

АЛРОСА

КОРПОРАТИВНОЕ ИЗДАНИЕ КРУПНЕЙШЕЙ АЛМАЗОДОБЫВАЮЩЕЙ КОМПАНИИ

ОСЕНЬ 2019

**АЛРОСА СОХРАНЯЕТ ЛИДЕРСТВО
ПО ОБЪЕМУ СОЦИАЛЬНЫХ
ИНВЕСТИЦИЙ
НОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ PWC**

Глава сбытового
комплекса АЛРОСА

**Евгений
Агуреев:**

«Мы корректируем условия
каждой торговой сессии
в зависимости
от рыночной ситуации»

**TRUE
COLORS**

СПЕЦИАЛЬНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ
БРИЛЛИАНТОВ ФАНТАЗИЙНЫХ ЦВЕТОВ
ОТ АЛРОСА В ГОНКОНГЕ

Призрак розы

УНИКАЛЬНЫЙ БРИЛЛИАНТ ИЗ РОССИИ

ЗАКАЖИТЕ БРИЛЛИАНТ

на [DIAMONDS.ALROSA.RU](https://diamonds.alrosa.ru)

- Гарантии подлинности происхождения от лидера мирового рынка алмазодобычи
- Более 1000 бриллиантов с индивидуальным видео- и диджитал-паспортом



Проконсультируем по вопросу выбора бриллианта
с учетом ваших пожеланий и возможностей:
+7 (495) 777-10-87

О Т Р Е Д А К Ц И И



Розовый, пожалуй, самый «положительно заряженный» цвет. В зависимости от оттенка, насыщенности и контекста он может вызывать разнообразные и порой полярные ассоциации, но эмоционально он всегда притягательный и яркий.

В мире натуральных камней позиции розового неизменно высоки из-за его чрезвычайной редкости. Именно поэтому появление на аукционах крупных бриллиантов этого цвета традиционно вызывает огромный ажиотаж.

В России ограничили и планируют выставить на торги уникальный пурпурно-розовый бриллиант весом 14,83 карата. Аналогичного ему не было ни у нас, ни где-либо в мире: Геммологический институт Америки (GIA) говорит, что это крупнейший бриллиант чистоты IF, то есть без включений, в своем цвете, из всех, когда-либо проходивших сертификацию GIA. Цвет бриллианта определен как Fancy Vivid Purple Pink. Еще одна его исключительная особенность – отсутствие включений и дефектов.

Где и как был добыт и огранен «идеальный розовый» – читайте в этом номере.

Каждый кризис в алмазно-бриллиантовой отрасли имеет свою специфику. Об особенностях нынешнего, о поддержке клиентов в тяжелое время и о том, какие плюсы оно несет для рынка, рассказывает член правления, руководитель сбытового блока АЛРОСА Евгений Агуреев.

Не кризисом единым живет отрасль. АЛРОСА, видя потенциал в Дубае, планирует запускать проект по предложению здесь эксклюзивных бриллиантов. Кроме того, Единая сбытовая организация АЛРОСА вместе с Минфином России готовится к историческому переезду ЕСО и созданию в Москве Алмазного центра.

Об этом – также в интервью Евгения Агуреева.

АЛРОСА вышла в виртуальную реальность: чем новый онлайн-магазин бриллиантов удобен для трейдеров, ювелиров и тех, кто мечтает об особенном украшении, объясняет глава ограночного дивизиона АЛРОСА Павел Винихин.

Насколько уместны эксперименты с дизайном украшений, когда речь идет о традиционных формах и драгоценных камнях? Мы побывали на ювелирном производстве российского дизайнера Лизы Борзой и узнали, как придуманные ею эмалевые ласточки «перелетели» с тыльной стороны ее ладони за океан – к зарубежным заказчикам; как построить ювелирный бизнес в России и что включает в себя понятие «искусство для жизни».

Содержание



КОМПАНИЯ

04 Цифры

Трубка Майская:
перспективы отработки

06 Интервью

Гендиректор АЛРОСА
Сергей Иванов –
о планах по восстановлению добычи
на месторождении Мир: выдержки
из интервью газете «Ведомости»

08 Событие

Luminous diamonds
АЛРОСА запускает бренд
флуоресцентных бриллиантов

10 Новости

12 Интервью

Член правления, глава
сбытового комплекса АЛРОСА
Евгений Агуреев –
о мерах поддержки клиентов в кризис,
об историческом переезде Единой сбыто-
вой организации и о планах в Дубае



18 Cover story

Призрак розы
Об уникальном пурпурно-розовом
бриллианте, добытом и ограненном
в России

26 Социальный отчет

Этика производства
PwC: АЛРОСА остается лидером отрасли
по объему социальных инвестиций

36 Fancy colored

True colors stars
Аукцион цветных бриллиантов АЛРОСА
в рамках Hong Kong Jewellery & Gem Fair



40 Партия зеленых
Находка «Севералмаза»: в трубке Карпин-
ского-2 Ломоносовского месторождения
обнаружено повышенное количество
ювелирных зеленых алмазов

42 В фокусе

Бриллиантовый шопинг онлайн
АЛРОСА запустила интернет-магазин
по продаже бриллиантов

44 Вход к клиентам через банк
Бриллианты для единственного
в своем роде украшения и в качестве
инвестиций: проект АЛРОСА для клиентов
private banking



ДЕТАЛЬНО

46 Партнеры

Традиция дарить помолвочные
кольца набирает популярнсть
в Китае
Ведущий китайский ювелирный ретейлер
Chow Tai Fook отмечает 90-летие и рас-
сказывает журналу АЛРОСА о том, как
меняются предпочтения потребителей
второго по величине рынка потребления
бриллиантов в мире



50 Интервью

Правила бизнеса
Российский ювелир Лиза Борзая: «Клас-
сический стиль можно и нужно обыгры-
вать, но не слишком отклоняясь от стан-
дартов: это постепенная эволюция»



ТЕРРИТОРИЯ

58 Проект

Тренерский штаб
Три молодых сотрудника АЛРОСА
рассказывают, как публичные
выступления стали частью их работы

66 Содействие

Живые алмазы
Участие АЛРОСА в сохранении
популяции животных Якутии

70 Чемпионский путь

Детский хоккей и бальные танцы
под патронажем «Севералмаза»



78



ЛАЙФСТАЙЛ

72 Коллекция

Русские истории Шанель
Колосья пшеницы, тиары-кокошники
и наградные знаки отличия в ювелирной
коллекции Le Paris russe de Chanel

78 История

У самого сердца
Что позволило броши оказаться в числе
ювелирных долгожителей

84 Тренды

В лучшем цвете
Украшения с цветными камнями
на ковровых дорожках кинофестивалей
и самых ярких светских событий
2019 года



Корпоративное
издание «АЛРОСА»



Рекламно-информационный
буклет

Адрес редакции:
115184, г. Москва,
Озерковская наб., д. 24, стр. 1

Тел.: +7 (903) 265-36-00

Над номером работали:
Евгения Козенко, Павел Прытков,
Яна Юшина

Главный редактор:
Полина Валерьевна Тютина

Фото на обложке: Евгений Лихацкий

коммуникационная группа
MEDIA LINE

Издание подготовлено при участии
ИД «МедиаЛайн» www.mlgr.ru
Генеральный директор: Максим Шлегель
Руководители проекта: Карина Мелкумян,
Яна Ташкеева

Адрес издательства: 105120, г. Москва,
ул. Нижняя Сыромятническая, д. 10, стр. 9
Тел.: (495) 640-08-38, 640-08-39

Отпечатано в соответствии с предоставленными
материалами в типографии «Зетапринт»
Адрес: г. Москва, Шоссейная ул., д. 90, стр. 7

Подписано
в печать:
??.10.2019

Дата выхода
в свет:
??.10.2019

Распространяется
бесплатно

Электронная
версия доступна
на сайте
www.alrosa.ru



ЗДЕСЬ БУДЕТ КАРЬЕР «МАЙСКИЙ»
до ближайшего карьера
«БОТУОБИНСКИЙ» – чуть больше 3 км,
следом (на фото внизу справа) –
карьер «НЮРБИНСКИЙ»

ТРУБКА МАЙСКАЯ

ПЕРИОД РАЗРАБОТКИ

2006 – год открытия
трубки
Майская

2020 – год начала
разработки
трубки

2025 – год старта
добычи

2034 – проектный год
завершения
разработки

ГЕОГРАФИЯ

Месторождение Майское расположено в Накынском кимберлитовом поле, к которому также относятся уже разрабатываемые АЛРОСА месторождения Нюрбинское и Ботубинское

Расположение Накынского кимберлитового поля: малоосвоенный Нюрбинский улус в бассейне среднего течения реки Марха на междуречье ее левых притоков Накын и Ханнья, в истоках ручья Дьяхтар-Юрэгэ

3,2 км –
расстояние
от трубки Ботубинская
до трубки Майская

ПОГОДНЫЕ УСЛОВИЯ



Резко
континентальный
климат



7-8
месяцев
длится зима



-61°C
минимальная
температура,
самые сильные
морозы
в январе



Снежный
покров ложится
в начале октября
и сходит
в конце мая



+34°C
максимальная
температура
в самом теплом
месяце – июле



Доля Нюрбинского ГОКа в общем объеме добычи алмазов Группы АЛРОСА – 21% (в каратах) в 2018 году



Около
1500 человек
работают
в Нюрбинском
ГОКе



Рабочие
трудятся
вахтовым
методом (две
недели через
две)



Поселок
рассчитан
на 600 жителей



Работников
доставляют
на самолетах
Ан-38
и вертолетах
Ми-8, Ми-171

- Добычу на Майском будет вести Нюрбинский горно-обогатительный комбинат АЛРОСА
- 7,7 млн каратов алмазов добыл Нюрбинский ГОК в 2018 году
- Сейчас НГОК ведет добычу и обогащение руд и песков с трубок Нюрбинская, Ботубинская и одноименных россыпей

15
МЕТРОВ –
высота рабочих уступов
будущего карьера

12 и 5
МЛН М³ ЛЕТ –
столько вскрышных пород потребуется
извлечь и столько лет понадобится, чтобы
добраться до алмазоносной руды

400
МЕТРОВ –
проектная
глубина
карьера

100–300
ТЫСЯЧ ТОНН –
прогнозный годовой объем
добычи алмазоносной руды

- В первые два года планируется также попутно вести добычу алмазоносных песков с прилегающей россыпи
- Пески будут отвозить на обогащение на фабрику № 15 Нюрбинского ГОКа, руду – на фабрику № 16 НГОКа

ЛЮДИ

Генеральный директор алмазодобывающей компании побеседовал с ведущей российской деловой газетой «Ведомости». Мы публикуем выдержки из интервью, посвященные в том числе перспективам восстановления добычи на месторождении Мир, а также влиянию синтетики на рынок природных бриллиантов.



ГЛАВА АЛРОСА «ВЕДОМОСТЯМ»: ПУТЬ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ДОБЫЧИ НА «МИРЕ» БУДЕТ ВЫБРАН В 2023–2024 ГОДАХ

Во что инвестирует АЛРОСА – Вы укладываетесь в ваш прогноз по инвестициям на 2019 год – 29 млрд рублей без учета вложений в восстановление рудника «Мир»? Что именно входит в эту сумму?
– Мы в настоящее время оцениваем возможности корректировки плана инвестиций на этот год. В 2018 году капитальные затраты составили 27,8 млрд рублей, мы тогда заканчивали строительство рудника «Удачный», было запущено производство на Верхне-Мунском месторождении. В этом году капитальные затраты будут

ниже, так как наша инвестиционная программа вышла на плато, когда большая часть крупных проектов роста уже реализована. Основные средства сейчас идут на поддержание действующих активов, их модернизацию и техническое перевооружение. В инвестплан 2019 года также включены и инфраструктурные проекты. Далее мы ожидаем еще некоторого снижения капитальных затрат, так как новых строек не планируется. К 2023–2024 годам они сократятся до 15–18 млрд рублей. Что касается восстановления «Мира». Параллельно мы продолжаем работать над ТЭО проекта, но пока готового про-

ектного решения нет. Есть несколько конкурирующих между собой вариантов. Основная проблема – защита от расценов метеоро-ичерского водоносного комплекса, из-за которых и произошла авария. Все варианты решения этой задачи сложные, начиная от заморозки массива и заканчивая другими сценариями, которые на сегодняшний день существуют зачастую только в теории. Полностью они не внедрены ни на одном руднике в мире, нам некуда поехать и посмотреть, как это работает. Идентичных по сложности гидрогеологии месторождений просто нет.

ПОЗИТИВНЫЙ МОМЕНТ В ТОМ, ЧТО МЫ ЗНАЕМ СОДЕРЖАНИЕ АЛМАЗОВ В ТРУБКЕ И ИХ СТОИМОСТЬ. РУДНИК УНИКАЛЬНЫЙ, И ДАЖЕ ПРИ НЕГАТИВНОМ РЫНОЧНОМ СЦЕНАРИИ – РАДИКАЛЬНОМ СНИЖЕНИИ ЦЕН НА БРИЛЛИАНТЫ – ЭКОНОМИКА ПРОЕКТА БУДЕТ ОЧЕНЬ ХОРОШАЯ. ПЕРВАЯ ДОБЫЧА АЛМАЗОВ НА «МИРЕ» В СЛУЧАЕ ЕГО ВОССТАНОВЛЕНИЯ БУДЕТ НЕ РАНЕЕ 2030-Х ГОДОВ

За время доразведки мы надеемся окончательно определиться с техническим решением. Оно будет приниматься в 2023–2024 годах. До этого капитальные затраты на восстановление «Мира» не предусматриваются, кроме уже заложенных средств на доразведку. Задачи восстановить рудник просто ради того, чтобы восстановить, нет. Принимая решение о вхождении в проект, мы стараемся, чтобы IRR (внутренняя норма доходности) была не менее 20%, и обязательно анализируем его экологическую, промышленную безопасность.

Позитивный момент в том, что мы знаем содержание алмазов в трубке и их стоимость. Рудник уникальный, и даже при негативном рыночном сценарии – радикальном снижении цен на бриллианты – экономика проекта будет очень хорошая. Первая добыча алмазов на «Мире» в случае его восстановления будет не ранее 2030-х годов.

«Ограниченное влияние» синтетики
– De Beers запустила бренд украшения с синтетическими бриллиантами LightBox, чтобы контролировать происходящее на рынке синтетики и иметь возможность влиять на него. Вам такой вариант не интересен? Насколько вообще остро проблема синтетики стоит для отрасли?
– De Beers запустила LightBox, чтобы защитить свой основной бизнес и чтобы дифференцировать два продукта – натуральный и синтетический бриллиант: объяснить потребителю реальную стоимость одного и второго. У них это получилось успешно, удалось вывести синтетику в нишу, близкую к ювелирии. Их украшения с синтетикой сейчас продаются по достаточно низкой цене, в то же время потребители продолжают покупать украшения с натуральными бриллиантами, которые стоят ощутимо дороже.

Если говорить о рынке синтетики вообще, то важно помнить, что бриллианты сегодня конкурируют не только с синтетическими бриллиантами, но в целом с люксовыми товарами: одеждой, машинами, винами, путешествиями, сумками – со всем, что вызывает у людей сильные положительные эмоции. Синтетические бриллианты – это действительно вызов для отрасли. Но для нас это не черный ящик – мы прекрасно понимаем и знаем, что там происходит, видим потенциальное, но ограниченное влияние на рынок природных алмазов и бриллиантов. Несколько фактов. Если еще пару лет назад разница в ценах на синтетический камень и натуральные составляла 40%, то сейчас – уже 80%. С учетом количества мощностей по производству – а они неограниченные, их можно увеличивать в зависимости от спроса и производить миллиарды каратов и завалить весь рынок – у искусственных

бриллиантов не будет никакой стоимости уже на следующий день.

Основную проблему мы видим в инструменте, в самой механике продаж. Клиенту в ювелирном магазине могут предложить «другую опцию», которая позволит ему вписаться в определенный бюджет и при этом получить камень, на первый взгляд ничем не отличающийся от настоящего. Это очень опасная тенденция, потому что через некоторое время клиент начнет задавать вопрос, почему он купил что-то, что дешевле так сильно каждый день (как это может происходить с синтетическими камнями).

Есть и осознанный спрос на синтетические бриллианты. Люди приходят в магазин и просят что-то fanasy, что-то нетрадиционное. Преимущественно это молодежь. В конечном итоге многое зависит от того, как продавец объяснит покупателю, что именно он покупает. Ведь если речь о природных алмазах и бриллиантах, то говорим об уникальности, эксклюзивности, о том, что они имеют вторичную стоимость, о том, что их производство ограничено и дальше будет снижаться. А синтетика – это про другое. И мы наблюдаем, что эти два рынка распараллеливаются.

Мы внимательно изучали рынок искусственных сапфиров, изумрудов и других искусственных заменителей драгоценных камней – а они появились гораздо раньше синтетических бриллиантов. Везде мы видели один и тот же маркетинг: покупайте наш продукт, он экологически «правильный», произведен без рабского труда и т. п. Но сегодня такие аргументы уже смешны. Последние исследования показывают, что если сравнить влияние индустрии природных и синтетических алмазов на окружающую среду, то экологичность синтетики, мягко говоря, достаточно спорна. Согласно исследованию Trucost (подразделение S&P, занимается исследованиями и оценкой рисков от изменения климата и т. п. – «Ведомости»), размер выбросов CO₂ при производстве синтетических алмазов в 3–4 раза превышает аналогичные показатели по натуральным алмазам.

Выдержки из интервью главы АЛРОСА Сергея Иванова газете «Ведомости», № 140 (4867), 2019. Беседовала: Полина Трифонова

АЛРОСА ЗАПУСКАЕТ БРЕНД ФЛУОРЕСЦЕНТНЫХ БРИЛЛИАНТОВ LUMINOUS DIAMONDS НОВЫЙ СВЕТ

Крупнейшая алмазодобывающая компания в мире намерена открыть рыночную нишу для бриллиантов, которые светятся в ультрафиолетовых лучах. АЛРОСА ведет переговоры с несколькими крупными компаниями в разных регионах на предмет поставки флуоресцентных бриллиантов для изготовления светящихся в ультрафиолете ювелирных украшений. О таких планах генеральный директор АЛРОСА Сергей Иванов рассказал в интервью агентству Reuters.



мероприятии или даже под лучами солнца. «Мы видим этот спрос (по итогам опросов) и уверены, что сможем конвертировать его в продажи».

Он светится!

Флуоресценция в алмазе и бриллианте проявляется в ультрафиолетовом свете. Почти все природные алмазы, обладающие флуоресценцией, светятся голубым светом. Однако в природе, хоть и очень редко, встречаются алмазы, демонстрирующие в УФ-лучах оранжевый, желтый, зеленый и сиренево-розовый свет.

Свойством излучать свечение отличаются меньше четверти природных бриллиантов: из 1 миллиона бриллиантов, прошедших сертификацию в геммологической лаборатории HRD Antwerp, лишь 20% являются флуоресцентными.

Флуоресценция в бриллианте может быть разной интенсивности – от слабой до очень сильной. Ультрафиолетовая лампа в ночном клубе «зажжет» голубой огонек в камне, а на солнце флуоресценция сыграет на руку владельцу украшения, нейтрализуя желтый оттенок в бриллианте (мы писали подробно об исследовании HRD в журнале АЛРОСА зима-2019). Исследование HRD 2018 года, посвященное бесцветным флуоресцентным бриллиантам, показало, что бриллиант с очень сильной флуоресценцией, обладая цветом J (цвет D – абсолютно бесцветный, E, F, G и далее до Z обозначают степени желтизны в камне, отнесенном к бесцветному), при рассмотрении площадкой вверх может выглядеть при солнечных лучах как камень с цветом G, то есть более бесцветным.

В беседе с корреспондентом информационного агентства глава АЛРОСА сообщил, что компания не планирует начинать собственный розничный бизнес. Ювелирные изделия будут продаваться в магазинах ретейлеров-партнеров.

«У нас цель поставлять флуоресцентные бриллианты – оговоренные самой АЛРОСА или ее клиентами – ретейлерам и обеспечить маркетинговую поддержку, а если это будет необходимо – дизайн ювелирных изделий», – сообщил Reuters Сергей Иванов.

В АЛРОСА уверены, что необычные украшения имеют все шансы стать идеальным средством самовыражения для миллениалов. «Мы увидели, что это может стать модным и интересным для молодых людей продуктом», – говорит Сергей Иванов. Это будет специальная линия: украшение с бриллиантом, который светится в ночном клубе, на вечернем

ОСЕНЬЮ 2017 ГОДА
СОВМЕСТНО
С ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ
КОМПАНИЕЙ GFK АЛРОСА
ПРОВЕЛА
**ОПРОС СРЕДИ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
БРИЛЛИАНТОВ
США И КИТАЯ**

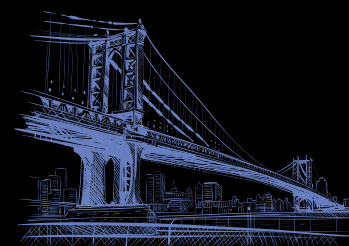
ОПРОШЕНО:
примерно 4 тысячи жителей
США и Китая, мужчин
и женщин

ВОЗРАСТ:
25–55 лет

УРОВЕНЬ ДОХОДА:
средний
или выше среднего

за последние 12 месяцев
покупали или получали
в подарок бриллиантовые
ювелирные украшения

США



КИТАЙ



С ЯВЛЕНИЕМ
ФЛУОРЕСЦЕНЦИИ
БРИЛЛИАНТОВ В ТОЙ
ИЛИ ИНОЙ СТЕПЕНИ
ЗНАКОМЫ

39%

59%

СЛЫШАЛИ О ТАКОМ
ЯВЛЕНИИ,
ХОТЯ И НЕ ЗНАЮТ,
ЧТО ИМЕННО ЗА НИМ
СТОИТ

20%

28%

ГОТОВЫ РАССМОТРЕТЬ
ДЛЯ ПРИОБРЕТЕНИЯ
УКРАШЕНИЯ
С ФЛУОРЕСЦЕНТНЫМИ
БРИЛЛИАНТАМИ

82%

94%



ALROSA DIAMOND INSPECTOR ПОКАЗАЛ ВЫСОКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПО ИТОГАМ ТЕСТИРОВАНИЯ

Первый российский портативный прибор для проверки подлинности бриллиантов ALROSA Diamond Inspector показал высокие результаты по итогам тестирования, проведенного в независимой лаборатории UL Verification Services, Inc. в Бостоне (США). Благодаря трем методам анализа, простоте использования и невысокой по сравнению с аналогами стоимости российский прибор подходит для идентификации бриллиантов розничным магазинам, ломбардам, дистрибьюторам, геммологическим лабораториям, производителям ювелирных украшений.

Тестирование проводилось в июле этого года в рамках программы ASSURE Ассоциации производителей алмазов (DPA). Она направлена на разработку и применение единого стандарта оценки эффективности инструментов и специальных приборов для идентификации бриллиантов.

Всего в процессе тестирования ALROSA Diamond Inspector было задействовано почти 1400 образцов, среди которых натуральные бриллианты I и II типов, синтетические бриллианты, в том числе образцы, не представленные на рынке и выращенные с помощью последних передовых технологий, а также неалмазные имитации (фианиты, муассаниты и пр.).

Помимо ALROSA Diamond Inspector специалисты лаборатории UL Verification Services, Inc. протестировали еще более 20 приборов различных производителей, разделив их на три группы. ALROSA Diamond Inspector использует в работе сразу три оптических метода идентификации, благодаря чему он способен отделять натуральные бриллианты от синтетических и от неалмазных имитаций (симулянтов). ALROSA Diamond Inspector был отнесен к третьей группе приборов, обладающих самыми широкими функциональными возможностями.



ТОЧНОСТЬ ОЦЕНКИ

По итогам тестирования ALROSA Diamond Inspector показал почти стопроцентный результат определения натуральных бриллиантов (96,4%), безошибочно определил синтетические бриллианты (100%) и оказался единственным прибором, показавшим стопроцентный результат выявления неалмазных имитаций (симулянтов).

ПОРТАТИВНОСТЬ

ALROSA Diamond Inspector относится к категории портативных приборов, он имеет небольшие габариты (15 x 25 x 10 см) и вес (1,8 кг в пластиковом корпусе и 3,1 кг в металлическом).

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ

Тестирование камней в ALROSA Diamond Inspector проводится вручную. Анализ одного камня занимает 45 секунд, по истечении которых прибор автоматически интерпретирует результаты, используя сложный математический алгоритм спектрального анализа, и выдает на экране готовый ответ. ALROSA Diamond Inspector может анализировать как отдельные камни, так и бриллианты в ювелирных изделиях. Для его использования не требуется геммологических знаний.

ПАРАМЕТРЫ КАМНЕЙ

ALROSA Diamond Inspector может анализировать натуральные бриллианты, синтетические бриллианты и неалмазные имитации (симулянты) любой формы. Прибор анализирует камни в диапазоне размеров от 0,03 до 10 каратов и диапазоне цветов от D до J (бесцветные и почти бесцветные). Следует отметить, что именно эти диапазоны являются наиболее ходовыми в сфере розничной торговли ювелирными украшениями.

СТОИМОСТЬ

ALROSA Diamond Inspector стоит 5,799\$. Это существенно ниже, чем большинство зарубежных аналогов.



НАБСОВЕТ АЛРОСА ОДОБРИЛ ПОКУПКУ СМОЛЕНСКОГО ЗАВОДА «КРИСТАЛЛ»

Согласно подписанному ранее распоряжению Правительства РФ, стоимость 100% акций «Кристалла», определенная на основании отчета независимого оценщика, составляет 1,886 млрд рублей.

Наблюдательный совет АК «АЛРОСА» в сентябре одобрил участие в АО «ПО «Кристалл» путем приобретения 100% акций общества у Российской Федерации в лице Росимущества на условиях, определенных в распоряжении Правительства РФ.

Наблюдательный совет АЛРОСА поручил генеральному директору компании заключить договор купли-продажи акций «Кристалла» на условиях, предложенных Росимуществом. Кроме того, менеджмент компании должен до конца года разработать и представить на рассмотрение Наблюдательного совета

план мероприятий по развитию и обеспечению дальнейшего функционирования «Кристалла» в составе Группы АЛРОСА.

Заместитель гендиректора АЛРОСА Алексей Филипповский:

– Несмотря на то что в настоящее время АЛРОСА является ключевым поставщиком алмазного сырья для «Кристалла», на долю смоленского предприятия приходится всего около 0,5% общего объема реализации АЛРОСА. Сумма приобретения составляет менее 1% от величины чистых активов АЛРОСА, и, по нашей оценке, она не превысит размера чистых активов «Кристалла» на дату приобретения. Закрывать сделку планируется в первой половине октября. После этого мы начнем разрабатывать план интеграции предприятия в состав Группы АЛРОСА.



