветкой или без нее. Дисплей выдерживается в едином стилевом и цветовом решении. Достаточно часто в экспозиции используются фотографии девушек-моделей (мужчин, детей), на которых надеты данные изделия; на всех элементах дисплея, приведенных выше, обязательно повторяется логотип компании (рис. 1). Представленные изделия часто снабжаются ценниками, что дает возможность покупателю получить дополнительную информацию о товаре и сориентироваться;
- разного рода аксессуары для выкладки товара на полках внутри магазинов — подставки под кольца, цепи, кольца, браслеты. Все они выполнены в едином стиле и «корпоративном» цвете конкретного ювелирного магазина; во многих случаях с нанесенным на них логотипом (рис. 2);
- демонстрационные лотки — сопровождают процесс демонстрации клиенту изделий. Могут быть безымянными или иметь логотип магазина; часто такие лотки для демонстрации своих изделий производитель предлагает в подарок магазину — они служат в качестве дополнительной рекламы бренда (рис. 3);
- фирменные коробки и футляры — могут содержать как логотип и стилевое решение производителя, разработанные для отдельного бренда, так и корпоративные атрибуты магазина (рис. 4, 5). Являются обязательным ярким штрихом, сопровождающим продажу ювелирного изделия; могут быть разными по стоимости и стилю в зависимости от формата магазина или концепции бренда;
- фирменные пакеты — бумажные или пластиковые, куда продавец кладет проданный клиенту товар (рис. 6). Отдается покупателю бесплатно и служит дополнительным рекламным носителем: при выходе покупателя за стены торгового зала работает на имидж магазина. В рождественские праздники — пик продаж ювелирных изделий в Италии — многие магазины заказывают особые рождественские пакеты с присоединенной к ним открыткой. Это экономит время задержанного предпраздничной суетой клиента, освобождая от дополнительного поиска поздравительной открытки, и создает приятное впечатление о сервисе в магазине;
- фирменную бумагу и ленты с логотипом магазина — это особый шик и отличительная черта упаковочного сервиса сетей ювелирных магазинов, а также высокочассных бутиков и салонов (рис. 7). Они более других стремятся подчеркнуть уникальность и неповторимость

Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3

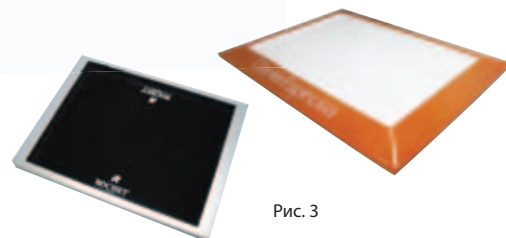


Рис. 4



Рис. 5



Рис. 6



Рис. 7



собственного корпоративного стиля и позиционировать себя в том числе и за счет продуманной разнообразной упаковки. Продавцы интересуются у клиента, будет ли он дарить данное украшение, предлагают завернуть коробочку с изделием в свою подарочную бумагу и завязать шелковой ленточкой, на которой непременно стоит логотип магазина. В довершение всего на видном месте наклеивают маленькую изящную этикетку, гармонирующую по цвету и исполнению с фирменной лентой, на которой указано название и адрес данного магазина, чтобы клиент и его близкие и друзья знали, куда им возвращаться за покупками.

Известно, что принятие решения о покупке достаточно часто происходит уже на месте продажи. Так, клиент, приходя в магазин с целью приобретения некоего украшения, точно не знает, какое это должно быть изделие. Дисплей с рекламой, фирменная выкладка и упаковка помогают привлечь внимание покупателя к определенной группе товара. Это одна из причин, по которым итальянские производители так внимательно подходят к разработке концепции бренда; а фирменный дисплей и упаковка расцениваются ими как «язык», позволяющий передать покупателю основную идею, настроение и эмоции, которые

пробуждают изделия. Сегодняшний итальянский потребитель приобретает уже не драгоценный металл или драгоценный камень, а определенный стиль жизни, статус и имидж, вкладываемые производителем в концепцию своего бренда. Поэтому довольно редко можно встретить магазины, где изделия были бы представлены на безымянных планшетах с одноименными группами украшений, на ценниках которых проставлены граммы и караты.

В Италии наряду с украшениями ювелирные магазины повсеместно предлагают часы. Поэтому витрины имеют дисплеи, как с выкладкой ювелирных украшений, так и с часами. Это позволяет привлечь в магазин больше молодежи и мужчин, создает более демократичную обстановку.

Подробнее об особенностях ювелирного маркетинга читайте в новой книге Издательского дома Международного Бизнес-центра «6 карат»: «Ювелирный маркетинг. Формула успеха».

тел.: 8(495) 232-22-60, 232-33-79, 744-34-64
e-mail: 6carat@inbox.ru; info@6carat.ru



ШКОЛА ЮВЕЛИРНОГО ДИЗАЙНА ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ СЕМИНАРЫ И МАСТЕР-КЛАСС ИТАЛЬЯНСКОГО ДИЗАЙНЕРА

С 1 по 4 ноября 2007 года в Москве состоятся эксклюзивные семинары и мастер-класс уже известного в России итальянского дизайнера Марии Ланца, доцента Европейского института дизайна (г. Милан), имеющей колоссальный опыт работы для ювелирных домов BVLGARI, Rolex.

1–2 ноября 2007 года (2 дня)

Мастер-класс для ювелирных стилистов, дизайнеров, художников «Итальянский дизайн: практика проектирования украшений».

В программе:

- Техника создания ювелирных коллекций с бриллиантами. Особенности работы с бриллиантами.
- Принципы и методы создания мужских украшений.
- Использование символов в разработке идей и графическом воплощении в новой коллекции ювелирных украшений. Символы, пришедшие из истории, культуры и традиций народов мира. Проектирование астрологических символов.

При прохождении курса слушатели получают новый опыт в проектировании и модернизации ювелирных украшений из бриллиантов, мужских украшений, получают практические навыки создания коллекций на основе символов, астрологических знаков, наиболее полно отвечающих запросам современного покупателя.

3 ноября 2007 года (1 день)

Семинар-практикум для тех, кто продает, проектирует и изготавливает украшения «Персональные продажи ювелирных украшений».

В программе:

- Персональная работа с клиентом по цвету, формам и размерам ювелирных украшений.
- Приемы, используемые в Голливуде для работы с внешностью клиента.

Подать заявку на участие можно по телефонам:

8 (495) 232-22-60, 232-33-79, 744-34-64
или по e-mail: 6carat@inbox.ru; info@6carat.ru
<http://www.6carat.ru>

- Работа с VIP-клиентом.
- Полный комплекс услуг клиенту на основе опыта работы бутиков «BVLGARI» (демонстрация украшений, использование демонстрационного оборудования, упаковки).
- Работа с клиентом на расстоянии — адресная реклама для поддержания интереса клиента.
- Методы рекламных акций, популярные у знаменитых итальянских ювелиров.

При прохождении курса слушатели получают практический опыт персональных продаж ювелирных украшений, который применяется в ювелирных бутиках Италии для эффективного приобретения и удержания клиентов; научатся пользоваться секретами Голливуда.

4 ноября 2007 года (1 день)

Семинар-практикум «Ювелирные украшения: стили, мода и дизайн»

В программе:

- Эволюция основных ювелирных стилей, их характеристика.
- Формирование современных стилей и дизайна ювелирных украшений.
- Основные тенденции мировой ювелирной моды.
- Знаменитые мировые ювелирные бренды. Итальянские ювелирные бренды: специфика и развитие.

В ходе курса слушатели получают интересную информацию о современных стилях, дизайне ювелирных украшений, тенденциях ювелирной моды.



ЮВЕЛИРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО
Мастер Бриллиант



156002 г. Кострома, ул. Локомотивная д. 3
Тел./факс: (4942) 54-56-13
e-mail: master.brilliant@gmail.com
web: www.masterbrilliant.com

LAMPERT

GERMANY



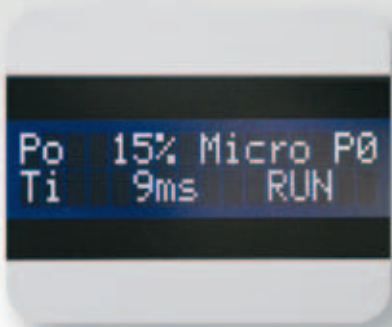
Generation 3

Сварочные аппараты

PUK[®] *третьего поколения*



Совершенство не имеет предела. В этом Вы легко убедитесь сами.



PUK 3

professional plus

Новые аппараты PUK 3 это -

- Быстродействие
- Мощность
- Управляемость
- Компактность



ПКФ «САПФИР»
Москва, ул. Люблинская, 18А
тел.: (495) 739-4311
info@sapphire.ru
www.sapphire.ru

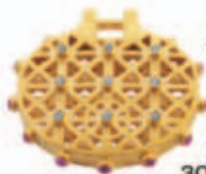
www.lampert.info

Когда-то в прошлом,
различными культурами
были созданы уникальные
и знаменитые
“Турецкие дилеммы”

Сегодня само понятие
“дилемма” является новой
разновидностью культуры.



Драгоценности дилеммы



С 3000 века до нашей эры, Турецкое искусство и ремесло ювелирного дела никогда не существовало без использования золота. Начиная с хеттов, троянцев, урарту, греков, римлян, сельджуков и заканчивая оттоманами, народ, населяющий эту часть земного шара, всегда был связан с золотом.

Все эти цивилизации оставляли за собой след в социальной жизни годами и собрали вместе обе культуры, как восточную, так и западную. И все эти отличия, и уникальность образовали свои собственные дилеммы.

В Турции, работа на 20-ом этаже небоскреба и курение кальяна в обеденный перерыв или выбор “Капучино” в меню из турецких блюд являются некоторыми из примеров ежедневных дилемм. Драгоценностями данной дилеммы являются влияние этого уникального наследия и вдохновений Востока и Запада - настоящего и прошлого.

Оценив преимущества и не отделяя одно от другого, были созданы “Турецкие драгоценности дилеммы”.







Дилеммы Турции как "ночь" и "день"; вы не сможете получить одно без другого.

В Турции, можно наблюдать наличие мистического и диалектического;
силу традиций и веру в будущее.

В Турции можно увидеть рационалистов, которые надеются только на свои руки,
которые выковывают твердое вещество для прощения в золото для простого удовольствия.

И руководясь воодушевляющим хаосом,
вы можете увидеть создания совокупности сочетания художественности исполнения и простоты:

“Драгоценности дилеммы”
с 3000 века до нашей эры по сегодняшний день.

Посетите стенд Турецких ювелирных компаний
IJS (СПД)-II 2007 - на Стамбульской Ювелирной Выставке.



www.taj.org.tr



реклама

Италия на выставке Ювелир 2007

Выставочный Комплекс Сокольники
5-12 Сентября
Павильон №11



Институт
Внешней Торговли
Италии

2007

Октябрь October

10

Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Неделя
40	1	2	3	4	5	6	7
41	8	9	10	11	12	13	14
42	15	16	17	18	19	20	21
43	22	23	24	25	26	27	28
44	29	30	31				
Week	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday

ВЫСТАВКИ

2007

Ноябрь November

11

Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Неделя
44			1	2	3	4	44
45	5	6	7	8	9	10	11
46	12	13	14	15	16	17	18
47	19	20	21	22	23	24	25
48	26	27	28	29	30		
Week	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday

2007

Декабрь December

12

Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Неделя
48					1	2	48
49	3	4	5	6	7	8	9
50	10	11	12	13	14	15	16
51	17	18	19	20	21	22	23
52/1	24/31	25	26	27	28	29	30
Week	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday



Дата начала выставки



VICENZAORO

autumn

BUSINESS
TRENDS
VISIONS

SEPTEMBER
15 - 19 2007

Vicenzaoro autumn

International gold, jewelry, silver,
watch and gemmology exhibition

www.vicenzaoro.org

9-я международная специализированная выставка часов и часовых аксессуаров



Московский Часовой Салон



16 - 19 октября 2007

Москва,

Центр международной торговли

(Краснопресненская наб., 12)

*Время
для
развития
Вашего
бизнеса!*

Полная информация и заказ пригласительных билетов на **www.rosinex.ru**

Организатор



Тел./факс +7 (495) 205-7183
+7 (495) 259-4348
e-mail: watch@rosinex.ru

Патронаж



Информационная поддержка:



Интернет-поддержка:



25-28 ОКТЯБРЯ 2007

2-я международная выставка
ювелирного и декоративно-прикладного искусства

"Золотой глобус"



Под патронажем:



Национальный коллекционный
центр художественных изделий

реклама

Коммерсант
Коммерсант

Большой
Большой

Русский
Русский

Ювелирное
Ювелирное

Алмазы
Алмазы

Экономика
Экономика

Российская
Российская

Ювелир
Ювелир

Дизайн
Дизайн

Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

Дирекция выставки:

Тел./факс: +7 (495) 983-06-71
+7 (495) 727-26-37 (доб. 4183, 4190)
E-mail: globe@crocus-off.ru

26 ОКТЯБРЯ 2007

Первый всероссийский форум «Инвестиции в ювелирный бизнес и предметы коллекционирования»

ФОРУМ ПРОВОДИТСЯ ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:

ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРУКТУР РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, РОССИЙСКОГО СОЮЗА ПРОМЫШЛЕННИКОВ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ, ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПАЛАТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ И ДЕЛОВЫХ КРУГОВ.

К УЧАСТИЮ В ФОРУМЕ ПРИГЛАШАЮТСЯ:

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ, УПРАВЛЯЮЩИЕ КОМПАНИИ, БАНКИ, СТРАХОВЫЕ КОМПАНИИ, АУКЦИОННЫЕ ДОМА, РУКОВОДИТЕЛИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЮВЕЛИРНОЙ И ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ЧАСТНЫЕ ИНВЕСТОРЫ И КОЛЛЕКЦИОНЕРЫ, ХУДОЖНИКИ, ИСКУССТВОВЕДЫ, ЭКСПЕРТЫ, МУЗЕЙНЫЕ РАБОТНИКИ, ПРЕПОДАВАТЕЛИ И СТУДЕНТЫ ФИНАНСОВЫХ И ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ВУЗОВ.

ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ ФОРУМА:

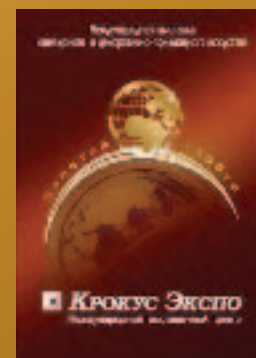
- Итоги и перспективы развития ювелирной промышленности и декоративно-прикладного искусства.
- Инвестирование в производство изделий ювелирного и декоративно-прикладного искусства.
- Частное инвестирование в предметы современного ювелирного и декоративно-прикладного искусства коллекционного уровня и предметы антиквариата.
- Арт-банкинг (консультирование и финансовое сопровождение банками частных инвестиций в произведения искусства).

К ОТКРЫТИЮ ФОРУМА ГОТОВИТСЯ:

Каталог художественных изделий и предметов коллекционирования «Коллекция XXI века. Инвестиции в ювелирный бизнес и предметы коллекционирования».

ПРЕИМУЩЕСТВА УЧАСТИЯ В ФОРУМЕ:

- БЕСПЛАТНОЕ УЧАСТИЕ В ФОРУМЕ ЭКСПОНЕНТОВ ВЫСТАВКИ;
- РАЗМЕЩЕНИЕ В КАТАЛОГЕ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ — предусмотрена скидка 15%;
- ШИРОКОЕ ОСВЕЩЕНИЕ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ;
- РАССЫЛКА КАТАЛОГА: Администрация Президента РФ, Правительство РФ, Государственная дума и Совет Федерации ФС РФ, Правительство Москвы, крупнейшие финансовые и банковские структуры, зарубежные компании, инвестиционные фонды, управляющие компании, бизнес-центры.



реклама

Регистрационный взнос:

включает раздаточные материалы, завтрак, кофе-брейк, интернет-услуги.

для юридических лиц — 15 000 рублей, включая НДС,
для физических лиц — 10 000 рублей, включая НДС

Организатор:

Национальный коллекционный
центр художественных изделий

Оператор форума:

Тел.: +7 (495) 623-11-49 (218)
Тел./факс: +7 (495) 623-11-49 (203)
E-mail: proat@comail.ru



А С С О Ц И А Ц И Я
«ГИЛЬДИЯ ЮВЕЛИРОВ РОССИИ»

МОСКОВСКАЯ ВЫСТАВКА ЮВЕЛИРОВ РОССИИ

«ГИЛЬДИЯ ЮВЕЛИРОВ 2007»

1- 5 ноября 2007 г.



МОСКВА, МАНЕЖНАЯ пл., 1, ЦВЗ «МАНЕЖ»



Международный
Центр Деловых
Контактов
ДЕЛЬКОНТ

АЛРОСА  ALROSA

реклама

С НАМИ - ЛИДЕРЫ ЮВЕЛИРНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Дирекция выставки: тел./факс: (495) 916-07-03, 917-45-83
e-mail: expogildia@yandex.ru, gildia-1@inbox.ru

7-ая российская выставка - ярмарка

20 - 24 ноября

Екатеринбург, Высоцкого, 14

Урал Ювелир

2007



Организаторы

ОБЪЕДИНЕНИЕ
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ
ВЫСТАВКИ



КОНКУРС СОВРЕМЕННОГО ЮВЕЛИРНОГО ИСКУССТВА
ОСНОВНЫЕ НОМИНАЦИИ: "НОВАЯ ФОРМА" "СТИЛЕВАЯ ЛИНИЯ"

UE ЗАО "Объединение" Универсальные выставки"
тел./факс (343) 355 01 42, 355 00 49
e-mail: juvelir@unexpo.ru; www.unexpo.ru

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

ПРИГЛАШАЕМ НА ВЫСТАВКУ!

Организаторы

ОБЪЕДИНЕНИЕ
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ
ВЫСТАВКИ



9-13 апреля 2008 года

Конкурс ювелирной рекламы:

Номинации: "Фирменный стиль"
"Лучший рекламный макет"
"Лучшая ювелирная
фотография"



Екатеринбург
Дворец Спорта
Большакова, 90

2-ая специализированная
выставка-ярмарка

Урал Ювелир-Весна

ОБЪЕДИНЕНИЕ
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ
ВЫСТАВКИ



тел./факс (343) 355-01-42, 355-01-27,
355-00-49
e-mail: olga@unexpo.ru; <http://www.unexpo.ru>

При поддержке:
Уральской Государственной
инспекции пробирного
надзора,
Администрации г. Екатеринбурга.

