

КРУПНЫЕ КОЛЬЦА — ЭТО ГЛАВНОЕ ЮЛИЯ ХАРИТОНОВА И НАТАЛЬЯ МЕРШ, QUEENSBEE



— Наталья Мерш
(слева) и Юлия Харитоновна — основательницы Queensbee



— Queensbee,
серьги, 2013



Создательницы Queensbee Юлия Харитоновна и Наталья Мерш решились заняться бижутерией, перед этим попробовав свои силы в high jewellery. Сегодня их крупные коктейльные кольца из серебра с полудрагоценными камнями очень популярны. А их марка Queensbee во второй раз стала участницей «Бижу-Базара» в Петровском пассаже.

— Почему вы решили заниматься ювелирным дизайном?

Юлия Харитоновна: Я с детства мечтала быть ювелиром. Я представляла свои украшения до мельчайших деталей. Когда мы с Наташей начинали бизнес, у нас не было ни специального образования, ни опыта. Как и многие ювелирные дизайнеры, поначалу мы делали украшения только для себя и для друзей. Сейчас производство у нас находится в разных странах, в том числе и в России, где мы можем все контролировать.

— Какие камни вам нравятся больше всего?

Наталья Мерш: Первая наша коллекция была ориентирована на уровень high jewellery, и в ней были только драгоценные камни. Потом мы поняли, что хотели бы создавать украшения, которые каждая работающая девушка могла бы купить себе сама. Поэтому в наших следующих коллекциях мы стали использовать серебро и полудрагоценные камни.

— Как вы стали участницами «Бижу-Базара»?

Ю. Х.: С Эвелиной Хромченко мы знакомы давно, она была первой, кто заметил нас. Мы благодарны ей за поддержку и, конечно, согласились участвовать в ее проекте. Для «Бижу-Базара» мы сделали кольцо из нескольких нитей жемчуга с вставкой в форме короны.

— Кто носит ваши украшения?

Н. М.: Среди поклонниц Queensbee актриса Милла Йовович, блогер Кьяра Ферраньи, а также все наши главные it-girls.

— Как проходит работа над коллекциями?

Ю. Х.: Коллекция украшений из серебра создана на основе самых удачных моделей нашей коллекции из золота. Мы часто придумываем дизайн под тот или иной камень и стараемся органично сочетать разные стили.

Н. М.: Иногда идеи возникают при работе с частными клиентами, которые приходят и просят придумать для них нечто особенное. Наши коллекции нередко вдохновлены винтажными украшениями.

— Вы коллекционируете винтаж?

Ю. Х.: В Лондоне я могу часами гулять по блошиному рынку Портобелло в поисках винтажных украшений, которые потом вдохновят меня при работе над коллекциями.

— В английском языке есть словосочетание «queen bee», но что такое «queensbee»?

Ю. Х.: Я придумывала название и пробовала разные сочетания. Мне показалось, что Queensbee звучит красиво и неплохо выглядит на бумаге. Так и появилось название, которое дословно с английского языка никак не переводится.

— Стиль ваших украшений как-то менялся за несколько лет существования Queensbee?

Н. М.: Конечно, ведь каждая из нас вносит что-то свое в коллекции. Тем не менее наш почерк остается прежним. Наши украшения часто узнают не только в России, но и за границей, и мы гордимся этим. Мне кажется, что мы постоянно придумываем что-то новое, но клиенты все равно всегда безошибочно угадывают наши вещи. Особенно это касается крупных колец, которые для нас по-прежнему самое главное.

— Многие дизайнеры используют социальные сети для продвижения брендов. У Queensbee есть аккаунты в social media?

Н. М.: Да, безусловно, и нам это действительно очень помогает. У нас есть аккаунты в Facebook и Instagram. Благодаря странице Facebook нам удалось обзавестись немалым количеством новых клиентов. Мы этого совершенно не ожидали. Правда, за нашими обновлениями следят не только клиенты, но и конкуренты, которые потом копируют наши украшения. Не то что бы мы сильно расстраивались, скорее просто не понимаем, зачем копировать, когда вокруг и так столько разных идей.



— Queensbee,
кольца для коктейля,
2013

Беседовала Ольга Мальцева