ЗАВОД «КРИСТАЛЛ»

Основан в Смоленске в 1963 году. 100% акций предприятия принадлежит государству в лице Росимущества. «Кристалл» является крупнейшим производителем бриллиантов в России и Европе. Ежегодно на нем обрабатывается более 200 тысяч каратов алмазного сырья. Более 90% этого объема «Кристаллу» поставляет АЛРОСА. Зарубежные торговые офисы «Кристалла» по торговле бриллиантами работают в Гонконге, США и Бельгии. Общая численность персонала компании – 1,8 тысячи человек. По итогам 2018 года «Кристалл» произвел и реализовал 105,7 тысячи и 111,7 тысячи каратов бриллиантов соответственно. Общая выручка составила 12,8 млрд рублей, чистая прибыль – 40,7 млн рублей.

В 2002 году «Кристалл» запустил собственное ювелирное производство – ювелирную группу «Смоленские бриллианты», чья розничная сеть насчитывает свыше 50 точек продаж в 30 городах России. Кроме того, «Кристаллу» принадлежит предприятие «Алмаз-сервис» по производству оснастки и инструмента для алмазной отрасли.



Гендиректор ООО «Алмазный НТЦ», производителя прибора

ВЛАДИМИР
СКЛЯРУК

ALROSA Diamond Inspector оказался единственным портативным прибором из прошедших тестирование, в котором используются сразу три метода идентификации бриллиантов. Можно с высокой степенью уверенности говорить, что по совокупности своих характеристик – комплексный и точный анализ, портативность, простота использования и невысокая цена – ALROSA Diamond Inspector подходит для розничных магазинов, ломбардов, дистрибьюторов, геммологических лабораторий, производителей ювелирных украшений. Такие приборы можно легко установить даже в небольших магазинах. Любой человек сможет прямо на месте проверить ювелирное украшение и удостовериться, что установленный в нем бриллиант имеет природное происхождение и не является синтетикой или подделкой. Прибор является надежным инструментом защиты рынка природных бриллиантов. Детектор подлинности бриллиантов АЛРОСА был представлен на крупнейшей ювелирной выставке в Гонконге Hong Kong Jewellery & Gem Fair в сентябре 2019 года.

Член правления,
глава подразделения сбыта АЛРОСА

ЕВГЕНИЙ АГУРЕЕВ

рассказывает, чем текущий кризис в алмазно-бриллиантовой отрасли отличается от предыдущих, как онлайн-канал продажи бриллиантов трансформирует работу рынка сырых алмазов и как крупнейшая добывающая компания поддерживает участников рынка.



«ОСОБЕННОСТЬ ЭТОГО КРИЗИСА - В ЕГО МНОГОФАКТОРНОСТИ»

– Алмазодобывающие компании каждый месяц отмечают снижение продаж алмазного сырья. Так, если сравнивать с аналогичным показателем предыдущего года, в первой половине 2019-го АЛРОСА констатировала сокращение продаж алмазов на 16% – до 18,9 млн каратов. Другие основные игроки рынка демонстрируют сопоставимую динамику. В чем причины?

– Многие не хотят признаваться, но в отрасли сейчас кризис. Масштабы

его эксперты оценивают по-разному. Некоторые сравнивают нынешнюю ситуацию с 2015 годом, но наши специалисты, давно работающие в отрасли, полагают, что этот кризис тяжелее. По их мнению, сложнее, чем сейчас, было только в 2008–2009 годах, когда АЛРОСА на какой-то период ушла с рынка и не реализовывала продукцию. Кризис 2015 года не сочетал в себе столько факторов, сколько мы наблюдаем сегодня.

Основными причинами кризиса 2019 года являются перепроизводство бриллиантов и переполненность стоков ограненных камней, ожидающих реализации. Почему это произошло? В течение 2017–2018 годов мировая алмазодобыча демонстрировала уверенный рост, и ры-

нок этого требовал: наши показатели продаж алмазного сырья росли от месяца к месяцу. Но уже тогда у специалистов компании возникал вопрос: насколько потребность в таком объеме алмазного сырья оправдается на этапе реализации ограненных камней и ювелирных изделий? Полагаю, ожидания ретейлеров и мидстрима были завышены. В итоге большой объем бриллиантов осел в стоках нереализованным. Избыточное наличие продукта привело к снижению цен на бриллианты, которое мы наблюдали с конца 2018 года.

Второй фактор связан с неизбежными преобразованиями рынка, которые диктует крупнейшая страна – потребитель бриллиантов – США. Розница активно

«Мы корректируем
условия каждой
торговой сессии
в зависимости от рыночной
ситуации»

уходит в онлайн-канал. При наличии электронной витрины с бриллиантами и ювелирными украшениями у интернет-магазина нет необходимости держать у себя большие запасы продукции. При запросе от покупателя ретейлер закажет необходимые позиции у мидстрима (огранщиков) или ювелиров. И выходит так, что мидстрим и ювелирные производства, привыкшие, работая с физическими магазинами, реализовывать продукцию большими партиями, вынуждены сейчас выступать в роли складов. Более того, ретейлеры требуют сейчас от них оперативную доставку заказов сроком максимум в два дня.

Еще одна тенденция бриллиантового рынка – принятие решений в последнюю минуту. Ретейлеры намеренно оттягивают закупку. Так, вместо того чтобы разместить заказы к Новому году и Рождеству в июне, они выжидают до июля или даже августа, с тем чтобы воспользоваться традиционно низким сезоном. В результате мидстрим оказывается под большим давлением.

– Отражается ли это на алмазодобывающих компаниях? – Безусловно. Вслед за огранщиками трансформируется весь алмазопровод. Мы тоже вынуждены адаптироваться к текущим условиям. Вопрос в том, насколько был готов к этой трансформации мидстрим, особенно на фоне изменений в банковском секторе Индии и ужесточения условий кредитования гранильных предприятий. Как мы помним, в начале 2018 года на бриллиантовом рынке в Индии были выявлены случаи мошенничества. По одной из схем некоторые компании получали огромные кредиты, не имея реального залога и возможности отдать эти долги. Это вынудило власти ужесточить государственное регулирование и условия по кредитованию. Лишившись банковского финансирования, огранщики и ювелиры, конечно, резко сократили оборот, и это стало еще одной из предпосылок нынешнего кризиса.

Список факторов, создавших среду для сегодняшней тяжелой ситуации, также дополняют события и в геополитике. – Вы об отношениях Китая и США? – Америка и КНР с прошлого года «обмениваются» санкциями в виде по-

вышения пошлин на ввоз различных товаров. В августе было объявлено, что с 1 сентября США дополнительно повышает тарифы на ввоз товаров из Китая. В списке товаров – и алмазное сырье, и бриллианты, и украшения. В Китае размещено множество ювелирных производств под американские заказы. В условиях новых санкций их бизнес становится неприбыльным. Эта обстановка оказывает ощутимое влияние на самочувствие всей мировой алмазно-бриллиантовой отрасли, так как необходимо напомнить, что, по разным оценкам, от 50 до 60% ювелирных изделий (включая изделия с бриллиантами), продающихся в США, производится в Китае.

В целом мы видим, что из-за происходящей торговой войны китайский потребитель стал очень избирателен: предвосхищая осложнение экономической ситуации в своей стране, он откладывает дорогие покупки до лучших времен. Так что в Китае, а особенно в Гонконге, продажи ювелирных изделий с бриллиантами снижаются. В первой половине 2019 года гонконгские ювелирные розничные сети отчитались о падении продаж на 16–18% по сравнению с аналогичным показателем прошлого года. Одна из ключевых причин – всеобщие политические акции протеста, которые привели к сокращению потребления товаров не первой необходимости местным населением и туристами, чей поток на полуостров резко сократился.

«МЫ ДЕЛАЕМ ВСЕ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ПОДДЕРЖИВАТЬ НАШИХ КЛИЕНТОВ В ТЯЖЕЛОЕ ВРЕМЯ, И СТАРАЕМСЯ ПРОЯВЛЯТЬ ГИБКОСТЬ»

– Какую тактику АЛРОСА выбрала в этой ситуации? – Мы делаем все для того, чтобы поддерживать наших клиентов, а для этого нужна гибкость. Аккумулируем их

пожелания и каждый месяц корректируем условия торговых сессий.

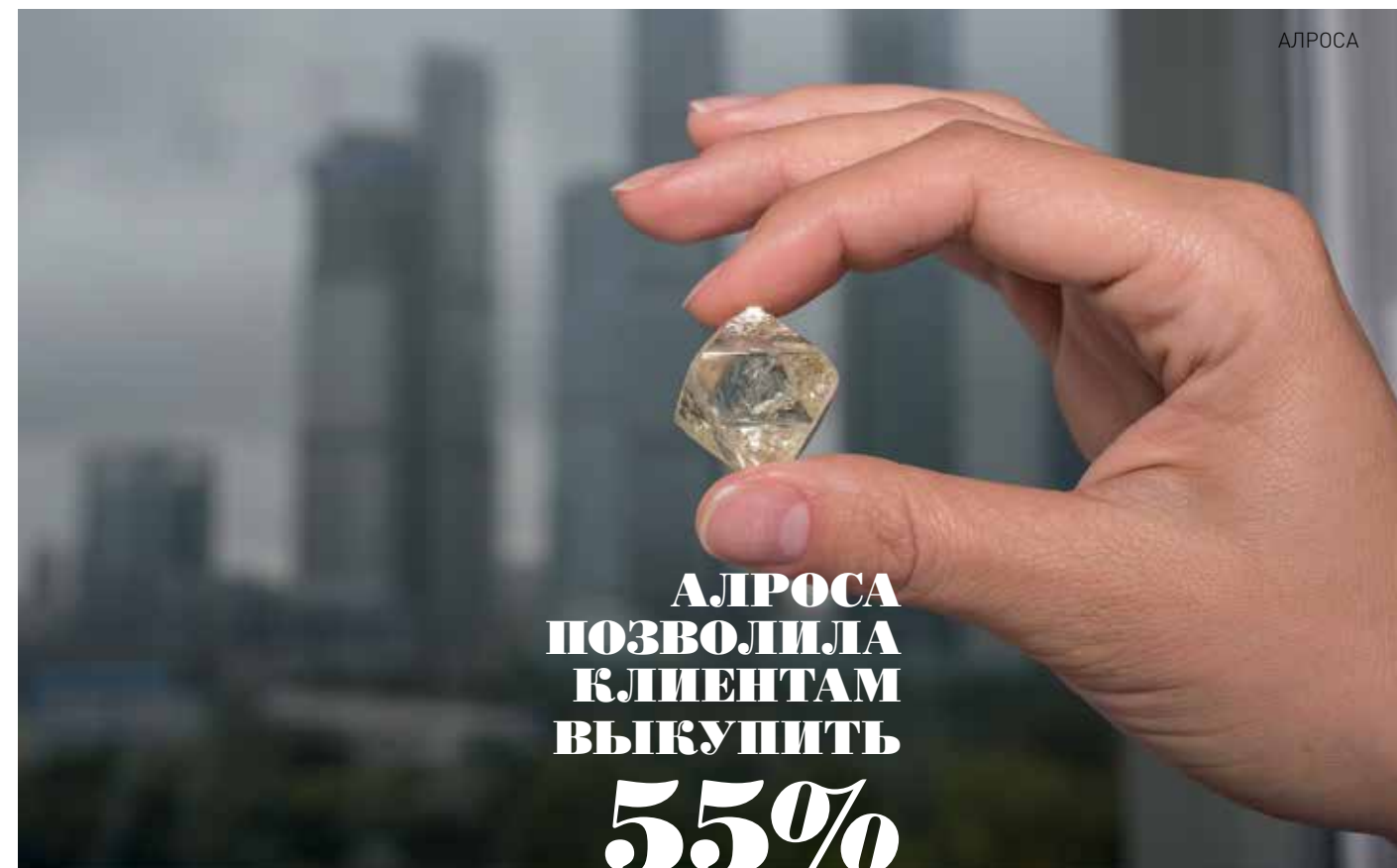
Договоры с долгосрочными клиентами, заключенные в конце 2017 года на три года, определяют обязательный объем закупки алмазного сырья в каждую сессию. В июльской сессии, в условиях переполнения стоков бриллиантов, мы дали клиентам возможность выкупа лишь 55% из оговоренного в контракте объема, оставляя невыкупленными 45%. При этом мы не вынуждаем клиента забрать невыкупленное сырье позже – ни в следующую сессию, ни в конце года. По итогам июльской сессии клиенты забрали в среднем 57,5% сырья, подготовленного для них в стандартных боксах. Таким образом, покупая только необходимое количество сырья, мидстрим замедлил темпы производства бриллиантов и получил возможность сфокусироваться на реализации бриллиантов, накопившихся в стоках.

Что касается июньской сессии, у нас был установлен разный процент отбора для основного объема договора и дополнительного объема экстрара – 60 и 50% соответственно – и также без обязательств дальнейшего выкупа оставшейся части. В июле по просьбе клиентов сделали единый процент отбора на основной и экстрара-объемы.

– Какие еще меры предпринимает компания? – Мы сдвинули июльскую, а затем августовскую торговую сессию на более поздний срок. Казалось бы, что могут дать несколько дней отсрочки?

При определении дат мы учли выставки, намеченные на эти дни мероприятия, и периоды отпусков, которые также способны повлиять на эффективность торговых сессий. Интересно, что кризис никоим образом не сказывается на желании людей воспользоваться отпуском. Кризис кризисом, но в августе, как обычно, взяла отпускную паузу Европа, а осенью вся Индия будет традиционно отмечать Дивали (главный индийский и индуистский праздник).

Сдвинув на пять дней июльскую сессию, мы заранее предоставили клиентам всю информацию по ее параметрам. Это позволило им лучше подготовиться в плане запросов, лучше проанализировать наше ценовое и продуктовое



**АЛРОСА
ПОЗВОЛИЛА
КЛИЕНТАМ
ВЫКУПИТЬ
55%**

**ИЗ ОГОВОРЕННОГО
В КОНТРАКТЕ
ОБЪЕМА, ОСТАВЛЯЯ
НЕВЫКУПЛЕННЫМИ**

**ДО 45%.
ПРИ ЭТОМ МЫ
НЕ ВЫНУЖДАЕМ
КЛИЕНТА ЗАБРАТЬ
НЕВЫКУПЛЕННОЕ
СЫРЬЕ ПОЗЖЕ.**

предложение. Кроме того, к каждой сессии мы при необходимости адаптируем отпускные цены. Все эти меры отразились на качестве реализации сырья, и мы уже увидели результаты.

Август – традиционно один из самых низких по активности периодов. Мы решили перенести сессию на неделю позже, увеличив, таким образом, временной интервал с предыдущей, июльской: чтобы дождаться большего спроса на свежее сырье и, кроме того, переждать разгар отпусков в Антверпене.

Мы придерживаемся традиционной для себя стратегии в периоды спадов – price over volume, что означает: стабильная цена на рынке важнее объемов реализации.

– Есть ощущение, что кризисы в отрасли случаются все чаще. – Скорость событий возрастает, мир становится сложнее. В развитие рынка вмешивается геополитика. Между тем миропорядок в алмазном бизнесе складывался десятилетиями, наш сектор очень традиционен и склонен к инертности. Чтобы сохранить устойчивость, мы должны быстрее адаптироваться





В периоды спадов мы придерживаемся традиционной для себя стратегии – PRICE OVER VOLUME, ЧТО ОЗНАЧАЕТ:

СТАБИЛЬНАЯ ЦЕНА НА РЫНКЕ ВАЖНЕЕ ОБЪЕМОВ РЕАЛИЗАЦИИ.

к внешним условиям и уметь прогнозировать трудные времена.

Вместе с тем не устаю повторять, что любой кризис несет в себе очищение. Его не вынесут компании, которые спекулировали, рисковали. А те, кто вкладывал в свое будущее, создавал заранее запас прочности, этот кризис переживут и станут благодаря ему только крепче. Кризис покажет, кто из претендентов на статус долгосрочных клиентов АЛРОСА действительно к этому готов.

– Когда, по-вашему, кризис закончится?

– Мы полагаем, что ситуация нормализуется к концу этого – началу следующего года.

– Возвращаясь к операционным результатам компании: добыча АЛРОСА не снижается.

– У нас 35 тысяч работников. Как фактически бюджетобразующая

компания, обеспечивающая более 40% доходов бюджета Якутии, мы несем обязательства перед населением по обеспечению рабочих мест и достойного заработка. В прошлом году началась добыча на новом месторождении – Верхней Муне, что позволило трудоустроить в том числе бывших работников рудника «Мир». Мы не можем позволить себе резко сократить добычу, приостановить производство. Помимо прочего, снижение темпов производства повысит его себестоимость.

Кроме того, сейчас мы наблюдаем хороший спрос на технические алмазы, поэтому держим темпы добычи еще и с учетом востребованности этих позиций. Хочу также заметить, что в США, где потребляется 50% мирового объема бриллиантов, не отмечается падения продаж. Да, внутри алмазопровода произошел затор на уровне мидстрима, но розница постепенно переработает то, что накопилось.



Во время выступления на клиентской встрече в Москве, 2019 год

«БРИЛЛИАНТЫ С ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ В ДУБАЕ»

– В 2017 году АЛРОСА заявила о себе как о производителе уникальных бриллиантов. Как вы собираетесь развивать направление продаж бриллиантов?

– В бриллиантовом бизнесе опорная площадка для нас – нью-йоркская. В начале года компания усилила команду руководителем с большим опытом работы именно на американском рынке алмазов и бриллиантов. Благодаря этому мы сейчас привлекаем новых клиентов, в том числе ювелирные компании, развиваем сотрудничество по маркетинговым проектам, оперативно анализируем ситуацию и тренды крупнейшего бриллиантового рынка. Также мы планируем предлагать бриллианты с исключительными характеристиками для клиентов в Дубае.

– Раньше АЛРОСА не организовывала аукционы по продаже бриллиантов в дубайском офисе?

– Нет. Раньше мы воспринимали Дубай исключительно как торговый хаб с развитой инфраструктурой и особой экономической зоной, где базируются Алмазная биржа и представители покупателей алмазов из разных стран. Дубай также удобен с точки зрения близости к Индии – именно офис в ОАЭ организует алмазные тендеры в Мумбаи. Дубайская площадка, помимо проведения аукционов и тендеров, также помогает нам в работе с сырьем, добываемым ГРО «Катока». Это помогает повысить качество сортировки и содержимого боксов для последующей продажи.

Ко всему вышесказанному, мы видим потенциал в предложении бриллиантов состоятельным резидентам ОАЭ. Главный предмет их интереса – бесцветные особо крупные камни исключительной чистоты. Разумеется, такая редкость, как цветные бриллианты, также привлекает ценителей роскоши из Арабских Эмиратов. Московский филиал «Бриллианты АЛРОСА» развивает огранку уникальных камней, поэтому нам будет что везти в Дубай.

– Когда вы запустите продажи бриллиантов?

– В этом году не планируем, а в 2020 году хотим провести экспериментальные продажи, чтобы узнать настроения аудитории в Дубае.

– В прошлом году вы ввели в действие номенклатуру по цветным алмазам. Как показал себя новый подход к сортировке алмазного сырья?

– Введение новой номенклатуры с 19 позициями цветов позволило нам реализовать стратегию по собственной огранке цветных бриллиантов. АЛРОСА претендует на ведущие мировые позиции в производстве бриллиантов фантазийных оттенков. В филиале «Бриллианты АЛРОСА», костяк которого составляют огранщики и технологи с многолетним опытом работы над сложными и уникальными камнями, создают изделия высочайшего качества, там способны изготавливать настоящие шедевры из особенного сырья.

Часть цветных алмазов мы реализуем на тендерах: они продаются в сформированных по цветам комплектах. Это в первую очередь удобно нашим клиентам: если раньше цветные алмазы «те-рялись» в боксах с регулярным товаром, то сейчас можно приобрести комплект с прицелом на украшение с камнями одного оттенка.

– Давно ходят разговоры о переезде Единой сбытовой организации в другое здание. Когда это произойдет?

«МИНФИН ХОЧЕТ СОЗДАТЬ АЛМАЗНЫЙ ЦЕНТР НА СЕВАСТОПОЛЬСКОМ ПРОСПЕКТЕ»

– АЛРОСА оформляет покупку бизнес-центра на Севастопольском проспекте.

Но это не просто переезд ЕСО. Фактически это наш совместный проект с Министерством финансов РФ. Минфин хочет создать алмазный центр, в котором бок о бок с производством находились бы службы, отвечающие за регулирование, надзор, охрану драгоценных камней. Бизнес-центр с двумя корпусами, в том числе зданием в 22 этажа, позволит с комфортом разместить цеха сортировки, комплектации алмазов и другие подразделения ЕСО, обустроить удобную зону для приема клиентов. Сюда же планируется переместить управление и клиентские службы гранильного комплекса «Бриллиантов АЛРОСА». Отдельный корпус будет предназначен для структур госконтроля: ФТС, Гохрана, Пробырной палаты, Алмаз-ювелирэкспорта.

Третье десятилетие сотрудники ЕСО ходят на работу в здание, которое раньше занимал Гохран, на улице 1812 года. Здание ЕСО морально и технически сильно устарело. Сейчас отсутствуют элементарные нормальные условия труда у наших сотрудников и клиентов, регулярно приезжающих к нам. Тем не менее многие работники ранее купили или снимают в этом районе жилье. Им предстоит принять непростое решение, связанное со сменой локации офиса. Но в любом случае они должны осознавать, что мы переезжаем для кардинального улучшения условий труда и клиентского сервиса.

ПРИЗРАК РОЗЫ

САМЫЙ БОЛЬШОЙ В СВОЕМ ЦВЕТЕ ПУРПУРНО-РОЗОВЫЙ БРИЛЛИАНТ



ДОСЬЕ НА АЛМАЗ

ДОБЫТ	1 июля 2017 года на россыпи Эбеях. Месторождение разрабатывает дочерняя компания АЛРОСА – «Алмазы Анабара»
ВЕС	27,85 карата
ЦВЕТ	розовый

Овальный бриллиант весом 14,83 карата, ограненный мастерами московского гранильного дивизиона АЛРОСА, сочетает в себе исключительные характеристики веса, цвета и чистоты. Американская геммологическая лаборатория GIA констатировала, что это самый большой из всех бриллиантов чистоты IF (без дефектов) цвета Fancy Vivid Purple-Pink, когда-либо проходивших у них сертификацию. Какие трудности преподнес огранщикам этот уникальный розовый алмаз и какова история имени ограненного из него самого дорогого в России бриллианта – в нашем материале.

ДОСЬЕ НА БРИЛЛИАНТ

(согласно сертификату GIA):

ВЕС	14,83 карата
ЦВЕТ	яркий пурпурно-розовый Fancy Vivid Purple-Pink
ЧИСТОТА	без внутренних дефектов Internally Flawless (IF)
ФОРМА	модифицированный овал
ЧИСЛО ГРАНЕЙ	69



ЗАПОЛЯРНОЕ ЧУДО

Добыча розового алмаза в 2017 году стала эпохальным событием для всей страны – за всю историю российской алмазодобычи ничего подобного у нас не находили. Так, за восемь предшествующих уникальной находке лет число добытых на месторождениях Группы АЛРОСА алмазов аналогичного оттенка весом свыше 2 каратов исчислялось единицами. Причем самый крупный из них весил чуть меньше 4 каратов.

Розовый обломок кристалла алмаза весом 27,85 карата был найден в середине лета 2017 года специалистами Удачинского горно-обогатительного комбината – находку обнаружили при окончательной доводке сырья, поступившего с алмазной россыпи Эбелях. Россыпь расположена в районе ручья Эбелях, в 250 км севернее полярного круга. Добычу на этом участке ведет дочерняя компания АЛРОСА – «Алмазы Анабара».

Цветные алмазы встречаются почти на всех месторождениях Группы АЛРОСА, но такие находки чрезвычайно редки. Львиная доля цветных алмазов Группы добывается на заполярных россыпях «Алмазов Анабара» и на месторождении имени Ломоносова в Архангельской области.

К слову, для россыпи Эбелях 2017 год в принципе стал знаменательным: в тот же промывочный сезон здесь был найден ярко-желтый алмаз весом 34,17 карата, из которого ограничи бриллиант Fancy Vivid Yellow формы «квадратный изумруд» весом 20,69 карата (мы рассказывали о нем в летнем номере за этот год).

Своим долгосрочным клиентам АЛРОСА предоставила возможность рассмотреть удивительный кристалл в неограниченном виде: самый большой розовый алмаз России демонстрировался на ежегодной клиентской встрече в Антверпене в феврале 2018 года.



Как добывают алмазы на россыпях за полярным кругом



«Алмазы Анабара» ведут сезонную добычу. На приисках трудятся вахтовым методом, каждая вахта длится несколько месяцев.

В зимний период, когда земля замерзает, над Арктикой господствует полярная ночь, а температура воздуха может опускаться до минус 60 градусов Цельсия, на добычных участках копают шурфы – узкие ямы глубиной до 25 метров. Из шурфов извлекают на пробу пески – чтобы уточнить содержание алмазов на конкретных участках и выбрать из них наиболее перспективные. Затем на выбранном участке производят вскрышные работы. Вскрыша, то есть пустая порода, может достигать в глубину до 10 метров. Сняв слой пустого песка, рабочие рыхлят и выкапывают алмазоносные пески и отвозят их на рудные дворы, где те остаются на складах до лета. В мае – июне начинается промывочный сезон добытых зимой песков, который длится до 100 дней. Окончательная доводка добытых алмазов – отделение кристаллов от другой породы и минералов, а также их последующая очистка – проводится на Удачинском ГОКе.



НАПРЯЖЕННАЯ ОГРАНКА

Известно, что розовые алмазы отличаются сильным внутренним напряжением – при обработке камень может лопнуть или треснуть; как говорят огранщики, «взорваться». Алмазы с высоким напряжением выдают себя заметными сквозь линзу полярископа радужными переливами. Подобные камни в «Бриллиантах АЛРОСА» называют «бомбами». Такое определение получил и уникальный розовый алмаз в 27,85 карата.

При планировании алмаза специалисты рассматривали вариант распилить его на две части и таким образом получить два бриллианта. Но в результате от этой идеи отказались – уж очень был велик риск того, что при распиловке камень с сильным внутренним напряжением может «взорваться».