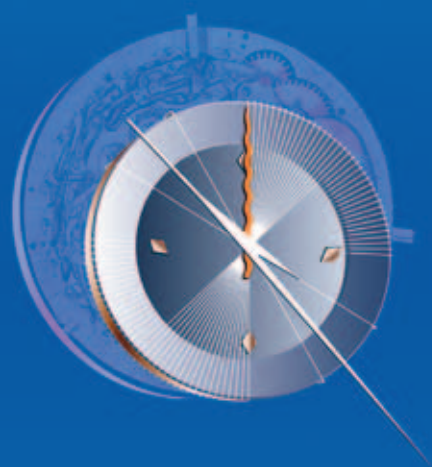
ПРИГЛАШАЕМ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКЕ!

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ!

22 - 25
НОЯБРЯ

ЮВЕЛИР ЭКСПО УКРАИНА 2007 (осень)

XIV МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА



КИЕВ САЛОН ЧАСОВ 2007

V СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА



САЛОН АКСЕССУАРОВ И МОДНЫХ УКРАШЕНИЙ 2007

II СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

Дирекция выставок: тел.: +38(044) 461 9343, 490 6219, 490 6221. E-mail: jewel@kmya.kiev.ua, <http://www.kmya.kiev.ua>



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ОРГАНИЗАТОР:
АО "КИЕВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
КОНТРАКТОВЫЙ ЯРМАРОК"



Место проведения - ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
КИЕВ ЭКСПО ПЛАЗА
г. Киев, ул. Салютная 2-б, www.expoplaza.kiev.ua

реклама

ОФИЦИАЛЬНЫЙ
РАДИОПАРТНЕР:



Информационные партнеры:





Выставочное Объединение
МИР КАМНЯ

XII международная выставка

Петербургский Ювелир

6–9 декабря 2007 года

Санкт-Петербург,
Центральный
Выставочный зал «Манеж»,
Исаакиевская пл., 1

Ярмарка

Ювелирные
украшения
Камнерезные
изделия,
Украшения
интерьера,
Изделия
художественных
промыслов,
Коллекционные
минералы,
Ювелирный
инструмент,
Сувениры,
Бижутерия,
Упаковка

Автор
Ирина Прохыгина
«Простор для фантазии»
Фотограф
Александр Иванов

Конкурс
авторского ювелирного
и камнерезного искусства

Ювелирный Олимп



Гран-при конкурса

Номинации

Ювелирное искусство
Ювелирная пластика
Эмальерное искусство
Камнерезное искусство
Украшения интерьера
Аксессуары
Военно-историческая
оловянная миниатюра
Специальный приз
имени Николая Нужина

Адрес оргкомитета:
ООО "ВФ Мир камня"
Санкт-Петербург,
Васильевский остров,
Большой проспект, 83
(ДК им. С.М. Кирова)
офис 335
тел./факс: 327-42-76
тел: (812) 327-42-75;
E-mail: info@gemworld.ru
olimp@gemworld.ru
www.gemworld.ru
Почтовый адрес: 191028,
Санкт-Петербург, а/я 49



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-Весна

28 февраля - 7 марта 2008 года

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 8673, 417 4782
www.rosyuvellirexpo.ru



Ювелир-2008

50 МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

4-11 сентября 2008 года
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 8673, 417 4782
www.rosyuvellirexpo.ru



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-22

14-20 мая 2008 года

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 8673, 417 4782
www.rosyuvellirexpo.ru



Ювелир-3

МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

7-17 декабря 2007 года



КВЦ «СОКОЛЬНИКИ» организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 4782, <http://www.rosyuvellirexpo.ru>

30 января – 3 февраля 2008г.

V ВСЕРОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

ПИТЕР-ЮВЕЛИР

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
«МАНЕЖ»
на Исаакиевской

При поддержке



АДМИНИСТРАЦИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА



ГИЛЬДИЯ ЮВЕЛИРОВ РОССИИ



АССАМБЛЕЯ ЮВЕЛИРОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ ЕДИНАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОГРАММА

XVI Форум ювелирной индустрии



РОССИЙСКИЙ СОЮЗ
ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК

JUNWEX



ПЕТЕРБУРГ

Международная научно-техническая конференция
«Ювелирная индустрия: Дизайн. Технологии. Оборудование»

30 ЯНВАРЯ - 3 ФЕВРАЛЯ 2008

Санкт-Петербург, ВК «Ленэкспо» в Гавани

197110, Санкт-Петербург, Петрозаводская ул., д. 12
Тел.: (812) 320-8099, 303-9860. Факс: (812) 320-8090

E-mail: junwex@restec.ru, <http://www.restec.ru/junwex>, www.rjexpert.ru

Исполнено с блеском





МОСКВА
ООО «Рубин»
117312, Москва,
ул. Губкина, 14, офис 101.
тел. (495) 748-3554, факс (495) 748-3556
e-mail: sales@rusgems.ru
www.rusgems.ru

САНКТ – ПЕТЕРБУРГ
ООО «Балтийские Самоцветы»
197022, Санкт-Петербург,
ПС. Большой проспект, 100, оф. 623
тел./ факс: (812) 335-5569
e-mail: sales@rusgems.spb.ru

- ♦ Калиброванные ювелирные вставки из драгоценных, полудрагоценных и синтетических камней
- ♦ Жемчуг морской и пресноводный любых форм, цветов и размеров
- ♦ Европейская машинная бриллиантовая огранка фианитов
- ♦ Кабошоны из коралла, бирюзы и благородного опала
- ♦ Перламутр различных форм, размеров и цветов
- ♦ Сырье полудрагоценных поделочных и синтетических камней


RUS GEMS

Впервые в России

В июле в Москве состоялось событие, значение которого для геммологического сообщества нашей страны трудно переоценить, — 30-я Международная геммологическая конференция. Уникальность этого мероприятия в том, что такие встречи ведущих ученых — специалистов в области геммологии и минералогии носят чрезвычайно элитарный, клубный характер. Число членов этого форума ограничено: обычно участвуют по 2–3 представителя от государства. Особую важность встреча научного «ареопага» имеет для нашей страны: за все время существования в России конференция проходит впервые, и по предварительным подсчетам в следующий раз это случится не раньше, чем через 60 лет. Многие из ученых с мировым именем посетили нашу страну в первый раз. А потому особенно ценна была возможность воочию увидеть их, услышать их доклады, пообщаться...

Организаторами встречи выступили Российская академия наук и другие научные учреждения. Подобные конференции — уникальная возможность обмена опытом ведущих геммологов мира, обсуждения текущих научных и прикладных проблем современной геммологии, а также путей ее дальнейшего развития. В центре внимания докладчиков по-прежнему остались вопросы идентификации драгоценных камней на основе ранее известных и новых неразрушающих методов; новые достижения в области синтеза и облагораживания наиболее популярных драгоценных камней (алмаза, рубина, сапфира, изумруда, демантоида и др.) и т. д. Тематика выступлений охватывала весьма широкий диапазон проблем: геология, изучение минералов, комплексные геммологические исследования, археология, музейное дело...

Одним из серьезных недостатков организации было несоблюдение заявленного в программе условия официального двуязычия и отсутствие синхронного перевода.

Кроме того, интересен был бы диалог ученых с представителями ювелирной торговли и производства. В целом, все участники конференции отметили неоспоримую научную значимость и пользу подобных встреч, пристальное внимание к докладам коллег и ценность полученной информации.

Помимо научной программы был запланирован целый ряд экскурсий: посещение геммологических и минералогических музеев Москвы, Петербурга, Смоленска, Екатеринбурга, а также месторождений алмаза в Сибири и Архангельской обл., изумруда и демантоида на Урале.

В Петербурге в рамках культурной программы участники геммологической «встречи на высшем уровне» благодаря любезности директора ювелирного салона «Яхонт» Галины Сергеевны Перовой имели возможность познакомиться с уникальной экспозицией Музея современного ювелирного и камнерезного искусства. Многие представленные здесь произведения по праву считаются шедеврами и не



могли не вызвать восхищения специалистов мастерством, тончайшим исполнением и глубоким пониманием природы материалов.

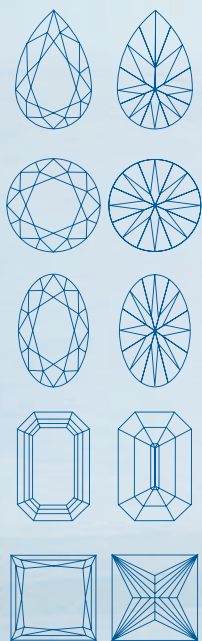
Весьма отраден тот факт, что в России и в частности в Петербурге есть компании, которым небезразлично будущее нашей страны, ее науки и культуры. Г. С. Перова и сотрудники салона «Яхонт» творчески и с огромной ответственностью подошли к организации торжественного приема гостей конференции. Встреча прошла в замечательной атмосфере, оставила приятные воспоминания у организаторов вечера и участников конференции, стала достойным завершающим аккордом столь представительного международного геммологического форума.





ЮВЕЛИРНЫЕ КАМНИ. ЛЮБЫЕ. ВСЕГДА

СЕРВИС



111116, Россия, Москва, а/я 4
Авиамоторная ул., д. 4, корп. 3
тел.: (495) 223-9292 (многоканальный)
факс: (495) 362-5325
e-mail: moskva@crystalit.ru

156000, Россия, г. Кострома
ул. Советская, 134/10
тел.: (4942) 32-12-81
факс: (4942) 32-55-62
e-mail: kostroma@crystalit.ru

157940, Россия, Костромская обл.
пгт. Красное-на-Волге
ул. Луначарского, 2А, ТД «Метро»
тел.: (49432) 2-10-83, факс: (49432) 3-10-80
e-mail: krasnoe@crystalit.ru

Составные бриллианты

Составными камнями принято называть камни, состоящие из двух или трех частей (дуплеты или триплеты) в виде пластин, соединенных за счет склеивания или сваривания по плоскостям, параллельным плоскости рундиста. Использоваться при этом в одном составном камне могут самые разнообразные сочетания, начиная от стекла и заканчивая природными драгоценными камнями.

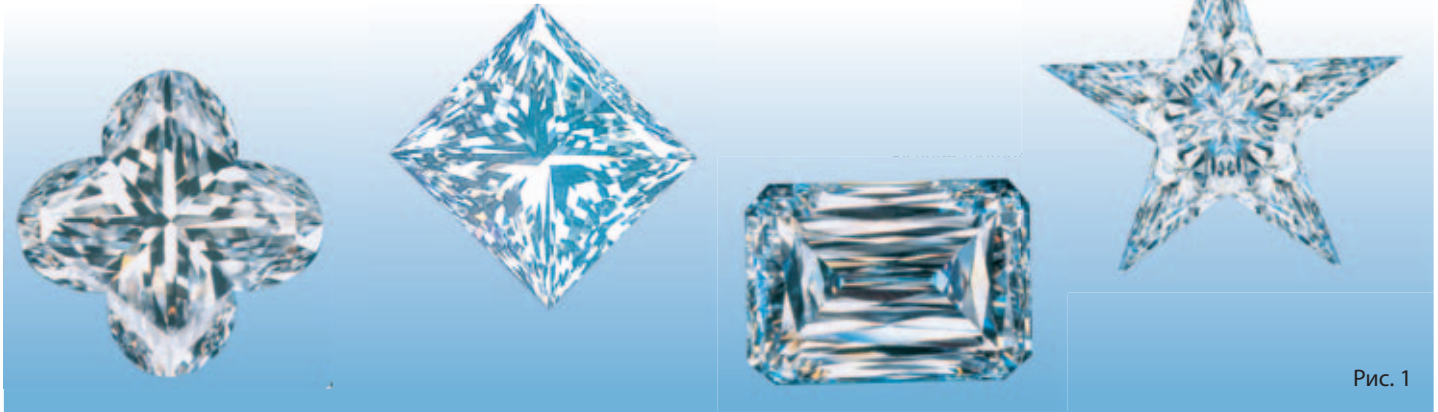


Рис. 1

А в составных бриллиантах используются только природные алмазы различных форм и видов огранки, соединенные механически с помощью боковых пазов, которые располагаются ниже плоскости рундиста. Иными словами, составные бриллианты образуют единую плоскость, соприкасаясь между собой рундистами. Преимуществом составных бриллиантов является то, что, во-первых, они создают эффект бриллианта больших размеров; во-вторых, с их помощью возможно получить сложную конфигурацию наружной границы вставки; и, в-третьих, отдельные бриллианты, используемые в качестве частей составного бриллианта, могут быть изготовлены из сравнительно мелкого и плоского сырья невысокой стоимости.

Соединение отдельных элементов в составном бриллианте производится в технике невидимой закрепки (*invisible set*). Наиболее популярны и широко используются отдельные бриллианты квадратной

формы с огранкой «принцесса», которые могут образовывать либо многоярядные дорожки, либо площади различной конфигурации.

Бриллианты более сложной фантазийной формы в виде треугольников, ромбов или в виде веера в результате различных сочетаний могут образовывать самые причудливые конфигурации (примеры некоторых из них приведены на рис. 2). Многообразие форм сочетаний полностью определяется фантазией художника (рис. 1).

Еще одним шагом в развитии данного направления стало применение составных бриллиантов для образования не плоскостных, а криволинейных поверхностей и объемов.

К сожалению, на сегодняшний день оно несколько тормозится сложностью компьютерной разметки и огранки бриллиантов, однако в перспективе дает неограниченные возможности для создания ювелирных изделий с составными бриллиантами самых разнообразных форм.

М. К. Чижов,
главный специалист по геммологии
ОАО «Русские Самоцветы»

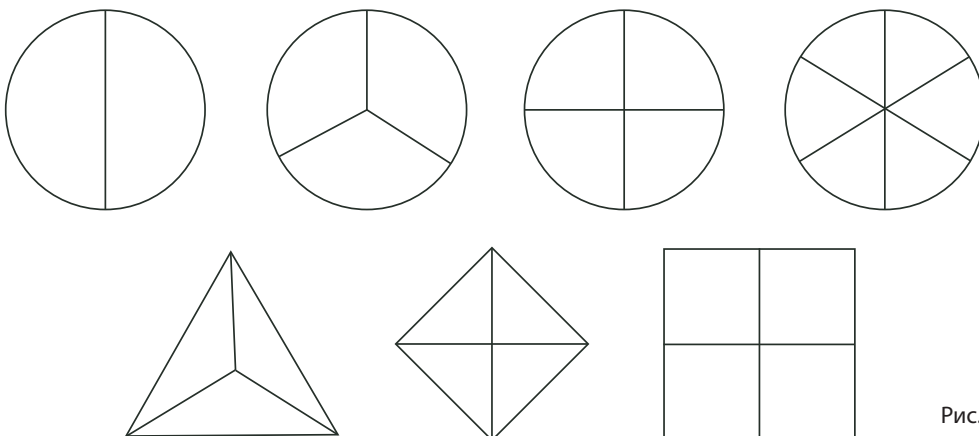


Рис. 2



МЫ
НЕ БОИМСЯ
ПРАВДЫ!

Ген. директору
ООО "БД", классик-ювелир *

Уважаемый покупатель,

1. Расширьте дверной проём –
большой сертификат не пройдёт.
2. Напишите каждую нашу отработку –
не хватает места для благодарностей.
3. Приготовьте пеленки –
вывозить подарки покупателям.

С уважением,
покупатель.

111141 г. Москва ул. Электроградная д.10
внутренний телефон 13-31, 16-34
отдел продаж (495)730-02-94, 231-44-35
KUPICOLD.RU

реклама

ЮМО

Внимание!!
С 1 ноября 2007 года,
у нас будет
новый адрес:

195009,
г. Санкт-Петербург,
ул. Ватутина, д. 8/7

тел./факс:
+7(812) 542-66-21,
+7(812) 542-35-70,
+7 (812) 540-56-39.

e-mail:
office@jmo.ru

www.jmo.ru

Средства для чистки и реставрации
ювелирных изделий

ФЛЮРИН
с антикоррозийным и антисептическим эффектом.

Чистящие средства серии ФЛЮРИН рекомендуются для
использования в производстве ювелирных изделий, в быту,
в торговле ювелирными изделиями и антиквариатом,
в ломбардах, в реставрации музейных экспонатов.



Уникальная формула
ФЛЮРИНа возвращает
изделиям блеск и предохраняет от
преждевременного потемнения.

реклама

Записки геммолога

Прошедшие в этом году зарубежные ювелирные выставки, как всегда, удивляют бесконечным многообразием экспозиций, поэтому трудно выделить какие-либо заметные общие тенденции.

В дизайне ювелирных изделий обращает на себя внимание постепенный уход от четких и строгих геометрических форм к округлым и плавным линиям. Многие фирмы представили коллекции и изделия, включающие в себя элементы в форме шара. Это и ажурные сетчатые конфигурации, и пустотелые шары с различными камнями и эмалью. Важную роль начал играть овал, причем овальные элементы зачастую асимметричны и имеют трехмерные искажения, создающие необычный объем.

Отход от использования правильных геометрических линий особенно заметен на примере вставок: например, жемчуга самых причудливых форм, подобранного по аналогии с формами ювелирных элементов, или цветных камней комбинированной огранки (плоскогранная + кабошон), зачастую фантазийной формы.

В комбинации различных видов фактуровки поверхности, в разнообразии цвета металла и камней просматривается определенная тенденция. В целом, отмечаются попытки отхода от классических форм и стилей, но это не эклектика и не авангард, а некое современное видение ювелирной моды.

Целый ряд фирм представляет ювелирные изделия в стиле ретро с использованием крупных граненых алмазов огранки «роза», круглой, овальной, грушевидной, а иногда и асимметричной формы. Сами продавцы таких украшений определяют этот стиль как викторианский и утверждают, что в Европе он пользуется большим спросом. Можно предположить, что дополнительным толчком в развитии этого стиливого направления является возможность использования дешевого плоского сырья алмазов.

Достаточно популярными остаются изделия с растительным и цветочным орнаментом, а также морская тематика: морские звезды, медузы, кораллы... Все более заметным явлением становятся ювелирные коллекции компаний из Юго-Восточной Азии — Индии, Китая, Гонконга, Таиланда. В таких коллекциях можно отметить достаточно сильное влияние европейской моды, а также существенное улучшение качества изготовления изделий (в том числе закрепки). Учитывая более низкую стоимость изделий из стран Юго-Восточной Азии, можно быть уверенным, что такая продукция в ближайшие годы максимально заполнит нишу дешевых украшений, особенно это актуально для изделий из серебра. В преддверии вступления России в ВТО отечественным ювелирным предприятиям это необходимо учитывать при планировании своей деятельности.

