



Нина Михайловна ГЛУШАКОВА уже давно в ювелирном бизнесе. Ее магазины «Оливин» много лет знают и любят в Барнауле. Тем не менее в 2012 году она поняла, что душа требует чего-то нового, связанного не просто с ювелирным бизнесом, а с российским ювелирным искусством. Так возник проект «Частная коллекция». Что это за проект, как он формировался и развивался, каковы его успехи сегодня – обо всем этом мы побеседовали с Ниной Михайловной ГЛУШАКОВОЙ.

Нина Михайловна ГЛУШАКОВА,
генеральный директор
ювелирных салонов «Частная коллекция»:

**«Я хочу поднять престиж
российского ювелирного
искусства»**



Нина Михайловна, как к вам пришла идея создания ювелирных салонов нового формата – «Частная коллекция»?

Кто-то помнит, а кто-то нет, но в советское время были не только обычные магазины, но и художественные салоны, в которых можно было приобрести различные произведения искусства. В таких салонах были представлены и полотна художников, и скульптуры малых и больших форм, и предметы разных ремесел. И там всегда была небольшая экспозиция ювелирных изделий – как правило, из серебра. Это было связано с определенными ограничениями того времени. Посетителями и покупателями художественных салонов были в основном люди, имеющие отношение к миру искусства, которые хотели украсить свое жизненное пространство интересными вещами. Они стремились к чему-то небанальному, нестандартному, нетиражному. В то время, конечно, не было простора для ювелирных дизайнеров и художников, и весь этот мир роскоши был в какой-то степени запретный.

Я давно работаю в ювелирной отрасли, и в какой-то момент – примерно семь лет назад – увидела, что стали появляться российские производители, создающие предметы ювелирного искусства. Они стремились сделать свои произведения высокохудожественными и высококачественными. Я встретила российских ювелирных авторов, имеющих свой почерк и стремление создавать оригинальные, нетиражные изделия. И с каждым годом их становилось все больше и больше. Я увидела российские украшения, вызывающие восхищение и восторг, и поняла, что наступило время, когда этих мастеров и эти изделия нужно представлять совершенно другим способом – не как в обычном магазине.



А почему это нельзя сделать в обычном ювелирном магазине?

Что такое наши обычные магазины и крупные сети? Это мультибрендовые торговые точки с тысячами товаров. И даже если в них есть витрины, прекрасные оригинальные украшения там теряются – ведь человеческий глаз просто устает сканировать это многообразие. Я поняла, что нужен совершенно новый формат представления ювелирных произведений искусства. Тогда у меня еще не было осознания, что это будет художественный салон. Я лишь понимала, что это должен быть не магазин и не бутик – и я это все время подчеркиваю. Ведь бутик в нашем российском представлении – это небольшой магазин известного бренда с высокими ценами, но не обязательно художественным наполнением.



В итоге я открыла художественный ювелирный салон и назвала его «Частная коллекция», потому что в нем представлены украшения, которые действительно могут быть предметами частной коллекции любого человека, стремящегося к коллекционному подходу. Это украшения, которые могут стать символами семьи, которыми люди гордятся и передают по наследству из поколения в поколение.

Кстати, с того времени как мы начали проект, нашими постоянными покупателями стало много семей, которые формируют такие частные коллекции. Они владеют совершенно уникальными украшениями – российскими произведениями ювелирного искусства, созданными в единственном экземпляре. В этих изделиях есть как коллекционная и художественная, так и инвестиционная составляющая, о которой я расскажу чуть позже.

Наверное, это очень дорогие украшения?

Многим кажется, что в таком ювелирном салоне как «Частная коллекция» обязательно должны быть безумные цены. Но это не так. У нас есть изделия российских производителей, работающих в разных ценовых сегментах, причем некоторые из них намеренно стремятся не выходить за определенные ценовые рамки. Тем не менее высокая художественная составляющая присутствует во всех представленных у нас украшениях. В России много талантливых ювелирных авторов, которые буквально переполнены творчеством. Они самобытны, они никому

не подражают и ничего ни у кого не копируют. Они родились, беременные этим творчеством, они несут его в себе и воплощают идеи и мечты в своих произведениях. Наша страна очень богата на таланты, я думаю, это генетическая память – иначе никак не объяснить.

Вы работаете только с российскими производителями?

Да, я принципиально работаю только с российскими производителями. Мне 65 лет, и, пусть это звучит громко, но я очень хочу успеть вернуть былую славу и поднять престиж российского ювелирного искусства. Я действительно очень хочу вернуть славу нашим производителям. Мне больно и обидно слышать, что в России нет таких ювелирных украшений, как у Cartier и Tiffany, например. «Изучите и сравните!» – говорю я покупателям. Сегодня у нас работает большое количество отечественных производителей, среди которых есть очень яркие звезды. И это при том, что российская ювелирная отрасль еще в самом начале пути – как таковой ей примерно 10 лет, а до этого была только массовка. Но я вижу, что за эти 10 лет мы стремительно, как на скоростном лифте, поднялись с 1-го на 100-й этаж.