Из всех бриллиантов,
ежегодно направляемых
в GIA на сертификацию,
не больше 3%
классифицируются
как цветные
и менее

5%
ИЗ ТЕХ ЦВЕТНЫХ
ИМЕЮТ
ПРЕИМУЩЕСТВЕННО
РОЗОВЫЙ ОТТЕНОК



**ДМИТРИЙ
БОГУСЛАВСКИЙ,**

начальник участка запуска алмазов в производство
московского предприятия «Бриллианты АЛРОСА»

При первоначальном изучении морфологических особенностей алмаза нам бросилась в глаза матовая поверхность кристалла, что в значительной степени затрудняло определение наличия или отсутствия внутренних включений в алмазе и указывало на незначительный риск присутствия «рубашки» на поверхности алмаза. Поэтому решили поставить небольшие facets-«окна» по всему периметру камня. Это позволило нам убедиться в том, что у алмаза натуральный пурпурно-розовый цвет и нет вкраплений внутри. После детального изучения алмаза мы поняли, что имеем все шансы получить наивысшую характеристику чистоты бриллианта – Internally Flawless (IF). Первым этапом обработки розового алмаза было 3D-моделирование на специальном сканере, позволяющем создать трехмерную модель алмаза с отображением всех его особенностей.

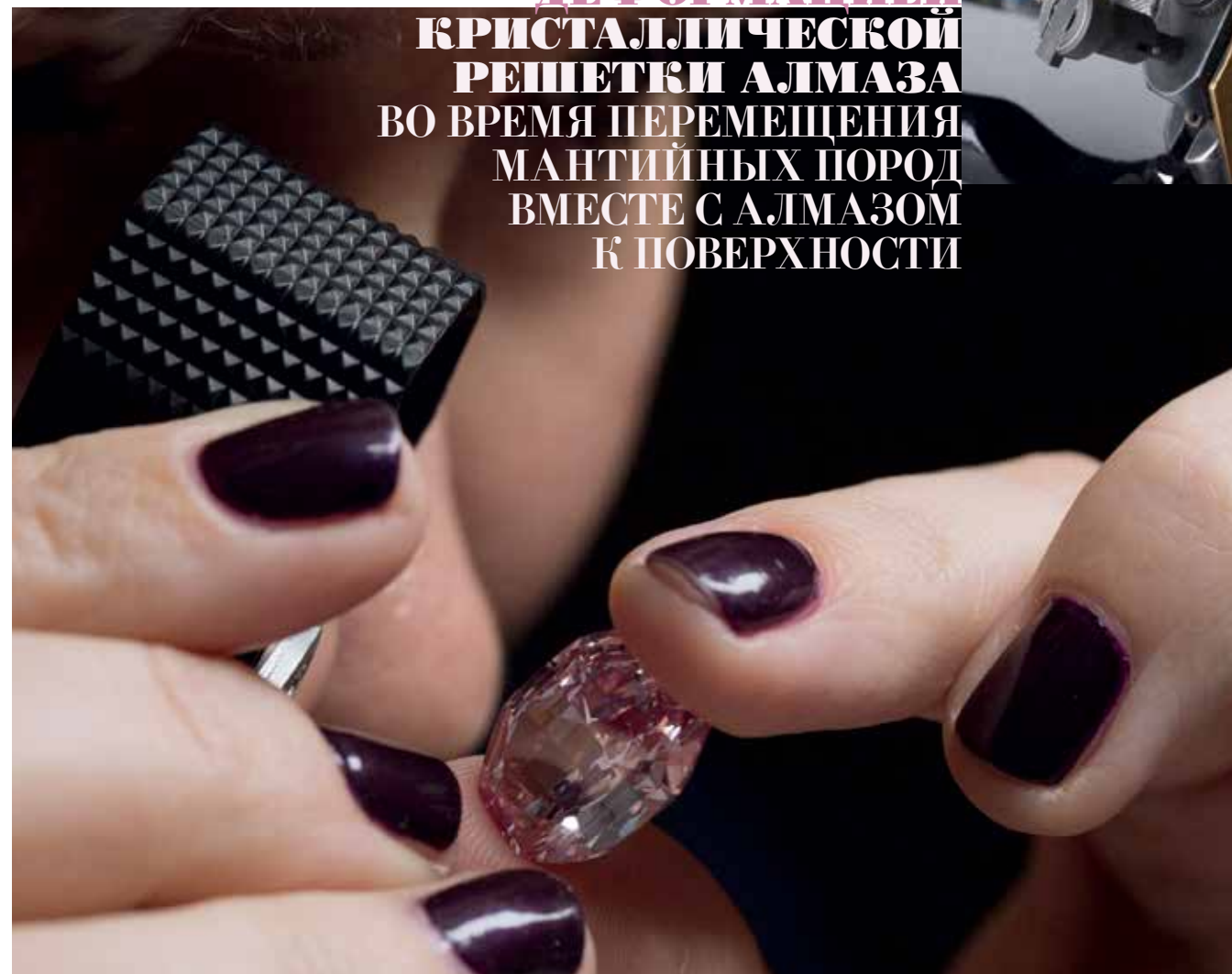
После создания 3D-модели мы приступили к планированию алмаза: вставляли различные варианты форм будущего бриллианта в трехмерную копию. Мы рассматривали в основном модифицированные фантазийные формы огранки, позволяющие максимально сконцентрировать и равномерно распределить цвет в будущем бриллианте. В конце концов оптимальной мы сочли форму Oval Modified Brilliant. На наш взгляд, эта форма позволила бы достичь максимальных показателей по весу, цвету, чистоте и финальной стоимости готового бриллианта.

Следующий этап обработки называется подготовительным. После постановки каждого facets мы сканировали алмаз заново и сопоставляли с предыдущим файлом – таким образом мы более тщательно контролировали процесс обработки. Согласно нашей технологии на данном этапе закладывается чистота будущего бриллианта. Как я говорил ранее, мы видели все шансы на Internally Flawless, поэтому использовали самое передовое оборудование, в том числе микроскопы.

Третий этап обработки розового алмаза я назвал бы «борьба за цвет». Нашей конечной целью было получить наивысшую характеристику по цвету Fancy Vivid Purple-Pink. Этого можно добиться только в случае равномерного распределения цвета в бриллианте. Например, чтобы бриллианту классической круглой огранки были присвоены характеристики Triple Excellent, бриллиант должен иметь идеальную симметрию и пропорции. В случае же с бриллиантами фантазийных цветов все по-другому. По нашим наблюдениям, очень важным фактором концентрации цвета является не идеальная симметрия, как в случае с классической, круглой формой огранки, а, наоборот, асимметрия граней низа бриллианта, с правильно подобранным градусом углов.

В процессе финальной огранки розового алмаза нам пришлось несколько раз менять градус угла граней низа и смещать эти грани в нужном нам направлении, добиваясь той самой асимметрии, наблюдая за поведением цвета. После получения, на наш взгляд, оптимального распределения и концентрации цвета в алмазе мы приступили к финальной полировке всех элементов бриллианта.

Ученые связывают природу
розового оттенка
**С ПЛАСТИЧЕСКОЙ
ДЕФОРМАЦИЕЙ
КРИСТАЛЛИЧЕСКОЙ
РЕШЕТКИ АЛМАЗА
ВО ВРЕМЯ ПЕРЕМЕЩЕНИЯ
МАНТИЙНЫХ ПОРОД
ВМЕСТЕ С АЛМАЗОМ
К ПОВЕРХНОСТИ**



В финале нам удалось огранить уникальный бриллиант с наивысшими характеристиками как по цвету, так и по чистоте. Уникальная природа минерала, а также мастерство огранщиков и технологов сделали свое дело – Геммологический институт Америки (GIA) дал камню высочайшие характеристики: согласно их сертификации бриллиант демонстрирует безупречную чистоту – IF, то есть не содержит включений, отличную полировку и цвет Fancy Vivid Purple-Pink. В России никогда не было ничего подобного – все розовые бриллианты, которым присваивался самый яркий цвет Vivid, весили не больше карата.

Лишь 1 из 10 000
бриллиантов
определяется как
бриллиант фантазийного
цвета

Яркий фантазийный Fancy Vivid – самый желанный в бриллианте: он встречается реже бесцветных и других фантазийных оттенков, таких как Deep (то есть глубокий темный) или Intense (интенсивный)




ALROSA



РИА «Новости»

Супруга Нижинского Ромола Пульски вспоминала: «Невозможно передать, как пленителен был Вацлав в этой роли. Я никогда не видела более красивых движений рук и кистей. Поднятые над головой, они разворачивались словно лепестки розы. Нижинский приближался к Карсавиной, чуть касался ее кончиками пальцев и вовлекал в танец... При появлении первых лучей солнца, как дуновение ветерка, Призрак розы вылетал в окно... Взрыв аплодисментов и восторженные крики неслись вслед скрывшемуся в оконном проеме танцовщику».

КРИСТАЛЬНО ЧИСТЫЙ

Ученые классифицируют бриллианты по двум типам: тип I указывает на наличие примесей азота в кристаллической решетке, к типу II относятся безазотные бриллианты. Бриллианты типа II чрезвычайно редки – по данным GIA, к нему относится менее 2% бриллиантов.

В свою очередь, бриллианты второго типа подразделяются на две группы: IIa и IIb. К типу IIb причисляют камни с примесями бора в кристаллической решетке. А камни типа IIa являются самыми чистыми по химическому составу – они не содержат никаких примесей, очень редко встречаются и высоко ценятся.

В GIA провели специальный анализ и выяснили, что розовый бриллиант АЛРОСА весом 14,83 карата относится к типу IIa.

Как отмечают в Геммологическом институте Америки, розовые алмазы типа IIa находили в разных частях планеты. Первым известным в истории регионом добычи таких камней стала Индия, в частности копи Голконды. Затем наиболее заметные находки фиксировались в Бразилии и Африке. Среди знаменитых розовых бриллиантов типа IIa – исторический кушон Агта весом 28,15 карата.

ИМЯ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОМУ

Уникальному бриллианту АЛРОСА дала имя «Призрак розы» – в честь одноименного одноактного балета Сергея Дягилева, премьера которого состоялась в рамках легендарных «Русских сезонов» в апреле 1911 года в театре Монте-Карло. 10-минутная танцевальная миниатюра была поставлена Михаилом Фокиным для двух выдающихся танцоров – Тамары Карсавиной и Вацлава Нижинского.

Алмаз, из которого был создан «Призрак розы», получил название «Нижинский»: Вацлав Нижинский стал первым и, по мнению ценителей классического танца, непревзойденным исполнителем мужской партии в одноименном балете. Свою сценическую карьеру он также завершил выступлением в «Призраке розы»: оно состоялось на сцене Метрополитен-оперы в 1917 году.



Джон Кинг,

начальник службы качества GIA

**ВСТРЕТИТЬ ТАКОЙ
БРИЛЛИАНТ,
КАК «ПРИЗРАК РОЗЫ»,
ВЕСОМ БОЛЕЕ**

14 **КАРАТОВ –
ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ
ВЕЗЕНИЕ.** Наряду с этим насыщенный цвет Fancy Vivid Purple-Pink позволяет отнести его к редчайшим образцам бриллиантов. Такая комбинация размера и цвета в сочетании с безупречной чистотой делает его поистине уникальным

Компания PricewaterhouseCoopers Advisory, LLC подготовила отчет в области устойчивого развития предприятий, добывающих драгоценные металлы и камни, за период с 2016 по 2018 год. В этом исследовании сравниваются показатели АЛРОСА и других международных компаний по ряду критериев. Согласно исследованию, Группа АЛРОСА является лидером среди золото- и алмазодобывающих предприятий по объему инвестиций в социальные программы. Ежегодно АЛРОСА направляет на социальные расходы 3% выручки. Также АЛРОСА демонстрирует самый высокий уровень расходов на защиту окружающей среды и самое низкое соотношение уровня выбросов парниковых газов и доходов.

АЛРОСА СОХРАНЯЕТ ЛИДЕРСТВО В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

С разрешения PwC мы публикуем основную часть отчета. Оригинальный отчет можно скачать на официальном сайте АЛРОСА.

Отчет в области устойчивого развития

В сфере добычи алмазов доминирует небольшое количество компаний. За основу отчета мы взяли показатели алмазодобытчиков, выбранных по принципу наибольшего объема добычи, при этом только на Группу АЛРОСА приходится примерно треть мирового объема алмазодобычи.

Ассоциация производителей алмазов (DPA), участники которой обеспечивают около 75% общемирового производства алмазов, послужила первоначальным пулом, из которого были выбраны отдельные компании для сопоставления их показателей. По состоянию на август 2019 года членами DPA являются АЛРОСА, Группа De Beers, Dominion Diamond Mines, Gem Diamonds, Lucara Diamond, Murowa Diamonds, Petra Diamonds и Rio Tinto. Ввиду недостаточного количества открытых данных в области устойчивого развития Dominion Diamond Mines и Murowa Diamonds были исключены из анализа.

Чтобы расширить область оценки, мы обратились к данным международных золотодобывающих компа-

ний. Алмазодобыча менее энергоемка, чем другие виды добычи, и имеет некоторые уникальные особенности. Вместе с тем представители золотодобывающей отрасли были включены в исследование на основании их сходства в вопросах устойчивого развития. Из десяти выбранных компаний (AngloGold Ashanti, Anglo American Platinum, BHP Billiton, Barrick Gold, Goldcorp Inc., Gold Fields, NewMont Mining Corporation, «Норникель», «Полиметалл» и «Полус») мы исключили три (Anglo American Platinum, BHP Billiton и «Норникель»), поскольку их основные ресурсы нацелены на добычу других минералов и металлов, а золото оказывается побочным продуктом с небольшой долей объема добычи. В январе 2019 года NewMont Mining Corporation и Goldcorp Inc. объединились и теперь представляют единую корпорацию NewMont Goldcorp.

В итоге в область оценки вошли 13 международных горнодобывающих компаний, в том числе шесть алмазодобытчиков.

Критерии анализа

При выборе критериев сначала мы рассмотрели значимые вопросы устойчивого развития сектора. Деятельность участников этого сектора оказывает различное воздействие на заинтересованные стороны и окружающую среду.

Существует устоявшееся понимание того, какие проблемы являются наиболее значимыми для сектора добычи драгоценных металлов и минералов. Такие авторитетные международные организации, как GRI, SASB и Sustainalytics, среди прочих, опубликовали предложения по значимым вопросам устойчивого развития, характерным для данной отрасли. Мы проанализировали четыре версии матрицы значимости (разработанные GRI, SASB, Sustainalytics и АЛРОСА) и составили список главных критериев для анализа устойчивого развития. Таким образом, мы обеспечили объективность исследования.

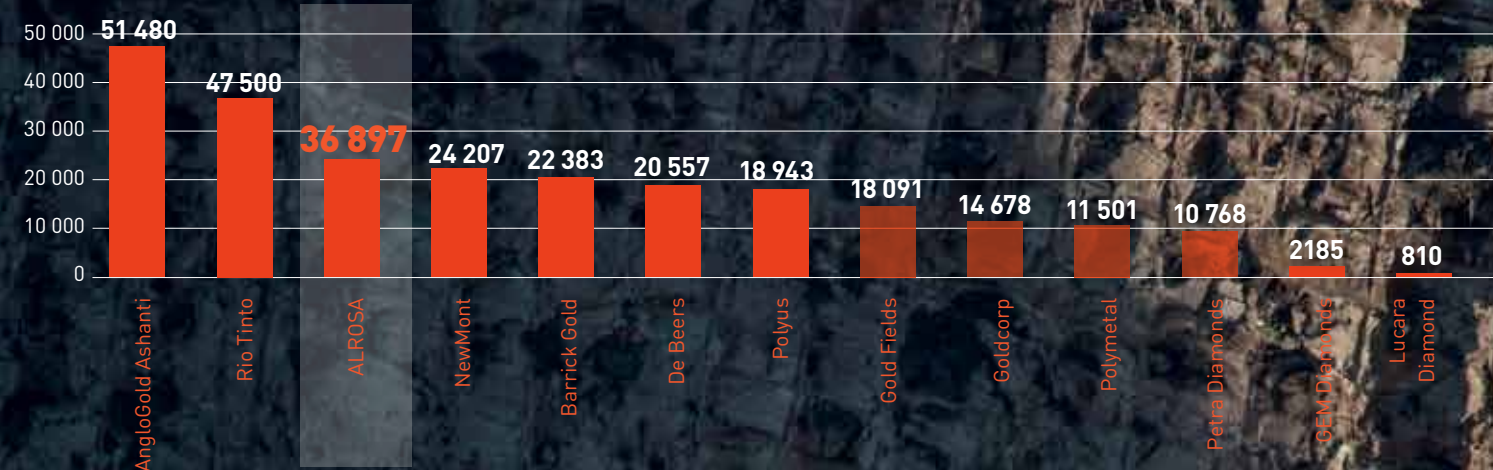
Количество компаний, анализируемых по каждому критерию, варьируется. Сопоставительный анализ проводился только в тех случаях, когда данные по отдельному критерию раскрыты и обнародованы более чем двумя компаниями.

Выбранные критерии:

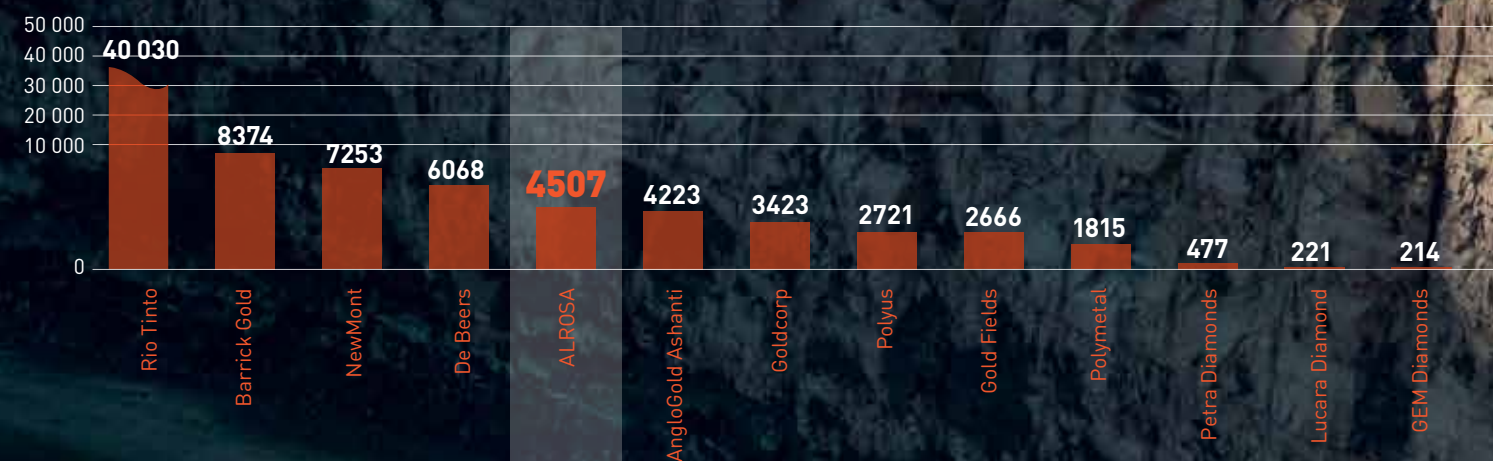
- Отношение затрат на социальные программы к выручке
- Соотношение расходов на защиту окружающей среды и выручки
- Доля женщин среди работников
- Среднее количество часов, затраченных на профессиональную подготовку одного работника в год
- Соотношение уровня энергопотребления и выручки
- Соотношение уровня потребления воды и выручки
- Доля оборотной и повторно используемой воды
- Соотношение уровня выбросов парниковых газов и выручки.

Такие значимые показатели, как «Доля переработанных и повторно используемых отходов», «Текущая кадров» и «Среднемесячная заработная плата», были исключены из-за недостаточной информации о выбранных компаниях в открытом доступе.

Персонал, численность, 2016–2018 гг.



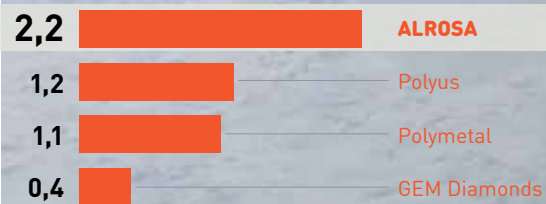
Общий доход, млн долларов США, 2016–2018 гг.





Соотношение выручки и расходов на защиту окружающей среды, %

2016–2018 гг.



Результаты анализа

Соотношение размера социальных инвестиций и выручки

Для горнодобывающей промышленности отношения с местным сообществом имеют решающее значение. Это подчеркивает и АЛРОСА, а также отмечается в материалах GRI, SASB и Sustainalytics.

Добыча полезных ископаемых ведется многие годы, и добывающие предприятия могут участвовать в различных проектах, реализуемых в регионах их деятельности. Все это может оказать существенное влияние на жизнь сообщества. На его права и интересы могут повлиять экологические и социальные последствия добычных работ, в том числе конкуренция за доступ к местным энергетическим и водным

ресурсам; выбросы в атмосферу и загрязнение воды; отходы в результате эксплуатации месторождений. Чтобы получить разрешение на разведку или добычу на конкретном участке, беспрепятственно вести деятельность, горнодобывающие компании нуждаются в поддержке местных сообществ. Предприятия, которые, как считается, отличаются рентоориентированным поведением и используют ресурсы страны или сообщества без предоставления взамен социально-экономических выгод, рискуют пострадать в результате ресурсного национализма.

Ключевые элементы в регулировании влияния на местные сообщества – это оценка и планирование, направленные на выявление фактического и потенциального воздействия, а также активное взаимодействие с местными сообществами в целях понимания их ожиданий и потребностей. Существует множество путей участия в жизни местного сообщества, оценки влияния на него и путей улучшения программ развития.

АЛРОСА занимает первое место по показателю социальных инвестиций среди сопоставимых компаний. Диаграмма иллюстрирует, что для АЛРОСА вовлеченность в судьбу местных сообществ является приоритетом. АЛРОСА – основной работодатель в Мирном, Удачном и Айхале. Также компания выступает в качестве одного из крупнейших работодателей на территории Якутии. АЛРОСА финансирует множество программ регионального развития и в сотрудничестве с местным правительством поддерживает сообщества по ряду направлений, таких как доступ к медицинскому обслуживанию, образовательным услугам, к охране культурного наследия и национального разнообразия.

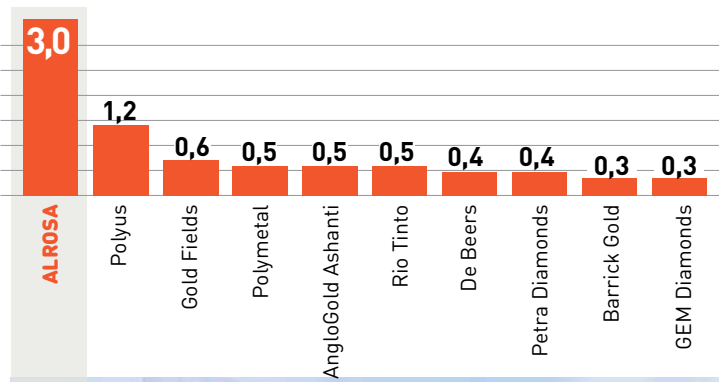
Соотношение выручки и расходов на защиту окружающей среды

АЛРОСА считает, что значимыми параметрами деятельности являются расходы на защиту окружающей среды и уменьшение вредного воздействия на нее, снижение экологических рисков, а также соблюдение природоохранных требований.

Разработка, эксплуатация и закрытие мест добычи могут оказывать различное влияние на окружающую среду, например, приводить к изменению ландшафта, исчезновению растительности и разрушению среды обитания флоры и фауны. Образование стоков кислых вод представляет особенно серьезную опасность (очень кислые воды, насыщенные солями тяжелых металлов, образуются при контакте поверхностных и неглубоко залегающих грунтовых вод со вскрышными породами). Это может оказывать вредное воздействие на людей, животных и растения. Компании, реализующие эффективный план природоохранных мероприятий, в итоге минимизируют затраты на соблюдение требований и меры юридической ответственности, а также сталкиваются с меньшим сопротивлением при разработке новых

Соотношение размера инвестиций в социальные программы и выручки, %

2016–2018 гг.



месторождений и более продуктивно снижают потенциально губительные для окружающей среды последствия своей деятельности.

АЛРОСА стратегически управляет своим воздействием на окружающую среду и реализует широкий спектр мер по минимизации отрицательных последствий деятельности и защиты природы. К ним относятся инвестиции в строительство природоохранных объектов и очистных сооружений, в рекультивацию земель, в финансирование экологических исследований и мониторинг окружающей среды. Ключевым результатом усилий АЛРОСА в данной области стал комплексный план природоохранных мероприятий на 2011–2018 годы.

Как видно из диаграммы, АЛРОСА имеет самый высокий объем расходов на защиту окружающей среды в соотношении с объемом выручки, что свидетельствует о ее непоколебимой приверженности благу местного сообщества и охране тех территорий, на которых она ведет свою деятельность.

Доля женщин в коллективе

АЛРОСА определяет гендерное разнообразие персонала как значимый фактор. Компания считает, что раскрытие такой информации обеспечивает количественную оценку разнообразия внутри организации и помогает определить актуальные проблемы для определенных сегментов персонала.

В соответствии со стандартами отчетности GRI раскрытие данных о гендерном составе в коллективе отражает информацию о наличии равных возможностей. Продвигая эту позицию, АЛРОСА борется с дискриминацией, стремится не допустить неравного обращения с сотрудниками (то есть неравного распределения нагрузки или отказа в предоставлении льгот) и демонстрирует справедливое отношение к каждому человеку исходя из его личных заслуг.

Диаграмма показывает явное преимущество АЛРОСА в сфере продвижения гендерного разнообразия. В АЛРОСА наблюдается самый высокий процент женщин в структуре рабочей силы.

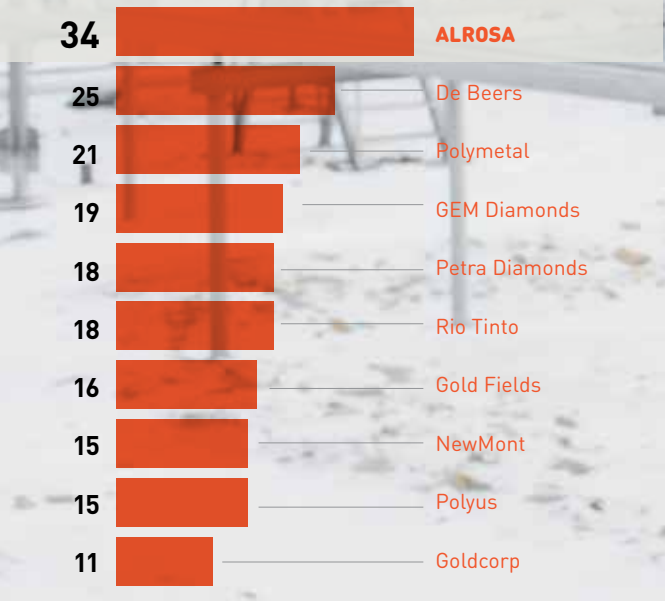
В России правовыми нормами женщинам запрещено работать в определенных профессиях горнодобывающей промышленности, включая строительство и подземные работы. АЛРОСА принимает на работу женщин по горнодобывающим специальностям в институт «Якутнипроалмаз», в научно-исследовательский центр «Алмазавтоматика», в медицинские центры, департаменты управления и пр.