М. К. Чижов,
главный специалист по геммологии
ОАО «Русские Самоцветы»



1

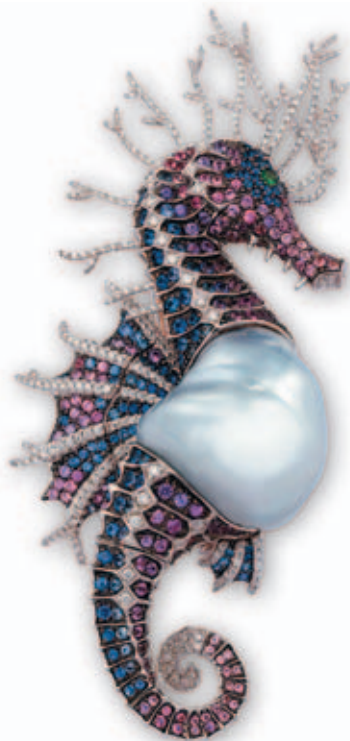
2

4

3

1–3. Autore

4. Royal Gem



Золотые кружева

Коллекции ювелирных изделий от компании Goldavenue — это всегда путешествие в мир фантазии, неукротимого воображения и новых открытий. Украшения, созданные ее дизайнерами, различные по духу, характеру, стилю, манере исполнения, техникам и материалам, позволяют каждой женщине создать собственный неповторимый облик или несколькими штрихами точно расставленных акцентов изменить имидж.



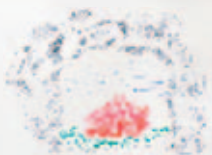
Дизайнер «Goldavenue»
Nathalie Cohen и главный
редактор журнала
«Русский Ювелир»
Владимир Пилюшин

В нынешнем модном сезоне, фаворитом которого стала чувственная женственность и романтизм, настоящим откровением стала коллекция «St. Gall» одного из дизайнеров компании Goldavenue Nathalie COHEN. Именно в ее украшениях женственность перестает быть неочевидной, завуалированной урбанистическими тенденциями. Коллекция «St. Gall» выявляет женское начало, открывает и провоцирует его...

«St. Gall» — это путешествие в прошлое, в историю Западной Европы. Коллекция названа в честь очаровательного городка, расположенного на востоке Швейцарии недалеко от Боденского озера. Сен-Галлен издавна известен во всем мире своими превосходными текстильными изделиями. Кружева и ткани, производимые здесь, используют лучшие модные Дома и знаменитые кутюрье.

Именно тончайшие кружева из Сен-Галлена стали «изюминкой» коллекции украшений из золота Nathalie COHEN. Сочетание двух древних ремесел — кружевоплетения и ювелирного мастерства — дало совершенно неожиданный результат. Уникальная коллекция буквально наполнена романтическим настроением, утонченной женственностью, что, несомненно, придется по вкусу современным модницам.

представляем



Платина — источник вдохновения

Платиновая Гильдия Германии, член Международной Платиновой Гильдии, представила новую коллекцию украшений из драгоценного металла, чьи свойства принято определять в самых высокопарных выражениях: редкий, уникальный, благородный, чистый, исключительный, особенный, вечный...

Действительно, чистота этого металла для потребителя выражается в идеальном блеске платиновой поверхности и абсолютной гипоаллергенности.



PLATINUM



Месторождений платины на планете очень мало; этот металл в природе встречается в 30 раз реже, чем золото. Химическое строение платины обеспечивают ее твердость и прочность: даже неизбежные на любом ювелирном украшении царапины в случае с платиновыми изделиями — лишь смещение слоев металла, но ни в коем случае не потеря объема и веса!

Коллекция «Платиновые тенденции — 2007. Ювелирные украшения из платины, выражающие стиль и индивидуальность», как и предыдущие коллекции Платиновой Гильдии Германии, призвана представить дизайнерам, художникам, ювелирам и широкой публике уникальные возможности платины, потенциал этого материала. Но данный проект имеет и определенные отличительные особенности. В первую очередь речь идет о его концепции, ставящей во главу угла не серийность, подражание

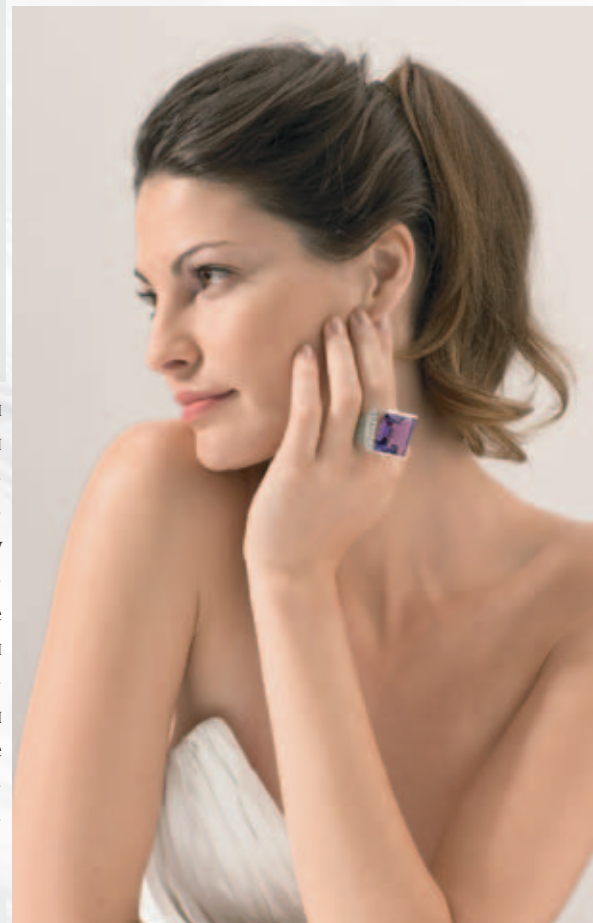




и слепое следование моде, а подчеркну- тую индивидуальность, неповторимость личности. Ведь платину выбирают именно те, кто не только понимает толк в драгоценностях, но и обладает чувством собственного достоинства, самоуважением; кто привык доверять своему внутреннему голосу, а не идти на поводу у обществен- ного мнения.

Каждый предмет коллекции — квинтэс- сенция творческого потенциала и индиви- дуальности создателя — несомненно най- дет отклик в сердцах будущих владельцев этих украшений, людей талантливых и ин- теллектуальных. Дизайн изделий из пла- тины традиционно подразумевает строгие линии, простые формы, минимум декора- тивности, элегантность и изящество. Цве- товая гамма таких украшений до сих пор также была достаточно однообразна: в ка- честве вставок использовались в основном

бриллианты. Однако нынешняя коллекция заметно «оживила» палитру: мы видим и драгоценные камни, и жемчуг, и перла- мутр... Особенно популярны мягкие, ес- тественные, теплые тона. По достоинству было оценено сочетание платины и фиоле- товых оттенков аметиста. А использование в платиновых украшениях всей цветовой гаммы аквамарина — от небесно-голубо- го до насыщенного кобальта становится уже устойчивой классикой. Обрамленные в чистый, блестящий белый металл драго- ценные камни выявляют всю глубину свое- го очарования.



на стр. 76

1 2

1. «Лунный Свет», платиновый браслет, платина 950, с вставками из 16 лунных камней. Atelier Kubik (Германия)

2. Платиновое кольцо «Цветок», платина 950. Niessing (Германия)

на стр. 77

1

2

3

4

1. Платиновое кольцо «Вспыхивающий расцвет», платина 950, аквамарин и бриллианты. Helen M. Apitzsch (Германия)

2. Платиновое коктейльное кольцо, платина 950, аметист и бриллианты. Meister (Германия) и Wallerau (Швейцария)

3. Платиновое кольцо «Ing-Marie», платина 950, овальный аквамарин и бриллианты. Ehinger-Schwarz (Германия)

4. «Лунный Свет», платиновое кольцо с лунным камнем и 4 бриллиантами. Atelier Kubik (Германия)



Кроме того, произошли изменения и в ассортиментном ряде украшений: если раньше, работая с платиной, ювелиры отдавали предпочтение кольцам (в первую очередь обручальным), то сегодня это броши, кулоны, запонки, булавки для галстуков, разнообразные аксессуары (например, зажимы для денежных купюр)...

Диапазон дизайнерских проектов и цветовых оттенков, представленных в коллекции, весьма широк, но по-прежнему в центре внимания находится платина — одновременно древняя и современная, уни-

версальная и уникальная, вечная и актуальная! И по-прежнему работа с платиной остается уделом избранных, так как это дорогостоящий, редкий и очень трудоемкий в обработке металл, требующий серьезных профессиональных навыков и соответствующего оборудования. Поэтому всегда интересен опыт тех мастеров, которые ушли вперед и создали нечто интересное, необычное и оригинальное в этой сфере. Именно такова новая коллекция Платиновой Гильдии Германии.

Учитывая самые актуальные тенденции ювелирной моды, авторы драгоценных произведений делают упор на индивидуальность владельца. Разнообразные по форме и декору кольца сходны лишь в одном: они расставляют уверенные акценты на том или ином жесте рук, подчеркивая изящество, элегантность и шарм.

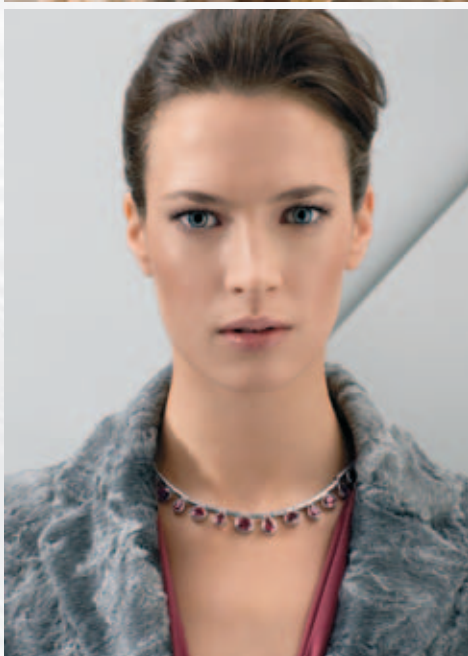


1. Платиновая тройка, платина 950, женское кольцо с бриллиантом или бесконечное кольцо, украшенное бриллиантами. Christian Bauer (Германия)
2. Платиновые обручальные кольца «Дуэт», платина 950, женское кольцо состоит из двух сплетенных колец, одно из которых инкрустировано бриллиантами по всей окружности. Платиновые часы «Ergo», платина 950, бриллианты повсюду. Bunz Collection (Германия)
3. Платиновые обручальные кольца «Миндаль», платина 950, каждое с бриллиантом. Nessing (Германия)



Украшения коллекции сочетают в себе как уже проверенные временем дизайнерские идеи, так и неожиданные находки (например, комбинация материалов «платина—каучук» в кольце «Вендетта»), ведь платина была и остается богатейшим источником вдохновения и творчества для многих поколений ювелиров.

А для владельцев эти украшения не только продолжают быть символом роскоши и высокого статуса, но и становятся великолепной возможностью самовыражения, демонстрации своей яркой и неповторимой индивидуальности.



1. Платиновая подвеска, платина 950, с одной жемчужиной из Таити на белой нити из речного жемчуга в стиле барокко. Платиновая подвеска может также служить брошью. Sturany (Германия)
2. Платиновые кольца, платина 950, дымчатый кварц квадратной и круглой огранки, бриллианты. Henrich & Denzel (Германия)
3. «Лунный Свет», платиновый браслет, платина 950, с вставками из 16 лунных камней. Atelier Kubik (Германия)
4. Платиновое кольцо «Petite rouge», платина 950, с рубинами в форме овала и слезы. Georg Spreng (Германия)
5. Платиновая брошь «Пальмовая ветвь», матовая обработка. Isabella Fa (Германия)

В сторону искусства.

Заметки о художниках Быковых

В истории ювелирного искусства нашего города еще много белых пятен, и значительная их часть относится к советскому периоду. Мы мало знаем о творчестве мастеров, возрождавших ювелирное дело в послевоенном Ленинграде, немногим более освещены и 1970–1980-е годы, отмеченные необычайно интенсивным всплеском интереса к ювелирному ремеслу, шумными выставками, собиравшими большинство художников города. В петербургском ювелирном цехе из того поколения остались сегодня самые стойкие, преданные, те, кто не мыслит себя вне этого вида творчества. Среди них — семейство Быковых.



Быкова Н.
Композиция «Бабушкин ящик».
Дерево, мельхиор, флорентийская мозаика, латунь,
поделочные камни



Наталия и Геннадий — выпускники Мухинского училища, где они и встретились. Наташа сразу после института пришла на «Русские Самоцветы», где работала почти два десятилетия и где навсегда «прикипела» к ремеслу ювелира, которому не изменяет всю жизнь. Геннадий начинал с промышленного проектирования оборудования, и, может быть, поэтому ювелирное искусство для него по сей день остается прежде всего сферой дизайна.

В середине 1970-х Быковы вступают в Союз художников, начинают участвовать в выставках, и вскоре их работы становятся заметным явлением любой ювелирной экспозиции, как отечественной, так и зарубежной. Наверное, без их работ скучнее были бы знаменитые ювелирные выставки «Одна композиция»: еще сегодня помнится, сколько шума и споров вызвали очки с поделочными камнями вместо стекол и зонтики Геннадия из металлических пластин или гиперреалистические миниатюрные натюрморты Наталии. Многие тогда старались бросить камень в ювелиров — негоже ремесленникам обращаться к высоким искусствам. Но они упорно самоутверждались, и Быковы были в рядах самых отъявленных бунтовщиков.

В 1980-е годы они много участвуют в международных выставках, получают почетные дипломы и награды, их работы закупают музеи. Но Быковы не только были активными участниками ювелирных мероприятий, но и сами их организовывали.



Во многом благодаря их усилиям в городе состоялось несколько заметных выставок: в 1999 году — «Зверский авангард», с демонстрацией работ ювелиров в обезьяннике; международные выставки «Ленинградская художественная эмаль», «Мосты». Эти выставки решительно изменили тогда наши привычные представления о возможностях эмали, и в какой-то степени стали прелюдией будущего расцвета данного вида ювелирного искусства в Петербурге.

В начале 1990-х к творческому тандему старших Быковых присоединяется сын Денис, тоже закончивший «Муху». Такова внешняя канва художнической и личной судьбы семейства Быковых, а их жизнь — это прежде всего работа. В то же время каждый член семьи — абсолютно независимая и самостоятельная в своем творчестве единица. Да и характеры у них совершенно разные: импульсивный Геннадий — генератор идей и затей, сдержанная Наталия — труженица, соавтор и помощник в осуществлении многих замыслов мужа, целеустремленный Денис.

Характер каждого члена семейства отчетливо прочитывается в творчестве. Парадоксальность мышления, острый, «незамысленный» глаз старшего Быкова виден практически во всех его работах — ювелирных украшениях, мелкой пластике, декоративных композициях. В них есть элемент юмора, игры — игры со смыслами, формой, техникой, материалом. И еще — в них всегда есть точное соответствие замысла

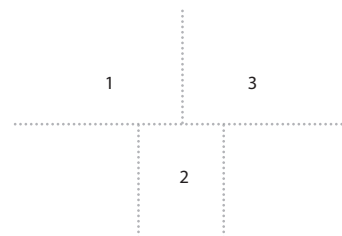
и его технологического воплощения. Это творческое кредо Быкова, и он придерживается его неукоснительно. К этому можно добавить еще одну заповедь художника: «Драгоценен не материал, а отношение к нему». И действительно, многие его работы, особенно 1980-х годов, выполнены из меди, латуни, эмали, кости, и в каждой вещи материал предельно точно работает на образ: браслет «Неолит», броши «Следы», «Бионика». Стилистика этих работ безупречна, мастерство исполнения — на высочайшем уровне, и главное — это действительно «вещи во времени» — еще один девиз, исповедуемый Быковым в творчестве.

Время вообще очень интересует художника. Желание поймать неуловимое и воплотить его в осязаемую прочную плоть металла вылилось в целый ряд композиций. Сначала он использовал старые часовые механизмы, включая их в конструкцию колец, запонок, брошей.

Позднее время стало фиксироваться им более опосредованно, насыщаться новыми смыслами, ассоциациями, как, например, в композиции «Семь секунд из жизни женщины», где все балансирует на хрупком и подвижном равновесии предельно ясных и отточенных деталей, на контрасте плотного, тяжелого металла и невесомых, ярко окрашенных перьев. (Недавно Геннадий выполнил вариации композиции «Семь секунд», но уже в драгоценных материалах с гильшированной эмалью.)

Наталия — художник иных эмоций — камерных, лирических. Ей чужда работа с отвлеченными понятиями и смыслами, с чистой формой. Она обычно отталкивается от конкретных мотивов — природных, анималистических,

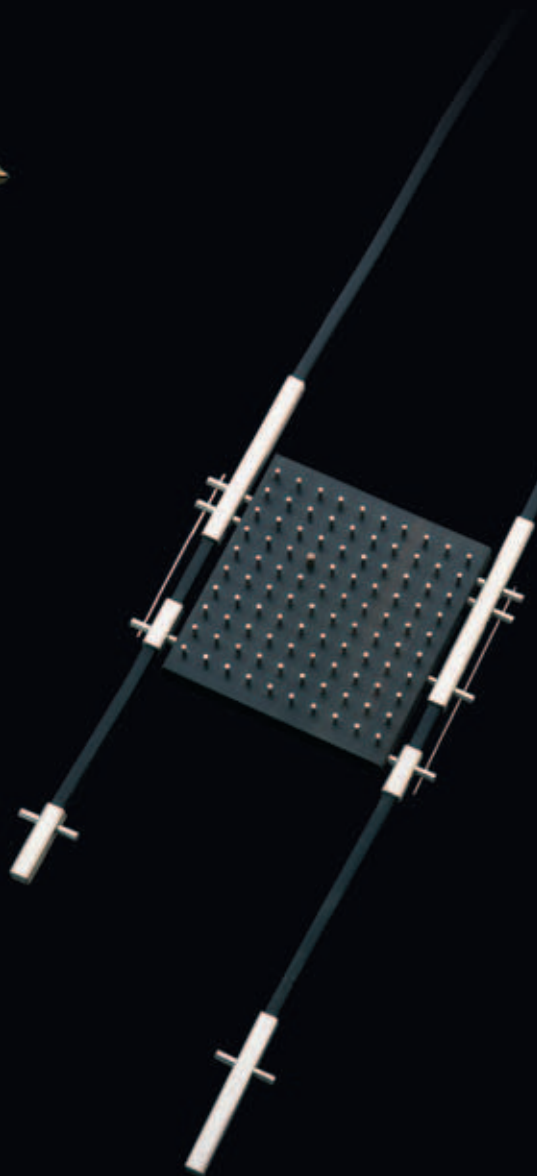
любит изображать Петербург. Трудно сказать, чему она отдает предпочтение — ювелирным украшениям или настольной пластике. В бытность работы в «Русских Самоцветах» ей много приходилось проектировать украшения для массового производства. Уйдя с производства, она активно стала работать и в ювелирной пластике, достаточно вспомнить такие композиции, как «Осень», «Бабушкин ящик». Формальные решения ее работ становятся не-обычайно раз-



1. Быков Г.
Брошь-заколка «Семь секунд из жизни женщины».
Серебро, золото, эмаль, бриллианты

2. Быков Г.
Браслет «Неолит».
Серебро, мамонтовая кость, синтетический волос

3. Быков Г.
Композиция «Камни-характеры».
Мельхиор, кальцит



нообразными, в них есть место природным, органическим мотивам, живому чувству — грусти, улыбке, ностальгии, образ часто строится на тонких ассоциациях, контрасте цвета и фактуры металлов, эмалей: броши «В Санкт-Петербурге от 0 до +5», «Первый снег», «Следы», «Острова». Главное — она всегда узнаваема в своем творчестве, подкупающе искренна и никогда не раздражает найденный прием. И еще в ее работах всегда присутствует отменный вкус и высочайшая профессиональная культура.