Как и где вы находите таких ювелирных авторов и предприятия?

Раньше в основном на ювелирных выставках. Но сейчас я уже получаю много прямых предложений от предприятий, они сами выходят

на контакт. У нас в отрасли очень восприимчивый информационный эфир, и нужные люди легко находят друг друга. Подход у меня такой: это должно быть не «дорого-богато», а идеально по качеству, исполнению и дизайну. Мой взгляд обычно совпадает с оценкой экспертов, ведь на каждой выставке проводится конкурс ювелирных украшений. И все мы знаем высокий уровень жюри – это профессионалы, которые дорожат своей репутацией. Много лет работая в ювелирном бизнесе, я даже могу предсказать, какую коллекцию из привезенных на выставку ждет награда.

С производителями все понятно. А как вы находите своего покупателя?

Самое сложное, конечно же, привлечь внимание покупателей. Мы используем все возможные методы. Например, телевизионные проекты. Я начинала с того, что просто рассказывала людям, что представляют собой мои салоны. На самом деле, сегодня нужна огромная просветительская работа. Даже те, кто находится внутри отрасли, не всегда являются профессионалами, если говорить не о коммерческом, а о художественном аспекте. Покупатели привыкли приобретать украшения в салонах или бутиках известных ювелирных брендов – Cartier, Tiffany, Bulgari и других. Это объяснимо – люди, которые не разбираются в качестве ювелирных изделий, полагаются на репутацию бренда со столетней историей. Печально, что у многих из

них есть твердое убеждение, что в России ничего хорошего нет. И в этом отношении продвижение российских ювелирных украшений дело очень сложное. Повторюсь, здесь нужна большая просветительская работа.

Огромную роль в этом деле играет персонал. Персонал – это не просто продавцы, это эксперты, которые обладают глубокими знаниями во всех ювелирных областях – от производства и характеристик драгоценных камней до ювелирной моды. Мы находим – кстати, с большим трудом! – подходящих людей и сами обучаем их. Из тысячи выбираем одного, иногда расстаемся... Это очень сложный и трудоемкий процесс, но он приносит хорошие результаты.

Я знаю, что у вас в салонах проходят очень интересные мероприятия.

Да, самый эффективный метод продвижения сегодня – это событийный маркетинг. Я провожу различные мероприятия и встречи и всегда сама на них присутствую. Я приглашаю людей не покупать, а, например, на музыкальный салон, где они встречаются с интересными произведениями высокого музыкального искусства, с талантливыми исполнителями. Эти исполнители, может быть, и не имеют такой известности, как многие поп-звезды, но производят необыкновенное впечатление! Идея таких салонов пришла в голову не мне, а директору Сочинского концертно-филармонического объединения Владимиру Васильевичу Мишарину, когда он





в первый раз побывал в «Частной коллекции». Он как человек искусства понял, что попал в атмосферу искусства и что филармонические инструменты у нас будут прекрасно звучать. Он прислал ко мне директора Сочинской филармонии Анфиногенову Валерию Николаевну, она оценила помещение и выбрала зону, где можно поставить инструменты.

Мы провели первый музыкальный салон, и все были в полном восторге. Представьте себе: исполнитель и слушатель находятся на расстоянии вытянутой руки, их не разделяет сцена, световая завеса и прочие препятствия. Это особый энергетический процесс, в результате которого у людей бывает невероятное эмоциональное состояние. Приглашения на такие камерные мероприятия для потенциальных покупателей намного интереснее, чем, например, билеты на концерт в подарок. Мы живем в эпоху экономики впечатлений, для человека сегодня главное – не купить изделие, а получить впечатление от покупки.

Вы обещали рассказать про инвестиционную составляющую произведений ювелирного искусства.

Инвестиционная ценность ювелирных украшений – это тоже аспект, требующий просветительской работы. Люди об этом не знают, у нас очень мало говорят и пишут на эту тему. А ведь примеров масса. Возьмем, например, семью Феликса Юсупова. Мы все знаем его историю, количество его дворцов, наполненных разнообразными произведениями искусства, которые остались в России, когда Юсупо-

вы вынуждены были покинуть родину в начале XX века. И только ювелирную коллекцию эта семья смогла увезти с собой, что позволило им безбедно жить в эмиграции. То есть инвестиционный фактор всегда присутствовал во всех российских украшениях.