Среднее количество часов, затраченных на профессиональную подготовку одного работника в год
АЛРОСА считает профессиональную подготовку и обучение сотрудников одним из важнейших вопросов. В соответствии со стандартами GRI раскрытие информации о среднем количестве часов, потраченных на профподготовку одного сотрудника в год, дает представление о масштабах инвестиций организации в обучение.

В рамках исследования в области устойчивого развития к обучению обычно относят все виды подготовки и инструктажей, проводимых как внутри компании, так и за ее пределами (если это обучение организуется предприятием для своих сотрудников). Вместе с тем в рамках настоящего исследования невозможно гарантировать, что все анализируемые компании рассчитывают количество часов обучения на каждого сотрудника

* GRI (Global Reporting Initiative) – независимая международная организация по стандартизации, которая помогает предприятиям, официальным государственным структурам и другим организациям определять степень их воздействия на окружающую среду и общество в части изменения климата, защиты прав человека и борьбы с коррупцией, а также сообщать о ней.
** SASB – Совет по стандартам учета в области устойчивого развития. Основан в 2011 году для разработки и распространения стандартов учета в области устойчивого развития.

Доля женщин в структуре рабочей силы, %
медиана 2016–2018 гг.



по единым принципам. Например, регулярные инструктажи по охране труда и технике безопасности могут не учитываться рядом компаний, но при этом учитываются Gold Fields.

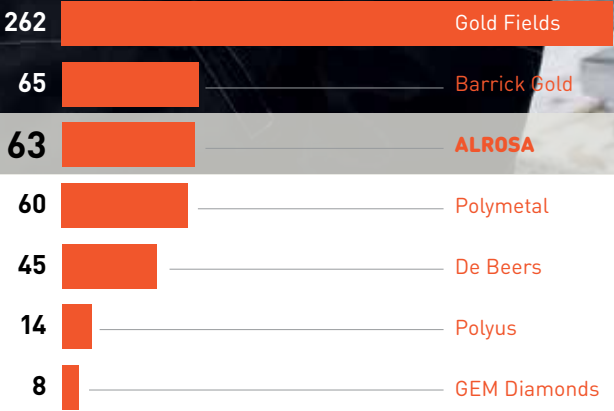
Среди участников исследования у АЛРОСА средний показатель количества часов профподготовки на работника. Компания регулярно организует подготовку и обучение сотрудников всех категорий. Около 99% общего времени обучения пришлось на мероприятия внутреннего учебного центра АЛРОСА.

Соотношение выручки и уровня энергопотребления
АЛРОСА и другие проанализированные компании одним из значимых факторов считают энерго-

СРЕДИ ПРОАНАЛИЗИРОВАННЫХ КОМПАНИЙ В АЛРОСА НАБЛЮДАЕТСЯ САМЫЙ ВЫСОКИЙ ПРОЦЕНТ ЖЕНЩИН В КОЛЛЕКТИВЕ

34%
СОТРУДНИКОВ АЛРОСА – ЖЕНЩИНЫ

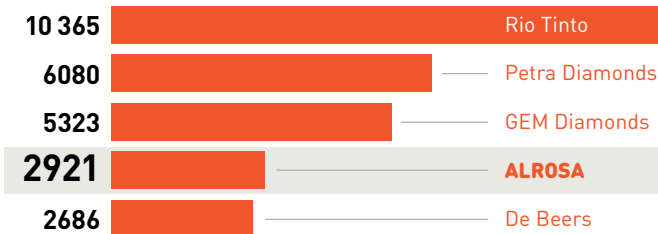
Среднее количество часов, затраченных на профессиональную подготовку одного работника в год, час
2016–2018 гг.



альтернативной энергии может повлиять на стоимость и способность бесперебойного энергоснабжения. Дешевая и доступная энергия имеет важное значение для успешной конкуренции на товарном рынке; на закупаемое топливо и электроэнергию приходится существенная часть производственных затрат.

Соотношение уровня энергопотребления и выручки, ГДж / млн долларов США

2016–2018 гг.



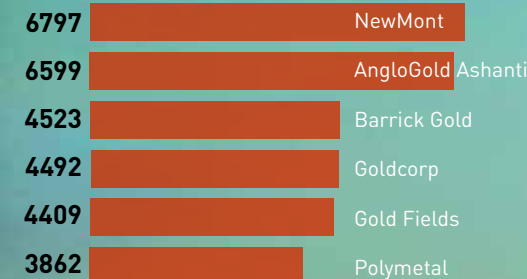
АЛРОСА ЗАНИМАЕТ ПРЕДПОСЛЕДНЕЕ МЕСТО ПО РАСХОДАМ ЭНЕРГИИ НА КАЖДЫЙ ВЫРУЧЕННЫЙ МИЛЛИОН ДОЛЛАРОВ.
~~КОМПАНИЯ ПОТРЕБЛЯЕТ ПОЧТИ В ДВА РАЗА МЕНЬШЕ ЭНЕРГИИ НА ЕДИНИЦУ ДОХОДОВ ПО СРАВНЕНИЮ СО СРЕДНИМ ПОКАЗАТЕЛЕМ В ОТРАСЛИ~~

АЛРОСА рассчитала количество энергии (в гигаджоулях) на каждый миллион долларов выручки. Этот показатель часто называют данными о нормированном воздействии на окружающую среду. Как видно из диаграммы, АЛРОСА демонстрирует один из лучших показателей среди алмазодобытчиков и потребляет гораздо меньше на каждый миллион долларов выручки, чем любой производитель золота.

За последние три года АЛРОСА значительно сократила долю углеродоемких видов топлива в общем объеме энергопотребления. Объем угля, дизельного топлива и нефтяного топлива был уменьшен в пользу менее углеродоемкого природного газа и электроэнергии из возобновляемых источников (вырабатываемой гидроэлектростанцией). В 2016–2018 годах объем потребленного угля сократился на 80%, дизельного топлива – почти на 90%, а сырой нефти – наполовину.

Соотношение уровня энергопотребления и выручки, ГДж / млн долларов США

2016–2018 гг.



Соотношение уровня потребления воды и выручки

АЛРОСА рассматривает потребление воды как значимый показатель, аналогичный подход нашел выражение в отраслевой карте значимости SASB и в отчете о развитии сектора Sustainalytics.

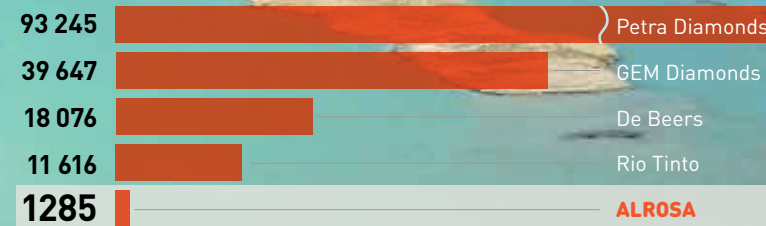
Вода является ключевым компонентом добычи полезных ископаемых. Она используется при обогащении, в работе со смесями химических реагентов, а также при эксплуатации оборудования и систем обогрева и охлаждения. Металлургические и горнодобывающие компании сталкиваются с операционными, нормативными и репутационными рисками вследствие нехватки воды, высоких затрат на ее приобретение, необходимости соблюдать нормативы на сброс сточных вод и количество потребляемой воды, а также из-за конкуренции с местными сообществами и другими отраслями за ограниченные водные ресурсы. Компании решают эти проблемы за счет все более широкого использования новых технологий, в том числе опреснения, рециркуляции воды и инновационных решений по утилизации отходов. Сокращение водопользования и уровня загрязнения воды также может дать компаниям возможность повысить свою операционную эффективность и снизить эксплуатационные расходы.

Отчет об общем водозаборе дает представление об относительном размере и уровне значимости организации как водопользователя, а также обеспечивает базовый показатель для других расчетов, связанных с эффективностью и использованием природных ресурсов.

АЛРОСА демонстрирует, сколько воды тратит для получения каждого миллиона долларов выручки. Этот показатель также относится к данным

Соотношение уровня потребления воды и выручки, куб. м / млн долларов США

2016–2018 гг.



Соотношение уровня потребления воды и доходов, куб. м / млн долларов США

2016–2018 гг.



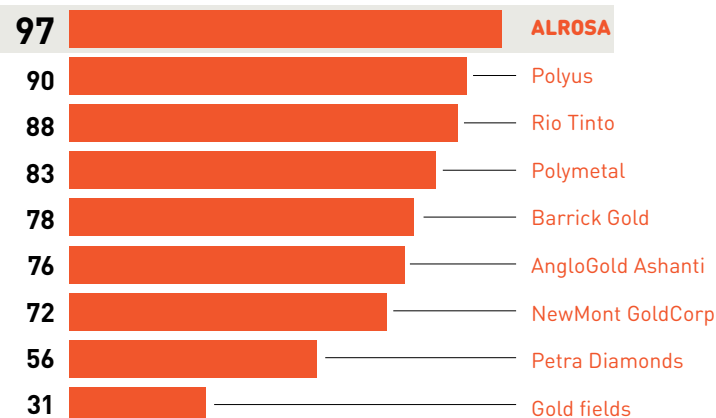
о нормированном воздействии на окружающую среду. Как видно из диаграмм, АЛРОСА показывает наименьшее потребление воды на миллион долларов выручки среди производителей как алмазов, так и золота. Это свидетельствует о том, как важно для АЛРОСА управление водными ресурсами, повышение уровня оборотной воды, ее повторного использования и снижение уровня потерь при транспортировке.

Доля оборотного водоснабжения и повторно используемой воды

Уровень повторного использования воды оборотного водоснабжения является показателем эффективности и свидетельствует об успехах организации в сокращении общего объема отбираемой и сбрасываемой воды. Увеличение повторного использования воды и оборотного водоснабжения может снизить уровень потребления воды, затрат на ее обработку и утилизацию. С течением времени сокращение потребления воды за счет повторного использования и оборотного водоснабжения способствует достиже-

Доля оборотного водоснабжения и повторно используемой воды, %

2016–2018 гг.



ПОКАЗАТЕЛЬ ОБОРОТНОГО И ПОВТОРНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОДЫ В АЛРОСА СОСТАВЛЯЕТ

97%

ЭТО ПЕРВОЕ МЕСТО СРЕДИ
ПРОАНАЛИЗИРОВАННЫХ
КОМПАНИЙ

нию местных, национальных и региональных целей в области управления водоснабжением.

АЛРОСА занимает первое место по данному показателю. Диаграмма указывает на существенные улучшения, внедренные Группой АЛРОСА при эксплуатации месторождений. Вода, восстановленная во время добычи полезных ископаемых, собирается, а затем закачивается обратно под землю. Кроме того,



в 2018 году количество оборотной воды только на перерабатывающих предприятиях выросло на 9%. В 2018 году по сравнению с 2016-м общий объем оборотной и повторно использованной воды вырос в АЛРОСА на 25%.

Соотношение выручки и уровня выбросов парниковых газов

Стандарты отчетности по горнодобывающему сектору предусматривают наличие данных о выбросах парниковых газов в матрице значимости показателей, это отражено и в материалах GRI, SASB и Sustainalytics.

Горнодобывающие работы отличаются энергоемкостью и приводят к значительным выбросам парниковых газов (ПГ), в том числе к выбросам углекислого газа при использовании топлива во время добычи,

переработки руды и выплавке металлов. Степень и тип выбросов парниковых газов могут варьироваться в зависимости от добываемого и перерабатываемого металла или минерала. Выбросы парниковых газов приводят к изменению климата, к дополнительным расходам на соответствие нормативам, порождают риски для металлургических и горнодобывающих компаний, связанные с политическим курсом на уменьшение воздействия на климат. Компании, которые без лишних затрат сокращают выбросы парниковых газов, внедряя передовые технологии, могут повысить свою эффективность.

На следующей диаграмме представлен коэффициент интенсивности выбросов – это размер выбросов CO₂ для получения одного миллиона долларов выручки. Многие организации отслеживают свои экологические показатели с помощью коэффициента

интенсивности выбросов, который часто называют данными о нормированном воздействии на окружающую среду.

Как видно из диаграммы, АЛРОСА имеет самый низкий коэффициент интенсивности выбросов среди проанализированных компаний. Динамика снижения этого показателя за три года свидетельствует о том, какое важное значение АЛРОСА придает сокращению выбросов парниковых газов. Грузовики и транспортные средства компании постепенно переводятся с дизельных и бензиновых на двигатели, работающие на природном газе. В 2018 году АЛРОСА уже использовала 300 грузовиков, работающих на природном газе, а не на углеродоемком топливе. Примечательно, что в период с 2016 по 2018 год компания добилась снижения коэффициента интенсивности выбросов на 52%.

ЗВЕЗДЫ TRUE COLORS

АЛРОСА ВЫСТАВИЛА
НА АУКЦИОН КОЛЛЕКЦИЮ
ЦВЕТНЫХ БРИЛЛИАНТОВ
TRUE COLORS.
ПОКАЗ УНИКАЛЬНЫХ
КАМНЕЙ ПРОХОДИЛ
НА МЕЖДУНАРОДНОЙ
ЮВЕЛИРНОЙ ВЫСТАВКЕ
HONG KONG JEWELLERY
& GEM FAIR

Самый крупный бриллиант True Colors, ушедший «с молотка», – 50-каратный овал сложного оттенка Fancy Brown Greenish Yellow. Еще один объект особого внимания – 17-каратный желтый бриллиант необычной формы вытянутого треугольника. Выбор такой формы был продиктован изначальным видом алмаза и позволил сохранить его максимальный вес, подчеркнув природный желтый цвет. Также традиционно высокий интерес у клиентов вызвали розовые бриллианты, проданные со значительным превышением изначальной цены.

Аукцион организовал московский филиал «Бриллианты АЛРОСА», чьи мастера огранили представленные в Гонконге драгоценные камни. Также «Бриллианты АЛРОСА» выставили на аукцион 19 партий желтых бриллиантов фантазийных форм и круглой, редкой для них, формы огранки – всего 583 бриллианта общей массой 179 каратов. Камни были подобраны друг к другу по размеру и оттенку и собраны в ювелирные сетки. Все партии были реализованы.

Помимо этого, АЛРОСА представила ассортимент бесцветных бриллиантов. На аукционе было продано 19 камней общей массой 159 каратов на сумму \$3,35 млн. Самый крупный из них – бриллиант в 20 каратов классической круглой формы с высочайшим качеством огранки, полировки и симметрии – Triple Excellent.

В аукционе цветных и бесцветных бриллиантов приняли участие 87 компаний из Китая, Израиля, Бельгии, США, Индии, Японии, России и Канады. Победителями стали 35 компаний.



Павел Венихин,

директор московского филиала «Бриллианты АЛРОСА»

Мы очень довольны итогами аукциона в Гонконге. Несмотря на сложную ситуацию на рынке, нам удалось привлечь больше клиентов к участию в торгах, чем год назад, и реализовать почти весь представленный на аукционе товар.

БОЛЕЕ

\$8 млн –

ОБЩИЙ РЕЗУЛЬТАТ
ТОРГОВ В ГОНКОНГЕ

НА ТОРГАХ
БЫЛО
ПРОДАНО



167

БРИЛЛИАНТОВ
КОЛЛЕКЦИИ
TRUE COLORS



ОБЩИМ ВЕСОМ

397

КАРАТОВ



НА СУММУ

\$4,5
млн



ДРАГОЦЕННЫЙ

ФИННИК

Внушительный вес бриллианта в

50,21

КАРАТА ПОЗВОЛЯЕТ В ПОЛНОЙ МЕРЕ
РАССМОТРЕТЬ И ОЦЕНИТЬ ЕГО СЛОЖНЫЙ
КОРИЧНЕВО-ЗЕЛЕНОВАТО-ЖЕЛТЫЙ ОТТЕНОК –
FANCY BROWN GREENISH YELLOW



Несколько
представителей
бесцветных
«героев аукциона»
в Гонконге





**КВАДРАТНОЕ
СОЛНЦЕ**

ЭТОТ ЯРКО-ЖЕЛТЫЙ БРИЛЛИАНТ
ОГРАНКИ «АШЕР» ПРЕТЕНДУЕТ
НА ЦЕНТРАЛЬНОЕ МЕСТО В «СОЛНЕЧНОЙ
СИСТЕМЕ» ЕГО ОБЛАДАТЕЛЯ. ЕГО ВЕС –

6,78

КАРАТА, ЧИСТОТА VVS2, СИММЕТРИЯ
И ПОЛИРОВКА ОПРЕДЕЛЕНЫ
ЭКСПЕРТАМИ КАК ОТЛИЧНЫЕ

**ЭКЗОТИЧЕСКАЯ
ГРУША**

ЭТОТ БРИЛЛИАНТ

в **1,07**

КАРАТА ОГРАНКИ
«ГРУША» ИМЕЕТ
ПРИЯГАТЕЛЬНЫЙ
ПУРПУРНЫЙ
ОТТЕНОК.
СОГЛАСНО
СЕРТИФИКАТУ GIA
ЕГО ЦВЕТ – FANCY
INTENSE PINKISH PURPLE



**ВОЛШЕБНЫЙ
НАКОНЕЧНИК СТРЕЛЫ**

ЭТОТ ЖЕЛТЫЙ ТРЕУГОЛЬНИК ВЕСИТ

17,76

КАРАТА. ЕГО ЦВЕТ ОПРЕДЕЛЕН
В МЕЖДУНАРОДНОМ СЕРТИФИКАТЕ GIA
КАК FANCY INTENSE YELLOW, ТАКЖЕ ОН
ОБЛАДАЕТ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЙ ЧИСТОТОЙ
INTERNALLY FLAWLESS

**СЕРДЦЕ, КОТОРОЕ
НЕВОЗМОЖНО
РАЗБИТЬ**

БРИЛЛИАНТ САМОЙ
РОМАНТИЧЕСКОЙ
ОГРАНКИ И ВЕСОМ

6,03

КАРАТА ИМЕЕТ
ЦВЕТ VIVID
YELLOW COLOR
И ЧИСТОТУ VS1



ПАРТИЯ ЗЕЛЕННЫХ



Фото: Николай Гернет

«Севералмаз» вовлек в отработку край трубки Карпинского-2 Ломоносовского месторождения и обнаружил там повышенное количество зеленых алмазов ювелирного качества.

Поморские алмазы известны разнообразием оттенков. Дочерняя компания АЛРОСА «Севералмаз», занимающаяся отработкой месторождения в Архангельской области, является вторым по объему поставщиком цветных алмазов в Группе АЛРОСА после «Алмазов Анабара». На месторождении имени М. В. Ломоносова встречаются алмазы розового, желтого, пурпурного оттенков, тут же были найдены околуювелирные кристаллы голубых оттенков.

«Севералмазу» принадлежит месторождение имени М. В. Ломоносова, которое включает в себя шесть кимберлитовых трубок. Однако добыча ведется только на двух из них – Архангельской и Карпинского-1. Бок о бок с трубкой Карпинского-1 расположена трубка Карпинского-2.

Действующий технический проект разработки месторождения алмазов имени Ломоносова не предусматривает полноценной отработки трубки Карпинского-2. Однако при формировании северо-восточного борта карьера трубки Карпинского-1 в отработку вовлекается часть самого верхнего и самого южного геологического блока соседней трубки. Таким образом, в 2017–2018 годах на Карпинского-2 «Севералмаз» добыл первые объемы руды. В результате обогащения с Карпинского-2 получили первые 46 тысяч каратов алмазов.

Отличительной особенностью этой партии алмазов оказалось внушительное количество ювелирных алмазов зеленого оттенка. Из 46 тысяч каратов добытых алмазов более 410 каратов составляли именно зеленые кристаллы. Это 0,9% от всего объема, добытого

Илья Зезин,
заместитель
главного геолога
«Севералмаза»



на Карпинского-2 в партии 2017–2018 годов. В сравнении с трубками Архангельской и Карпинского-1 соотношение числа зеленых алмазов на Карпинского-2 оказалось в 100 раз выше.

«По данным эксплуатационной разведки, такое высокое количество зеленых алмазов характерно именно для верхних горизонтов трубки, а с глубиной их количество снижается в 2–3 раза. Можно предположить, что источник облучения, который привел к образованию зеленой окраски у алмазов, приурочен именно к верхним горизонтам Карпинского-2», – отметил заместитель главного геолога «Севералмаза» Илья Зезин. По его словам, доля алмазов других фантазийных цветов в общем объеме на Карпинского-2 примерно соответствует показателям Архангельской и Карпинского-1. На Карпинского-2 были также найдены алмазы желтого, желто-зеленого и розового цветов.



ИЗ 46 ТЫСЯЧ
КАРАТОВ ДОБЫТЫХ
АЛМАЗОВ БОЛЕЕ

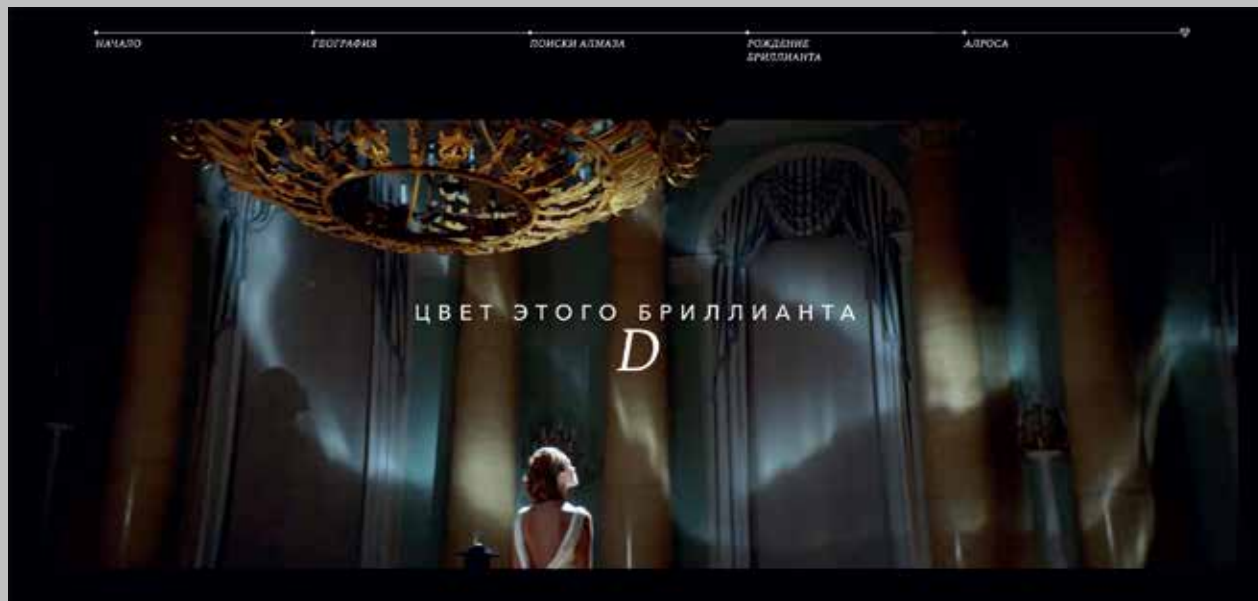
410
КАРАТОВ

**СОСТАВЛЯЛИ
ИМЕННО
ЗЕЛЕННЫЕ
КРИСТАЛЛЫ
ЮВЕЛИРНОГО
КАЧЕСТВА**



Трубки Карпинского-1 и Карпинского-2 расположены в непосредственной близости друг от друга. На фото запечатлен карьер трубки Карпинского-1, однако сформированный рудой верхний борт слева относится к трубке Карпинского-2

На фото:
кадр из видеопаспорта
бриллианта огранки «маркиз»
весом 0,91 карата



БРИЛЛИАНТОВЫЙ ШОПИНГ ОНЛАЙН

АЛРОСА запустила интернет-платформу по продаже бриллиантов www.diamonds.alrosa.ru. Теперь у трейдеров и ювелиров появилась возможность из любой точки мира выбрать и заказать товар из ассортимента примерно в 1000 камней. Подобрать бриллиант к будущему украшению на сайте могут и частные покупатели. Бриллианты, представленные на сайте, имеют уникальный цифровой паспорт, подтверждающий их происхождение.

Являясь мировым лидером по объему добычи алмазов, АЛРОСА занимается также и огранкой: гранильные заводы компании расположены в Москве и Барнауле. Приобретая готовый бриллиант напрямую у АЛРОСА, покупатель получает стопроцентную гарантию того, что он был создан из природного алмаза, добытого на место-

рождении в Якутии или в Архангельской области с соблюдением этических норм. Обеспечивая полный цикл производства, АЛРОСА готова рассказать уникальную историю каждого бриллианта. Директор московского филиала «Бриллианты АЛРОСА» Павел Венихин рассказал нам о возможностях новой интернет-платформы.



ПАВЕЛ ВЕНИХИН,
директор московского филиала
«Бриллианты АЛРОСА»



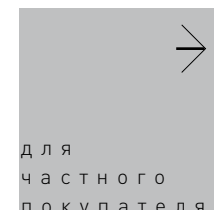
онлайн-магазин

Чтобы заказать товар на сайте, в том числе оптом, юридическому лицу необходимо авторизоваться в качестве корпоративного клиента АЛРОСА. По словам Павла Венихина, своим клиентам компания доставляет покупки в любую точку планеты.

По ряду представленных на сайте позиций у клиента есть возможность оценить вид бриллианта в разных условиях: фотографии демонстрируют игру света и блеск как при дневном, так и в электрическом освещении.



Новая платформа diamonds.alrosa.ru также является аукционной площадкой, где можно изучить редкие экземпляры – особо крупные, цветные бриллианты, и подать заявку на участие в аукционе.



АССОРТИМЕНТ НА САЙТЕ

вес	от 0,3 до 5 каратов
цвет	категория «бесцветные», диапазон цветов от D до M (по международной системе Американской геммологической лаборатории GIA)
чистота 10 форм	от IF до I2 огранка

Можно отсортировать бриллианты по каждому из этих параметров, а также по цене. Есть функции сохранения критериев поиска и сравнения нескольких позиций.