Эти качества, видимо, «по праву наследования» перешли и к Денису. В работах младшего Быкова есть та же непринужденная свобода в выборе тем, неожиданное использование техник и материалов, нетрадиционное и артистическое соединение их в одной композиции: медь, латунь, сталь, золото, синтетический или конский волос, как в броши «Кантри» или колье «Прерии». Все средства здесь эффектно работают на образ вещи, пластика композиций лаконична и современна, все по «быковски» блестяще выполнено.

В 1990-е годы, когда в отечественном ювелирном деле начались кардинальные перемены, многие художники вынуждены были уйти из ювелирного искусства в другие сферы творчества. Быковы остались и продолжали успешно работать. Так, единственные из петербургских художников, они приняли участие в уникальном проекте «Бриллиант в русском авангарде», состоявшемся благодаря «АПРОСА» и фирме «ЮТэ — Ювелирный театр». Этот проект стал тогда настоящим прорывом новых идей в использовании бриллианта, предоставив ведущим российским мастерам уникальную возможность продемонстрировать бриллиант в контексте своего видения современного ювелирного искусства. В работах Быковых он был использован в диапазоне развиваемых ими художественно-пластических идей. Брошь «Иней» Наталии стала продолжением ее любимой темы природных метаморфоз, однако бриллианты привнесли в работу новые смысловые акценты, иную эмоциональность. Броши Геннадия «Бионика 1» и «Бионика 2» развивали биоинженерную тему, апробированную художником в ранних работах, бриллианты же в данном случае логически завершили эти композиции, соединяющие органическое и механи-

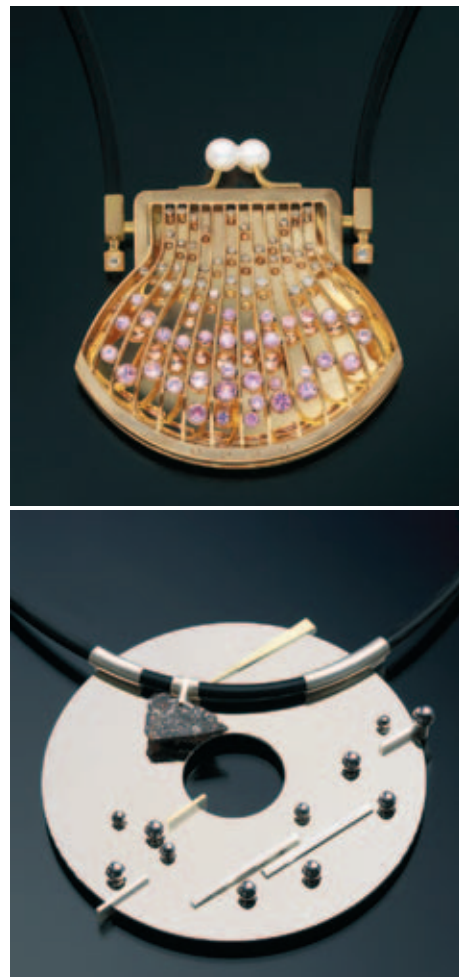
зиро-ванное начало, понятия украшения и миниатюрная пластика. Композиция Дениса «Артефакт», уменьшенная копия атрибутов игры в бильярд, была выполнена в контексте идей реди-мейд.

Опыт этого проекта, к сожалению, остался уникальным, и акции подобного масштаба нашим ювелирам больше не предлагались. Тем не менее интерес к бриллианту, вкус работы с драгоценными камнями у Быковых остался. На выставке в Эрмитаже «Ювелирный авангард. Истоки и параллели» в 2002 году появляются несколько новых работ Быковых из золота, стали, бриллиантов. Их коллекции участвуют в конкурсах «АПРОСА», где работы Наталии получали дипломы и главные призы: брошь «Арлекино» с флорентийской мозаикой, подвесы «Вечер в стиле ретро» — изысканный и драгоценный паравраз на тему аксессуаров эпохи модерна. Эти подвесы были выполнены для предстоящей ювелирной выставки в Эрмитаже. Для этой же экспозиции сделаны и работы Геннадия и Дениса: роскошная серия подвесов старшего Быкова «Хаос», где роль магнита играет разноцветное золото, «притягивающее» логически упорядоченный хаос из россыпи бриллиантов и цветных драгоценных камней, и подвесы Дениса «10×10» и «Мегабайты» — как всегда, конструктивно четкие, неожиданные по сочетанию материалов — жесткие компьютерные диски, металл, черное дерево, бриллианты.

Работы последних лет еще раз убеждают, что Быковы не растратили пыла прежних творческих исканий. Они продолжают экспериментировать с формой, материалами, овладевать новыми для них ювелирными приемами и техниками. И, глядя на эти вещи, гордишься, что они сделаны именно в Петербурге. И что семья эта живет в нашем городе, а окна их потрясающей красоты квартиры смотрят на Летний сад. Может быть, это и не дает им шанса делать плохие вещи?

Галина Габриэль,
кандидат искусствоведения

Фотографии предоставлены авторами работ
Фотограф Д. Щигловский



вверху

1

2

1. Быкова Н.
Подвес «Вечер в стиле ретро».
Белое и желтое золото, бриллианты, розовые сапфиры, жемчуг, каучук

2. Быков Д.
Подвес «Мегабайт 1».
Серебро, золото, сталь, жесткий компьютерный диск, метеорит, каучук

стр. 82

1

2

3

1. Быков Г.
Брошь «Бионика 1».
Серебро, золото, синтетический волос

2. Быков Г.
Брошь «Бионика 2».
Серебро, золото, синтетический волос

3. Быков Д.
Подвес «10×10».
Серебро, сталь, черное дерево, бриллиант, каучук



«Серебро звезд» в Санкт-Петербурге. Ювелирное искусство Шотландии XVIII–XXI вв.

Лето — традиционная пора отпусков, но и в жаркие дни Эрмитаж продолжает радовать нас новыми уникальными экспозициями, посвященными ювелирному искусству различных эпох и стран. Так, в июле в залах музея состоялась выставка «Серебро звезд», организованная Корпорацией золотых и серебряных дел мастеров Сити Эдинбурга в связи с предстоящим в 2008 г. 550-летним юбилеем Корпорации. Подробнее рассказать об этом проекте мы попросили доктора искусствоведения, заведующую сектором художественного металла и камня отдела западноевропейского прикладного искусства ГЭ Марину Николаевну Лопато.



Кувшин для кларета и чаша сэра Камерона Макинтоша



Чайник, сахарница и ложка в виде банджо Билли Конноли, командора ордена Британской империи

Я очень рада, что эта выставка состоялась. В России в XVIII–XIX столетиях искусство столового серебра было высоко развито, однако после революции эта традиция, к сожалению, была утрачена. Даже в наши дни, работая в этом направлении, мастера ориентируются не на новые формы, а на образцы XIX в.: именно они находят своего покупателя. У заказчиков не сформирован вкус, культура использования этих предметов. Поэтому у нас нет современных форм столового серебра, нет развития этого искусства. Более того, такая же ситуация сложилась и с подсвечниками, вазами, спортивными кубками, различными призами, и даже с коронами всевозможных «мисс»... Поэтому выставка работ шотландских ювелиров мне кажется особенно интересной и актуальной для нас. Она предоставляет уникальную возможность познакомиться с ювелирным искусством Шотландии, увидеть, какого уровня достигло его развитие сегодня.

Корпорация золотых и серебряных дел мастеров Сити Эдинбурга — не только одна из старейших гильдий ювелиров в мире, но и по сей день активно действующее профессиональное объединение, которое поддерживает и защищает права как создателей ювелирных изделий, так и их покупателей (что не мешало бы делать и нашим производителям).

На выставке демонстрируются три коллекции. Первая — несколько прекрасных образцов старинного серебра, любезно предоставленных попечителями Национального музея Шотландии. Вторая, весьма необычная и давшая название всей выставке: «Серебро звезд» — включает в себя произведения из серебра, ставшие результатом совместного творчества 10 знаменитых в мире искусства шотландцев и 10 лучших мастеров-серебряников этой страны. Разбившись на пары, они стремились создать серебряные изделия, которые стали бы при-

Кувшин для айрн брю Яна Рэнкина, офицера ордена Британской империи



Чайник Люлу, офицера ордена Британской империи

Чайник с чашками Шарлин Спитери



ятым напоминанием для знаменитостей о том, как в кругу близких друзей они пили свои любимые напитки.

Так, например, ювелир Сара Хатчинсон сделала оригинальный чайник, украшенный золоченой «бахромой» и бриллиантами, для известной солистки группы «Техас» Шарлин Спитери. Чай для певицы — любимый напиток: она предпочитает пить его ежедневно и из стильной посуды. А для сэра Шона Коннери, знаменитого исполнителя роли Джеймса Бонда, страстного поклонника шотландской природы и шотландского солодового виски, Майкл Ллойд создал дизайн квекса (двуручная чаша для виски), проникнутый, как он считает, настроением гармонии природы. В декоре посуды он использовал мотив яблока, «поскольку яблоко — это одновременно естественный продукт природы, плод познания и символ мира».

Третья часть выставки: «Коллекция Миллениум для Бьют Хауса» — включает 15 работ ведущих мастеров Шотландии, выполненных в 2000 г. в ознаменование нового тысячелетия и в связи с восстановлением шотландского парламента после 300-летнего перерыва.

Возвращаясь к началу нашего разговора: приехавший на открытие выставки шотландский ювелир очень хотел познакомиться с работами современных российских мастеров. Но, к сожалению, показать было нечего. Образцов современного столового или интерьерного серебра, созданных нашими соотечественниками, мы не видим даже на многочисленных ювелирных выставках.

Вот создателям ювелирных украшений и камнерезам удалось перешагнуть этот рубеж. Удалось уйти от копирования Фаберже и работать в новых направлениях. Есть замечательные произведения современного ювелирного и камнерезного искусства. Надеюсь, что и в области столового серебра такой прорыв обязательно произойдет.



Набор для виски Робина Колтрайна

Этот удивительный XX век!!!

Это сообщение посвящено открытой в Эрмитаже в начале апреля выставке «Ювелирные изделия из золота и серебра: метаморфозы традиции в XX веке». Выставка предлагает зрителям взглянуть на развитие ювелирного искусства за более чем столетний период.

(Продолжение, начало смотри в № № 3–4, 2007)



Ольга Костюк,
заместитель заведующего отделом
западноевропейского прикладного
искусства Государственного
Эрмитажа



Енми Кинг
Брошь «Удачи!», 1999 г.
Медь, серебро, золото



Пол Лобель
Брошь «Страдивари». Около 1945 г.
Серебро.
Коллекция Лилианы и Дэвида Стюартов

Ювелиры двух последних десятилетий XX века приспособливают технические приемы и принципы ювелирного искусства к современной жизни или комментируют зависимость человека от внешних условий. Георг Шварц иллюстрирует всепроникающее влияние телевидения в жизнь человека. Он изготовил брошь из золота, изумруда и яшмы (1983), создав образ человека, оказывающегося в плену этой страсти. Он же — автор броши «индекс Дуу—Джонса» из золота и рубинов, идея которой была навеяна ростом акций незадолго до краха в октябре 1987 года. Да и Стефан Сейфферт в 1992 году выполнил брошь в виде слитка золота. Причем сам человек может играть не всегда решающую, иногда даже подчиненную роль. Художники комментируют это по-своему: это и брошь «Удачи!» Енми Кинга (медь, серебро, золото, 1999), кольцо и подвеска Алисы ди Краус «Ритм», составленные из отдельных элементов, то в виде календаря, то в виде зашифрованных выражений (1990-е, серебро, горный хрусталь) или просто «Счеты» Эда Винера.

Несомненно, человеческие ассоциации многограннее и гораздо глубже нескольких обозначенных тем. Но даже на этой неболь-

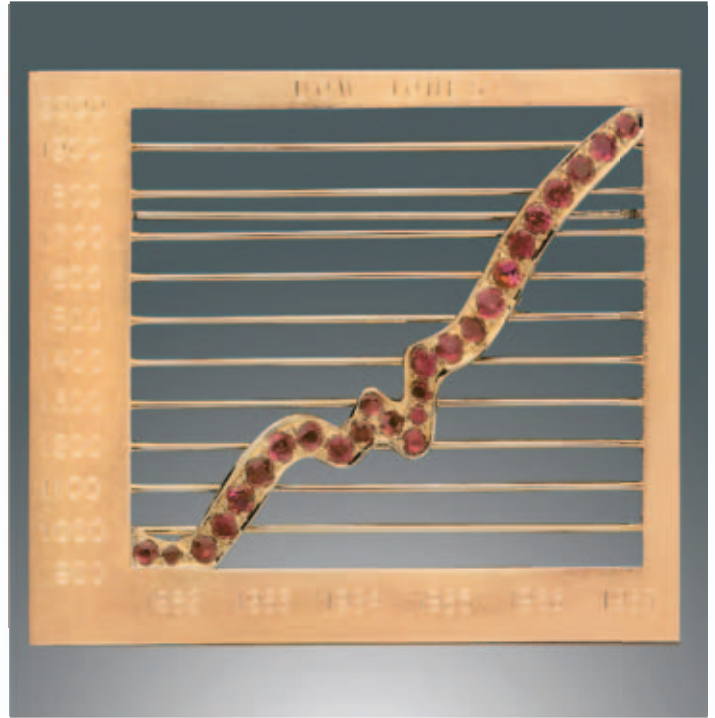
шой выставке есть произведения, напрямую или косвенно навеянные размышлениями или воспоминаниями и о музыке — брошь «Страдивари» П. Лобеля, и о профессии — брошь «Награда на день моряка» Пьера Кавалана, и о повседневности — брошь «Записная книжка» Люси Сарнил, которая действительно может иметь и эту функцию.

В это время ювелирное искусство изобавляется от оглядок на прошлое, главное — творческое начало и воображение художника. Разнообразны техника, форма, материалы. Не только драгоценные камни и металлы, но и различные пластики, бумага, ткани, резина и самыми неожиданные, совсем не ювелирные материалы, которые ранее даже трудно было рассматривать в таком ракурсе. Смелое сочетание поисков и идей, заимствованных из различных культур, переосмысливание старого и новаторские поиски — теперь это все в арсенале ювелиров.

Абстрактные тенденции, то угасая, то вновь возрождаясь, оказывали влияние на ювелирное искусство практически на протяжении всего столетия. Иногда доминирующим оказывалось формальное решение, основанное на архитектурных формах. Как «гимн техническому прогрессу»



Георг Шварц
Брошь. 1983 г.
Золото, рубины, изумруд, яшма

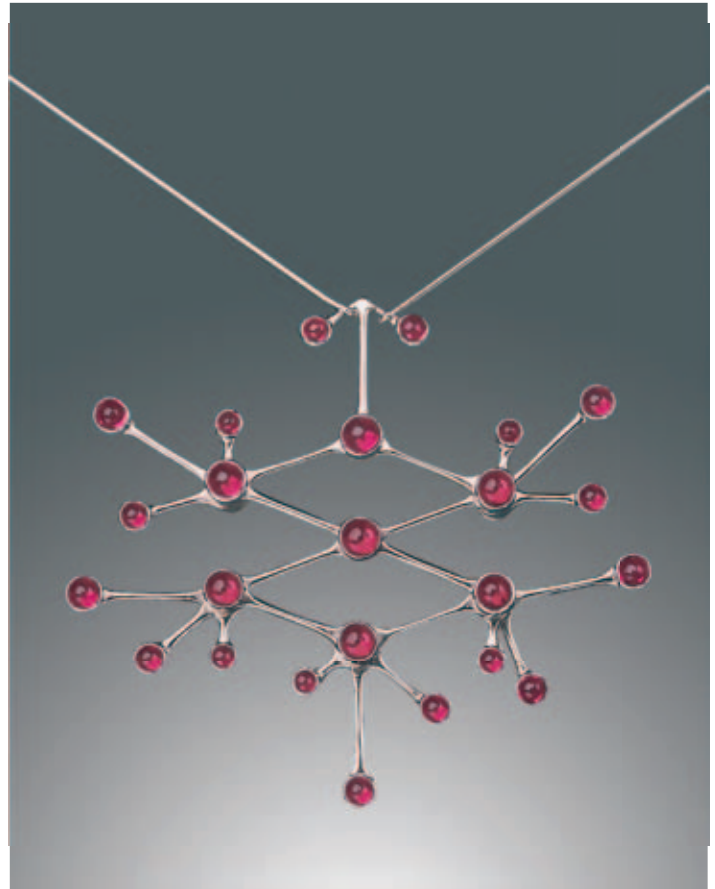


Георг Шварц
Брошь «Индекс Доу-Джонса». 1987 г.
Золото, рубины.
Коллекция Лилианы и Дэвида Стюартов

су и способности машин достигать совершенства» выполнено кольцо Фридриха Беккера, способное быть то горизонтальным, то вертикальным — теперь это можно решать и мастеру, и обладателю изделия.

Одни художники все так же активно используют цвет, даже ограничивая себя новыми материалами. Эрл Пардон всегда рассматривал цвет как неотъемлемую составляющую ювелирного искусства. Альберто Цорци, напротив, сосредоточен на линии и не вводит цветовые акценты. Конструкция подчеркнута и в работах Тоби Расселла. Геометрическая конструкция лежит и в основе броши Евы Эйслер, и браслета Торкилда Тогерсена.

