

МОСКВА ДЛЯ НАС НА ПЕРВОМ МЕСТЕ ПОСЛЕ МИЛАНА ГВИДО ДАМИАНИ О ВЫСТАВКЕ И ИСТОРИИ



4



5



6



ПРЕДОСТАВЛЕНО ДАМИАНИ

1__Браслет Flash, платина, желтое и цветное золото, бриллианты, 1992 год

2__Браслет Night and Day, желтое золото, эмаль, 659 бриллиантов, 1994 год

3__Колье Spaziale, платина, желтое золото, 476 бриллиантов, 1988 год

4__Колье Hong Kong Light, платина, желтое и розовое золото, 1450 бриллиантов, 1994 год



7

— На чем стоит бренд Damiani?

— На отличном знании ювелирного дела, высоких стандартах качества, мастерства. На знаниях, глубоко переплетенных с итальянской культурой, и страсти к ювелирному искусству, которые мой дед Энрико передал моему отцу Дамиано, а тот в свою очередь своим детям — моей сестре Сильвии, брату Джорджио и мне. Damiani как бренд построил мой отец Дамиано, и сейчас наша задача — развивать его и передать ту же страсть нашим детям.

— Как распределяются обязанности между вами, вашей сестрой и братом?

— Мы все вовлечены в общий процесс, но каждый со своей стороны. Как у президента компании у меня самые общие стратегические обязанности, мой брат Джорджио — креативный директор, занимается развитием собственно продукта, а сестра Сильвия отвечает за имидж и связи с общественностью. Но мы постоянно консультируем друг друга и самые важные решения принимаем сообща.

— Какой вам представляется ваша роль в компании сегодня?

— Моя роль — очертить стратегическое видение всех направлений деятельности компании и развивать их на международном уровне, всегда искать новые возможности и рынки.

— Как вам удается оставаться среди ведущих ювелиров мира, будучи семейной компанией и имея в качестве основных конкурентов большие мультибрендовые группы? В чем залог успеха?

— Так как наша компания полностью в наших руках и мы являемся производителями полного цикла, у нас есть преимущество: мы можем быть более гибкими в принятии решений и больше фокусироваться на продукте, чем крупные корпорации. С другой стороны, бюджеты у нас не такие, как у наших конкурентов, и нам необходимо быть очень внимательными к своим амбициям, если мы действительно хотим расти. Но мы создаем, что многие факторы: дизайн, лояльность, наследие, производственная и ценовая стратегии — работают на нас. Самая сильная наша сторона, пожалуй, вот такая: мы проектируем и производим внутри компании. Мы — один из немногих международных брендов в этом бизнесе, кто фактически делает свой продукт.

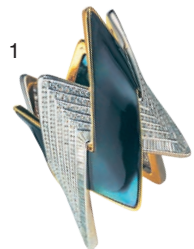
— Какие ювелирные тренды прошедшего года вы могли бы назвать в числе главных и какие, по-вашему, появятся в ближайшем будущем?

— Я вижу, что женщины все больше смешивают серьезные ювелирные вещи с простыми украшениями и что они все чаще носят бриллианты и крупные камни каждый день, даже с джинсами и кроссовками, а не только по особым случаям. Это новая непринужденная манера носить украшения, и, я думаю,

Итальянская ювелирная компания Damiani — одна из немногих владеющих собственным производством в Валенце. Гвидо Грасси Дамиани, внук основателя, президент и исполнительный директор марки, рассуждает об особенностях ведения семейного бизнеса, страсти к ювелирному делу и недавно открывшейся в Историческом музее выставке Damiani.

— С чего все начиналось?

— В 1924 году компанию Damiani основал мой дед Энрико. Ювелир из Валенцы, региона на севере Италии, знаменитого изготовлением украшений, он был очень талантлив и имел коммерческую жилку: еще в молодости сумел открыть собственное производство в Валенце и завоевать сердца аристократии как основных клиентов.



2



3

