



# 2001 ГОД

**П**ервый номер журнала «Навигатор ювелирной торговли» вышел в январе 2001 года. Он представлял собой издание на восьми страницах, с названием и логотипом, вместо обложки на первом листе располагалось обращение к читателям. Вводное слово редактора было посвящено целям и концепции журнала, основным рубрикам и планам на дальнейшее развитие. Первая статья «Навигатора» называлась «Мебель ювелирного магазина» и рассказывала о том, как сделать интерьер магазина привлекательным и удобным.

Экспертом в публикации выступила компания «Red-Line», производитель и поставщик торгового оборудования – самый первый рекламодатель и партнер журнала «Навигатор ювелирной торговли».

Разумеется, в первый год работы штата авторов у «Навигатора» не было. Главный редактор проекта Сергей Леонидович Федоров собирал всю информацию самостоятельно, был и автором, и экспертом одновременно. Тогда было протрудировано бесчисленное количество различных полезных информационных источников, в том числе иностранных. Это сегодня специально для «Навигатора» заказываются обзоры и исследования в консалтинговых агентствах и маркетинговых бюро, а в то время все началось с нашей собственной статистики.



## НИКОЛАЙ МЕККЕЛЬ, генеральный директор компании «Red-Line»:

«2001 год, когда мы стали сотрудничать с «Навигатором», был окончанием посткризисного периода. Экономическая ситуация в стране в целом стала улучшаться, более активно стал развиваться ритейл. В 2001-м мы приобрели в собственность комплекс недвижимости под развитие производства, провели модернизацию, освоили многие технологические процессы, позволяющие проектировать и производить торговую мебель практически любой сложности. Наш производственный потенциал достаточно резко возрос, нужно было расширять рынок сбыта.

Для «Красной линии» было и остается характерным разработка и производство оборудования по индивидуальным проектам, а наиболее ярко индивидуальность подхода к организации торгового пространства присуща ювелирным магазинам. В оборудовании ювелирных

магазинов очень важно качество деталей, узлов, обработки поверхностей. Тогда было принято решение об активизации нашего участия в сфере проектирования и производства оборудования для ювелирных магазинов и салонов. Изучение специализированных изданий привело нас в еще совсем молодой, но уже здраво-амбициозный «Навигатор». Так началось наше сотрудничество, которое продолжалось много лет.

Я считаю, сегодня «Навигатор» – одно из самых уважаемых и серьезных изданий в своей сфере. Он охватывает практически все вопросы и проблематику, связанную с продажей ювелирных изделий. Объективен. Особого уважения и похвалы заслуживает обобщение и систематизация опыта и знаний, воплощаемые в серии различных приложений. Желаем журналу, а в его лице – и всему рынку, дальнейшего развития и процветания».