Те же принципы прослеживаются в художественном решении браслета из оксидированного серебра Тоне Вигеланд. Не только ювелирное искусство в чистом смысле слова, но и декоративные предметы, и мелкая пластика развивались теми же темпами, геометрические формы доминируют в форме многих мастеров. Часто конструкция оказывается главной. Принципы главенства формы легли в основу работ Поля Лобеля, Даниэля Крюгера, де Витта, Джовани Корвайа. Если обратиться к необычному виду браслету Клэр А. Динсмор (1991) из стали, серебра, колоркора и сирела, то это просто разработка темы «водопроводных труб Рейтфельда», конструктивные особенности которых вызвали многочисленные споры и ассоциации, но в руках ювелира идея нашла свое специфическое воплощение. Простые формы легли в основу брошей «Перспектива» Г. Шварца и Т. Свенсена, практически у каждого вызывая в памяти знаменитые «квадраты» К. Малевича. Архитектурные идеи лежат в основе серебряной броши Антона Цепки 1995 года, и если здесь они очевидны и гармоничны, то в броши «Собор Св. Павла», она представляется слегка надуманной.



Фридрих Беккер
Колье 1989 г.
Белое золото, рубины



Альберто Цорци
Колье. 1989 г.
Серебро



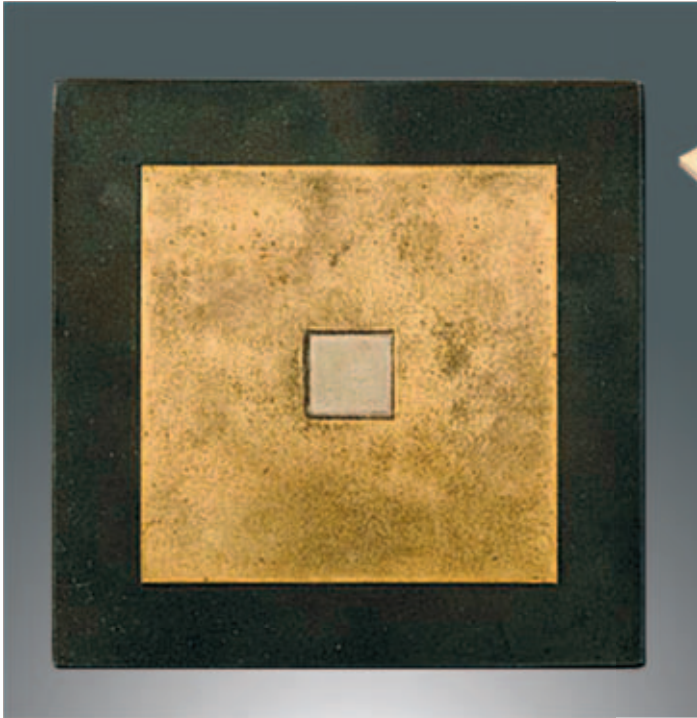
Арлин М. Фиш
Ожерелье МКС43. 1985 г.
Медь, серебро, сердолик.
Коллекция Лилианы и Дэвида Стюартов



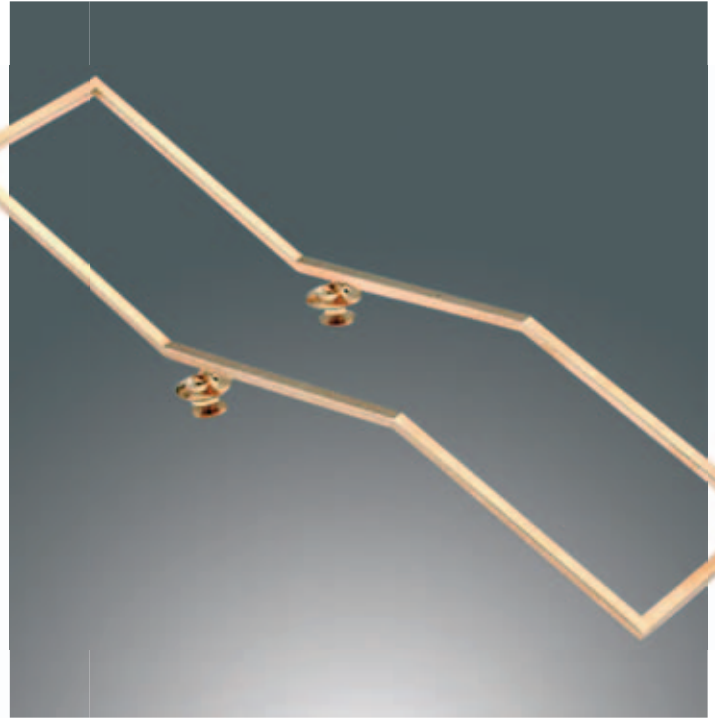
Люси Сарнил
Брошь «Записная книжка». 1993 г.
Серебро, цинк, золото, железо, бумага

Работы ювелиров последнего десятилетия еще находятся как бы в стадии дискуссии. Многие новаторские или заимствованные идеи, новые образы и материалы, подчас и радикальные отклонения — все это грани творческих возможностей ювелиров. На сегодняшний день самые необычные материалы: мех и ткань, канцелярские скрепки, дерево и гвозди, даже карандаши и макароны — предстают как объекты внимания ювелира. Но новаторство материалов напрямую связано с использованием новых форм и техник. Очевидным становится тот факт, что художественная ценность ювелирного изделия определяется не использованием драгоценных материалов, а новыми художественными качествами, пространственно-пластическими образами и символическим значением.

Многие произведения, яркие и крупные, построенные на игре цвета, объемных выразительных формах и сочетании разнообразных фактур, ориентированы на подиумы. Их трудно представить иначе. Они не предназначены для повседневной носки, эта идея вообще им не свойственна, и не следует даже рассматривать их в этом контексте. В то же время некоторые художники, вдохновленные новыми особенностями фактуры материалов и кроя, наоборот, стремятся быть частью этого аспекта жизни. Арлин М. Фиш изготовила из медной проволоки воротник, который предназначен быть дополнением костюма. Идею переплетенных нитей поддерживает и развивает Барбара Статман. Она их крутит и использует приемы вязания, создавая украшения для новых современных женщин. Ее кольцо в виде женской туфельки на каблук-шпильке перекликается с тенденциями модной одежды, в плену которой все чаще оказываются современные горожанки, и неслучайно оно названо автором «Это девушка!». Чешский мастер Бланка Цепкова изготовила брошь из ткани в золоченой



Торе Свенсон
Брошь. 1995 г.
Железо, золото, серебро



Ева Эйслер
Брошь. 1999 г.
Золото

монтажке (1994). Эта брошь несколько полемизирует с уже получившими распространение идеями украшений-трансформеров. Она настолько пластична, что ее объем может быть скорректирован одновременно. Серебряная конструкция, лаконичная и простая, является основой браслета Дэниел Армон Йоч (2000). Она обтянута яркой вязкой тканью и создает впечатление праздника и радости, раскрытое в ее названии «Сладкое одеяние», или просто «Конфетка».

Нетрадиционные материалы, правда, уже и не новаторские, использованы Елизабет Нордсков. В подарок своему мужу, любителю велосипеда, она изготовила кольцо из камеры его велосипеда, дополнив металлом. Идея переосмысления уже устоявшихся ювелирных понятий и тем лежит в нескольких совсем современных работах Тэда Нотена. Например, он вмонтировал модель машины в брошь «Кадиллак» (1999) и тогда же заключил горсть колец из серебра в дамскую сумочку из прозрачного акрилового пластика. Таким образом, кольца оказываются вне досягаемости и обычного способа носки. И самым поздним по времени изготовления на выставке является чайно-кофейный сервиз из гладкого полированного серебра Заха Надида из Багдада (2002). Четыре предмета его, складываясь и дополняя друг друга, объединяются в блестящий куб.

И в заключение, пригласив всех посетить выставку, хотелось бы отметить, что ни один исторический период не дал нам таких необычных результатов, как XX век. Многие произведения ювелиров еще ищут своих покупателей и ценителей, но именно в музее, своем постоянном доме, они становятся доступны и тем и другим.

Фото: Монреальский музей изобразительного искусства



Тэд Нотен
Дамская сумочка «Я люблю современные кольца, но ненавижу их носить» 1999 г.
Акрил, медь, серебряные кольца.
Коллекция Лилианы и Дэвида Стюартов



Ювелирное искусство — обращение к истории

«Ювелиры старого Петербурга» — так называется монографическое исследование известного искусствоведа, заведующей сектором художественного металла и камня отдела западноевропейского прикладного искусства Государственного Эрмитажа Марины Николаевны Лопато. Изданию книги предшествовала защита автором диссертации на соискание степени доктора искусствоведения, тема которой «Возникновение и развитие школы ювелирного искусства Петербурга в XVIII–XIX вв.». Докторские диссертации в области прикладного, а особенно ювелирного искусства — явление достаточно редкое в наши дни. Кроме того, Марину Николаевну и компанию «Русский Ювелир» связывают давние дружеские отношения, начиная с выхода первого номера нашего журнала. Трудно переоценить тот вклад, который она внесла в развитие ювелирного искусства — как ученый, музейный сотрудник, профессионал высочайшего уровня, непререкаемый член жюри международных конкурсов и замечательный, чуткий, отзывчивый, всегда готовый оказать помощь человек! Мы искренне поздравляем Марину Николаевну с успешным завершением многолетнего труда, результаты которого нашли отражение в книге «Ювелиры Старого Петербурга», и с присвоением звания доктора искусствоведения!



Марина Николаевна Лопато, искусствовед, заведующая сектором художественного металла и камня отдела западноевропейского прикладного искусства Государственного Эрмитажа

— Марина Николаевна, расскажите, пожалуйста, о структуре и содержании издания.

— Книга посвящена истории становления и развития школы ювелирного искусства Петербурга с момента возникновения города и до октября 1917 г. Издание состоит из шести глав, каждая из которых посвящена определенному хронологическому периоду и построена по следующему принципу: сначала ювелирные изделия, затем — столовое серебро, и в заключение — характеристика стиля произведений этой эпохи. Одновременно я проводила сравнение петербургской ювелирной школы с западноевропейскими. А то, что такая школа существует, — очевидно. И она отличается не только от западных школ, но и от московской (особенно это становится явным в XIX в. после Отечественной войны 1812 г., когда Москва набирает силу). Специфика петербургского ювелирного искусства в том, что оно было

ориентировано на Императорский Двор, для исполнения заказов которого приглашались мастера высочайшего уровня. А вслед за этим и весь столичный нобилитет стремился заполучить изделия, созданные придворными, а следовательно, ведущими мастерами. Это, безусловно, отразилось на художественном уровне петербургского ювелирного искусства.

Влияние Запада на развитие русского ювелирного искусства несомненно, но впоследствии мы наблюдаем и обратное влияние отечественных мастеров на европейское искусство.

XIX в. — время повсеместной механизации производственных процессов; кропотливая ручная работа уходит в прошлое, и, соответственно, падает уровень исполнения ювелирных изделий. На этом фоне вполне объяснима популярность изделий фирмы Фаберже, делавшей ставку на эксклюзивность и высокое качество. К. Фаберже — в первую очередь прекрасный организатор, менеджер в совре-

менном смысле этого слова. Ассортимент его изделий стилистически неровный: есть и откровенный китч, и изящество... Но по-другому и быть не могло для фирмы, которая создает продукцию в больших объемах. Но если мы посмотрим на раннего Картье, то увидим сходство с отдельными изделиями Фаберже.

Ряд европейских ювелирных домов стремился выйти на наш рынок, но российские ювелиры «держали оборону», не пуская никого в свою епархию. Даже в зарубежных выставках отечественные ювелирные фирмы не спешили участвовать (хотя успешно выступили на Лондонской выставке 1851 г., заявив о себе в полный голос, как на Парижской 1900 г.) — им хватало клиентуры и внутреннего рынка (Нижегородская ярмарка и т. д.).

Говорить о специфике и стилистике петербургской ювелирной школы можно долго. Во вступительной статье книги я привела в качестве примера необычное блюдо из коллекции Эрмитажа. Оно, на мой взгляд, воплощает в себе квинтэссенцию петербургской школы: все собрали, объединили, переосмыслили и создали нечто свое.

— Какие материалы Вы использовали в работе над книгой?

— Сведения о ведущих ювелирах и серебряниках почерпнуты из архивных и литературных источников, статей отечественных и зарубежных авторов. В приложении приведены выписки из императорских указов и «Санкт-Петербургских ведомостей» за XVIII столетие, касающиеся ювелиров и торговли ювелирными изделиями. В основе исследования — памятники, хранящиеся в Эрмитаже (однако был привлечен и ряд экспонатов из Гохрана, Алмазного фонда, ГИМа).

— Какова, на Ваш взгляд, практическая значимость научных — исторических и искусствоведческих изысканий для современных производителей ювелирных изделий?

— Я выскажу банальную мысль: только изучая историю, истоки нашего искусства, можно попытаться понять, что происходит сейчас и к чему мы идем. Ведь история развивается по спирали, и если мы «проскочили» какой-либо этап, то нам придется к нему вернуться. Так, сейчас мы переживаем не завершенную в свое время капиталистическую эпоху и видим, насколько быстрыми темпами в России в целом и в отечественном ювелирном искусстве в частности происходят изменения (как и в XVIII в. — из древнерусского наследия XVII в. «прыгнули» в рококо). У наших ювелиров, по сути, не было ар-деко, конструктивизма, послевоенного модернизма... Значит, мы все это должны пройти и проходим. Конечно, мир сильно изменился и меняется с огромной быстротой, можно сказать, на глазах. И невозможно сравнивать ремесленника XVII—XVIII и даже XIX в. с мастером сегодняшнего дня, не говоря уже о том, что каждый нынче мастер. Но тем не менее какие-то глобальные процессы развития человеческого общества, а следовательно, и творческой мысли сохраняются и в наши дни.

Изучая историю, мы видим, что человечество уже накопило много интересных идей и воплотило их в произведения искусства. Современные мастера, бывает, копируют старые вещи



в надежде, что никто их не видел и не знает. Именно для того, чтобы вас никто не вводил в заблуждение, тоже надо знать историю. Никто не отрицает, что копирование плодотворно для учения, узнавания старых приемов, техник. Вполне возможно обращаться к старине, осмысливая идеи, заложенные в том или ином произведении, пытаюсь их понять. Или же, наконец, «поиграть», стилизуя древнее изделие, в процессе чего приходит понимание конструкции, формы и т. д. Но все это не должно быть самоцелью.

И, возвращаясь к моей книге, конечно, важно знать искусство собственной страны и города, в котором живешь. Я ни в коем случае не считаю, что эта книга лишена каких-либо недостатков и является последним словом, сказанным по истории ювелирного дела Петербурга. Более того, это, скорее всего, первое слово, за которым, надеюсь, последуют другие слова и другие авторы.

Не только мастера и художники, но и мы — искусствоведы, музейные работники вносим какой-то вклад в развитие искусства, «вытаскивая на поверхность» то, что «временем сокрыто». Мы чаще других видим старые вещи и можем объективно сравнить изделия современного ювелира и творчество ювелира XVII—XVIII—XIX вв. Кроме того, очень важна профессиональная арт-критика в области прикладного искусства — знающая, читающая и изучающая историю.

Фактурные поверхности.

Два взгляда

Украшения, сочетающие в себе различные фактурные поверхности металла, стали неотъемлемой составляющей многих ювелирных коллекций.

Дизайнеры охотно используют возможности, которые открывают перед ними различные технологии и комбинации фактуровки, а покупатели с удовольствием приобретают подобные украшения. Эта тенденция, давно уже актуальная за рубежом, получила свое развитие и в отечественной ювелирной отрасли. Прокомментировать данное явление мы попросили специалистов, оценивающих его с различных точек зрения — искусствоведческой и производственной: кандидата искусствоведения Галину Николаевну Габриэль и технического директора ЗАО «Каст» Сергея Алексеевича Александрова.

Галина Габриэль

Последние коллекции крупнейших мировых ювелирных брендов продемонстрировали повышенное внимание к конечной обработке изделий. Наряду с формальными, пластическими инновациями, элемент необычного фактурного завершения ювелирного изделия сегодня все чаще становится основным идентификационным элементом, отличительным признаком индивидуального стиля той или иной компании, дизайнера. Ручная доработка вещи или имитация этой рукотворности — одна из глобальных тенденций сегодняшнего ювелирного искусства. Благо что большое разнообразие разработанного для этих целей оборудования дает такую возможность.

Повышенный интерес к фактурированной обработке металла в ювелирном искусстве вспыхивал в разные эпохи. Одно из самых ярких проявлений этой тенденции — стиль ар-деко, где контрастное сопоставление разных по фактуре и цвету металлов часто рождало образ вещи. В 1960–1970-х годах эта тенденция наиболее активно развивается в авторском ювелирном искусстве. Подчеркивая или, наоборот, нивелируя уникальные свойства металлов: ковкость, твердость, переливчатость, способность отражать свет, — художники пытались заострить точность социального и эмоционального посыла своих работ. Сегодня эта тенденция прослеживается уже не только в авторском творчестве, но и в деятельности крупнейших ювелирных компаний. С помощью фактуры металла создается ощущение тактильности, чувственности или, наоборот, — отстраненности, андрогинности работы. Браслеты и цепи фирмы H. Stern собираются из тонких, «мягких» по ощущению листиков золота, напоминающих по фактуре птичьи перья, а в кольцах — контрастное соединение фактурного металла в тяжелых кастах и идеально полированных кабошонов рождает эффект экстравагантности. Прокованное золото становится колючим и агрессивным, особенно в сочетании с граненым гематитом — кольца и браслеты фирмы Stephen Webster. Во многих работах холодный блеск бриллиантов неожиданно эффектно сочетается с мягкой, тисненой поверхностью золота теплых оттенков. Идеально полированные и фактурированные поверхности металла удачно соединились в подвесах и кольцах фирмы PITTeSISI, браслетах Bettina Terepins и др. Таким образом, конечная обработка ювелирного изделия становится важной, иногда решающей составляющей его общего дизайнерского решения.



H. Stern



Orlando Orlandini



Bettina Terepins



H. Stern



Stephen Webster

Сергей Александров

Для того чтобы в современных условиях создавать различные фактуры поверхности изделия, достигая самых разнообразных эффектов, предлагается огромный ассортимент профессионального инструмента. Открыв каталоги ювелирного оборудования, мы увидим и пескоструйные машины, и полировальные, карцовочные и другие щетки, и инструментарий с алмазными или победитовыми насадками...