«Технологии детальной фото- и видеосъемки бриллианта Vibox и Dibox, используемые для демонстрации ряда бриллиантов на сайте, позволяют рассмотреть камень со всех сторон, оценить его блеск, влияние включений на внешний вид, если они имеются. Таким образом, заказывая подходящий экземпляр дистанционно, вы будете точно знать, что получите», – отмечает Павел Венихин.

Бронь бриллианта на сайте действует в течение 7 календарных дней. История покупок сохраняется в личном кабинете клиента.

Онлайн-платформа доступна на трех языках: русском, английском и китайском.

диджитал -
паспорт
бриллианта

АЛРОСА

смотри и шерь

На фоне хлынувших на рынок синтетических алмазов, львиная доля которых не декларируется, трейдеров, ретейлеров и потребителей все больше пугает риск подмены природного камня синтетическим. В целях гарантии природного происхождения бриллианта геммологические лаборатории и алмазодобытчики разрабатывают системы трейсинга, позволяющие отслеживать путь алмаза от месторождения до витрины магазина. В стремлении продемонстрировать прозрачность процесса изготовления бриллиантов Tiffany & Co стала в этом году раскрывать страну их происхождения в линейке помолвочных колец. А китайский Chow Tai Fook еще в 2016 году запустил отдельную марку украшений с бриллиантами, чью историю можно отследить от региона добычи.

АЛРОСА на своем сайте также предоставляет детальную информацию о бриллиантах. Бриллианты имеют цифровой и видеопаспорт, в которых зафиксирован не только идентификационный номер камня и его характеристики, но и регион и год добычи, вес до огранки, имя и профессиональный опыт огранщика.

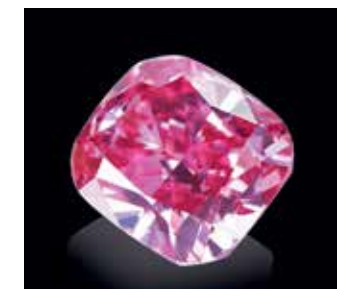
Видео с информацией о бриллианте можно делиться в социальных сетях или показывать близким, пересылая его при помощи мессенджеров. Помимо прочего, владелец бриллианта сможет дополнить его электронный паспорт – например, присвоить камню имя и указать, частью какого украшения он стал.

цифровая витрина

«Ассортимент бриллиантов для корпоративных и частных клиентов на сайте различается. Физическим лицам доступно около 1000 бриллиантов: выбрав и забронировав в онлайн-режиме понравившийся камень, в дальнейшем они могут его забрать прямо с гранильного завода АЛРОСА в Москве», – отмечает директор гранильного дивизиона АЛРОСА.

Кто основные покупатели нового сайта? Те, кто хочет быть уверенным, что камень натуральный, и сделать единственное в своем роде украшение. Сервисом подбора и бронирования бриллиантов пользуются также брокеры, получившие от своих клиентов заказ на камень определенного качества и характеристик, ювелиры с готовой идеей украшения. Частные покупатели могут заказать через сайт просмотр коллекционного и инвестиционного бриллианта.

Советник генерального директора АЛРОСА Елена Суховеева рассказала об ожиданиях и чаяниях клиентского сегмента private banking, об особенностях ассортимента и о перспективах развития сервиса для клиентов прайвет-банкинга



СРЕДИ ПРЕИМУЩЕСТВ БРИЛЛИАНТА КАК ИНСТРУМЕНТА ДИВЕРСИФИКАЦИИ ИНВЕСТПОРТФЕЛЯ — ЕГО НИЗКАЯ ВОЛАТИЛЬНОСТЬ И СЛАБАЯ КОРРЕЛЯЦИЯ с другими формами инвестиций

АЛРОСА разработала программу обслуживания для состоятельных клиентов таких банков, как Сбербанк, ВТБ, Райффайзенбанк, Газпромбанк. В презентуемый ассортимент входят бриллианты от 3 каратов и выше, в том числе особо крупные драгоценные камни больше 20 каратов, и бриллианты фантазийных цветов – желтого и розового. Все они изготовлены мастерами московского гранильного дивизиона «Бриллианты АЛРОСА» из алмазов с месторождений компании в Якутии и в Архангельской области. Каждый бриллиант имеет международный сертификат самой авторитетной в мире геммологической лаборатории GIA.

В рамках нового проекта АЛРОСА организовала несколько закрытых показов, в ходе которых у клиентов была возможность персонально рассмотреть бриллианты, обсудить с экспертом АЛРОСА его характеристики, ценообразование и приобрести понравившийся экземпляр. Спецпоказы в феврале и в мае посетили больше 200 клиентов private banking. Также по запросу заинтересованных лиц предусмотрен индивидуальный просмотр бриллиантов.

В свою очередь, запросы клиентов зависят от того, с какой целью приобретаются неоправленные драгоценные камни. «Если цель в том, чтобы найти идеальный бриллиант для будущего украшения, клиент, как правило, приходит на показ уже с четким пониманием, какой камень ему необходим – цветной или бесцветный», – отмечает Елена Суховеева. При этом однозначных предпочтений по форме

огранки у состоятельных российских покупателей не наблюдается. В большинстве своем они отталкиваются от мировых тенденций и личных запросов. «Круглая огранка сейчас не на пике популярности, и клиенты категории private banking прекрасно об этом знают. Они следят за трендами и тянутся к разным фантазийным формам, ориентируясь на такие бренды высокого ювелирного искусства, как Graff, Cartier. Кроме того, на наших показах огромным успехом пользовались желтые бриллианты», – говорит Елена.

По-другому происходит выбор бриллианта, если клиент рассматривает его как инструмент диверсификации инвестиционного портфеля. «В этом случае банк сообщает нам сумму, которую готов потратить клиент, а мы подбираем варианты и обосновываем их инвестиционный потенциал», – отмечает представитель АЛРОСА. Среди преимуществ бриллианта как актива (помимо того, что при большой стоимости он обладает мобильностью и, ко всему прочему, «эмоциональным весом» и привлекательностью) – тот факт, что покупателю не надо регистрировать на него право собственности и передачи другому лицу. «Это делает бриллиант эффективным инструментом передачи благосостояния. Также стоит отметить его низкую волатильность и слабую корреляцию с другими формами инвестиций», – говорит Елена Суховеева.

Обе категории покупателей, разумеется, волнует вопрос ценообразования бриллианта – особенно в свете того, что его стоимость может составлять

от нескольких тысяч до нескольких сотен тысяч и миллиона долларов.

«Клиенты нередко приходили к нам со следующими вопросами: «В Израиле я видел такой же камень, но дешевле – как вы это объясните?» Или же: «Сейчас на аукционе Sotheby's выставляется похожий желтый бриллиант – почему у вас он стоит дороже?» В подобных случаях мы открываем сертификат GIA на аукционный лот и сертификат на наш бриллиант, и я подробно объясняю, какие параметры повлияли на цену. Это мог быть уровень чистоты, другой тип огранки и прочие факторы, на которые легко указать при наличии сертификата и которые влияют в том числе на инвестиционную привлекательность. Что касается увиденных где-то бриллиантов без сертификата, такие случаи мы не анализируем, потому что все решает характеристика. Это могла быть, например, и ликвидационная цена, комментировать которую мы не можем.

При формировании цен мы внимательно следим за международным сектором Business-to-clients, в том числе за аукционами Sotheby's и Christie's, и гарантируем, что человек не купит там аналогичный бриллиант дешевле, чем у нас. При этом, приобретая в АЛРОСА, он получит новый бриллиант напрямую от производителя, чего не скажешь об аналогичной покупке через аукционный дом. АЛРОСА планирует расширить список банков-партнеров. В будущем также компания намерена предоставлять возможность вторичной реализации бриллиантов на собственных аукционах с минимальной комиссией».

ВХОД К КЛИЕНТАМ ЧЕРЕЗ БАНК

АЛРОСА предлагает бриллианты для будущих украшений и в качестве инвестиций клиентам private banking

ТРАДИЦИЯ ДАРИТЬ ПОМОЛВОЧНЫЕ КОЛЬЦА СТАНОВИТСЯ ВСЕ ПОПУЛЯРНЕЕ В КИТАЕ



В этом году крупнейшему в Китае ювелирному ретейлеру Chow Tai Fook исполняется 90 лет. CTF рассказала журналу «Алроса», как менялись предпочтения его покупателей на протяжении десятилетий, а также о том, что больше всего привлекает миллениалов в бриллиантах и в самом процессе их покупки.

По словам представителя CTF, традиция вручать помолвочное кольцо давно закрепилась в Гонконге. В свою очередь, в материковом Китае набирает обороты тренд на традиционное предложение руки и сердца – с подношением помолвочного кольца с бриллиантом, а соответственно, и спрос на свадебные украшения. Этому способствуют и число молодоженов – около 10 млн пар в год, и увеличение численности населения с высоким доходом и хорошим образованием, более требовательного к украшениям и хорошо разбирающегося в бриллиантах.

Приобретая помолвочное кольцо стоимостью в несколько тысяч долларов, покупатели, прежде чем отправиться в обычный магазин, как правило, ищут всю нужную информацию в Интернете. Особенно если речь идет о покупке кольца с бриллиантами внушительных размеров.

«Мы также наблюдаем растущий спрос на кастомизированные помолвочные кольца, созданные с учетом индивидуальных пожеланий. Покупатели хотят выразить преданность своей половинке через украшение и вкладывают особый смысл в кольцо, являющееся единственным в своем роде», – отметил представитель CTF.

Современное поколение стремится к самовыражению не только когда речь идет о торжественных ситуациях, но и в повседневной жизни. В прошлом потребители выбирали украшения утонченного дизайна с бриллиантами самых высоких характеристик по классификации 4C (4C – cut, carat-weight, color, clarity, то есть форма огранки, вес, цвет, чистота) и носили их по важному, особым случаям. Таким образом, бриллианты стали символом успеха и социального статуса. Покупатели стремились приоб-

«МЫ ВИДИМ ОГРОМНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОДАЖИ ДОРОГИХ УКРАШЕНИЙ ОНЛАЙН, В ТОМ ЧИСЛЕ ЭКСКЛЮЗИВНЫХ»

реть самые дорогие камни, которые только могли себе позволить. Сегодня же представители молодого поколения, в частности миллениалы, предпочитают украшения с более мелкими бриллиантами, чтобы носить их в повседневной жизни – для самовыражения и в качестве

КОМПАНИЯ CHOW TAI FOOK БЫЛА ОСНОВАНА В 1929 ГОДУ

Сначала она специализировалась на продаже золотых украшений. В 1960-х годах покойный председатель правления Дато Ченг Ю-Тонг заметил высокий спрос на бриллианты в странах Запада и предвосхитил рост интереса к ним в Гонконге. Chow Tai Fook приобрела Zlotowski, южноафриканскую компанию по огранке алмазов, и стала развивать собственный бриллиантовый бизнес.

стилеобразующего элемента. «При этом по-прежнему непоколебима истина: природный бриллиант – это природное наследие, редкое, уникальное, подлинное и безусловно ценное, – считают в CTF. – Природный бриллиант традиционно символизирует важнейшие человеческие чувства – любовь и преданность, переоценить их просто невозможно».

Огромный потенциал продажи эксклюзивных изделий онлайн

Говоря об интернет-продажах, представители CTF отметили, что большая их часть приходится на продукцию более низкого ценового сегмента. Средняя стоимость ювелирного изделия с драгоценными камнями (в том числе с бриллиантами) составляет 1600 гонконгских долларов, или 204 доллара США. «Вместе с тем электронная коммерция укрепляет позиции в материковом Китае, молодые люди, как правило, используют мобильные платежи, чтобы совершить покупку онлайн. Поэтому мы видим большой потенциал реализации на онлайн-платформах более дорогих товаров и эксклюзивных изделий», – заявили представители компании.

Итак, какие возможности предоставляет CTF своим покупателям в виртуальном мире? Для создания персонализированных украшений была разработана онлайн-платформа D-ONE. На ней заказчики могут выбрать дизайн бриллиантов и украшений с помощью всего нескольких кликов на своем смартфоне. И заказ будет готов к доставке в течение 24 часов.

Помимо онлайн-магазинов и торговых площадок, служащих основными точками интернет-шопинга, CTF использует стратегию online-to-offline (O2O), которая направлена на привлечение клиентов из

Интернета в традиционный магазин. Социальная коммерция и мини-программы WeChat в материковом Китае позволяют покупателям делиться мнениями о продуктах и своим опытом покупок, вовлекая таким образом друзей в круг потенциальных покупателей.

В торговых точках работают облачные киоски с более широким выбором изделий, не ограниченными рамками одного магазина, – они также помогают повысить эффективность продаж. В 2019 финансовом году насчитывалось 13 магазинов с облачными киосками, в 2020-м их будет еще больше.

«Чтобы воспользоваться возможностями синергии онлайн и офлайн, мы взяли за основу свою обширную розничную сеть вкупе с нашей системой объединения товарных запасов для развития сотрудничества с такими партнерами, как JD.com и Tmall, а с 2017 финансового года запустили программу дистрибуции онлайн-заказов». Эта программа позволяет покупателю получить заказанное ювелирное изделие в ближайшей к нему торговой точке и в более короткие сроки. В 2017 финансовом году у CTF было более 500 магазинов в материковом Китае, где применялась эта система, причем на них приходилось примерно 6% всех электронных розничных продаж в Китае.

Для онлайн-продвижения модных и эксклюзивных продуктов CTF также привлекает лидеров общественного мнения в социальных сетях.

Традиционные покупки: атмосфера решает все

В 2017 году CTF открыла первый experience shop – магазин с неповторимой атмосферой. Компания создала офлайн-бутики с запоминающимися



Доктор Генри Чен, президент группы Chow Tai Fook (2-й слева), и ювелирный дизайнер Уоллес Чан (2-й справа) на церемонии презентации бриллиантового ожерелья A Heritage in Bloom, 2015 год

СВЫШЕ
30 400

СОТРУДНИКОВ

8,5

МЛРД ДОЛЛАРОВ США* –

ДОХОД ЗА 2019
ФИНАНСОВЫЙ ГОД

22,8%

ВЫРУЧКИ ПРИНЕСЛИ ПРОДАЖИ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ С ДРАГОЦЕННЫМИ КАМНЯМИ, ВКЛЮЧАЯ ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ С БРИЛЛИАНТАМИ

* 66,7 млрд гонконгских долларов, +12,7% по сравнению с аналогичным показателем предыдущего года. Конвертация валюты в доллары США сделана на дату 31 марта 2019 года.



ПАРТНЕРЫ

БРЕНДЫ

ПРОГНОЗ РЫНКА

Говоря об ожидаемых продажах ювелирных изделий с бриллиантами в Гонконге и материковом Китае, представители СТФ отметили, что, несмотря на текущую неопределенность макроэкономических факторов, сохраняющуюся со второй половины 2019 финансового года, на настроения потребителей тем не менее все еще можно влиять.

«Рождество и Новый год – традиционный сезон покупок, совпадающий с нашей ежегодной мегараспродажей: в Гонконге она обычно стартует примерно в середине декабря и длится до января. В то же время в материковом Китае крупнейшее событие в офлайн- и онлайн-продажах – День холостяков, и мы полагаем, что поток покупателей в сезон праздничных покупок будет вполне солидным», – сказали в компании.

неповторимыми интерьерами: подобные магазины были открыты в таких городах, как Гонконг, Сиань и Хэфэй. Каждый тематический бутик отражает местный колорит и создает уникальный стиль, нацеленный на определенный рынок. Так, войдя в гонконгский магазин с сотней подарочных коробочек, вы попадаете в атмосферу вечного праздника. Дизайн магазина, расположенного в материковом Китае в Сиане – городе, известном мавзолеем Цинь Шихуанди с его «терракотовой армией» (более чем 8000 статуй китайских воинов и их лошадей. – Прим. ред.), – отправляет к бесценной достопримечательности города. В центре бутика движется конвейер, на ленте которого разложены ювелирные украшения.

Представители СТФ считают, что благодаря новому формату покупок и изысканной обстановке тематические бутики пользуются большим спросом у покупателей и продолжают набирать популярность. В ближайшие годы компания планирует увеличить число таких магазинов в материковом Китае и Гонконге.

Покупатели хотят знать происхождение своего бриллианта

Согласно СТФ, покупатели становятся все более разборчивыми в вопросах характеристик бриллиантов по критериям 4C. Однако сегодня их заботит не только качество камня, но также возможность



Тематический бутик experience shop в Гонконге, Китай



Облачные киоски

проследить происхождение бриллианта, его подлинность. В 2016 году СТФ запустила бренд бриллиантов T MARK, призванный повысить доверие покупателей к выбираемым ими драгоценным камням. Каждый бриллиант T MARK помечен рядом уникальных серийных номеров, которые позволяют проследить «биографию» каждого камня. Таким образом, покупатели могут узнать страну происхождения бриллианта, время его огранки. «Наш бренд смог привлечь внимание рынка к важности отслеживания происхождения и прозрачности истории бриллианта. Некоторые представители отрасли тоже объявили об инициативах, позволяющих отслеживать историю бриллиантов и повышающих степень прозрачности их происхождения», – добавил представитель СТФ.

Браслет, кольцо и кулон из коллекции Kling Kling, которые можно приобрести только в тематических бутиках experience shops



ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ С ДРАГОЦЕННЫМИ КАМНЯМИ, ВКЛЮЧАЯ БРИЛЛИАНТЫ, СОСТАВЛЯЮТ

11,7%

ОТ ОБЪЕМА ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖ СТФ (2019 ФИНАНСОВЫЙ ГОД)



Магазин ARTRIUM в Чанше, материковый Китай

БОЛЕЕ

3200

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК В ЗОНЕ КИТАЙСКОГО КУЛЬТУРНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЛИЯНИЯ, В ЯПОНИИ, КОРЕЕ, ЮГО-ВОСТОЧНОЙ АЗИИ И США

ОКОЛО

3100

ИЗ НИХ – В МАТЕРИКОВОМ КИТАЕ

КОЛЛЕКЦИОННЫЕ ИЗДЕЛИЯ СТФ



ШЕДЕВР HERITAGE IN BLOOM – «НАСЛЕДИЕ В ЦВЕТУ»

Необработанный алмаз весом 507 каратов из Африки под названием «Наследие Куллинана» (The Cullinan Heritage) был найден в 2009 году, а в 2010-м приобретен СТФ. Компания огранила его и создала шедевр Heritage in Bloom. Украшение было представлено в 2015 году.

ЭТОТ ШЕДЕВР ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ 24 БЕЗУПРЕЧНЫХ БРИЛЛИАНТА ЦВЕТА D И ЧИСТОТЫ IF (INTERNALLY FLAWLESS, ТО ЕСТЬ БЕЗ ВКЛЮЧЕНИЙ), А САМЫЙ КРУПНЫЙ КАМЕНЬ – ЭТО ВЕЛИКОЛЕПНЫЙ 104-КАРАТОВЫЙ БРИЛЛИАНТ (D, IF) КРУГЛОЙ ОГРАНКИ

РОЗОВЫЙ БРИЛЛИАНТ PINK STAR

В 2017 году знаменитый розовый бриллиант CTF Pink Star был куплен на аукционе за 71,2 млн долларов США и стал самым дорогим в мире драгоценным камнем.





Прежде чем основать свой ювелирный бренд, Лиза Борзая несколько лет проработала представителем профильной компании, досконально изучив рынок. Поэтому к освоению нового для себя направления – созданию коллекций в качестве дизайнера – она подошла со знанием многих тонкостей профессии. Об особенностях ювелирного производства в России и ценообразования на украшения, мировых трендах, плагиате и, наконец, о любви к бриллиантам читайте в интервью Лизы журналу «Алроса».

ПРАВИЛА

ЮВЕЛИРОВ

текст:
КАРИНА МЕЛКУМЯН

– Лиза, как появилось ваше первое ювелирное изделие – наладонный браслет с ласточками?

– К моменту его появления я уже пять лет работала в ювелирной отрасли – представляла в качестве консультанта одну немецкую компанию. А создание собственных украшений – это уже следующая история. Нас пригласили на свадьбу на Лазурный берег, и я решила дополнить свой образ чем-то особенным. Первое, что пришло в голову, – задействовать в нем фигурки ласточек: я тогда серьезно заинтересовалась историей ювелирных украшений, и меня совершенно очаровал Рене Лалик с его эмалевыми изделиями и ласточками.

Платье я выбрала закрытое у горла, но полностью открывающее руки, поэтому лучшим решением стал браслет. Я пришла к ювелиру, и мы вместе придумали эту форму, когда фигурки птиц размещаются на тыльной стороне ладони. В итоге на свадьбе меня все хватали за руки и спрашивали, откуда украшение. А узнав, что автор – я, просили сделать такое же.

– Где вы разместили производство, в России?

– Да, именно в России: я получила несколько крупных заказов накануне 2015 года. А вы, наверное, помните, что происходило в декабре 2014-го, когда курс доллара подскочил до 80 рублей. Стоимость размещенных заказов росла день ото дня, никто не понимал, что будет с курсом доллара завтра, и клиенты просили меня зафиксировать цены в рублях. Я стала искать российских ювелиров – до того момента мы размещали заказы в Америке, но с учетом нового курса это становилось совсем невыгодно. В итоге нужные специалисты нашлись, а вслед за тем, уже в январе, пришло решение открывать производство именно в России.

– Вы быстро нашли мастеров, сумевших воплотить ваши идеи?

– В России очень хорошая ювелирная школа. И наши ювелиры, как правило, универсалы: они могут подключиться на любом этапе – от создания эскиза до финальной сборки. На Западе все-таки чаще встречаются узкоспециализированные мастера.

– Получается, на Западе ювелирный бренд должен иметь большой штат сотрудников?

– Да, у них преимущественно так. Конечно, и там есть мастера полного цикла, к которым обращаются с эксклюзивными заказами, но наша школа признана всеми мировыми экспертами, так же как российская школа огранки бриллиантов – об этом знают все. Так что хорошо, что нет худа без добра: благодаря скачку курса доллара у меня появилось свое производство в России.

– У нас упрочилось мнение, что строить свой бизнес в России крайне сложно. Вам как основателю своего бренда приходится сталкиваться с какими-то специфическими сложностями?

– Сложностей вначале не было никаких. Но когда мы вышли на международный рынок и помимо российских заказчиков у нас появились зарубежные, оказалось, что у нас нет юридической возможности отправить изделие за границу. То есть по закону я могу осуществить экспорт только в адрес юридического лица, частному заказчику – нет. Пришлось позаботиться о компании – представителе нашего бренда в США, чтобы отгружать ему изделия, адресованные зарубежным индивидуальным заказчикам.

– Многие потенциальные покупатели из России по-прежнему предпочитают совершать крупные ювелирные покупки за границей. При каких условиях, на ваш взгляд, эта ситуация может измениться и люди начнут покупать украшения с весомыми бриллиантами здесь?

– До недавнего времени в России как такового рынка бриллиантовых украшений не было. Была и есть крупнейшая в мире алмазодобывающая компания, АЛРОСА, и та предпочитала экспортировать. Я думаю, если АЛРОСА как главная компания задаст тренд на формирование внутреннего рынка, клиент постепенно придет к тому, что покупать бриллианты выгоднее в России – там же, где их и производят. Это совершенно нормально и логично. Я знаю, что многие клиенты летают за бриллиантами в Южную Африку – они почему-то думают, что так будет выгоднее. По факту получается, что нет, не выгоднее, но стереотип уже сложился.

– А если говорить о дизайне? Есть интерес к российским брендам?

– Интерес постепенно формируется. Российские компании стали приглашать на международные выставки, некоторые успели завоевать хорошую репутацию. Их пока немного, но мы, хоть и небольшими шагами, все-таки продвигаемся на мировой рынок.

Чистая игра

– Какие вы используете камни для коллекций? И какое место в них занимают бриллианты?

– Мы используем разные камни, но без бриллиантов не обходится ни одно украшение, так что мы являемся постоянными клиентами АЛРОСА. Я очень люблю бриллианты: они всегда подчеркивают своим блеском и красотой как горячую эмаль, которую мы также часто используем, так и другие драгоценные и полудрагоценные камни. Они в любом случае смотрятся выигрышно, даже когда не являются центральными элементами украшений.

– Как вы их отбираете, на какие характеристики прежде всего обращаете внимание?

– Первый год я была жутким перфекционистом. Не в последнюю очередь из-за клиентов, которые при выборе камня непременно хотели только квадрат, а если цвет, то только D и F. Но иногда такой подход просто экономически



нецелесообразен – ни для клиента, ни для меня. На каком-то этапе я отошла от этих критериев и сейчас в первую очередь смотрю на красоту камня. Он может быть не самым белым, не самым чистым, главное, чтобы он был эффектным, демонстрировал хорошую игру света. По большому счету, какие-то включения в бриллианте никак не влияют на его красоту и блеск. И не мешают идее, которую мы хотим с его помощью воплотить. Я просто выбираю красивый камень – и мы с ним работаем.

– Вы принципиально работаете только с натуральными бриллиантами или допускаете использование синтетических? И насколько важен этот вопрос для клиентов?

