



\_\_Цепь Gourmette,  
1997 год



\_\_Кольца и серьги  
Pom Pom



\_\_Кольца Nudo



«металлическим шнурком», на который вешаются кулоны, они стали самодостаточным украшением.

У Pomellato внушительные архивы, вы их используете в новых коллекциях? Конечно. Возможно, самый свежий и лучший пример здесь — Pomellato 67 2012 года — собрание знаковых украшений разных лет, когда-то золотых, а сейчас, в новом исполнении, серебряных: это и клык, и цепи Rondelle и Gourmette, и подвески King & Queen, и медвежонок. Коллекция получилась очень современной, я бы даже сказал рок-н-рольной.

Вы не участвуете в главной ювелирно-часовой выставке мира — Baselworld. Почему?

В Pomellato принято держаться подальше от больших выставок, но это может измениться, ведь мы в скором времени будем более вовлечены в часовой бизнес.

Что еще изменилось после того, как Pomellato приобрела группа Kering? Kering купила нашу компанию только в середине 2013-го, жизнь пока идет своим чередом. Что действительно изменилось, так это то, что мы теперь можем пользоваться опытом и капиталом, которые есть у Kering. Вы однажды сказали, что есть только три ювелирных бренда, которые могут считаться международными. Какие бренды вы имели в виду и может ли Kering помочь вам к ним приблизиться?

Я говорил о Tiffany & Co., Cartier и Bulgari. Чтобы добиться такого же международного успеха, как они, нужно иметь много магазинов и представительств в Америке, Европе и странах Тихоокеанского региона. Нам, чтобы стать глобальными, стоит усилить свое присутствие в Америке и странах Тихоокеанского региона, уже имея сильную платформу в Европе.

Какие украшения Pomellato сегодня продаются лучше других?

Кольца Nudo — абсолютный хит! Я бы даже сказал, самые знаковые из современных украшений. Второе место я бы поделил между линиями

M'ama non M'ama и Capri. Кстати, в Москве Nudo — тоже бестселлер, самая продаваемая его версия — с голубым топазом.

Вы создали бренд Dodo — его украшения были расценены на тех, кто пока не может позволить себе Pomellato. Но почему-то их стали носить и те, кто может позволить себе все, что душе угодно...

Создавая Dodo, мы действительно думали о наших юных клиентах, которым понравятся сентиментальные вещицы, сохраняющие качество Pomellato, но более доступные в цене. Проект стал одним из самых интересных на современном ювелирном рынке. Его преимуществом было не только то, что он понравился клиентам самого разного возраста и достатка, но и то, что он полюбился представителям самых разных культур. Это здорово! Значит, у нас куда больше возможностей международного развития, чем мы предполагали сначала.

Pom Pom — другое направление деятельности компании, это высокое ювелирное искусство Pomellato.

Да, к 40-летию бренда мы решили попробовать себя в haut de gamme. И проект тоже стал очень успешным: всем понравилась идея единственных в своем роде украшений, создающихся вокруг редкого камня. Кстати, такие камни наш креативный директор и его команда разыскивают по всему миру.

В этом году вы отмечаете другой юбилей — 15-летие присутствия бренда в России. Чтобы отпраздновать его, вы впервые привезли в российские бутики коллекцию Pom Pom. Решили, что российские покупатели к ней готовы?

Удивить клиента — лучший способ отметить юбилей и прекрасный повод показать наше мастерство в создании высоких ювелирных украшений!

Беседовала Анна Минакова