

# Символ уважения и любви

## Сабина Белли об украшениях Pomellato



Кольца NUVOLO, РОЗОВОЕ ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ



Кольца ICONICA, РОЗОВОЕ ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ



Сотуары NUDO, РОЗОВОЕ И БЕЛОЕ ЗОЛОТО, ПЕРЛАМУТР, ГОЛУБЫЕ ТОПАЗЫ



ANGELA LO PROPRE FOR POMELLATO



БРАСЛЕТЫ M'AMA NON M'AMA, РОЗОВОЕ ЗОЛОТО, ГОЛУБЫЕ ТОПАЗЫ, ЛУННЫЙ КАМЕНЬ, АМЕТИСТЫ, ГРАНАТЫ, ПЕРИДОТЫ, БРИЛЛИАНТЫ



Кольцо MONTENAPOLEONE, РОЗОВОЕ ЗОЛОТО, РУБЕЛЛИТ, БРИЛЛИАНТЫ



Сотуар NUDO, РОЗОВОЕ ЗОЛОТО, ОБСИДИАН, ЧЕРНЫЕ БРИЛЛИАНТЫ

**В КОНЦЕ** марта в московских бутиках итальянской ювелирной марки ожидается пополнение: в коллекции-бестселлере Nudo появятся сотуары. Генеральный директор Pomellato Сабина Белли рассказала Екатерине Зиборовой, что еще до прихода в компанию носила, не снимая, кольцо этой линии и хорошо понимает, почему женщины влюблены в эти украшения.

— В России много поклонниц вашего бренда. А какой вы видите женщину Pomellato?

— На основании анализа нашей базы данных можно нарисовать такой портрет: это женщина примерно 40 лет, с высшим образованием, занимает высокий пост, имеет свой бизнес, ее доход позволяет ей самой покупать себе украшения. Что же касается моих личных впечатлений, то, постоянно встречаясь с нашими клиентками, я заметила, что у женщин Pomellato схожий склад ума. Они обладают яркой индивидуальностью и вкусом, это не те модницы, которые, увидев новинку на страницах журнала, сразу бегут за ней. Вещи, которые покупает женщина Pomellato, — это именно ее выбор. И она знает им цену. Она могла бы потра-

тить крупную сумму на сумку или пару туфель, но предпочитает купить кольцо, потому что считает это более выгодным вложением.

— Прошлым летом марка представила линию высокого ювелирного искусства Montenapoleone, состоящую из колец с крупными камнями. Это первая коллекция такого уровня?

— Прежде случилось, что креативный директор или геммолог находили особенный камень и создавали уникальное украшение. Но такое изделие может порадовать только одного человека. И мы решили пойти дальше — создать линию украшений с крупными камнями, чтобы принести радость большому числу людей. Это по-прежнему исключительные вещи, но их можно воспроизводить

по запросу клиента. В Москве эта линия не представлена, но есть очень интересная коллекция крупных колец Ritratto и, конечно, наша классика — украшения Iconica и Nudo.

— Значит ли запуск этой коллекции что-то новое для развития бренда?

— Да. В мире много очень богатых людей, и есть такие, которые не знают, как потратить свои деньги, и постоянно ищут что-то ценное, редкое, исключительное и прекрасное. И мы хотим, чтобы нам всегда было что предложить таким людям. А значит, мы должны быть еще более креативными. Красота с большой буквы всегда создавалась именно так. Венценосные особы, высокопоставленные священнослужители заказывали художникам произведения искусства, поэтому у нас есть Сикстинская

капелла и Версаль. Это дает художникам возможность совершенствоваться.

— Что такое, по-вашему, роскошь?

— Я думаю, роскошь необходима человечеству, это стимулирует к тому, чтобы улучшить все, что нас окружает в жизни. Надев однажды вещь из кашемира, вы уже не захотите носить обычную шерсть. Роскошь — это возможность стать ближе к чему-то исключительному. Вы видите бриллиант, красивую сумку, и у вас возникает желание приобрести к миру красоты.

— Что отличает украшения от других предметов роскоши?

— Они — навсегда. Золото или бриллиант принадлежат вам, а потом перейдут к вашей дочери и ее дочери. В этом главная сила ювелирных украшений.

— Ваши клиентки покупают в основном для себя или в подарок тоже?

— Многие из них таким образом вознаграждают себя за что-то. Кто-то приходит за подарком подруге. Есть и мужчины, покупающие для любимых. Что мне особенно нравится в нашем бренде — наши покупатели-мужчины точно знают, что их женщине нравится Pomellato. И еще наши украшения никогда не приобретают, чтобы купить женщину. Украшения часто бывают символом власти. А наши — символ уважения и любви.