В последнее время наблюдается интерес к ювелирным украшениям с различными вариантами и комбинациями обработки поверхности: полировка, матирование, алмазная грань... Конечно, подобные изделия выглядят весьма эффектно и оригинально. Однако не следует забывать, что со временем при их использовании поверхность теряет свой первоначальный вид: тускнеет, матовые участки приобретают полировку, алмазная грань затирается... Например, платина — металл достаточно мягкий, и поверхность изделия из него, обработанная пескоструйным способом, уже через полгода активного использования украшения будет выглядеть не лучшим образом. Особенно в том случае, когда владельцы носят его постоянно, зачастую даже выполняя какие-нибудь хозяйственные работы.

Что касается сложности, трудоемкости подобных технологий, то здесь нужно выделить две категории изделий. Первая — эксклюзивные украшения, при создании которых используется максимум ручной обработки. Здесь все определяется только дизайнерской идеей, и к каждому изделию от ювелира требуется особый подход.

Вторая — массовые или серийные изделия, фактурные особенности поверхностей которых закладываются уже в мастер-модель. Соответственно, финишная обработка поверхности будет минимальной. И дизайнерские идеи в этом случае должны быть сопряжены с технологическими возможностями предприятия, так как при их воплощении зачастую возникают трудности, которые необходимо решать совместными усилиями художников и ювелиров. Но не следует думать, что изделия данной категории не требуют мастерства. Очень многое зависит от квалификации ювелиров.

Таким образом, пути достижения поверхностных эффектов изделия напрямую связаны с его категорией. Технологические возможности есть, но сама по себе фактурная обработка не является самоцелью. Вся прелесть изделия — в том дизайне, который создает художник, а различные приемы обработки поверхности могут помочь максимально воплотить творческую фантазию, расширить возможности замысла и сделать украшение более оригинальным, стильным, эстетичным...



PITTIeSISI



Wellendorff

Международный симпозиум ювелиров

С началом лета традиционно принято связывать мысли об отдыхе, каникулах, отпуске... Но для организаторов Международного Симпозиума ювелиров именно в этот сезон наступает самая ответственная рабочая пора, ведь в июне в Санкт-Петербург съезжаются специалисты из разных уголков мира для участия в одном из важнейших событий в жизни отраслевого сообщества — ежегодном технологическом форуме. Нынешний, VI Международный Симпозиум ювелиров проходил с 11 по 14 июня в конференц-зале гостиницы «Англетер».



Акимова Л.В. и Christopher Hewitt,
SRS (Великобритания).
Награждение докладчика и компании-спонсора

Идея организации и проведения этого форума родилась достаточно давно, но, как показывает практика, она не только не потеряла своей актуальности, но с каждым годом становится все более востребованной. Необходимость создания этого проекта 6 лет назад была обусловлена насущной потребностью ювелиров стран СНГ и Европы иметь возможность и место регулярно встречаться и обсуждать вопросы развития производства, устанавливать более тесные связи с производителями ювелирного оборудования, работниками новых технологий и методов.

За годы непрерывной и успешной деятельности Симпозиум приобрел заслуженный авторитет среди профессионалов, высокий статус и известность в мире, привлек множество единомышленников и друзей из разных стран. Так, партнерами форума стали Ассоциация «Гильдия ювелиров России», Симпозиум в Санта-Фе (США), Ювелирный Технологический Форум в Виченце (Италия), Всемирный Золотой Совет (Великобритания). Представителей этих и других организаций, компаний, научных учреждений объединяет общее стремление к развитию ювелирной промышленности, совершенствованию качества ювелирной продукции, пропаганда новейших технологий. Как отметил в приветственном слове к участникам форума генеральный директор Ассоциации «Гильдия ювелиров России» В. Б. Радашевич, «высокий уровень организации и проведения Симпозиума, ориентация на профессионалов мирового уровня приводят к тому, что решается одна из главных задач для успешного функ-

ционирования и развития ювелирного рынка страны — информирование отраслевого сообщества обо всех заслуживающих внимания новинках в области ювелирных технологий, дизайна и маркетинга».

К чести организаторов следует отметить, что ни один из прошедших форумов не был повторением предыдущего. Ежегодно создатели проекта стремятся разнообразить не только диапазон освещаемых докладчиками проблем, но и саму структуру мероприятия, добавляя в нее новые тематические разделы. Например, еще совсем недавно появившиеся в программе Симпозиума доклады, посвященные вопросам современных маркетинговых технологий и мировым тенденциям развития ювелирного искусства и моды, заняли свое постоянное место и стали уже традиционными. Так, участники и гости VI Симпозиума ювелиров имели возможность познакомиться с выступлением Б. Биаджи (Luxury Division, Design Group, Италия), представившей обзор международных тенденций ювелирной моды и обозначившей направления развития стилей, наиболее существенные для последующих разработок в сфере эксклюзивных ювелирных изделий. Постоянный участник форума Д. Абезгауз (ИАА «Русская Ювелирная Сеть», Россия) выступил с сообщением «Маркетинг ювелирных изделий как товара индустрии роскоши». Имя известного отечественного искусствоведа Г. Габриэль впервые появилось в программе Симпозиума. Ее доклад «Молодые дизайнеры на отечественных ювелирных конкурсах» был построен на анализе творчества молодых ювелиров — приоритетов, форм и способов переосмысления традиций, появления художественных и технических инноваций на мировом ювелирном рынке.

По-прежнему максимально насыщенным и разносторонним был раздел программы, посвященный производственным технологиям. Среди его докладчиков — признанные специалисты, профессионалы в области литья, изготовления сплавов, обработки материалов, геммологии и т. д. Вот названия лишь некоторых сообщений этого раздела: «Порошковая металлургия в производстве ювелирных изделий (В. Фачченда, Италия), «Изготовление ювелирных сплавов с использованием современных вязких и тугоплавких лигатур» (С. Казанцев, «ЛАССО», Россия), «Технологии облагораживания природных камней, выращивания их анало-

гов и новых материалов» (М. Чижов, ОАО «Русские Самоцветы», Россия). «Желтый, белый, красный — особенности электрохимического полирования золота импульсами биполярного тока» (С. Галанин, Костромской государственный технологический институт, в соавторстве со специалистами Костромского ювелирного завода, Россия), «Общие принципы финишной обработки металла» (М. Эбботс, Lea Manufacturing, Великобритания), «Предварительная гальваническая обработка: этап, жизненно важный для успешного электроосаждения» (Дж. Берсалио, Legog, Италия), «Получение высококачественных отливок непрерывного литья. Преимущества отжига в графитовой печи» (К. Хьюитт, Rautomead, Великобритания)... Особенности изготовления ювелирных изделий из серебра были посвящены доклады итальянских специалистов А. Фризо (Legog): «Окисление серебра: причина и оценка проблемы» и его коллег-соотечественников из компании Progold St: «Потускнение серебра: химические реакции, методы анализа и оценка, максимально приближенная к реальным условиям». В связи с растущей популярностью трехмерного прототипирования для изготовления мастер-моделей ювелирных изделий в программе Симпозиума ежегодно присутствуют несколько докладов, посвященных этой теме. Так, в этом году А. Караваева (ХПП «Софрино» РПЦ, Россия) рассказала о том, как обойтись без вакуума при вулканизации жидких резин холодного отверждения. Альтернативой традиционному для ювелиров вакуумированию было предложено использование повышенного давления (в качестве примера приведена серия экспериментов с вязкой силиконовой резиной, позволяющих определить оптимальное давление и время выдержки). «Автоматизация изготовления ювелирных мастер-моделей с использованием быстрого прототипирования» — так назывался доклад Д. Подольского (Roland, Россия). В сообщении Н. Максимова, президента компании Nika Motors, Inc (США), и директора ЗАО «Ника-Рус» (Россия), речь шла о новых возможностях моделирования, в частности, рассматривалась уникальная для ювелирного дизайна технология моделирования изделий с использованием органических форм.

Интересным и актуальным нововведением в программе нынешнего года стали коммерческие презентации. Такая форма работы



Биадриз Биаги, консультант по стратегическому дизайну, Design Group Italia (ИТ)



Сергей Казанцев, «ЛАССО» (Россия)



Галина Габриэль, член Международной Ассоциации искусствоведов и критиков (Россия)

ЮМО

Внимание!!

С 1 ноября 2007 года,
у нас будет
новый адрес:

195009,
г. Санкт-Петербург,
ул. Ватутина, д. 8/7

тел./факс:

+7(812) 542-66-21,

+7(812) 542-35-70,

+7 (812) 540-56-39,

e-mail:

office@jmo.ru

www.jmo.ru

Оборудование, инструмент и расходные
материалы для ювелиров



ВЭМ-3СМ

Вальцы электромеханические со смазочной системой

Ø80мм X 157мм

Гладкая и ручьевая пары валов

В-5

Вальцы электромеханические
настольные

Ø55мм X 70мм

Комбинированная пара валов



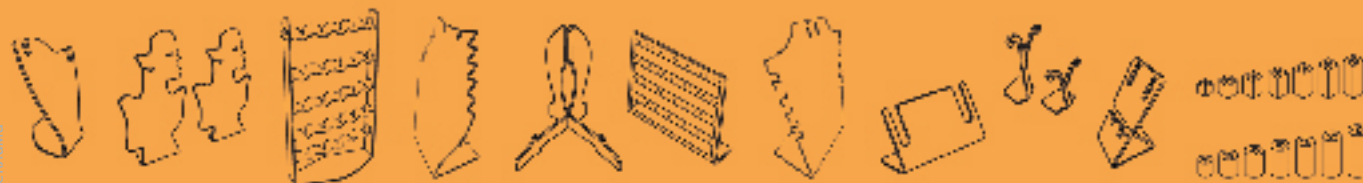
В9-1

Вальцы ручные настольные

Ø50мм X 70мм

Комбинированная пара валов

НОВЫЙ СТИЛЬ



современный дизайн в оформлении витрин



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

109147, Москва, ул. Марксистская, д. 34
тел./факс: (495) 781 43 43
e-mail: moscow@paradox.spb.ru

www.paradox.spb.ru

позволяет компаниям-производителям и поставщикам ювелирного оборудования не только словесно, а на практике доказать преимущества своих разработок в области современных технологий, а ювелирам помогает разобраться в огромном многообразии предложений и сделать правильный выбор в соответствии с индивидуальными требованиями. Успех этого начинания подтвердили живейшие дискуссии, сопровождающие каждое выступление, неподдельный интерес присутствующих к демонстрации достижений коллег.

12 июня участники и гости в рамках коммерческой презентации смогли познакомиться с возможностями компьютерной системы Delcam Designer в области компьютерного моделирования ювелирных изделий (докладчик — представитель компании — разработчика системы Delcam plc, Д. Ханвик, Великобритания). Комплексное решение для ювелирного производства, позволяющее оборудовать рабочее место дизайнера для создания компьютерных моделей любой степени сложности с последующим получением восковых моделей на принтере Solidscape или другом оборудовании RP, представил Н. Максимов (Nika Motors, Inc; ЗАО «Ника-Рус»). С. Казанцев («ЛАС-СО») продемонстрировал самые значимые виды оборудования и технологий от компании Yoshida Cast (Япония), а также новинки этой фирмы — премьеры 2006–2007 гг. На следующий день работы форума состоялись коммерческие презентации «Лигатуры United — лигатуры нового поколения» (И. Карпов, представитель компании «РУТА-Екатеринбург», Россия — официального эксклюзивного дистрибьютора United на территории России и СНГ), «Приемы создания фотоизображения ювелирного украшения» (Д. Абезгауз, ИАА «Русская Ювелирная Сеть»), «Фэшн-фотосъемка в рекламе промышленного оборудования» (А. Папенин, Творческое содружество «Абрис», Россия).

Организаторы огромное внимание уделяют обратной связи с участниками форума, ведь именно ориентируясь на их отзывы, можно скоординировать деятельность следующего Симпозиума таким образом, чтобы он не потерял актуальности, отвечал интересам ювелирного бизнеса, находился в постоянном развитии. Как оценивают сами участники результаты работы форума? Каковы их впечатления?

«Ценность Симпозиума в том, что он является собой платформу для международной ювелирной торговли и обсуждения инноваций со всех сторон: технологии, маркетинг, дизайн, — считает Б. Биаджи (Luxury Division, Design Group). — Первый раз я принимала участие в Симпозиуме в прошлом году и могу отметить высокий уровень профессионального форума, а также большое число иностранных участников. Российский рынок очень активно развивается. Россия становится приоритетной страной для брендов и производителей из других стран. Растет и конкурентоспособность российских производителей».

«Для меня, — говорит А. Фризо (Legor), — первоначальная ценность и значение Симпозиума состоит в возможности приобрести новую и хорошую рабочую аудиторию среди участников форума. Это означает, что, если у вас есть профессиональная проблема или вопрос, вы обязательно найдете заинтересованных лиц, коллег, готовых обсудить и найти верное решение, причем не только в ходе работы Симпозиума, но и после его завершения: когда за несколько дней общения участников зарождаются уважение и даже дружественные отношения, велика вероятность того, что эти отношения будут иметь продолжение и в течение всего года. Именно это для меня является смысловым ядром посещения Международного Симпозиума ювелиров и подобных ему мероприятий.

Международный Симпозиум ювелиров — самое большое мероприятие в области ювелирных технологий в такой огромной стране, как Россия, являющейся непрерывно растущим рынком, чьи потребности к улучшению стали очевидны и заметны. Российская ювелирная промышленность только частично открыла имеющийся потенциал: уникальная культура, вековые традиции мастерства, потрясающе красивая религиозная история в сочетании с возможностями современных технологий и растущей потребностью в более качественных стандартах, на мой взгляд, являются гарантом экономического развития российского ювелирного бизнеса.

Я участвовал в работе Симпозиума в течение двух лет. Петербург — город прекрасный и чарующий. Очень достойная организация форума. Я надеюсь, что аудитория мероприятия будет год от года увеличиваться, а доклады спикеров будут отражать самые последние инновации».



Jon Hunwick, Delcam plc (Великобритания)



Николай Васильев, ФГУП «МЗСС», принимал активное участие в работе Симпозиума



Andrea Friso, Legor (Италия)



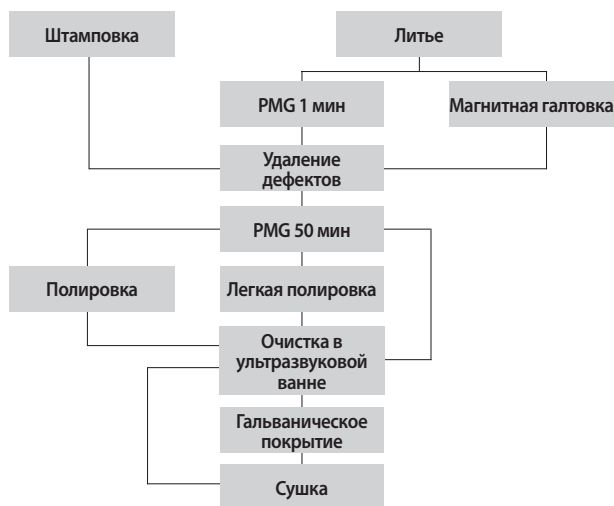
Новинка!

Система шлифовки и полировки серебра PMG!!!

PMG — это новый запатентованный процесс для шлифовки и полировки серебра, успешно применяемый в промышленных масштабах.

Технология обработки для сплавов золота и других драгоценных металлов в процессе разработки.

Схема PMG-процесса



Основные преимущества системы PMG:

- 1. Микрошлифовка**
Работает, как очень тонкая шлифовка, при этом чипсы не забиваются в изделие.
- 2. Полировка**
Возможно получить хороший уровень полировки при таком же процессе обработки, увеличив только продолжительность процесса.
- 3. Качество и сокращение расходов на обработку**
Нет необходимости зашкуривать всю поверхность изделия, убираем только литник и явные огрехи в процессе литья, в результате чего существенно улучшается качество обработки на плоскости, которое практически невозможно получить при ручной шлифовке.
- 4. Сатинирование**
Также возможно получить при определенных настройках процесса.
- 5. Геометрия**
Сохранение геометрии изделия.
- 6. Потери**
При одинаковых параметрах процесса потери пропорциональны времени обработки. Время обработки зависит от качества процесса отливки или штамповки и от того, как были вручную удалены возможные дефекты при предварительных этапах производства изделия. Потери легко извлекаются из осадка, полученного в результате работы.

ООО «ПРОМТЕХ»
Россия, Санкт-Петербург, ул. Цветочная, д. 25, литер А,
БЦ «Мануфактура», офис 508
Тел./факс: (812) 718-76-02, 336-39-46
e-mail: info@otecru.com, <http://www.otecru.com>



А вот мнение постоянного участника и докладчика форума С. Галанина (Костромской государственного технологического института): «За свою продолжительную научную жизнь я участвовал во многих десятках конференций, симпозиумов, совещаний самого разного уровня. Всех их объединяет возможность специалистам или людям заинтересованным пообщаться друг с другом, обменяться мнениями, выявить современные тенденции в развитии дела, которому они посвятили много сил и времени. В нашей стране, кроме Международного Симпозиума ювелиров в Санкт-Петербурге, нет места для открытого профессионального общения как ювелиров-технологов, так и ювелиров-дизайнеров. В отличие от ювелирных выставок, Симпозиум является «тусовкой» технологов-производителей и разработчиков новых технологий и оборудования. Несомненная ценность такого форума — в предоставлении площадки для обмена профессиональной информацией. Возможно, в будущем необходимо расширять тематику докладов за счет рассмотрения технологий обработки нетрадиционных для ювелирной промышленности материалов, но которые широко применяются при производстве бижутерии (цветные драгоценные металлы, стекло, дерево, кожа, пластмасса), а также материалов, достаточно часто в последнее время используемых ювелирами (титан, сталь, дерево и т. д.). Я считаю целесообразным привлечение к работе Симпозиума максимального числа отечественных докладчиков и презентаций новых российских технологических разработок. К сожалению, многие зарубежные участники зачастую не раскрывают никаких тонкостей своих разработок, а задаваемые вопросы ставят их в тупик. Кроме того, к работе форума стоит привлекать и маститых производственников, которые могли бы поделиться опытом использования определенных технологий и оборудования.

Что касается структуры Симпозиума, то, на мой взгляд, целесообразно введение нескольких секций (ювелирные технологии и оборудование, ювелирный дизайн и мода, нетрадиционные материалы и др.) и стендовых докладов. Это позволило бы продуктивнее организовать работу и уменьшить сроки проведения форума».

