

ЗНАМЕНИТЫЕ ЮВЕЛИРЫ

Даниэль Сваровски



Даниэль Сваровски (1862 -1956) — инженер, основатель австрийской хрустальной империи Swarovski.

23 января 2016 года исполнилось 60 лет со дня его смерти.

Даниэль Сваровски родился в горной деревушке Георгиенталь на территории Австро-Венгерской империи, на родине знаменитого богемского стекла.

Он всерьез мечтал о будущем великого скрипача, но судьба распорядилась иначе, и по каким-то причинам музыку молодому человеку пришлось оставить.

Вместо нее он выбрал более прозаическую профессию и в 1860 году покинул родную Богемию ради Парижа, где получил профессию инженера.

Именно там юноша заметил, что мода на имитацию бриллиантов стремительно развивается.

Такие камни называли стразами – по имени известного ювелира-мошенника XVIII века **Жоржа Фредерика Страсса**, который выдавал за бриллианты граненые хрустальные осколки.

В **1883** году Д. Сваровски посетил «Международную Электрическую выставку» в Вене, где познакомился с машинами, изобретёнными Эдисоном, и увидел возможности новых технологий в стекольной промышленности.

В начале **1890** годов он занялся проектированием машины для автоматической огранки кристаллов и в **1892** году получил патент на первое своё изобретение — машину, обрабатывающую кристаллические камни с беспрецедентной точностью:



В **1895** году он переехал в Тироль и вместе с инвесторами Армандом Косманом и Францем Вайсом основал завод по производству изделий из хрусталя в деревне Ваттенс.

Сначала эта компания называлась A. Kosmann, Daniel Swarovski & Co, позже была укорочена до K.S. & Co и лишь в начале XX века после расширения завода, предприятие было переименовано на «Swarovski».

В первые годы работы фирмы Сваровски занимался улучшением технологии огранки и шлифовки кристаллов, доведя её до совершенства.

В **1911** году, со своими сыновьями Вильгельмом, Фридрихом и Альфредом, он сумел найти лучший состав исходных смесей для изготовления высококачественного хрусталя, обладающего высокой прозрачностью и блеском.

Этот технологический состав до настоящего времени является тайной компании и хранится в строжайшем секрете.

Качество полученных хрустальных изделий позволило рассматривать их как альтернативу драгоценным камням и бриллиантам.

Первые образцы украшений, изготовленных на предприятии Swarovski, были отправлены в Париж и Санкт-Петербург, где вызвали восторг публики и завоевали популярность модниц.

С момента открытия производства, основателем компании было заявлено, что хрустальные «кристаллы» имитируют драгоценные камни.

Сваровски никогда не пытался скрыть факт имитации, поскольку был уверен в истинной и самобытной красоте хрусталя.

Бижутерия перестала быть дурным тоном даже при королевских дворах Европы. Спрос на хрустальные «бриллианты» от Сваровски был огромен. Ему пришлось расширить производство.

В **1900** году возник бренд **Swarovski** и быстро завоевал всемирную популярность.

Кристаллами Swarovski украшали свои вечерние наряды Мэрилин Монро и Марлен Дитрих, Коко Шанель и Эльза Скъяпарелли.

В **годы Первой мировой войны**, когда спрос на ювелирную продукцию в Европе резко упал, компания наладила выпуск инструментов и абразивных материалов для точильных и гранильных станков, за счет чего и спаслась от разорения (эту продукцию фирма производит и по сей день под маркой Tyrolit).

В **1929** году фирма начала выпуск стекол-отражателей для автомобилей и другой техники под маркой Swareflex.

В **1935** году компания открыла также производство оптических приборов под маркой Habicht.

Во время **Второй мировой войны** модные дома Европы, естественно, потерпели крах, кристаллы и стеклярус стали ненужными.

Однако предприимчивый Даниель Сваровски сумел наладить сбыт своей кристальной продукции в Соединенных Штатах.



Манфред Сваровски

В середине **1950-х** внук Даниэля - Манфред Сваровски сумел создать технологию производства разноцветных кристаллов.



В **1976** году фирма Swarovski открыла новую линию производства – хрустальные фигурки.



Лебедь Swarovski

Стандартная коллекция Swarovski насчитывает более 100 000 различных камней всех возможных форм.

Круглые камни производятся в размерах от 1 мм до почти 30 мм в диаметре. Число граней при шлифовке колеблется от 16 до 56.

80% всех производителей бижутерии покупают камни Swarovski.

Секрет игры света заключается в содержании в кристаллах окиси свинца - 32%. Для сравнения, в обычных стразах - до 24%, в стекле - 6%.