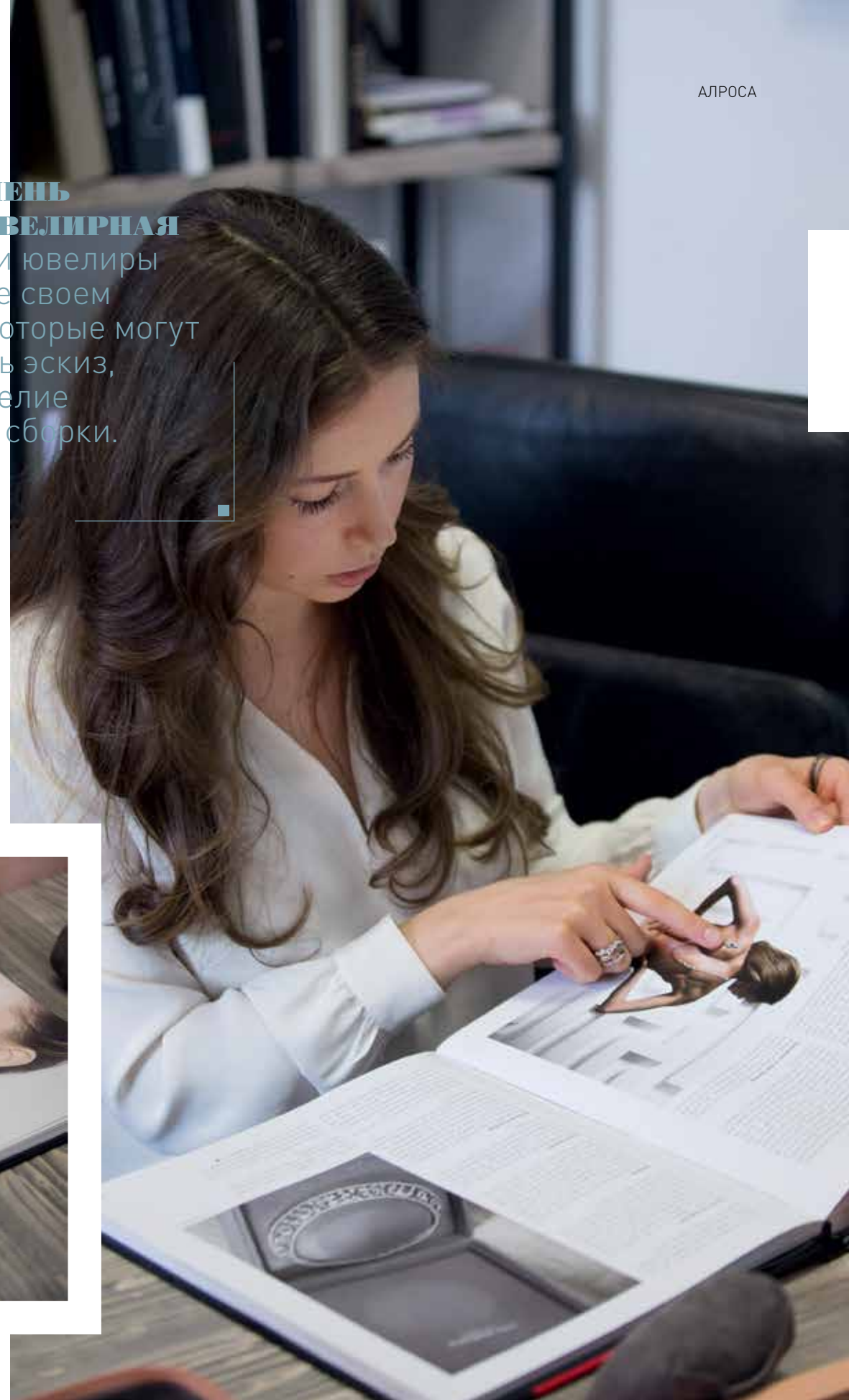
– Я голосую двумя руками за натуральные камни, потому что они все-таки обладают совершенно особой энергией. Любой работающий с ними ювелир понимает, что это живой материал. Синтетика даже близко не несет в себе такую энергетику, поэтому я с ней не работаю вообще. И клиентов, которые хотели бы ее покупать, у меня нет.

– При этом в последнее время производители синтетических бриллиантов занимают все больше места на специализированных ювелирных выставках. Можно ли прогнозировать, что тенденция на использование выращенных в лабораториях камней будет расти?

– Конечно, заводы, которые производят выращенные бриллианты, – настоящие гиганты, готовые вкладывать огромные деньги для завоевания своей доли на рынке. Но, по моему мнению, ее рост никак не повлияет на соотношение покупателей, которые предпочитают только натуральные камни, и тех, кто не видит ничего зазорного в покупке камней синтетических. Здесь как в модной отрасли: кто-то носит только натуральный шелк, а кого-то устраивает и полиэстер. И конечно, искусственные бриллианты – хорошее решение для тех, кто не может себе позволить природные камни.



В РОССИИ ОЧЕНЬ ХОРОШАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ШКОЛА. Наши ювелиры в большинстве своем универсалы, которые могут все – и создать эскиз, и довести изделие до финальной сборки.



С соотношением натуральных и искусственных бриллиантов будет примерно та же ситуация, что и в модной отрасли: **КТО-ТО НОСИТ ТОЛЬКО НАТУРАЛЬНЫЙ ШЕЛК, А КОГО-ТО УСТРАИВАЕТ И ПОЛИЭСТЕР.**

– То есть украшения с синтетикой будут практически неотличимы от изделий с натуральными камнями?
– На мой взгляд, увеличение доли синтетических бриллиантов на рынке может повлиять на дизайн украшений с натуральными камнями. Он станет более сложным. Раньше один крупный бриллиант дополнялся двумя боковыми, и этого было достаточно. Сегодня, когда синтетику сложно отличить от природных камней, подчеркнуть исключительность последних можно будет, создав им действительно уникальную оправу. Такую, в которую обрамлять синтетику просто невыгодно с экономической точки зрения.

– Вы работаете с цветными камнями?
– В последние годы я наблюдаю какой-то бум на цветные камни: одни клиенты хотят розовые, другие – желтые. Одним словом, можно говорить о тренде. Когда у тебя есть классическая коллекция с белыми бриллиантами, уже хочется какого-то разнообразия, и возникает спрос на что-то менее стандартное.

Искусство для жизни

– Из чего складываются цены на ваши украшения?
– Если говорить об украшениях с редким дорогим центральным камнем, в первую очередь на стоимость влияет его цена – оправа при этом может быть достаточно простой. А если мы говорим о каком-то уникальном дизайне, то при определении стоимости изделия учитываются как задумка, так и техника исполнения – они всегда идут бок о бок: если идея классная, а воплощение так себе, она уже не несет в себе никакой ценности. Бывает и так, что все звезды сходятся и идея закручивается вокруг представляющего редкость камня – соответственно, все это отражается на цене. Ну и немаловажную роль играет имя мастера или бренда.

– Ваш бренд уже имеет определенный вес на рынке?
– Нас знают, регулярно приглашают на выставки, но я пока не считаю, что у меня есть имя, которое можно было бы закладывать в стоимость.

– Что в первую очередь определяет имя бренда – признание экспертов, покупателей?
– И то и другое одинаково важно. Одного признания экспертов недостаточно: за твой дизайн должен обязательно проголосовать и клиент. Если украшения никто не хочет покупать, они никого не трогают и не отвечают ничьим ожиданиям, наверное, твоя идея все-таки не настолько хороша.

– Приходится ли вам идти на компромиссы, чтобы подстроиться под требования рынка?



– Если речь о моих коллекциях, то на стадии задумки я вообще не отталкиваюсь от бюджета: главное, чтобы было красиво. А уже потом, на этапе производства, начинаю прикидывать, как оптимизировать цену без большого ущерба внешнему виду. Чуть попроще камни, немного меньше деталей: чем больше деталей, тем сложнее собирать изделие.

– Но многие ваши изделия как раз демонстрируют небольшие проработанные детали.
– Да, мне нравится такая «придуманность», нравится использование новых и красивых техник – таких, как горячая эмаль. Я люблю ювелирное искусство, и мне бы не хотелось быть «еще одним новым брендом», который сливается с сотнями других.

– То есть в первую очередь украшение должно представлять собой ценность как объект искусства?
– У меня нет задачи сделать то, что войдет в историю и станет объектом искусства, это последнее, о чем я думаю.

Почему-то сейчас многие украшения, представляющие собой художественную ценность, сразу попадают либо в музей, либо в сейф.

МНЕ ТАКОЙ ТРЕНД СОВЕРШЕННО НЕ НРАВИТСЯ: Я СЧИТАЮ, ЧТО УКРАШЕНИЕ ОЖИВАЕТ, СТАНОВИТСЯ НАСТОЯЩЕЙ ЦЕННОСТЬЮ, КОГДА ЕГО НОСЯТ.

Поскольку я много работаю на частных клиентов, в первую очередь я стремлюсь делать то, что они будут носить и не положат в сейф. То, что станет частью их жизни, ее украшением. Мне очень приятно, когда я вижу их в своих изделиях.

– Где грань между произведением искусства – музейной ценностью и высокоювелирным украшением, которое можно носить?

– Почему-то в современном мире многие украшения, представляющие собой художественную ценность, сразу попадают либо в музей, либо в сейф. То есть они не живут, не наполняют повседневность человека своей энергетикой. Они родились – и их сразу же похоронили. Ведь что такое музей? По сути, большая гробница предыдущих эпох, демонстрирующая, как жили наши предки. Мне такой тренд совершенно не нравится: украшения становятся культовыми именно тогда, когда они какое-то время были частью жизни человека, украшали его повседневность. В эпоху позднего Средневековья состоятельные люди покупали картины известных художников, в первую очередь чтобы украсить свой быт, а не для того, чтобы выгодно вложиться в дорогую вещь и поместить ее в сейф. Я считаю, к украшению должен быть такой же подход: его надо носить.

– У вас есть ювелирная коллекция «Котодетки», половина от продаж которой направляется в помощь бездомным животным. Как возникла эта идея? Некоторые полагают, что благотворительность – своего рода моральная обязанность производителей люксовых товаров. Вы с этим согласны?

– Я не воспринимаю участие в этом проекте как обязанность – речь о фонде помощи бездомным животным, который основала моя подруга. Я люблю животных, у меня у самой живут взятые из приюта кот и собака, так что идею создать украшения, средства от продажи которых пойдут на помощь бездомным четвероногим, я поддержала сразу. Это очень простые украшения, с логотипом фонда, и моя подруга – его основательница – сама с удовольствием их носит.

Эволюция классики

– Вы ориентируетесь на глобальные мировые тренды, например, на розовое золото или цветные камни?

– Да, есть какие-то базовые тренды, которые буквально витают в воздухе, например, на розовое золото. Но мы с ним работали не только потому, что это тренд, а потому, что оно просто очень красивое.

– А если говорить о другом актуальном тренде, предполагающем использование этического золота и бриллиантов, – насколько это важно для вас?

– Разумеется, важно. Мы должны знать происхождение материалов, которые используем. С бриллиантами все ясно: я давний клиент АЛРОСА и могу быть уверена, что бриллианты добываются с использованием этических норм. А золото мы по большей части покупаем в ломбарде: то есть используем переработанный материал, чистим его и даем ему вторую жизнь. Кстати, в самое ближайшее время я буду принимать участие в заседании группы экспертов в Нью-Йорке на эти темы – оно пройдет в рамках выставки The Pratagonist: среди 15 участников я буду единственным представителем из России.

Я СЧИТАЮ, ЧТО ДАЖЕ КЛАССИЧЕСКИЕ УКРАШЕНИЯ МОЖНО И НУЖНО ОБЫГРЫВАТЬ.

Причем так, чтобы не слишком далеко уходить от принятых стандартов и не отпугивать клиентов – это должна быть постепенная эволюция.

– Как часто вы посещаете профессиональные ювелирные выставки?

– До прошлого года, когда изменились личные обстоятельства, ездила постоянно. Сначала как представитель ювелирной компании, потом как основатель собственного бренда: на этом этапе меня в первую очередь стали интересовать выставки, предусматривающие продажу камней.

– Сейчас одно из ключевых классических направлений – помолвочные кольца, стендам с которыми отводятся огромные площади. Вы беретесь за подобные заказы?

– Конечно, работаю и с помолвочными кольцами, и с классическими формами: благодаря заказчикам. И я считаю, что

даже их можно и нужно по-новому обыгрывать. Причем так, чтобы не слишком далеко уходить от принятых стандартов и не отпугивать клиентов – это должна быть постепенная эволюция. Для меня самой такой подход стал своего рода личным открытием: казалось бы, что нового можно придумать в классике? Но это огромное непаханое поле, и иногда получаются совершенно классные вещи: вроде бы классические, но очень современные.

– Некоторые ювелиры стараются обязательно посещать все выставки и показы, чтобы быть в курсе трендов и новинок, другие, напротив, намеренно ограждают себя от влияния конкурентов, опасаясь случайного копирования. К какой категории относитесь вы?

– На выставки в первую очередь ездят за клиентами. Наверное, есть такие компании, которые специально отслеживают там тренды, чтобы потом запустить их в массовое производство, но у нас точно другая история. Конечно, я отслеживаю новые коллекции интересных мне брендов, какие-то глобальные тенденции – для общего понимания, но это никак не связано с тем, что мы производим. Что касается копирования моих украшений, с этим я для себя давно все решила: если кто-то что-то скопирует, он все равно будет вторичен. Я всегда буду опережать тех, кто занимается плагиатом, и всегда буду придумывать что-то новое.

ЕВГЕНИЙ
МАРЧЕНКОРУСЛАН
ЕРМОЛОВИЧСАУЛЕ
ИБРАЕВАтекст:
ЭЛЛА ЗАХАРОВА
фото:
ГРИГОРИЙ ИФТОДИЙ

ТРЕНЕРСКИЙ

ШТАБ

**БЕЗОПАСНОСТЬ
СОТРУДНИКОВ – ОДНО
ИЗ ПРИОРИТЕТНЫХ
НАПРАВЛЕНИЙ АЛРОСА.**

Компания совершенствует систему промышленной безопасности, в том числе внедряя обучающие программы для работников. В АЛРОСА пришли к выводу, что эффективность тренингов будет намного выше, если их будут проводить собственные специалисты с опытом работы на производстве, и подготовили команду внутренних тренеров. НАШИ ГЕРОИ РАССКАЗЫВАЮТ, ЧТО ПОБУДИЛО ИХ ОСТАВИТЬ ПРОИЗВОДСТВО, И ДЕЛЯТСЯ ЛАЙФХАКАМИ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ.



САУЛЕ ИБРАЕВА

39 лет

Я пять лет проработала маркшейдером на Мирнинском ГОКе, что помогло мне узнать производство изнутри, а потом перешла в научно-исследовательский и проектный институт «Якутнипроалмаз». Там научилась писать отчеты, работать с литературой, проводить исследовательские работы и в целом многое узнала о компании. Помимо этого, постоянно повышала свою квалификацию.

Параллельно работе всегда занималась общественной деятельностью: я являюсь членом Ассамблеи народов Республики Саха (Якутия) и состою в рядах партии «За женщин России». И, кажется, я всю жизнь где-то выступала, кого-то поздравляла и что-то организовывала.

Когда мне предложили войти в штат внутренних тренеров АЛРОСА, я вначале засомневалась: все-таки так круто менять свою деятельность было страшновато. Но меня поддерживали родные, сказав, что это моя стезя и мне надо ей следовать. Я решилась и признаюсь, что несколько об этом не пожалела.

Теперь моя работа – непрерывный творческий процесс, мы каждый день узнаем и создаем что-то новое. Раньше считалось, что тренер – это призвание, а оратором надо родиться. Нет! Любой человек может развить в себе эти качества, было бы желание. Если по-настоящему захотеть, можно развить в себе вообще любые качества!

Я бы не сказала, что мне все дается легко. Первопроходцем в принципе быть трудно. Но нам помогают – руководители, люди, которые заинтересованы в промышленной безопасности, охране труда. Они всегда предлагают помощь, предоставляют необходимые материалы и статистику, способствуют решению вопросов на местах, ведь на каждом производстве своя специфика. Одним словом, делается все возможное, чтобы мы прошли свой путь как можно легче.

Достучаться можно до любого. Даже если достучаться хотя бы до одного человека, и он изменит свое отношение к основам безопасности, значит, я стала тренером не зря.

Присутствовавшие на моих тренингах люди говорят, что я очень эмоциональна и этим как бы вовлекаю аудиторию, даю ей прочувствовать важность темы, вникнуть в нее. И слушатели действительно проникаются.

Знать все невозможно, поэтому не надо стесняться и тушеваться, если ты не находишь ответа на какой-то вопрос из зала. В таких случаях я говорю: «Давайте поищем ответ вместе!» Или, например: «Спасибо, что вы об этом спросили, я обязательно наведу справки и сообщу вам». Или же нахожу в аудитории компетентного в этом вопросе человека и обращаюсь к нему. Ведь совокупность знаний всех присутствующих всегда превышает знания тренера.

Сейчас моя цель – стать по-настоящему хорошим тренером. Мне еще предстоит прочитать немало специальной литературы, и я должна постоянно расширять свой кругозор. Дальнейшему карьерному росту нужна определенная база, основа, и я эту основу продолжаю создавать.

РАНЫШЕ СЧИТАЛОСЬ, ЧТО ТРЕНЕР – ЭТО ПРИЗВАНИЕ, А ОРАТОРОМ НАДО РОДИТЬСЯ. НЕТ! ЛЮБОЙ ЧЕЛОВЕК МОЖЕТ РАЗВИТЬ В СЕБЕ ЭТИ КАЧЕСТВА, БЫЛО БЫ ЖЕЛАНИЕ

БЛИЦ

Ваш самый большой страх?

– Страх за детей.

Самое главное правило безопасности?

– Безопасность начинается с себя.

Самая экстремальная ситуация, которая случалась в вашей жизни?

– Прошла по стеклянному мосту на выставке «Экспо» в Астане. Подо мной была высота восьми этажей, но я смогла пройти до конца и преодолеть страх, чему была очень рада!

Зубрежка или импровизация?

– Зубрежка, пока зубрежка.

Эмоции или разум?

– И то и другое, в комплексе.

Самый эффективный способ что-либо запомнить?

– Создавать образы, визуализировать.

Известный оратор, который вас восхищает?

– Нина Зверева.

Общаетесь со слушателями на «ты» или на «вы»?

– Только на «вы», я так воспитана.

**ЕВГЕНИЙ МАРЧЕНКО**

32 года

Я начинал свой трудовой путь оператором третьего разряда по добыче нефти и газа. Потом стал механиком цеха, заместителем главного механика, главным механиком, исполнял обязанности главного инженера. Но мне не хватало чего-то творческого, я чувствовал, что засиделся на одном месте. Меня привлекала сфера публичных выступлений, а на прежней работе в качестве оратора я мог проявить себя разве что на планерках и совещаниях.

Занимая довольно высокие должности в прошлом, я должен был общаться и с руководством, и с подчиненными, поэтому научился говорить с каждым на его языке. Для инженерно-технического работника нужно найти одни слова, для рабочего – другие.

Я не был мастером ораторского искусства, да и сейчас им не являюсь, но мы же продолжаем учиться. И, честно говоря, у нас впереди еще долгий путь: в теории мы подкованы неплохо, но практический опыт у нас только нарабатывается.

Хорошим тренером можно стать благодаря личному желанию развиваться в этой области и осознанию ответственности перед аудиторией. Она выражается в том, что тренинг, который ты готовишь, должен максимально ясно доносить до слушателей то, что ты хочешь им донести. И самое приятное в моей работе – то ощущение после выступления, когда ты понимаешь, что все запланированное получилось.

Есть упражнения, помогающие справиться с волнением, но я их не делаю, как-то обхожусь. Просто настроился – и пошел. Вначале, бывало, дрожали ноги и немного ускорялась речь. Но уже несколько тренингов спустя этого не мог подметить даже самый пристальный взгляд.

Расположить к себе старших и опытных людей, буквально только что поднявшихся из шахты, сделать так, чтобы они воспринимали меня всерьез, помогает самопрезентация. Перед началом тренинга я рассказываю, кем работал, какой у меня опыт. Тем самым я доношу до них, что знаю производство, немало добился и мне можно доверять.

Сегодня в приоритете у компании не производство, не добыча и продажа алмазов, а безопасность и здоровье сотрудников. Точнее, это всегда было в приоритете, но с каждым годом этим вопросам уделяется все больше и больше внимания. С этой целью была создана и наша тренерская программа – чтобы мы способствовали искоренению несчастных случаев и травматизма на производстве.

ПЕРЕД НАЧАЛОМ ТРЕНИНГА Я РАССКАЗЫВАЮ, КЕМ РАБОТАЛ, КАКОЙ У МЕНЯ ОПЫТ. ТЕМ САМЫМ Я ДАЮ ПОНЯТЬ СИДЯЩИМ ПЕРЕДО МНОЙ ЛЮДЯМ, ЧТО ЗНАЮ ПРОИЗВОДСТВО, НЕМАЛОГО ДОБИЛСЯ И МНЕ МОЖНО ДОВЕРЯТЬ

Б Л И Ц

Какой ваш самый большой страх?

– Плохо выступить. А фобий у меня нет.

Самое главное правило безопасности?

– Соблюдать правила техники безопасности, они написаны кровью.

Самая экстремальная ситуация, которая случалась в вашей жизни?

– Самолет, в котором я летел, развернули обратно из-за внезапно возникших технических проблем.

Зубрежка или импровизация?

– Второе, ведь без импровизации на вопросы не ответишь.

Эмоции или разум?

– Разум. Ну и эмоции случаются, конечно.

Самый эффективный способ что-либо запомнить?

– Понимание темы.

Известный оратор, который вас восхищает?

– Радислав Гандапас.

Со слушателями на «ты» или на «вы»?

– Во время тренингов всегда на «вы».



РУСЛАН ЕРМОЛОВИЧ

27 лет

Я прошел трудовой путь от электрослесаря до электромеханика участка доводки. Моя карьера складывалась хорошо, но для приобретения основных навыков и знаний о работе достаточно нескольких лет. Чтобы узнать что-то новое, трудовое направление нужно менять. И на определенном этапе я задумался, куда хочу развиваться дальше.

Опыт, полученный на производственных площадках, помогает преподавать. Когда знаешь процесс изнутри, знаешь отношение работников к разным ситуациям, преподавание дается проще.

Мы сейчас все делаем с нуля: часто приходится укладываться в короткие сроки, схватывать на лету. Зато потом, когда тренинг готов и ты уже несколько раз с ним выступил, обрел уверенность, очень приятно совершенствовать его дальше, продолжать работать над собой.

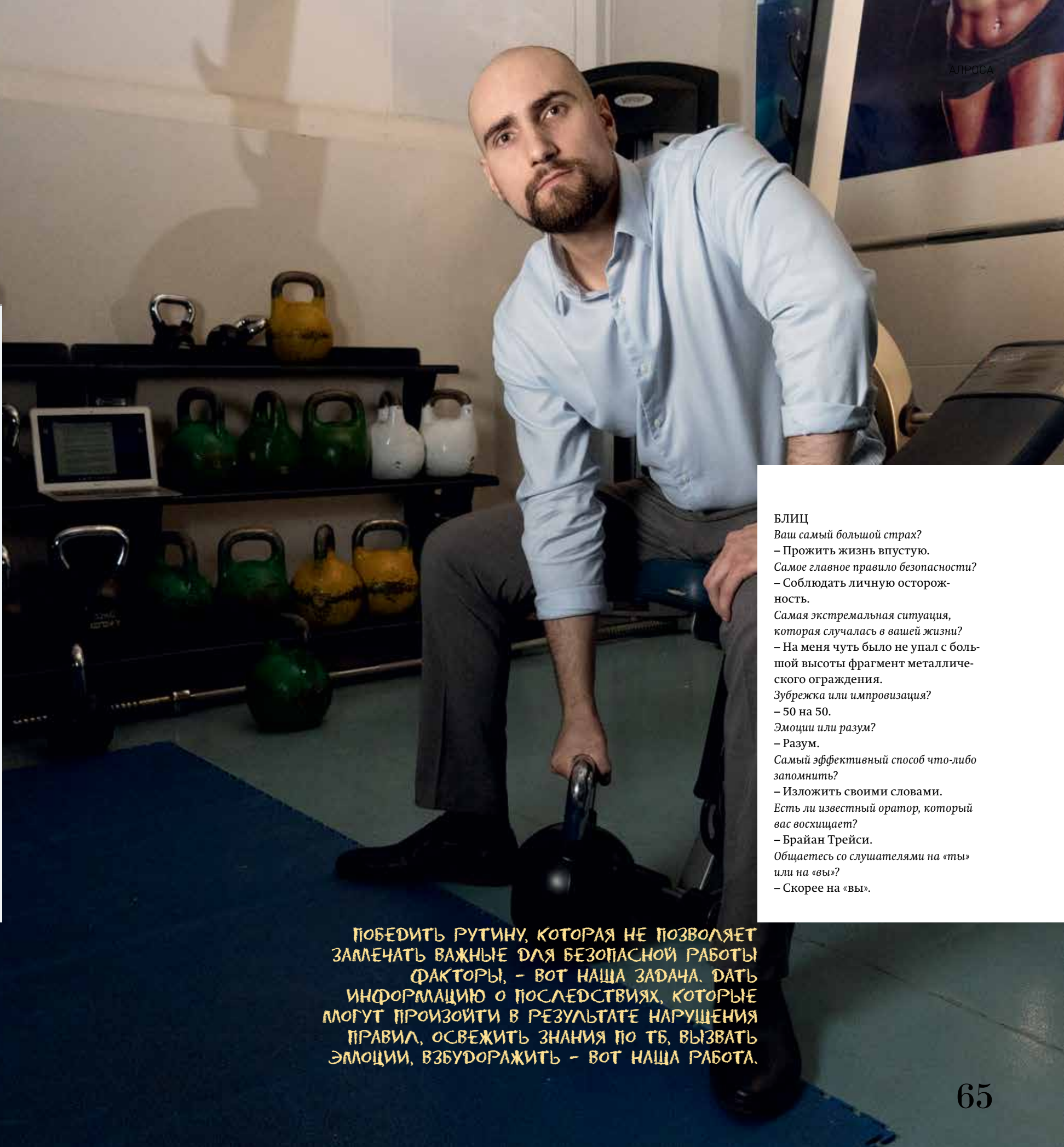
Промышленная безопасность, конечно, наше основное направление. Но также мы можем провести тренинг по оформлению презентаций, публичным выступлениям – по разным темам и для разной аудитории. Сейчас у нас в работе тренинг по коммуникациям, а в рамках проекта «Профи-Club» мы готовимся проводить занятия, знакомящие школьников с производственным процессом компании. Думаю, будет еще много разных проектов!

Умение говорить публично, применять и комбинировать разные ораторские приемы в своих выступлениях, хорошо владеть той информацией, которую пытаешься донести слушателям, а также спокойствие, уверенность и способность объяснять сложные вещи простым языком – вот те качества, которые важны для тренера. Все они у меня есть, но я продолжаю их развивать с каждым выступлением.

Секрета, помогающего справиться с волнением, у меня нет, – наверное, еще не нашел. Я просто выхожу, начинаю выступать, и здесь уже никуда не денешься: прямо передо мной слушатели, время ограничено... Волнение спадает само собой, в процессе выступления, и дальше все идет гладко.

Для разновозрастной аудитории очень подходит метод Колба, когда каждый делится своим опытом, ведь у некоторых слушателей его предостаточно. Потом мы все вместе этот опыт анализируем, формулируем теоретические выводы и закрепляем их на практике. Люди более старшего возраста с интересом реагируют на такой формат обучения.

Чтобы привлечь и удержать внимание слушателей, я использую зрительный контакт, смену тембра голоса и метод диалога – задаю вопросы, побуждая зрителей к тому же самому, и получаю ответы. Также комбинирую лекционную часть с работой в группах – получается совсем не скучно.



БЛИЦ

Ваш самый большой страх?

– Прожить жизнь впустую.

Самое главное правило безопасности?

– Соблюдать личную осторожность.

Самая экстремальная ситуация, которая случалась в вашей жизни?

– На меня чуть было не упал с большой высоты фрагмент металлического ограждения.

Зубрежка или импровизация?

– 50 на 50.

Эмоции или разум?

– Разум.

Самый эффективный способ что-либо запомнить?

– Изложить своими словами.