В качестве примера возьмем в целом монархические и известные дворянские семьи – они всегда имели прекрасные ювелирные коллекции, и, кстати, это были изделия именно российских ювелиров. Драгоценные камни считались самым главным подарком на свадьбу, это был первый инвестиционный вклад в новую семью. Это наши российские традиции, и они себя оправдали. Есть миллион примеров, и мы рассказываем о них нашим покупателям. А еще мы каждый день смотрим сводки с ведущих мировых бирж – и что мы там видим? Бриллианты не падают в цене на протяжении уже большого количества лет. Да, есть колебания на разные группы бриллиантов, но в целом падения нет. И об этом надо рассказывать людям, просвещать их.

Как вы выбирали места для своих салонов?

Здесь все просто. Барнаул – это город, в котором я живу. Я закрыла один из своих ювелирных магазинов-проектов (он показался мне неэффективным), а помещение находилось у меня в собственности, поэтому я стала думать, чем его заполнить. Как раз в это время моя идея по поводу художественного ювелирного салона окончательно сформировалась – и появился первый салон «Частная коллекция».



В Сочи я открыла салон практически случайно. Менеджеры отеля Hyatt узнали, что я имею отношение к ювелирному бизнесу и предложили открыть у них магазин. Я посмотрела будущую торговую галерею и дала положительный ответ в тот же день. Ведь что такое Hyatt? Это место, которое любят все бизнесмены мира, это отель, в котором буквально «пахнет деньгами» 😊

А третий салон появился по инициативе моей дочери. Приехав на открытие салона в Сочи, она настолько вдохновилась идеей и концепцией «Частной коллекции», что приняла решение открыть салон в городе, где живет, – Санкт-Петербурге. Салон находится в самом сердце Северной столицы, в собственном помещении, которое хоть и было приобретено намного раньше, идеально подошло для нашего проекта.

Во всех салонах разные интерьеры, несмотря на то что работает одна и та же творческая команда (художники, дизайнеры, декораторы). Салоны не повторяются, у каждого – свои отличия, и они связаны с местонахождением и помещением. Но каждый салон, даже не наполненный ювелирными украшениями, сразу создает впечатление арт-пространства.

У меня традиционный вопрос – о ваших планах.

В планах – развитие этих салонов, заполнение их новыми произведениями ювелирного искусства и продвижение их на всех рынках, не только российских. Уже сейчас есть иностранные покупатели, которые по достоинству оценили художественную ценность представленных у нас российских изделий. Это направление мы

обязательно будем развивать. По поводу того, чтобы тиражировать проект и открывать салоны где-то еще, – таких планов у меня нет. Когда у нас в гостях в сочинском салоне был заместитель министра культуры РФ Александр Владимирович Журавский, он задал вопрос: «Почему вы не откроете салон в Москве? Российские производители делают такие красивые украшения? Значит, надо салон в Москве открывать!» У меня есть несколько предложений в столице, но я пока не готова. И так непочатый край работы.

Да, работы у вас много. А кто вам помогает?

Я ощущаю мощную поддержку своей семьи. Когда в 2012 году я открывала первый салон «Частная коллекция» в Барнауле, многие мои коллеги и друзья меня не понимали. Они крутили пальцем у виска: «Как ты собираешься в кризисный период открывать такой дорогостоящий салон? Это нереально!» А вот как раз в семье я нашла поддержку – сначала своей идеи, а потом – ее реализации. Так с тех пор и работаем – все вместе.

*Беседовала Юлия НОВИКОВА,
главный редактор журнала
«Навигатор ювелирной торговли»*



Ювелирные салоны «Частная коллекция»

Барнаул, Партизанская, 83

Тел. +7 (903) 957-29-71

Сочи, Орджоникидзе, 17, отель Hyatt

Тел. +7 (966) 779-09-12

Санкт-Петербург, Полтавский проезд, 2

Тел. +7 (921) 904-24-83



KABAROVSKY

Лимитированная коллекция украшений
из серебра с горячей эмалью и цирконами Swarovski.

«МАЛЕНЬКИЙ ПРИНЦ»



- Коллекция — сказка.
- Коллекция — наследие.
- Коллекция — напутствие.

Есть книги на века. Они наши добрые советчики, наставники и друзья.

Если такая книга вошла в Вашу жизнь, то Вы уже никогда не будете одиноки.

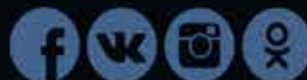
В этом сезоне всемирно известное произведение Антуана де Сент-Экзюпери нашло своё новое воплощение в уникальной коллекции Kabarovsky, с одноимённым названием.

Коллекция представляет собой набор из пяти очаровательных подвесок и одной пары серёг, которые располагаются в специальной подарочной шкатулке, дополненной личным экземпляром книги «Маленький Принц» и именной металлической табличкой с индивидуальным серийным номером.



156019, Россия, г. Кострома,
ул. Петра Щербины, д. 11
т.: +7 (4942) 49-69-00
ф.: +7 (4942) 49-69-01
udk2008@mail.ru
www.kabarovsky.ru
www.kabarovsky.com

#Kabarovsky



«...мы в ответе за тех, кого приручили...»