Шикарный блеск камням Сваровски обеспечивает не только состав, но и ювелирная шлифовка каждой грани. Существует даже запатентованная огранка Swarovski.

Чтобы создать компоненты с необычными световыми эффектами, Swarovski покрывает некоторые из своих кристаллов специальными покрытиями.

В 1988 году компания заменила свой старый логотип — эдельвейс.

Известным международным знаком Swarovski стал лебедь, как воплощение чистоты, элегантности и чудесного превращения...

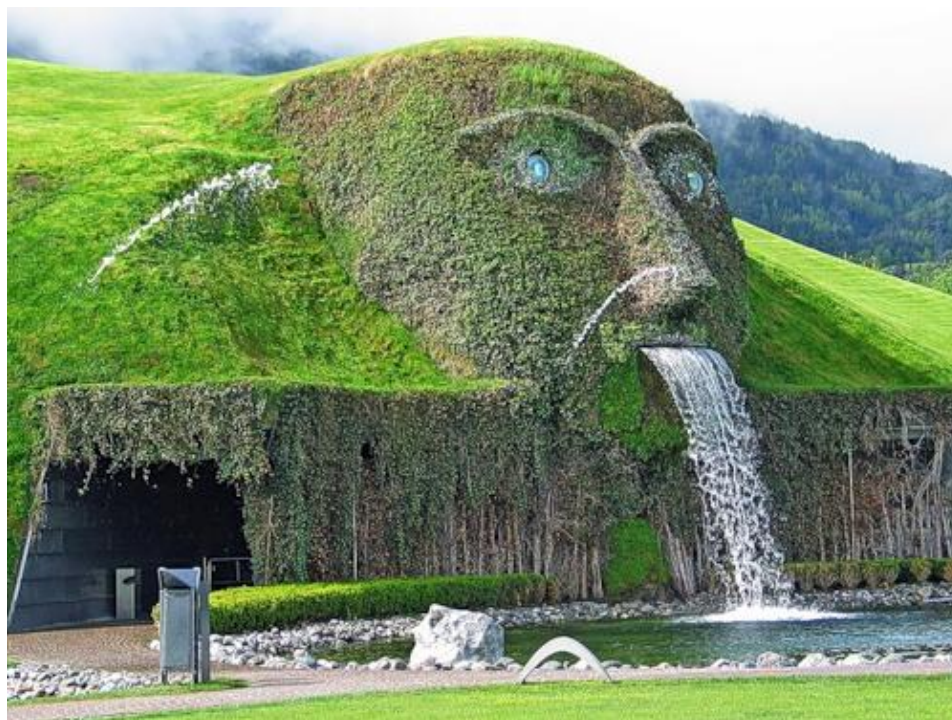
В **1995** году компания Сваровски отметила свой 100-летний юбилей, в честь которого было решено создать уникальный музей и парк **Swarovski Kristallwelten («Хрустальные миры Swarovski»)**.

Музей-пещера - это постоянная выставка хрусталя, представляющая собой лабиринт из 7 пещер, которые соединены между собой узкими переходами и лестницами.

Вход в музей постоянно "охраняет" великан с поросшей зеленой травой головой.

Глаза исполина огромные, как футбольные мячи, сделаны из зеленых кристаллов и таинственно сверкают, особенно в темноте. Из рта великана в бассейн, расположенный перед ним, непрерывно низвергается водопад.