Подводя итоги работы VI Международного Симпозиума ювелиров, президент Международного Симпозиума ювелиров

и директор «Школы ювелирного мастерства» Лариса Акимова сказала: «Появление различных мероприятий подобного рода, по-своему интерпретирующих аналогичные цели и задачи доказывает популярность нашего форума. Однако с уверенностью могу сказать, что наши позиции на этом поприще — незыблемы, так как Международный Симпозиум ювелиров ведет разговор с сугубо профессиональной точки зрения — идет ли речь о любой стадии производственного цикла изготовления ювелирной продукции или об интересах покупателей ювелирных изделий... Мы стремимся помочь российской ювелирной отрасли перейти от стадии массового ширпотреба на более высокий уровень — создания брендов, равноправного участия на международном рынке. Именно поэтому мы приглашаем специалистов из-за рубежа, которые могут быть полезными нашим производителям в оптимизации технологической и маркетинговой базы.

В выборе докладов мы не ориентируемся только лишь на «громкие имена»: для нас важна актуальность темы, степень понимания проблематики, инновационность, востребованность данного продукта на отечественном рынке... Таким многолетним серьезным подходом мы заслужили авторитет среди профессионалов всего мира, которые охотно откликаются на наши предложения и принимают участие в работе Симпозиума. Безусловно, чтобы нас стали узнавать и признавать, пришлось долго трудиться, но сегодня настало время, когда не мы работаем на имя, а имя — на нас. Пропустить год, не организовать ставшую уже традиционной и ожидаемую всеми встречу профессионалов — коллег и друзей, отойти в сторону мы не имели права. Поэтому, вопреки внешним неблагоприятным обстоятельствам, было принято решение провести VI Международный Симпозиум ювелиров. И можно констатировать, что, несмотря на крайне сжатые сроки организации нынешнего форума, его итоги оказались весьма успешными. Мы в очередной раз подтвердили свои лидирующие позиции в данной области, подтвердили свой авторитет. Нас не пугают проблемы, мы готовы их решать и планомерно развиваться, стремясь к новым достижениям. Опыт проведения нынешнего, шестого по счету Симпозиума, показал, что мы с этим справимся!»



Участники Симпозиума



Дебаты после коммерческой презентации



Дебаты продолжаются...

Конкурс ювелирного дизайна

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

СМОЛЕНСКИЕ
БРИЛЛИАНТЫ

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭРМИТАЖ
The State Hermitage Museum

СМОЛЕНСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ
Ювелирная коллекция «ЭРМИТАЖ»
Подвеска, золото, бриллианты

Государственный Эрмитаж Ювелирный центр «Смоленские бриллианты» Журнал «Русский Ювелир»

объявляют открытый конкурс ювелирного дизайна

«Бриллиант. Рождение стиля»

Тема конкурса:

Ювелирное изделие с бриллиантами на тему «Эрмитаж»: коллекция драгоценностей «Античность».

Государственный Эрмитаж — один из лучших музеев мира, сокровищница, собравшая тысячи шедевров мирового искусства. Эрмитаж всегда служил источником вдохновения для художников, желающих совместить классические каноны с новыми тенденциями развития искусства. И сегодня руководство этого музея, продолжая традиции, помогает новым талантам заявить о себе и представить свое творчество на суд профессиональных экспертов.

Порядок проведения конкурса:

- I. Декабрь 2006. Санкт-Петербург.
- II. Октябрь 2007. Подведение промежуточных итогов конкурса (по представленным эскизам).
- III. Декабрь 2007. Санкт-Петербург. День друзей Эрмитажа.

Подведение итогов конкурса. Награждение победителей. Презентация лучших работ.

Объявление о проведении следующего этапа конкурса на тему «Эрмитаж».

Условия конкурса:

- Участие в конкурсе бесплатное.
- Работы оцениваются в возрастных категориях: от 18 до 27 лет и старше 27 лет.
- Каждый участник может представить на конкурс не более 10 эскизов.

Принимаются эскизы, не выполненные ранее в материале.

При включении в изделия других драгоценных и полудрагоценных камней преимущество бриллиантов должно быть очевидным.

Эскизы мелкой пластики, интерьерных украшений, посуды и прочего к конкурсу не допускаются.

Компетентное жюри оценит работы по следующим критериям: оригинальность замысла, позволяющая максимально эффективно представить бриллианты в изделии, новизна сочетания материалов, современность решения.

Заявки принимаются до 15 сентября 2007 года.

Конкурс проводится в два этапа:

I этап: конкурс эскизов.

Размер эскизов не менее 10х13, рисунок необходимо оформить на картоне размером 25х30 см в паспорту или представить в электронном виде.

Рисунок должен быть выполнен в масштабе 1:1 в трех проекциях, с указанием основных материалов и технологии производства.

II этап: защита проектов.

Семь победителей первого этапа будут приглашены для защиты своих работ перед членами жюри.

Авторы трех лучших эскизов получают премии:

- 1 место — 50 000 рублей,
- 2 место — 30 000 рублей,

3 место — 20 000 рублей.

По эскизам, признанным лучшими, в ЮЦ «Смоленские бриллианты» будут выполнены изделия. Возможно заключение авторского договора.

Информационная поддержка конкурса включает:

- 1) подробное освещение всех этапов конкурса на страницах журналов «Русский Ювелир-профи» и «Русский Ювелир-fashion»;
 - 2) интервью с победителями конкурса и презентация лучших эскизов на страницах этих журналов;
 - 3) все участники конкурса получают в подарок подписку журнала «Русский Ювелир-профи»;
 - 4) размещение информации об условиях конкурса в средствах массовой информации;
 - 5) проведение локальных отборочных туров в профильных учебных заведениях России и на специализированных выставках;
 - 6) работы победителей будут воспроизводиться на рекламных открытках тиражом 100 000 экземпляров по адресной базе Москвы и Санкт-Петербурга.
- Конкурсные работы принимаются в редакции журнала «Русский Ювелир».

Наш адрес:

199034, Санкт-Петербург, В.О.,
16 линия, д. 7, оф. 115.
Тел.: +7 812 328-05-51/61, 327-75-65.
e-mail: konkurs@russianjeweller.ru

СМОЛЕНСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ



"Смоленские бриллианты"
Москва, Петровка, 26
Тел. (495) 913-58-18

"Смоленские бриллианты"
Москва, Кузнецкий мост, 18
Тел. (495) 742-05-31

"Смоленские бриллианты"
Москва, 65-й км МКАД
ТЦ "Крокус Сити Молл", бутик 169
Тел. (495) 727-25-00

"Смоленские бриллианты"
Минск, пл. Свободы, 4
+375-296646010

"Смоленские бриллианты"
Смоленск, Ленина, 7/2
Тел. (4812) 35-07-89

"Смоленские бриллианты"
Санкт-Петербург
Невский пр., 57
Пассаж "Коринтия Невский Палас"
Тел. (812) 764-22-34

"Смоленские бриллианты"
Санкт-Петербург
Невский пр., 38/4
вход с улицы Михайловской
Тел. (812) 571-61-60

Франчайзинг — за и против

Розничная торговля ювелирными изделиями в России последние годы растет стремительными темпами. По мнению финансовых аналитиков, это одна из лидирующих отраслей по инвестиционной привлекательности. Именно поэтому мы наблюдаем экстенсивный рост числа розничных сетей и их региональную экспансию.

Пути реализации подобных стратегий могут быть различны: открытие собственного филиала, сотрудничество с дилерами — представителями местного бизнеса и франчайзинг. У каждого из этих вариантов есть положительные и отрицательные стороны, и чтобы сделать правильный выбор, необходимо учитывать все «за» и «против».

1. Филиал (собственные магазины)

Достоинствами этой схемы являются:

— возможность перенесения наработанного опыта, соблюдения корпоративных стандартов и регламентов работы; кроме того, организационные ноу-хау позволят сохранить коммерческую тайну предприятия.

Негативные явления:

— съедает огромные инвестиции, требует финансовых вложений в раскрутку, аренду, кадровые вопросы, преодоление административных барьеров, причем часть издержек будут априори невозвратными и вся ответственность за потери ложится на плечи компании;

— возникают трудности контроля эффективной работы и безопасности бизнеса на отдаленных от центрального офиса территориях;

— и, как следствие вышесказанного, — высок риск потери инвестиций и практическая невозможность одновременного освоения нескольких регионов.

2. Реализация совместных проектов с представителями местного бизнеса

Преимущества:

— финансовые и другие риски распределяются между участниками совместного предприятия;

— первоначальные затраты, как правило, ниже, так как у местного бизнеса есть возможности по их оптимизации.

Недостатки:

— возникают трудности в достижении договоренностей по вопросам кадров, распределения прибылей

3. Франчайзинг

Однако российский рынок ювелирной торговли еще не сформировался окончательно, а конкурентная борьба с каждым годом лишь обостряется, поэтому производители продолжают искать наиболее эффективные схемы организации и контроля сбыта.

Российские ювелиры еще слабо обращают внимание на франчайзинговые проекты, в то время как за рубежом давно уже оценили его преимущества.

В чем же суть франчайзинга? Это особая форма организации бизнеса, когда одна компания (франчайзи) обязывается продавать продукт или услуги по заранее обусловленным для него другой компа-

нией (франчайзером) правилам и стандартам. При этом первый получает разрешение на использование имени франчайзера, его репутации, торговой марки, продукции и услуг, маркетинговых технологий и т. д. Иными словами, франчайзинг — одна из схем развития дистрибуции на деньги сторонних инвесторов с одновременным развитием марки производителя. Договор налагает на франчайзи ряд обязательств (плата за использование лицен-

зий, строгое соблюдение стандартов, внутренних инструкций и др.), кроме того, в этом документе, как правило, предусматривается и финансовый контроль за деятельностью франчайзи со стороны франчайзера. С другой стороны, данная экономическая схема дает возможность франчайзи прочно встать на ноги даже при наличии скромных финансовых ресурсов и не требует дополнительных расходов на раскрутку собственного бренда.

То есть, как видим, «плюсы» и «минусы» в таком варианте сотрудничества есть как для одной, так и для другой стороны. Попробуем структурировать их.

Для франчайзера

«Плюсы»:

— наличие активов в виде уже успешно работающих в регионах магазинов, отсутствие необходимости решения кадровых и других, связанных с открытием нового магазина, проблем;

— знание франчайзи-дилером местной специфики хозяйствования.

«Минусы»:

— сложность контроля стандартов передаваемой продукции, проблема коммуникаций;

Франчайзинг — система договорных отношений между участниками рыночного процесса, при котором одна из фирм (франчайзер) предоставляет другим фирмам (франчайзи) право пользования своей торговой маркой, а в некоторых случаях также своими оригинальными технологиями.

— уязвимость корпоративных ноу-хау (существуют риски отказа франчайзи от дальнейшей работы в рамках данной схемы после этапа становления).

Для франчайзи

«Плюсы»:

— собственный бизнес остается независимым, нет ограничений по доходу;

— обеспечивается быстрое и эффективное начало бизнеса; практически отсутствует или значительно сокращается период достижения прибыльности;

— осуществляется постоянная консультативная, рекламная и иная поддержка со стороны франчайзера.

«Минусы»:

— плата за договор франшизы.

Договор франшизы может оговаривать различные объемы и составы привилегий. Минимальный вариант — передача права использования торговой марки и ряда корпоративных стандартов. В данном случае самостоятельность франчайзи почти не ограничивается, однако привлечь опыт и технологии франчайзера, гарантирующие прибыль большую, чем при самостоятельной работе, не удастся. А выгода от использования товарного знака (если только он не является брендом в полном смысле этого слова) может быть весьма сомнительной.

Максимальный вариант франшизного пакета предусматривает помимо передачи товарного знака и технологий снабжения продукцией логистику с самостоятельным определением розничных цен. Вся аналитическая информация также стекается к франчайзеру: на ее основании он и формирует ассортимент, планирует поставки, обеспечивает ценообразование... Здесь свобода и самостоятельность франчайзи в принятии коммерчески значимых решений весьма ограничена, а за осуществление операций по организации торговли в магазине он получает комиссионное вознаграждение (т. е. его доход ограничивается размерами этих выплат).

Все, что написано о франчайзинге в специальной экономической литературе, зарубежной и отечественной прессе, — это теоретические выкладки. Дать объективную оценку того, как данная схема работает в конкретных условиях российского ювелирного бизнеса, может лишь непосредственный участник такой деятельности. Поэтому мы попросили поделиться опытом руководителя проекта «Франчайзинг «Адамас» Алексея Валерьевича Данилюка.

Наш корреспондент задал ему несколько вопросов:

1. В чем, на Ваш взгляд, заключаются преимущества франчайзингового проекта? Процесс консолидации рынка крупными сетями через развитие франчайзинга имеет ряд преимуществ:

• Франчайзинг — это эволюционный путь развития. Компания-франчайзер, входя на региональный рынок (города, региона) путем франчайзинга, не меняет сложившейся годами структуры местного ювелирного рынка. Франчайзинг в данном случае ведет инновационную деятельность на региональных рынках, внедряя современные методы обслуживания, повышая квалификацию сотрудников магазинов, внедряя прогрессивные информационные и маркетинговые технологии.

• Франчайзинг как методика интеграции малого и крупного бизнеса позволяет использовать приоритеты не только крупной

федеральной сети, но и местные ресурсы компании-франчайзи (партнера). Предприятие франчайзи, со своей стороны, получает значительную поддержку со стороны франчайзера в конкурентной борьбе. Далеко не все компании могут позволить себе содержать в штате квалифицированных специалистов маркетинга, рекламы, автоматизации, юристов и финансистов, но могут пользоваться плодами их труда в рамках франчайзинговых договоров.

• В пользу франчайзингового пути развития говорит и мировой опыт, франчайзинговые системы управления меньше и проще систем управления региональных филиалов. Основной фактор успеха — это предпринимательская мотивация, которую невозможно заменить должностной инструкцией директора филиала.

2. Каковы требования для открытия магазинов по франшизе «АДАМАС»? Кто может стать вашим франчайзи?

• Наш потенциальный франчайзи — это предприниматель, имеющий достаточно опыта, чтобы открыть и эксплуатировать розничный ювелирный магазин «АДАМАС» по технологиям и стандартам, полученным в рамках договора франчайзинга, способный инвестировать в создание нового собственного магазина средства в сумме от 6,5 млн рублей, лояльный к корпорации «АДАМАС».

• Приоритетом является наличие собственных или арендованных торговых площадей от 50 до 200 кв. м в деловом или культурном центре города с высоким уровнем пешеходного покупательского потока.

3. Из чего складывается стоимость франшизы? Является ли размер паушального платежа единым для всех регионов России?

• Стоимость франшизы складывается из ежемесячного платежа — роялти и единовременного платежа — паушального взноса.

• Роялти состоит из суммы фиксированной части, равной 1000 долларов США, и переменной части 2,3% от выручки магазина, за исключением выручки от продукции «АДАМАС». Фиксированная часть роялти — плата за коммерческое обозначение магазина, включающая в себя права на торговую марку «АДАМАС», а переменная часть — плата за продвижение продукции иных брендов под торговой маркой «АДАМАС». Принцип расчета с франчайзи прост: чем выше выручка магазина и больше доля продукции «АДАМАС» в составе продаж магазина, тем меньше ставка роялти относительно выручки магазина.

• На сегодняшний день мы не берем паушальный взнос с первых нескольких десятков магазинов. В дальнейшем мы планируем установить паушальный взнос для всех новых франчайзи, но он будет незначительным и будет покрывать наши издержки на открытие магазина франчайзи. Паушальный взнос будет единым для всей страны, чтобы не дискриминировать удаленные регионы.

• Все платежи мы фиксируем в договоре на весь срок действия договора — 5 лет.

4. Что предлагает «Адамас» своим франчайзи (ТМ, обучение персонала, проектирование магазина, технологии работы магазина...)?

• Франчайзи по договору франчайзинга получает от корпорации «АДАМАС» право на использование ТМ «АДАМАС».

• Бизнес-модель ведения деятельности розничного ювелирного магазина «АДАМАС» в виде описания стандартов и бизнес-процедур, собранных в «Пакет франшизы розничного ювелирного магазина «АДАМАС».

- Для приведения магазина франчайзи к стандартам розничных магазинов «АДАМАС» корпорация «АДАМАС» оказывает услуги для франчайзи по обучению и аттестации персонала магазина, услуги по созданию проекта магазина и проектному надзору, услуги по автоматизации учета в магазине.

- На этапе организации и эксплуатации магазина корпорация «АДАМАС» консультирует персонал франчайзи по всем вопросам работы розничного ювелирного магазина.

- На условиях отдельных соглашений совместно с франчайзи «АДАМАС» участвует в проведении сезонных региональных рекламных мероприятий на региональных рынках, при этом готов компенсировать франчайзи до 50% затрат на проведение этих рекламных мероприятий.

- Аналитические отчеты по продажам на основе анализа отчетности всей сети магазинов «АДАМАС».

5. Каким образом решается проблема соблюдения корпоративных стандартов и регламентов работы?

- Первое — это качественное описание стандартов и бизнес-процессов магазина. Только создав описание стандартов, постоянно обновляя и дополняя их, можно добиться соответствующего уровня качества.

- Мы уделяем очень большое внимание обучению и консультациям персонала франчайзи, формированию корпоративной культуры франчайзинговой сети. Лояльность персонала — очень важный фактор успеха в системе управления качеством.

6. Есть ли возможность у франчайзи самостоятельно формировать часть ассортимента, либо всю продукцию предоставляет франчайзер? Кто определяет ценовую политику?

- Мы не являемся монопольным поставщиком ювелирных изделий в магазины наших франчайзи, основным условием для формирования ассортимента является условие: не менее 50% экспозиции в магазине должны занимать ювелирные изделия ТМ «АДАМАС». При этом мы не ограничиваем магазин объемом товарного запаса и долей в ней продукции «АДАМАС».

- Уровень цен в магазине определяет франчайзи, мы предоставляем франчайзи рекомендованный уровень торговой наценки, для того чтобы ему было проще сохранить позиционирование магазина, соответствующее стандартам «АДАМАС».

7. Каким образом производится контроль магазинов франчайзи?

- К каждому франчайзи будет прикреплен персональный менеджер, в функции которого входит координация франчайзи и корпорации «АДАМАС». В функции менеджера входят обязанности по проведению инспекционных поездок в магазины франчайзи.

- Еще одним инструментом контроля является периодическая ежедневная отчетность франчайзи, формируемая автоматически из учетной системы магазина. А также проводимый постоянно анализ периодической отчетности.

- Ну и, конечно, лучший контролер — это потребитель. Проводя исследования на потребительском рынке, мы можем учитывать и в дальнейшем использовать в работе мнения покупателей магазинов «АДАМАС».