Есть ли известный оратор, который вас восхищает?

– Брайан Трейси.

Общаетесь со слушателями на «ты» или на «вы»?

– Скорее на «вы».

ПОБЕДИТЬ РУТИНУ, КОТОРАЯ НЕ ПОЗВОЛЯЕТ ЗАМЕЧАТЬ ВАЖНЫЕ ДЛЯ БЕЗОПАСНОЙ РАБОТЫ ФАКТОРЫ, – ВОТ НАША ЗАДАЧА. ДАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ПОСЛЕДСТВИЯХ, КОТОРЫЕ МОГУТ ПРОИЗОЙТИ В РЕЗУЛЬТАТЕ НАРУШЕНИЯ ПРАВИЛ, ОСВЕЖИТЬ ЗНАНИЯ ПО ТБ, ВЫЗВАТЬ ЭМОЦИИ, ВЗБУДОРАЖИТЬ – ВОТ НАША РАБОТА.



Недалеко от города Мирного на огромной лесной территории расположился парк «Живые алмазы Якутии». Его обитатели – яки, овцебыки, зубры, олени, лошади и другие сибирские звери, а также неожиданные здесь представители южных широт. Посетители приезжают в заповедник круглый год, часто вместе с детьми, чтобы погулять, посмотреть на животных и даже покормить их. АЛРОСА ежегодно выделяет деньги на содержание «Живых алмазов», тем самым участвуя в сохранении популяции редких животных региона.

«ЖИВЫЕ АЛМАЗЫ» ЯКУТИИ

автор: МАРИЯ БУЗУНОВА
фото: ГРИГОРИЙ ИФТОДИЙ

Как все начиналось

Первые «поселенцы» начали обживать парк в 2009 году. Но подготовка к приему зверей началась задолго до этого. В 2000 году Наблюдательным советом АЛРОСА при участии первого президента Якутии Михаила Николаева было принято решение о создании природного парка, затем подписано соглашение между республиканским Министерством охраны природы и АЛРОСА, после чего началось строительство и обустройство территории.

В 2001 году с полуострова Таймыр привезли 13 загадочных животных, древнейших обитателей Земли – овцебыков. Их доставили в село Таас-Юрях, на ферму-питомник крестьянского хозяйства Сергея Симонова, нынешнего директора парка «Живые алмазы».

В течение восьми лет Таас-Юрях был местом реализации республиканской программы по одомашниванию и разведению овцебыков. 11 этих уникальных представителей фауны и стали первыми обитателями «Живых алмазов» в 2009-м. С этого момента начинается пополнение большой звериной семьи лесного парка. Следом приехали два изюбра из якутского зоопарка «Орто-Дойду». После были до-

ставлены бизоны, олени, лоси, якутские лошади и даже павлины.

Кормить, любить и беречь

Парк представляет собой длинный коридор с отгороженными вольерами. Каждый из них – просторный, в каждом живет по несколько особей. Недавно родившихся малышей держат в теплых помещениях и никому не показывают, пока они не подрастут – незачем беспокоить детенышей. Для работников парка звери в приоритете – для них и существует парк, а посетители – это просто временные гости.

– Мы создаем условия для организованного туризма и отдыха. Каждый год к нам стабильно приезжают по 4–5 тысяч посетителей, из них больше половины – дети. Едут со всего района: из Мирного, Удачного, Айхала, Чернышевского, Алмазного, Ленска и других поселений. В день бывает по 20 человек, а в выходные еще больше, – рассказывает Сергей Симонов, директор парка. – У многих в заповеднике есть любимые животные. Взрослые больше интересуются медведями. А дети первым делом бегут к кроликам, кормят их капустой и морковкой, которую привозят с собой или покупают у нас.

4

МИЛЛИОНА РУБЛЕЙ

направит компания
АЛРОСА на содержание
«Живых алмазов Якутии»
в 2019 году.



При этом все гости ведут себя прилично. Зверей не пугают, кормят только овощами, никаких «запретных» сладостей.

Гости из Канады

В 2006 году из канадского национального парка «Элк-Айленд» в рамках республиканской программы «Охрана окружающей среды» в Якутию завезли первую партию из 30 бизонов. Программа восстановления древнего места обитания бизонов в Якутии при поддержке канадской стороны получила продолжение – в 2011 году сюда пожаловали еще 30 особей. Сейчас в российском регионе их уже около двухсот, включая тех, которые родились уже здесь. Эти звери живут в природном парке «Синяя», в питомниках «Тымпынай» и «Усть-Буотама», зоопарке «Орто-Дойду» и природном парке «Живые алмазы Якутии». Пару бизонов «Живым алмазам» подарили в 2014 году. По мнению экологов, есть шанс, что в следующем году животные дадут первое потомство.

Спасти Умку

Многие животные попали в парк из зоопарков, с ферм и от жителей, которые занимались разведением. Но есть истории, когда парк стал для зверя единственной надеждой на жизнь. Так, в 2011 году во время обхода территории сотрудники парка нашли двухмесячного медвежонка. Он был истощен и передвигался из последних сил. Вероятно, его мать сгорела в лесном пожаре, который тогда полыхал

в соседнем районе. Испуганный огнем маленький мишка вышел на территорию заповедника и доверился людям. Медвежонка спасли, выходили и назвали Умкой.

Все потомство от обитателей парка распределяется между заповедниками – якутскими или других регионов России. Также в планах у «Живых алмазов» разработка специальной экологической программы по подготовке животных к условиям жизни в дикой природе. Сейчас многие из питомцев практически ручные, защитить себя и найти пропитание, кроме простого подножного корма, не могут.

Правильное питание

Дирекция парка постоянно в поиске лучшего рациона для своих подопечных. В зависимости от сезона состав корма меняется, задача – сделать его сбалансированным. Затраты на питание животных помогает оплачивать АЛРОСА.

Крупные парнокопытные съедают порядка 50–60 тонн сена в год. Например, якам в день нужно 6 кг сена, изюбрам – 4 кг. В среднем в год на сено уходит примерно 480 тысяч рублей. Что-то из кормов парк заготавливает своими силами. Например, ягель, который так любят олени. Работники заповедника собирают его в лесу, чистят, сушат и затем всю зиму кормят им животных. А летом травоядные на самовыпасе – они питаются растениями на территории в 300 гектаров.

Новые вызовы

В 2018 году у дирекции парка появилась серьезная проблема. После двух публичных слушаний в Мирном питомцам «Живых алмазов Якутии» было решено подыскать новое место обитания. Дело в том, что одно из местных нефтегазовых предприятий выиграло борьбу за обладание нетронутой тайгой с чистыми ручьями и озерами. А парк как культурную достопримечательность хотят транспортировать на другую территорию, где нет интереса пользователей недр. На данный момент окончательное решение о перемещении парка отложили. Но сотрудники «Живых алмазов» нас успокаивают: если переезд и состоится, то животным обеспечат все те же условия для жизни и на меньшую территорию переезжать их подопечные не будут.



Директор парка «Живые алмазы Якутии»
СЕРГЕЙ СИМОНОВ

Парк создали по нескольким причинам. Самая главная – сохранение природных экосистем. Судя по тому, что наши животные постоянно приносят потомство, парк отлично справляется с этой задачей. Так, весной 2018 года на свет появились десять птенцов павлина, детеныш изюбра и 15 крольчат. В сентябре прошлого года родился детеныш яка, этим летом у якутских лошадей – два жеребенка. Еще один новорожденный в этом году – пятнистый олененок. Конечно, в парке им комфортно – большие площадки, много еды, но все же это не дикая природа. Между тем животные доверились нам, привыкли и дали новую жизнь.

Со дня открытия к нам приезжают школьники и студенты – изучать природу и животных. Многие ребята пишут свои исследовательские работы на нашей базе. Некоторые из них занимают призовые места на республиканских и российских турнирах. Хорошо, что современные дети видят живую природу хотя бы здесь, мало того – у них просыпается интерес к ней. Они забывают про свои гаджеты, видя красоту окружающего мира, хрупкость, и учатся его беречь.



АЛРОСА

32 105,22
ГА –
ПЛОЩАДЬ ОСОБО
ОХРАНЯЕМОЙ ПРИРОДНОЙ
ТЕРРИТОРИИ, НА КОТОРОЙ
НАХОДИТСЯ ПАРК «ЖИВЫЕ
АЛМАЗЫ ЯКУТИИ»

Расположен на 11-м км дороги
Мирный – Чернышевск





ЧЕМПИОНСКИЙ ПУТЬ: НАЧАЛО

Дочерняя компания АЛРОСА «Севералмаз» организует детские турниры по хоккею в Архангельске, вдохновляя начинающих спортсменов на большие победы. В этом году впервые алмазодобывающая компания также спонсировала одно из любимых архангельцами соревнований – по бальным танцам. «Севералмаз» заручился поддержкой титулованных спортсменов и намеревается продолжать развитие спорта в родном регионе.

Олимпийский чемпион одобряет

В 2017 году, на 25-й год своего существования, «Севералмаз» впервые провел хоккейный турнир среди дет-

ских команд Архангельской области 2005–2006 года рождения. В качестве площадки был выбран Дворец спорта профсоюзов – знаковое для города спортивное сооружение вместимостью 2300 человек. Соревнование, что называется, «зашло»: за организацию мероприятия президент Федерации хоккея России Владислав Третьяк наградил гендиректора «Севералмаза» Андрея

Письменного дипломом «За вклад в развитие отечественного хоккея». С тех пор турнир стал традиционным и проводится раз в год.

– Подобные мероприятия способствуют привлечению внимания к спорту и здоровому образу жизни, а также развитию командного духа и воли к победе, – отметил Андрей Письменный. – Мы видим, что интерес к хоккею у ребят растет, есть серьезные результаты. Как социально ответственное предприятие мы будем поддерживать развитие культуры и спорта области.

В этом году на турнир приехали четыре команды: «Каскад-2005» и «Каскад-2006» (обе – Архангельск), «Беломорец» (Северодвинск), «УЛК» (поселок Березник,

Устьянский район). Как всегда, «Севералмаз» взял на себя все расходы по организации, в том числе на закупку кубков и медалей, гонорары судьям, питание участников. А хоккеисты отплатили за прием по-настоящему взрослой игрой, порадовав зрителей (среди которых были не только мамы и папы, но и местные любители хоккея) изящными комбинациями и красивыми голами. Особенно напряженной и драматичной выдалась финальная игра между двумя архангелогородскими командами. За несколько минут до конца третьего периода ребята из «Каскада-2005» вели со счетом 3:2, но их младшие соперники сумели перевернуть ход встречи и вырвать победу – 4:3.

Гендиректор
«Севералмаза»
Андрей Письменный



Фото: Александр Антонов, Артем Кожевников



Наш выход на танцпол

«Севералмаз» не остался в стороне от красивейших состязаний на грацию, гибкость и чувство ритма. В этом году в Архангельске прошло два соревнова-

ния по бальным танцам, объединенные названием «Беломорские ритмы» – крупнейший региональный чемпионат на Кубок губернатора области, который проводится уже в 28-й раз. В этом году в его рамках также прошло открытое первенство региона для начинающих. В общей сложности за первенство боролись 1500 спортсменов от 5 до 55 лет из Архангельской, Вологодской, Ленинградской, Мурманской, Ярославской областей, Республики Карелия, Республики Коми, Ненецкого автономного округа, а также из Москвы и Петербурга. «Севералмаз» впервые присоединился к этому событию в качестве спонсора, поддерживая как начинающих танцоров, так и профессионалов.

Светлана Антипина, начальник управления по связям с общественностью «Севералмаза»:

– Спорт – одно из ключевых направлений нашей социальной деятельности. Расширяя участие в спортивной жизни региона, мы равняемся на нашу головную компанию, АЛРОСА, которая регулярно проводит танцевальный фестиваль «Настроение». В последнее время мы, к сожалению, наблюдаем отток молодежи из нашего региона, в том числе спортсменов. Такие большие компании, как «Севералмаз», должны поддерживать молодое поколение и давать ему возможность участвовать в спорте и развиваться.

Танцевальный баттл вызвал большой ажиотаж как среди участников, так и зрителей, которые заполнили архангельскую «Норд Арену» под самую крышу: многим приходилось сидеть в проходах между рядами, а поставить машину на местной парковке можно было лишь приехав заранее. Приятной неожиданностью стал сюрприз от «Севералмаза», который пригласил на турнир известную в танцевальном мире пару: Елизавету Лыхину и Семена Хржановского, победителей первенств мира и призеров российских турниров.

– Мы планировали, что они просто выступят с показательными номерами, но, к нашему удивлению, они решили стать участниками турнира! – говорит Светлана Антипина. – Мы опросили остальных танцоров, не против ли они такой серьезной конкуренции, и не услышали ни одного возражения. Понятно, что Лыхина и Хржановский стали первыми и в европейской, и в латиноамериканской программах в рамках Открытого первенства Архангельской области.



«Каскаду-2005» «Севералмаз» уделяет особо пристальное внимание, помогая команде в развитии. Уже есть первые успехи. Так, год назад ребята заняли первое место по Северо-Западному округу на Кубке «Золотое кольцо», а некоторые игроки сменили прописку, переехав в другие клубы: «СКА-Газпромбанк» (Санкт-Петербург), «Северсталь» (Череповец), «Дмитров» (Подмосковье), «Торос» (Нефтекамск).

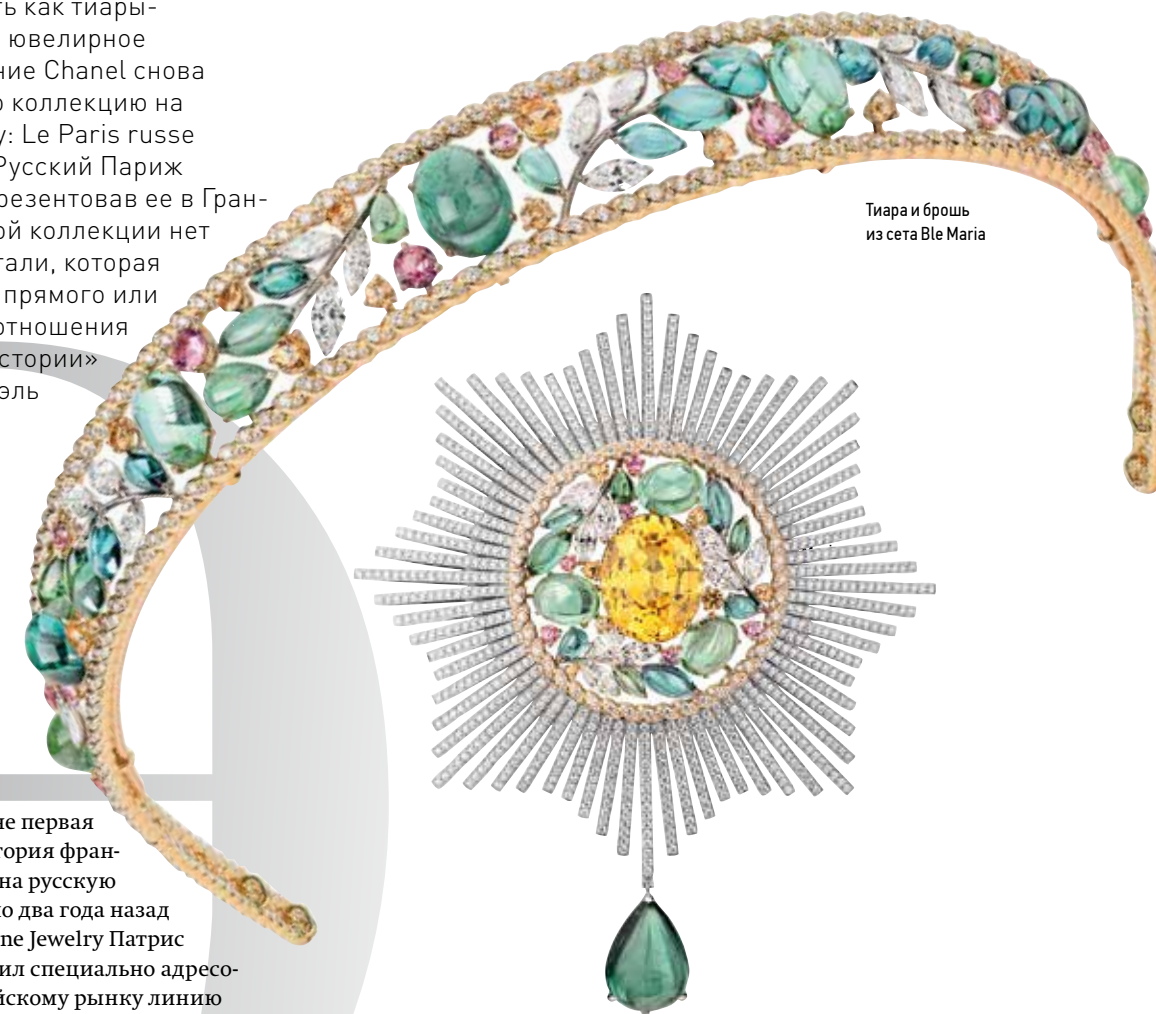
РУССКИЕ ИСТОРИИ ШАНЕЛЬ

текст:
КАРИНА МЕЛКУМЯН

Колосья пшеницы, двуглавые орлы, узоры из драгоценных камней, отсылающие к резным наличникам, колье, которые можно носить как тиары-кокошники – ювелирное подразделение Chanel снова представило коллекцию на русскую тему: Le Paris russe de Chanel («Русский Париж Шанель»), презентовав ее в Гран-Пале. И в этой коллекции нет ни одной детали, которая не имела бы прямого или косвенного отношения к «русской истории» самой Габриэль Шанель.

Это, конечно, не первая ювелирная история французского дома на русскую тему. Так, ровно два года назад глава Chanel Fine Jewelry Патрис Легеро выпустил специально адресованную российскому рынку линию Inspiration Russe, разделенную на четыре сета: Dimitri, Igor, Serguei и Vaslav. Каждый из них был связан с именем мужчины, так или иначе сыгравшем свою роль в жизни Шанель и оказавшем на нее влияние – великого князя Дмитрия Павловича Романова, двоюродного брата Николая II, композитора Игоря Стравинского, импресарио и создателя «Русских сезонов» Сергея Дягилева и, наконец, прославленного танцовщика Вацлава Нижинского.

В новой коллекции связи с русской темой более тонкие, не такие буквальные. Но ничего случайного в ней нет – каждая деталь отсылает к истории или небольшому эпизоду, связанному с жизнью Габриэль Шанель.



Тиара и брошь
из сета Ble Maria

«МОИ
ВЕЛИКИЕ
КНЯГИНИ»

Ювелирный сет Ble Maria включает тиару, колье-трансформер и брошь: как и вышивка русских княгинь, они демонстрируют тонкое сочетание разных цветов, которое обеспечивают розовая шпинель, зеленые турмалины и спессартины. Примечательно, что брошь напоминает орден – Шанель очень любила эту форму: возможно, благодаря Дмитрию Павловичу, выпускнику Офицерской кавалерийской школы и обладателю семи орденов, в том числе одного иностранного. Так или иначе, «ювелирные ордена» были постоянными спутниками Шанель и частыми фигурантами ее коллекций.



Вышивка a la russe

То, что Шанель никогда не была в России, может показаться странным, учитывая ее интерес к русской культуре. Он распространился не только на «Русские сезоны» (в 1920-х она создала костюмы для нескольких дягилевских балетов), но также на литературу – Шанель зачитывалась Достоевским, любила русскую музыку и декоративно-прикладное искусство. В 1920-х годах коллекции Chanel стали украшать вышивки представительниц русской аристократии, вынужденных эмигрировать в Париж и самостоятельно зарабатывать на хлеб. Позже она скажет про них: «Именно русские показали женщинам, что трудиться – не постыдно...»

К великим княгиням, чье ремесло придало моделям Chanel новое направление, имеет непосредственное отношение сет Ble Maria. Он назван в честь родной сестры великого князя Дмитрия Павловича Романова, с которым Шанель связывали сначала романтические, а затем дружеские отношения, длившиеся до самой смерти князя в 1941 году. Оказавшись в Париже и лишившись всех своих привилегий, Мария Павловна открыла ателье вышивки «Китмир» – не без содействия самой Габриель – и стала поставлять для ее модного дома уникальные образцы в старинном русском стиле. Благодаря дягилевским сезонам Париж все еще находился под большим впечатлением от «всего русского», и искусно выполненные разноцветные узоры a la russe на строгих и лаконичных по своей сути пальто и платьях Chanel не могли остаться незамеченными: к 1923 году об этой уникальной и неожиданной коллаборации писала вся пресса, включая французский Vogue.



Сотуар, серьги и браслет из сета Medaille Solaire



Кафф из сета Aigle Cambon, ожерелье из сета Aigle Protecteur

ОРЕЛ-ЗАЩИТНИК И БАЛЕТ

Тема орденов и военной формы угадывается в сете Medaille Solaire («Солнечная медаль») из желтого и белого золота, бриллиантов и жемчуга. Его центральные предметы – колье-трансформер с деталями в виде съемных брошей – «знаков отличия»; напоминающий парадные аксельбанты сотуар и, наконец, любимые Габриэль серьги-пусеты восьмиугольной формы – как центральное зеркало в ее квартире на улице Камбон – и с длинными подвесками из жемчуга и бриллиантов...

Бликие по духу сеты Aigle Cambon («Орел Камбон») и Aigle Protecteur («Орел-защитник») отсылают к главному державному символу российской короны. «Орел Камбон» также цитирует декор знаменитого восьмиугольного зеркала, декорированного двуглавым орлом, смотрящим на Восток и Запад. В украшениях коллекции орел сочетается с рутированным кварцем и выложенными бриллиантами камелиями (любимый цветок Шанель и один из знаковых символов дома).

Новый взгляд на сарафан

В начале 1920-х «русский след» отразился не только на декоративных деталях коллекций Chanel, но и на их форме и силуэтах. Привычный сдержанный стиль, который Шанель предпочитала строить по принципу «ничего лишнего», расширился за счет подпоясанных широких блуз, напоминающих русские рубахи, платьев-сарафанов, подобия гимнастеров, длинных туник-кафтанов и пальто-тулупов с пышными меховыми воротниками и манжетами. Именно в тот период Шанель знакомится и активно сотрудничает с представителями русской творческой интеллигенции: она посещает все дягилевские спектакли, а позже создает костюмы для нескольких из них – «Весна священная», «Голубой поезд» и «Аполлон Мусaget». Она сближается с Сергеем Дягилевым и оказывает материальную поддержку как ему, так и Льву Баксту и Игорю Стравинскому: семья последнего какое-то время находит пристанище на вилле Шанель Bel Respiro. И наконец, она привлекает к своим показам манекенщиц русского происхождения, среди которых, например, бывшая фрейлина императрицы Александры Федоровны и племянница Игоря Стравинского.



Ожерелье, серьги и кольцо из сета Sarafane



ДРАГОЦЕННЫЙ ФОЛЬКЛОР

С темой русского костюма связано сразу несколько сетов коллекции: Roubachka, Sarafane, многоцветный Folklore и Foulard, напоминающий о ярких павловопосадских платках. Один из самых впечатляющих и дорогих (4,8 млн евро) предметов коллекции – колье-воротник Sarafane с центральным бриллиантом в 10,18 карата, окруженным ажурным кружевом из белого золота, 10 культивированными жемчужинами и более чем 1300 бриллиантами.





Другой предмет сета Sarafane – ажурное колье-трансформер, в кружевную вязь которого вплетены камелии и бриллиантовые листья; его можно также носить как диадему-кокошник. Тему «драгоценного воротника» продолжает сложное массивное колье из сета Roubachka, в форме и декоре которого угадываются и традиционный русский кокошник, и резные наличники, и элементы кружева a la russe.



Ожерелье и кольцо из сета Roubachka



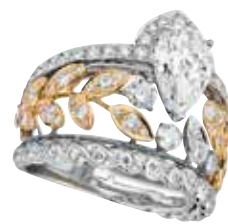
Символ далекой страны

И наконец, еще один эпизод из жизни Габриэль Шанель, связанный уже с сетом Ble Gabrielle («Пшеница Габриэль»). Рожденная в период сбора урожая, 19 августа, Шанель очень любила лаконичную форму пшеничного колоса и считала его одним из своих личных талисманов. Зная об этом, в 1967 году ее манекенщицы, вернувшиеся в Париж после первого показа Chanel в Москве (сама Мадемуазель присутствовать на нем не смогла), привезли ей букетики из колосьев пшеницы. Она поместила их рядом с бронзовым пшеничным снопом, украшавшим ее дом и выполненным по заказу дизайнером Робертом Гуссенсом. Этот бронзовый сноп был еще одним предметом из коллекции воспоминаний о ее русских друзьях, «великих княгинях» и о далекой стране, где сама она никогда не была.

В общей сложности разделенная на 11 сетов коллекция Le Paris russe de Chanel включает 69 украшений (их обещают пополнить еще 10 предметами). Мировая премьера изделий, каждое из которых выполнено в единственном экземпляре, состоится в ноябре 2019 года в Москве.



АЛРОСА



Кольцо, серьги и браслет из сета Ble Gabrielle



«ПШЕНИЦА ГАБРИЭЛЬ»

Пшеничный колос уже не раз становился источником вдохновения для ювелиров Chanel. Так, в прошлом году линейку Les Blés de Chanel дополнили 43 новых драгоценных аксессуара с бриллиантами и изумрудами. В сете Ble Gabrielle из коллекции Le Paris russe de Chanel усыпанные бриллиантами колосья являются главным декоративным элементом браслета, колье, серег и кольца из белого и желтого золота.

Материалы предоставлены пресс-службой Chanel

Одно из старейших ювелирных изделий, брошь, на протяжении долгого времени была едва ли не самым распространенным украшением в мире. Во-первых, потому что никогда не имела четкой гендерной принадлежности – ее носили как женщины, так и мужчины. Во-вторых, расположенная почти на уровне глаз, она позволяла в самом выигрышном свете представить драгоценные камни. Незаслуженно списанная в архив во второй половине прошлого века, сейчас она снова становится объектом внимания ювелиров и дизайнеров.



Броши в форме орлов из бронзы и цветного стекла, королевство вестготов

САМОГО СЕРДЦА

Прообразы броши – фибулы – появились еще в бронзовом веке и представляли собой малопримечательные застёжки, с помощью которых скрепляли разные части одежды. Несложно догадаться, что они были широко распространены среди древних греков и римлян, соединявших ими хитоны и тоги. Своя версия фибул была и у викингов: их приспособления отличались дисковидной формой, брутальными узорами и массивными размерами, так как несли повышенную нагрузку из-за рассчитанных на холода тяжелых тканей.

Но если говорить о броши как ювелирном украшении, первые изделия из драгоценных металлов, камней и эмали, которые носили именно с целью украсить одежду или обозначить статус, появились в Византии. Ранние христиане подхватили традицию украшать себя драгоценными фибулами, дополнив их узорами на религиозные темы. И, наконец, в XIV веке, когда портновское мастерство шагнуло вперед и избавило от необходимости пользоваться скрепками – их окончательно вытеснили нитка с иглой, фибула и все ее производные выделились в отдельный ювелирный подвид, известный теперь как брошь.

В период Возрождения и барокко брошь уже была самостоятельным фигурантом костюма многих горожан. Причем, как видно по портретам того времени, мужчины украшали себя с тем же рвением, что и дамы, и броши играли не последнюю скрипку в их образах, подчеркивая статус и уровень достатка. Так, только в личной коллекции английского короля Генриха VIII насчитывалось больше 320 брошей. Судя по парадным портретам, его французский тезка Генрих III тоже жаловал это украшение.



Король Франции Генрих III

СОКРОВИЩА

ИНДИИ

Большинство брошей позднего Ренессанса и эпохи барокко имели симметричную, но и сложную форму. В XVII веке «сложность» приобрела характер вычурности и избыточности – не в последнюю очередь благодаря хлынувшим на европейский рынок драгоценным камням. Географические открытия позволили расширить состав ювелирных изделий: в них заиграли жемчуга, засверкали колумбийские изумруды, бразильские топазы, персидская бирюза, афганские лазуриты и, конечно, индийские рубины и бриллианты: торговлю последними в Европе контролировал купец и «охотник за драгоценностями» Жан-Батист Тавернье.

Во многих ювелирных изделиях того периода солировал один крупный камень,

помещенный строго посередине и окруженный хоромом из металлического кружева и россыпи других камней – поскромнее. Какие-то из брошей напоминали очертаниями кресты, другие демонстрировали лаконичную овальную форму, но все они укладывались в ту же универсальную формулу: центральный камень, аккомпанирующая сверкающая «свита» и эмалевое покрытие с обратной стороны. Что касается декора, если в ориентированном на традиции Древней Греции XV веке преобладала античная тема, то позже в декоре стали появляться изображения животных, растений и птиц, а с развитием мореплавания – мифических и реальных обитателей моря – русалок или дельфинов: морская тема была особенно актуальна в североевропейских странах.



Женский портрет, 1656 год, Исаак Луттичуйс

НАСЛЕДСТВО

СЕВИНЬЕ

Почти ни один рассказ об истории броши не обходится без упоминания имени маркизы де Севинье, жившей при дворе французского короля Людовика XIV. Помимо своих «Писем», самого известного эпистолярного жанра, она вошла в историю как основоположница моды на брошь в форме усыпанного бриллианта банта с подвесками. Ювелирные банты на корсаже платья также несли символическую нагрузку: прикрепленные возле сердца, они сигнализировали о том, что дама влюблена, а подвешенные на ленте в виде кулона – что она расположена к адюльтеру. К концу XVIII века ювелиры потеряли интерес к этой форме, зато в 1858 году случился триумфальный реванш: поставщик британского королевского двора, ювелирный дом Garrard, изготовил для своей покровительницы, королевы Виктории, три усыпанные бриллиантами броши в форме изящно скрученных бантов. Затем они переходили по наследству от одной королевы к другой: последней в них не раз появлялась самая известная любительница брошей Великобритании Елизавета II.

Брошь-павлин, 1924 год, Cartier. Была продана в 2013 году на Sotheby's Magnificent Jewels & Jadeite за \$871 838

Брошь-пантера, выполненная для Уоллис Симпсон, 1947 год, Cartier

Броши в форме банта, XIX век

Брошь-булавка, Boucheron

Брошь, Boucheron

Брошь Mikimoto, белое золото, жемчуг, бриллианты

Уже в начале XX века форма банта встречалась во многих ювелирных изделиях. На дворе стояла элегантная эдвардианская эпоха, украшения приобретали все более естественные и пластичные очертания, и банты уже не выглядели так же безупречно симметрично, как в XVII веке. Их бриллиантовые концы изгибались, как от дуновения ветра, или демонстрировали сложные узоры, напоминающие вышивку. А после того как свои версии банта стали предлагать такие ювелирные гиганты, как Tiffany & Co и Chanel, он перешел в разряд ювелирной классики.

ЮВЕЛИРНЫЙ

БЕСТИАРИЙ

Флора и фауна – одна из первых и очевидных ювелирных тем. Но во всей своей красе она предстала на украшениях в XIX веке, когда мастерство ювелиров шагнуло далеко вперед, позволив им работать над сложнейшими формами и устраивать между собой своего рода соревнования. Если цветочные мотивы к XIX веку стали классикой, изображения животных считались подобию вызова: эстетического и профессионального. Одним из пионеров анималистического жанра считается основанный в 1858 году во Франции ювелирный дом Boucheron. Начав с изготовления украшений в форме змеи – такой экстравагантный заказ поступил от фаворитки Наполеона III Мадам де Кастельон, он стал регулярно пополнять свои коллекции новыми представителями фауны, задавая новый тренд. К концу XIX века в поле зрения европейских мастеров попали насекомые – и ассортимент ювелирного бестиария стал еще шире. Броши – стрекозы, бабочки и жуки часто изготавливались по натуралистическим зарисовкам насекомых и выглядели все более правдоподобно.

В начале XX века свои версии вдохновленных «миром животных» брошей предлагали уже многие бренды, но в 1914 году у Boucheron появился по-настоящему серьезный конкурент в этом жанре: никогда прежде не увлекавшийся «миром животных» дом Cartier представил наручные часы с изображением пантеры, своим будущим символом. Одна из самых известных в мире анималистических брошей появится именно в мастерских Cartier: сидящая на огромном сапфире пантера из бриллиантов и оникса – ее создала в 1947 году по заказу Уоллис Симпсон арт-директор дома Жанна Туссен.

Наверное, самое популярное направление анималистической темы, которое в первую очередь отразилось на брошах – изображения птиц и перьев. Первые изделия с перьями появились еще в XVII веке, а птицы разнообразили ювелирный ассортимент в первой половине XX века.

Уоллис Симпсон и герцог Виндзорский



Брошь-птица с подвеской из желтого бриллианта, Van Cleef&Arpels

Alamy / TASS

Брошь-фламинго, сделанная Cartier для Уоллис Симпсон

Брошь-перо, Van Cleef&Arpels

Одна из самых известных «птичьих брошей» – с изображением фламинго – также была изготовлена мастерами Cartier. А ее владелицей снова стала Уоллис Симпсон – на тот момент уже супруга герцога Виндзорского. Усыпанная бриллиантами птичья шея, сверкающий рубинами, сапфирами и изумрудами хвост, клюв с цитрином: поражавшая современников Симпсон, в 2010 году брошь ушла с молотка на аукционе Сотбис за 1 721 250 евро. Спустя три года на Сотбис Magnificent Jewels за 10 500 000 долларов была продана еще одна выдающаяся «райская птица» – усыпанный изумрудами и бриллиантами феникс Van Cleef&Arpels с подвеской из желтого бриллианта в клюве и синим сапфиром у основания хвоста. Бриллиант, когда-то принадлежавший польской певице Ганне Вальске, можно было отстегивать и носить как кулон, а остальные части птицы без труда «разбирались» на серьги: изделия-трансформеры всегда были коньком мастеров Van Cleef&Arpels.



Голливудская кинозвезда 1930-х Кэрол Ломбард, платье с дресс-клипами



Брошь-губы, 1949 год, сделана по эскизу Сальвадора Дали



Броши – мальтийские кресты, Verdura



Оливия Палермо, платье с дресс-клипами

ZUMA PRESS/TASS

Кинозвезды 1930–40-х ввели, в свою очередь, моду на ношение парных брошей, так называемых дресс-клипов (dress clip), которые могли симметрично или хаотично крепиться к вырезу платья, бретелям, головным уборам, декольте на спине – одним словом, везде, где позволяло воображение. Интересно, что в последние несколько лет дресс-клипы снова стали объектом внимания – например, их постоянно носит на жакетах, платьях и обычных толстых свитерах первая модница Милана Оливия Палермо, а по ее стилю сверяется с тенденциями вся Италия и не только.

ГУБЫ ДАЛИ И АЛЬПИЙСКИЕ КРЕСТЫ

Объектом моды брошь стала благодаря Коко Шанель, умевшей носить украшения как никто другой. Она прикрепляла броши к жакетам, жилетам, беретам и никогда не ограничивала себя в их количестве и размерах. Одним из символов ее ювелирных коллекций стал мальтийский крест, напоминавший переливом массивных разноцветных камней знаменитую мозаику церковей в Равенне. Широкие браслеты с крестами и крестообразные броши изготавливала для Шанель молодой ювелир Фулько ди Вердур, или просто герцог Вердур: сицилийский аристократ, промотавший свое состояние и подавшийся в ювелиры. Сотрудничество Шанель и Вердуры началось в 1925 году и продолжилось почти 10 лет: в 1934-м он уехал в Нью-Йорк и основал там свой бренд, который существует до сих пор. К слову, в броши-бутоны Вердур появился на последнем балу Met Gala актер Бенедикт Камбербэтч.

Отрезок с конца 1930-х до конца 1940-х стал периодом экспериментов над брошами: к их созданию подключились известные художники-сюрреалисты. Одно из самых скандально известных изделий – сделанная в 1949 году по эскизу Сальвадора Дали брошь в виде рубиновых губ с выглядывающими «зубами»-жемчужинами. В США самые экстравагантные украшения делал Пол Флато: броши в виде усыпанной бриллиантами и рубинами пары сапог, обрезанных по запястья золотых рук с кольцами и браслетами, огромного сердца, испанского вдоль и поперек символами и надписями. Кто все это носил? Кинозвезды – от Греты Гарбо и Джоан Кроуфорд до Марлен Дитрих – и состоятельные дамы, например, наследница миллионов Глория Вандербильт.



Бенедикт Камбербэтч на последнем балу Met Gala, брошь Verdura

Charles Sykes/Invision/AP/TASS

Елизавета II в знаменитой броши-банте британского дома Garrard, сделанной во второй половине XIX века для королевы Виктории



Брошь-трилистник в виде трех загнутых лепестков, подарок герцога Виндзорского Уоллис Симпсон, в 1987 году была выкуплена Элизабет Тейлор

FA Bobo/PIXSELL/PA Images/TASS



КОРОЛЕВСКИЕ ДАРЫ

Представители британского королевского дома традиционно считались одними из главных ценителей ювелирных изделий в целом и брошей в частности. Уоллис Симпсон, ради женитьбы на которой отказался от престола Эдуард VIII, к английскому двору так и не допустили, зато благодаря мужу она стала владелицей одной из самых выдающихся ювелирных коллекций прошлого века. Одно из первых известных украшений, изящную бриллиантовую брошь в виде трех загнутых лепестков (символа принца Уэльского), она получила еще до свадьбы. По легенде, это украшение было предметом жгучей зависти Элизабет Тейлор, другой обладательницы внушительной ювелирной коллекции, – и в 1987 году, уже после смерти Уоллис, актриса выкупила ее на аукционе Сотбис.

Конечно, обитателям Букингемского дворца тоже было чем блеснуть на приемах и официальных встречах: их фамильные украшения переходили по женской линии от поколения к поколению. В 1953 году многие из них оказались в шкапулке Елизаветы II – в связи с ее коронацией. Помимо бантов Garrard в коллекции королевы оказались «Брошь сердца», «Куллинан III и IV» и «Кулли-

В 2012 году на мужском осенне-зимнем показе Prada вышли модели с брошами-булавками на лацканах пальто и пиджаков: среди них дефилировали актеры Гари Олдман, Эдриан Броуди, Уиллем Дефо и Тим Рот. Prada, как обычно, на полшага опередила других: сейчас броши все чаще становятся фигурантами мужских гардеробов, но, с другой стороны, и это нельзя назвать «революцией» – достаточно вспомнить увешанного украшениями Генриха III или, например, суровых викингов.

нан VI и VIII»: в основе всех изделий были осколки найденного в 1905 году в Южной Африке легендарного алмаза Куллинан, первоначальный вес которого составлял 3106,75 карата. Также к ней перешли сапфировые броши: принца Альберта, подаренная им перед свадьбой королеве Виктории, и императрицы Марии Федоровны, которую та вынужденно продала после бегства из революционной России. И это далеко не полный перечень ювелирной коллекции королевы, одной из самых известных любительниц брошей в мире.



Китайская актриса Вань Цянь на Каннском кинофестивале



Мужские броши, 2019 (farfetch.com, материалы пресс-служб)



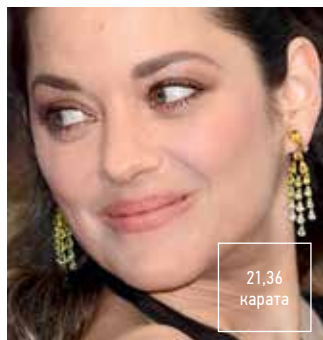
Рами Малек на Met Gala

Evan Agostini/Invision/AP/TASS

Denis Makarenko/Stockphoto.com

В ЛУЧШЕМ ЦВЕТЕ

Марион Котийяр блистала в Каннах в изысканных серьгах Chopard Haute Joaillerie из титана и желто-оранжевых сапфиров весом 21,36 карата. Украшение дополняло кольцо из той же коллекции – из желтого золота с рубином, тигровым глазом и бриллиантами



21,36 карата



Серьги с бриллиантами двух оттенков, в том числе коричнево-кофейного, продемонстрировала на последней церемонии «Золотой Глобус» Зен Хэтэуэй. Авторство украшения принадлежит динамичному американскому бренду Loggaine Schwartz, отметившему в этом году 30-летие



128,54 карата

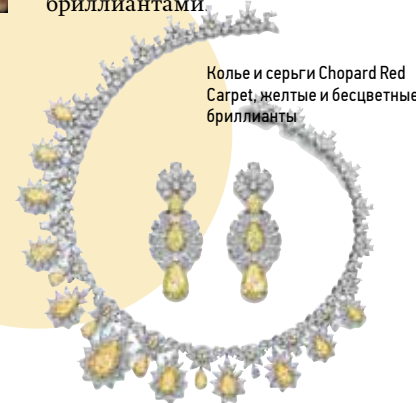
Andrea Raffin / Shutterstock.com



Колье с центральным бриллиантом кофейного оттенка из коллекции Grisogono High Jewellery дополняло образ приехавшей на Каннский кинофестиваль французской модели Синди Бруна. Цвет камня подчеркивали окружающие его бесцветные и коричневые бриллианты, дававшие в совокупности мягкое теплое свечение



Американская актриса Дакота Фаннинг продемонстрировала во время одного из выходов на Каннском кинофестивале целый сет из желтых и бесцветных бриллиантов: колье и серьги из коллекции Chopard Red Carpet, а также кольцо и ювелирные часы из Chopard Haute Joaillerie.



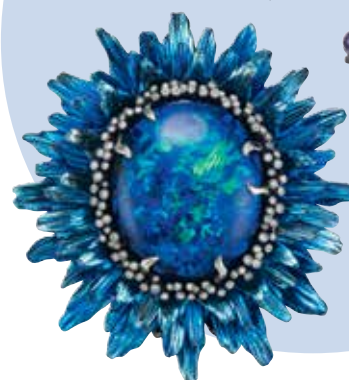
Колье и серьги Chopard Red Carpet, желтые и бесцветные бриллианты

Ковровые дорожки кинофестивалей могут служить неплохим индикатором ювелирных тенденций. Судя по этому году, начавшемуся с «Золотого глобуса» в январе и продолжившемуся церемонией вручения «Оскара», Каннским кинофестивалем и костюмированным балом Met Gala, цветные камни уверенно выделяются в отдельный тренд. Причем звезды демонстрируют самую широкую цветовую линейку: от оттенков синего, зеленого и красного – до желтого.

От желтого до кофейного

Получившая в этом году «Оскара» за саундтрек к фильму «Звезда родилась» Леди Гага произвела на церемонии настоящий фурор – в первую очередь благодаря ожерелью Tiffany & Co с центральным 128,54-каратным бриллиантом канареечно-желтого цвета: стоимость изделия составляет 30 миллионов долларов. Найденный в 1877 году в Южной Африке, в последний раз этот камень украшал шею Одри Хепберн – во время рекламной съемки к выходу фильма «Завтрак у Тиффани». В 2012 году, к 175-летию компании, украшение было переработано, и вот в 2019-м году оно впервые появилось на «Оскаре», сверкая, помимо уникального желтого камня, более чем 480 бесцветными бриллиантами

Серьги и кольцо Chopard Haute Joaillerie, титан, синие и розовые сапфиры, цавориты, опалы, бусины из аметистов и шпинели



Джулианна Мур появилась на Met Gala в сложносочиненных титановых серьгах Chopard Haute Joaillerie с синими и розовыми сапфирами, цаворитами, опалами и бусинами из аметистов и шпинели. На ее руке мерцало сине-лиловыми оттенками кольцо из той же коллекции



Впрочем, массивные цветные бриллианты – такие как демонстрировала на церемонии вручения «Оскара» Леди Гага – нечастые гости на красных ковровых дорожках. И надежными компаньонами для привлечения внимания служат сапфиры, изумруды, топазы. А бесцветные бриллианты блистательно, в буквальном смысле, обрамляют эти крупные камни, подчеркивая богатство цвета.

Оттенки синего

На Met Gala в одном из самых впечатляющих украшений с сапфиром – платиновом ожерелье Purple Dragon Necklace из коллекции Harry Winston появилась Дженнифер Лопес. Его центральным элементом, который притягивал все взгляды, стал сапфир фиолетового оттенка весом в 65,32 карата. Окруженный плотным хороводом из бриллиантов огранки «маркиз» и «груша», сам сапфир демонстрировал огранку «кушон». Помимо этого, певица дополнила образ винтажными бриллиантовыми серьгами 1972 года, двумя браслетами и парой колец из платины с бриллиантами. Как потом писали в прессе, в общей сложности стоимость сверкавших в тот вечер на Лопес ювелирных изделий Harry Winston jewelry составила 8,8 миллиона долларов.

Hahn Lionel/ABACA/TASS

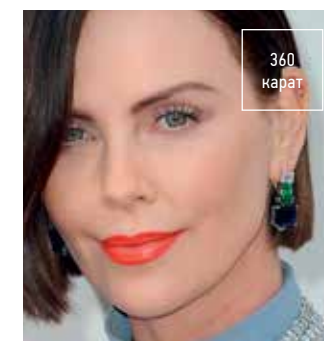


65,32 карат

В Каннах украшения Bvlgari представляла Карла Бруни. На ней были серьги High Jewelry Cinemagia collection из белого золота, бриллиантов и 22 синих танзанитов огранки «кушон»; браслеты Serpenti, один из которых сиял крупным сапфиром и изумрудами, а также кольцо Serpenti Seduttori из золота с бриллиантовым паве



Чешская модель Ева Херцигова уже по традиции демонстрировала в Каннах украшения Chopard: на этот раз – серьги Haute Joaillerie из 18-каратного белого золота и титана с сапфирами весом 23,81 карата, бриллиантами и изумрудами



360 карат

Шарлиз Терон появилась на церемонии «Оскар» в высокоювелирных украшениях Bvlgari, включающих в общей сложности более 360 карат бриллиантов, сапфиров и изумрудов. Из них два восьмиугольных сапфира весом 25, 58 карата и шесть багетных изумрудов сияли в массивных серьгах. Шею актрисы одновременно обвивали два бриллиантовых ожерелья: из коллекции Serpenti и классической круглой формы

Драгоценности молодых по меркам ювелирного сообщества марок, которые демонстрируют звездные блогеры – новый тренд красных дорожек. Пример такого сотрудничества – появление в Каннах звезды соцсетей Хелены Бордон в украшениях бразильского бренда Flavia Vetorasso. Результат – восторженные отзывы ювелирных критиков: «Вы только посмотрите на эти изумруды!»



Andrea Ruffini / Shutterstock.com

Ювелирно-часовой дом Chopard – партнер Каннского кинофестиваля, традиционно ангажирует для демонстрации украшений самых красивых моделей и актрис. Серьги из коллекции Red Carpet с бриллиантами и изумрудами, самые крупные из которых весят 30,43 карата, дополнили образ бразильской модели Адрианы Лимы



30,43 карата

На Met Gala серьги Chopard Haute Joaillerie Collection из титана с изумрудами огранки «груша» весом в 34,88 карата и бриллиантами огранки «кушон» в 21,43 карата покачивались в ушах Эмбер Валетты. Ювелирный образ модели и актрисы дополняло кольцо с изумрудами из 18-каратного золота



34,88 карата

21,43 карата



Серьги Chopard Haute Joaillerie Collection, титан, изумруды, бриллианты

Изумруды

В одном из самых интересных украшений с изумрудом, ожерелье в виде обвивающего шею крокодила Cartier, появилась в Каннах Моника Беллуччи. В 2006 году она также демонстрировала на ковровой дорожке ожерелье с этой рептилией, но винтажное, 1975 года. Образованное из двух изогнувшихся крокодилов, украшенных 1060 изумрудами, 1023 желтыми бриллиантами и двумя рубинами, оно было сделано по заказу мексиканской актрисы Марии Феликс. Первая красавица испаноязычного кино, Мария снялась более чем в 45 фильмах, позировала для Диего Риверы, была моделью Кристиана Диора и коллекционировала драгоценности. Говорят, заказывая это ожерелье Дому Cartier, она принесла в качестве модели настоящего крокодила, жившего у нее на вилле. Незадолго до смерти в 2002 году Феликс распродала основную часть своей ювелирной коллекции, и драгоценный крокодил снова вернулся под крышу Дома Cartier.



Zuma / TASS

Лили Коллинз продемонстрировала на Met Gala одно из самых массивных украшений: кольцо и серьги Cartier Magnitude High Jewelry, построенные вокруг крупных изумрудов и дополненных горным хрусталем, бриллиантами, ониксом и черным лаком



Рубины

В этом году одним из старейших украшений на костюмированном балу Met Gala стал платиновый браслет с рубинами и бриллиантами, созданный ювелирами римского дома Bvlgari еще в 1934 году: его демонстрировала известная модель Наоми Кэмпбелл. Компанию ювелирному старожилу составили два других браслета. Один – из коллекции High Jewelry: из белого золота с перламутровыми деталями, 40 бриллиантами круглой огранки и бриллиантовым паве, и второй – из коллекции Bvlgari Heritage, созданный в 1959 году. Примечательно, что этот винтажный браслет из платины с бриллиантами уже несколько раз появлялся на красных ковровых дорожках: в разные годы им дополняли образы Джулия Робертс, Риз Уизерспун и Дженнифер Гарнер.



Ожерелье Red Carpet Collection, рубины, бриллианты



Featureflash Photo Agency / Shutterstock.com

Самые роскошные украшения с рубинами демонстрировали в Каннах. Во многом благодаря их активному присутствию в коллекции Red Carpet Collection, созданной к кинофестивалю домом Chopard. Одно из центральных ожерелий коллекции, с расположенными в три ряда рубинами, «вывела в свет» член жюри, актриса Элль Фаннинг.



Посланица Bvlgari Белла Хадид во время одного из своих выходов на Каннском кинофестивале также отдала предпочтение оттенкам красного, надев серьги Bvlgari High Jewelry Diva с рубинами и бриллиантами и браслет High Jewelry Serpenti из белого золота, рубинов, бриллиантов и бриллиантового паве



Появление Эмбер Херд в серьгах Chopard Red Carpet Collection из 18-каратного белого золота, рубинов в 22,69 карата и бриллиантов произвел фурор в Каннах. Пару серьгам составило кольцо – из белого золота, рубинов и бриллиантов



Hahn Lional / ABACA / TASS



Серьги и кольцо Chopard Red Carpet Collection, рубины, бриллианты



Наталья Водянова также демонстрировала в Каннах сочетание красного платья и украшений с рубинами. Ее выбором стали украшения Chopard Red Carpet Collection: кольцо, колье и серьги с рубинами (более 52 карат) и бриллиантами (общий вес – 132,36 карата)



ТРЕНДЫ



Серьги de Grisogono India, розовое золото, опалы, бриллианты



Кольцо, the Grisogono Allegra, розовое золото, бриллианты

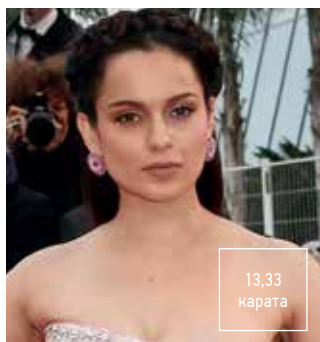
Другая индийская актриса и модель, Диана Пенни, вышла на ковровую дорожку в Каннах в отсылающей к демонстративной стилистике ар-деко крупных эффектных серьгах de Grisogono. Массивную форму смягчали обрамленные бриллиантами розовые опалы деликатного пастельного оттенка



Шведская модель Эльза Хоск надевала во время Каннского кинофестиваля самые эффектные украшения из последних коллекций de Grisogono. Одними из них стали серьги de Grisogono High Jewellery из белого золота с бриллиантами и розовыми рубинами



Серьги из белого золота и титана Chopard Red Carpet с внушительными, в 13,33 карата розовыми сапфирами и бриллиантами, дополняли образ индийской актрисы Канганы Ранаут. Чередование розовых и прозрачных камней, играющих в свете софитов, придавало серьгам круглой формы дополнительный объем.



13,33 карата

От лилового до розового

Актриса Лили Рейнхарт появилась на Met Gala в антикварных украшениях, часть которых ей предоставила любимая многими голливудскими звездами компания Fred Leighton. Долгое время главным направлением бренда были старинные драгоценности, которые ее основатель Мюррей Мондшейн скупал по всему миру у наследников аристократических семей и перепродавал состоятельным дамам или одалживал для мероприятий звездам. Доподлинно известно, что в ювелирном сете, который демонстрировала на Met Gala Лили Рейнхарт фигурировали бриллиантовые серьги Fred Leighton, а его центральным элементом стало сверкающее аметистами ожерелье с крестом XIX века, дополненное бриллиантовым ожерельем 1830 года. Последним штрихом стало кольцо Викторианской эпохи с розовым топазом.

Самая большая концентрация камней розовых оттенков наблюдалась в Каннах. А одно из самых необычных украшений демонстрировала модель Изабель Гулар – крупные серьги Chopard Haute Joaillerie из титана, розовых рубинов (53,07 карата), розовых сапфиров и бриллиантов.



Инвестиции в сертифицированные БРИЛЛИАНТЫ

Защита капитала
Гарантии подлинности
Международная сертификация
Цены от производителя

+7 495 777 09 41
+7 495 777 09 46

Специальные показы
и консультации