- Для контроля работы и аттестации персонала мы используем методику «Тайного покупателя». Результаты проведенной проверки мы предоставляем нашим франчайзи.



С днем рождения!

СЕНТЯБРЬ

4 сентября	Симонов Василий Анатольевич, генеральный директор, ООО «Сувениры Балтики»
13 сентября	Гуревич Давид Моисеевич, генеральный директор, ООО «Петрозолото»
13 сентября	Кижеватов Игорь Эльвистович, генеральный директор, ООО ТД «Адалит»
15 сентября	Пилюшина Светлана Анатольевна, 1-й зам. главного редактора, журнал «Русский Ювелир»
21 сентября	Слатин Александр Борисович, коммерческий директор, ПЮЗ «Красная Пресня»
22 сентября	Иванюк Александр Григорьевич, генеральный директор, МЗСС
24 сентября	Дризин Геннадий Михайлович, генеральный директор, ООО «СевЗапЮвелирпром»
26 сентября	Коробкин Владимир Васильевич, директор, ООО «ЮМО»
27 сентября	Миронова Ольга, генеральный директор, РИА «РосЮвелирЭксперт»
30 сентября	Аитов Александр Иванович, управляющий производством, ООО «Чорон Даймонд»
2 сентября	ООО «Арина»

Сплавы для ювелирного производства

В данной работе рассматриваются связи между механическими характеристиками золотосодержащих сплавов и требованиями различных методов производства (за исключением литья по выплавляемым моделям). Предлагаются рекомендации относительно выбора наиболее подходящих сплавов для различных методов производства.



Массимо Польеро — генеральный директор группы компаний «Легор» и президент «Форума ювелирных технологий» (IJTF). Благодаря многолетней работе в ювелирной промышленности в качестве металлурга-исследователя и директора производства он обладает обширными знаниями ювелирных технологий. Начал работу в «Легор» на должности технического директора, а в настоящее время координирует стратегические программы и техническую и торговую деятельность всей группы компаний «Легор». Является автором или соавтором ряда работ по технологии ювелирного производства.

Выбор золотых сплавов для механической работы и оптимизации процесса производства

Введение

Присутствие на рынке целого ряда золотых сплавов обусловлено различными требованиями разных специализированных аппликаций в производстве. В настоящее время состав сплава можно точно определить как отражение специфических нужд заказчика. С другой стороны, выбрать наиболее подходящий сплав не так просто. Как правило, каждый случай производства по-своему уникален, и это особенно верно в отношении ювелирного производства, где по-прежнему важна ручная работа. Таким образом, необходимы специфические решения, учитывающие тот производственный процесс, которому будет подвергнут конкретный сплав. В идеале такое решение должно учитывать все технологические и производственные параметры и все возможные источники дефектов: задействованное оборудование, тип производственного процесса, риск загрязнения, дизайн изделия и многие другие возможные факторы, которые могут оказаться важными в сочетании со слабыми местами сплава.

Цель данной работы — рассмотреть ювелирное производство путем пластической деформации, начав с некоторых базовых понятий физической металлургии. За ними последует описание фундаментальных параметров различных типов механической работы с указанием подходящих сплавов для различных способов производства. В заключение будут описаны технические

спецификации с использованием этих параметров; при этом будут учтены допустимые отклонения для каждого конкретного процесса механической работы.

Сплавы для ювелирного производства

В ювелирном и серебряном деле преимущественно используются два производственных процесса: литье по выплавляемым моделям и механическая работа.

Стандартные золотые сплавы, используемые в ювелирном производстве, т. е. сплавы, основанные на сочетаниях золото-серебро-медь и золото-никель-медь, хорошо поддаются обработке и выплавке и являются основой обоих типов производства. Однако этих базовых сплавов недостаточно для того, чтобы преодолеть некоторые распространенные проблемы, и поэтому для оптимального результата требуются дополнительные легирующие элементы.

Тройные системы также хороши для получения широкого спектра цветов: от темно-желтого цвета чистого золота до красных сплавов с повышенным содержанием меди. Значительные добавки серебра могут давать почти зелено-желтый цвет или даже белый цвет в сплавах с меньшим содержанием золота, даже если белый цвет более выражен при использовании легирующих компонентов с более высокой отбеливающей способностью — например никеля, палладия и марганца.

Более того, рынок требует ассортимента сплавов с разной каратностью. Сплавы сходного цвета могут демонстрировать совершенно различные механические, хими-

ческие и технологические характеристики в зависимости от чистоты драгоценного металла. Таким образом, различные композиции могут понадобиться даже при работе в рамках одного и того же производственного процесса.

Вот некоторые проблемы, которые могут возникнуть при производстве ювелирных изделий из золотосодержащих сплавов путем механической работы:

- окисление некоторых легирующих элементов во время плавки;
- крупнозернистость;
- недостаточная прочность;
- сильное деформационное упрочнение и низкая деформативность;
- хрупкость;
- плохая пригодность к пайке и/или свариваемость;
- низкая коррозионная стойкость;
- температура отжига и скорость охлаждения не всегда оптимизированы;
- низкая податливость закалке термообработкой.

Модификация стандартного состава сплава может помочь в преодолении перечисленных проблем. Но легирующие добавки, используемые для этой цели, не должны слишком сильно изменять другие свойства сплава и прежде всего его цвет. Наиболее часто используемые легирующие добавки — это цинк, олово, германий, индий и галлий.

Индий, рутений и кобальт могут применяться в качестве добавок, измельчающих зерно. Кремний, литий и фосфор могут использоваться как раскислители при плавке.

Следует подчеркнуть, что эффект добавки целиком зависит от концентрации, коэффициента растворимости в твердом состоянии и однородности литья. Например, слишком большое количество элемента, который в правильной дозе измельчает зерно, может привести к появлению твердых пятен на поверхности готового продукта.

Неправильная доза раскислителей может привести к повышенной хрупкости деталей при последующей механической работе.

Обычно рекомендуется использовать гомогенизированные бинарные сплавы.

Далее мы опишем свойства некоторых легирующих элементов, часто добавляемых в золотые сплавы для механической работы.

Цинк. Цинк — наиболее распространенная добавка в золотых сплавах. Он уже долгое время используется в цветных сплавах с низким содержанием золота и белых сплавах золота и никеля в концентрации, которая может достигать 10%. В комплексе золото-никель-цинк цинк используется для понижения температуры плавления и затвердевания. Цинк влияет на цвет и улучшает текучесть сплава. Сплавы с низким содержанием золота не являются однородными однофазными сплавами и потому могут быть подвержены межкристаллитной коррозии и коррозии под напряжением. Во время плавления на воздухе может образоваться оксид цинка, который с трудом удаляется из расплава, в то время как оксид меди удалить легче. Тонкая пленка оксида цинка может сохраняться внутри сплава и вызывать характерные дефекты. Цинк повышает обрабатываемость в сплавах для механической работы. Цинк также уменьшает температурный интервал плавления в припоях золотых сплавов.

Никель. Белые золото-никелевые сплавы широко применяются в ювелирном производстве во всем мире благодаря низкой стоимости легирующих элементов, температуре плавления ниже 1000°C и хорошему белому цвету. Повышенное содержание никеля имеет выраженный отбеливающий эффект, но также повышает твердость сплава. Эти эффекты несколько противоречивы: существуют сплавы с 9–10%-ным содержанием никеля и очень хорошим белым цветом, которые могут применяться только в тех случаях, когда не требуется значительная деформация. Другие сплавы содержат всего лишь 4–5% никеля: такие сплавы обладают очень хорошими механическими характеристиками, но для улучшения их цвета необходимо родиевое покрытие, и их коррозионная стойкость ограничена.

Палладий. Считается более «благородным» заменителем никеля в белом золоте. Палладий позволяет производить лучшее белое золота без содержания никеля, с очень качественным цветом, хорошей обрабатываемостью и отличной коррозионной стойкостью. Для получения хорошего белого цвета требуется добавление 10–12% палладия. Высокая стоимость и высокая плотность сказываются на конечной стоимости продукта. Высокая температура плавления белого палладиевого золота ($>1100^{\circ}\text{C}$) затрудняет его использование.

Добавки, измельчающие зерно (иридий, рутений и кобальт).

Литое желтое и красное золото, как правило, имеет выраженную дендритическую структуру и довольно крупнозернистую текстуру. Грубое зерно может вызвать эффект «апельсиновой корки» и снизить пластичность сплава. Перечисленные добавки для измельчения зерна показывают низкую растворимость в золотых сплавах, и эта характеристика является основой их измельчающего эффекта. В расплавленном металле или в твердом сплаве во время отжига могут образоваться очень мелкие и однородно распределенные частицы. В обоих случаях такие частицы формируют ядра для кристаллизации новых зерен. Таким образом, достаточное количество кристаллизованных зерен препятствует чрезмерному росту новых зерен (рис. 1).



Рис. 1. Сопоставление двух сплавов с разным содержанием добавок, измельчающих зерно, — вид через оптический микроскоп (100-кратное увеличение)

Иридий часто добавляется в золотые сплавы для измельчения зерен в количестве 0,01%. Иридий позволяет добиться мелкого размера зерен в 14- и 18-каратовых сплавах. Иридий, как и рутений, действует до затвердевания сплава, формируя твердые частицы в расплавленном металле.

Использование рутения известно в стоматологии, он также применяется в ювелирном производстве, особенно в белых золото-никелевых сплавах. Рутений имеет низкий, но достаточный коэффициент растворения в твердом состоянии в белом золоте: он демонстрирует очень хороший измельчающий эффект при концентрации от 0,002 до 0,02%.

Кобальт является эффективной измельчающей добавкой исключительно в твердом состоянии, при отжиге материала, подвергнутого холодной обработке. Для 14- и 18-каратных золотых сплавов используется концентрация кобальта в диапазоне от 0,1 до 0,5%. Кобальт не вызывает того же эффекта в процессе литья, поскольку в этом случае разная скорость охлаждения может изменить размер частиц упрочняющей фазы с возможными негативными последствиями. При правильном использовании кобальт повышает твердость и прочность сплавов, никак не влияя на ковкость. Кобальт позволяет лучше контролировать термообработку и гарантирует более высокую термическую стабильность сплава при сохранении эстетических характеристик.

Сходный измельчающий эффект могут дать (при помощи несколько иного механизма) элементы высокого сродства с кислородом, которые могут формировать тонко рассредоточенные оксиды, такие как иттрий, бор, барий и кальций, или тонкую дисперсию интерметаллических соединений (цирконий/бор, кобальт/бор).

Раскислители (кремний, литий, фосфор). В принципе желтые золотые сплавы типа Au-Ag-Cu не нуждаются в раскислителях, поскольку образующуюся окись меди можно без труда удалить, если в тигле поддерживаются немного раскисляющие условия. Однако иногда раскислители добавляются для того, чтобы раскислить окись меди и сформировать более устойчивые оксиды. С другой стороны, в случае сплавов с добавлением упомянутых выше легирующих элементов раскислитель благодаря более сильному

сродству с кислородом должен предотвращать окисление таких элементов (рис. 2). (Данные о свободной энергии реакции можно найти в научной литературе.)

Кремний часто применяется в качестве добавки при литье по выплавляемым моделям, но не показывает достаточный коэффициент растворимости в твердом состоянии в чистом золоте и серебре. Коэффициент растворимости кремния в меди выше, и поэтому золото в сплаве с достаточным количеством меди может выдерживать небольшие добавки кремния без сегрегации межзеренной границы. Кремний используется для улучшения текучести сплава и в качестве раскислителя. Рекомендуемая концентрация кремния — ниже 0,02% в 18-каратном золоте и от 0,03 до 0,05% в 9- и 14-каратном золоте. Кремниевые добавки могут вызывать нежелательные побочные эффекты: охрупчивание сплава, вызванное сегрегацией межзеренной границы при низкотемпературности, хрупкие фазы и крупнозернистость, которая повышает риск образования трещин.

Литий и фосфор — раскислители расплава. Они приносят желаемый эффект только при добавлении строго в количестве, необходимом для удаления кислорода. Излишек фосфора, в частности, может иметь крайне негативные последствия и вызвать охрупчивание сплава.

Механическая деформация в ювелирном производстве

Металлосодержащие материалы представляют собой поликристаллические агрегаты и обычно затвердевают путем нуклеации и роста. В нормальных условиях переход из жидкого в твердое состояние начинается от стенок литейной формы или от ядер примесей, присутствующих в расплаве. В результате получается твердое тело, состоящее из большого числа микроскопических частей, каждая из которых сформирована регулярной решеткой и имеет структуру, сходную с одиночным кристаллом. Каждая часть представляет собой «кристаллическое зерно» и связана с другими зернами при помощи контактной поверхности под названием «межзеренная граница». Межзеренные границы очень важны для определения характеристик металла. Они являются фронтом роста зерен во время отжига, а так-



Рис. 2. Елка, изготовленная из сплава с раскислителем (a) и из сплава без раскислителя (b)

же взаимодействуют с линиями скольжения пластической деформации. Кроме того, межзеренные границы являются зоной повышенной химической активности и первыми подвергаются коррозии.

Базовые металлургические понятия

В результате приложения внешнего напряжения к твердому металлу кристаллические зерна деформируются: либо при скольжении вдоль специфических плоскостей кристаллической решетки, либо при формировании пар. Наиболее эффективным воздействием на плоскости решетки всегда является касательное. Экспериментальные данные свидетельствуют о том, что декогезия плоскостей решетки никогда не наблюдается при перпендикулярном приложении напряжения.

Существуют три правила, описывающие плоскости скольжения в единичных кристаллах:

- Скольжение обычно происходит в направлении более плотного скопления атомов.
- Скольжение обычно происходит на плоскостях с плотным скоплением атомов.
- Если возможны многие системы скольжения (плоскости и направления), скольжение происходит вдоль системы, испытывающей наиболее сильное касательное напряжение.

Скольжение — не единственный способ пластической деформации кристалла. Нередко наблюдается альтернативный способ под названием «сдвигание». При сдвигании часть находящейся под напряжением кристаллической решетки становится зеркальным отражением другой части. Вклад сдвигания в пластическую деформацию обычно пренебрежительно мал, но оно может иметь важный косвенный эффект на общее количество деформации через создание в решетке благоприятных условий для скольжения.

Что касается типов кристаллической решетки, достаточно будет отметить, что гранецентрированные кубические металлы, такие как золото и медь, имеют значительное число систем скольжения (12, представленных 4 плоскостями, каждая из которых имеет 3 направления), что делает их годными к пластической деформации.

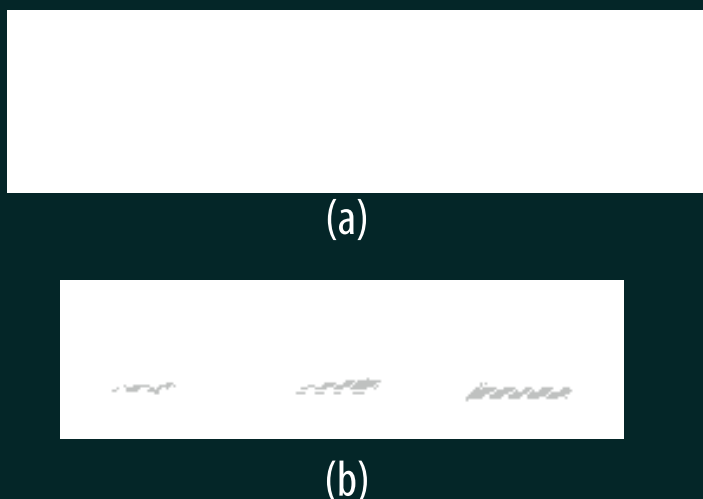


Рис. 3. Схематическое изображение движений при смещении: а) краевое смещение, б) винтовое смещение



Рис. 4. Схематическое изображение процесса прокатки

Расчеты касательного напряжения, необходимого для проталкивания целой кристаллической плоскости мимо другой плоскости, дают напряжение пластического течения в 15 ГПа, в то время как экспериментально зафиксированные максимальные значения равны примерно 1 МПа. Такая огромная разница обусловлена тем, что процесс скольжения не представляет собой движение жесткой структуры атомных плоскостей относительно друг друга, но начинается с дефекта в решетке и затем распространяется вдоль плоскости. При температурах намного ниже точки плавления и относительно низком напряжении наиболее частым дефектом являются смещения (дислокации). Свойства смещений, их способность умножаться под напряжением, взаимодействие между смещениями и взаимодействие с дефектами других типов являются причинами большей части механических свойств металлов (холодной обработки, остаточной деформации, удлинения, ползучести) (рис. 3).

Смещения в кристалле являются линейными дефектами, т. е. одномерными дефектами и могут рассматриваться как граница (толщиной в несколько межатомных расстояний) между частью кристаллической решетки, в которой произошло скольжение в результате приложенного напряжения, и частью, которая не скользила.

Сдвиг линии смещения может происходить в плоскости скольжения или перпендикулярно плоскости скольжения. В первом случае мы имеем краевое смещение, во втором — винтовое смещение. В реальных кристаллах обычно имеет место комбинация обоих типов смещения.

Теперь мы обсудим процессы пластической деформации, которые наиболее часто применяются в обработке металлов и также используются в ювелирном производстве.

• **Прокатка** представляет собой операцию, в которой фрагмент ковкого металла (холодный или горячий) подвергается постепенной пластической деформации, проходя между двумя цилиндрическими или рифлеными валками. Валки могут быть изготовлены из стали или узлового чугуна и вращаются в противоположном направлении. Степень вытяжки для каждого прохода зависит от количества проходов через пары валков (валковая группа) (рис. 4).

Продолжение статьи читайте в следующем номере





Показателем высокого качества продукции ООО «АДАМАС» столичный ювелирный завод» является потребительский спрос и широкая клиентская сеть, насчитывающая более 3000 оптовых и розничных торговых предприятий России от Калининграда до Южно-Сахалинска. Ювелирные изделия официально экспортируются в Украину, Беларусь, Литву, Латвию, Эстонию, Молдову, Казахстан. Более 100 ювелирных розничных магазинов по всей России работают под торговой маркой «АДАМАС».

НАПРАВЛЕНИЕ — ПОБЕДА!



АДАМАС
ЮВЕЛИРНЫЕ МАГАЗИНЫ

www.adamas.ru

ЕДИНАЯ СПРАВОЧНАЯ СЛУЖБА
в Москве (495) 737-37-87
в Санкт-Петербурге (812) 33-585-33

Производитель ООО «АДАМАС» столичный ювелирный завод»

Время не властно



реклама

115407, Москва, ул. Речников, д. 17
тел./факс: +7 (495) 784-61-65
info@nikawatches.ru
www.nikawatches.ru