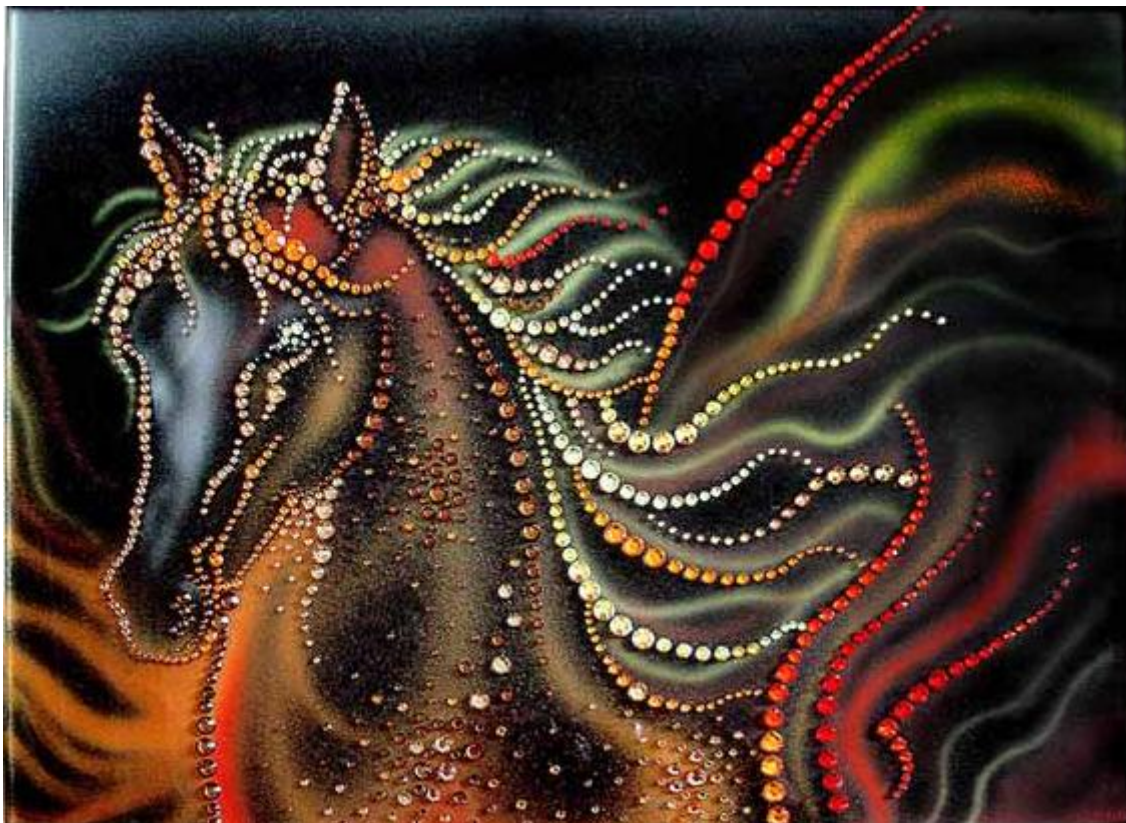
В свете прожекторов кажется, что даже эта вода тоже сделана из хрусталя.



С **2007** года компоненты Swarovski выпускаются под маркой **CRYSTALLIZED Swarovski elements**.

В **2010** году для большей узнаваемости и поддержки продаж бренд **CRYSTALLIZED** изменен на **SWAROVSKI ELEMENTS**.

В настоящий момент одним из направлений деятельности компании Swarovski является изготовление картин и панно из хрусталя.



Описать картины Swarovski на словах практически невозможно.

Неповторимая игра света, заставляющая картину оживать, создается благодаря применению особых хрустальных кристаллов.

Каждый кристалл имеет ровно четырнадцать абсолютно одинаковых граней. Когда на какую-либо из этих граней попадает лучик света, картина меняет свой облик. Все хрустальные картины исполняются исключительно вручную.

Красота картин Swarovski и их уникальность делает хрустальные произведения художников Swarovski роскошными декоративными элементами оформления интерьера.

Являясь эксклюзивными произведениями искусства, творения Swarovski смогут дополнить собой практически любой, в том числе даже самый дорогой и изысканный, интерьер.

Начав с высокоточной обработки ювелирных изделий из хрусталя, пять поколений семьи Сваровски создали невероятно разнообразный ассортимент продукции.

На сегодня Swarovski - самое крупное частное предприятие в Тироле и одна из самых успешных компаний Австрии, на фабриках которой работает свыше 12 тыс. человек.

Она имеет множество дочерних предприятий и десятки торговых компаний в ведущих странах мира.

При этом компания остается семейным бизнесом.

Карл Фаберже

Петер Карл Густавович Фаберже (1846-1920) — известный российский ювелир, глава семейной фирмы и династии мастеров ювелирного искусства.

30 мая 2016 года исполнится 170 лет со дня рождения Карла Фаберже.

В **1842** году Густав Фаберже, ювелирных дел мастер, основал фирму под собственным именем.

В **1860** году, когда Карлу Фаберже исполнилось 14 лет, семья переселилась в Дрезден.

Закончив колледж в Париже, Карл Фаберже прошел обучение в Лувре и Версале, познавая тонкости ювелирного искусства венецианцев, саксонских камнерезов и французских эмальеров.



Затем он осваивал ювелирное дело у франкфуртского мастера Джозефа Фридмана.

В **1865** году Карл Фаберже вернулся в Россию, а в **1872** году взял ювелирную фирму отца в свои руки.

В этом же году он женился на дочери управляющего императорскими мастерскими по производству мебели. От этого брака у него было четыре сына – Евгений, Агафон, Александр и Николай – каждый из которых впоследствии присоединился к фирме.

В **1885** году К. Фаберже создал первое из ставших впоследствии знаменитых императорских пасхальных яиц - так называемое «Куриное» яйцо.

Снаружи оно покрыто белой, имитирующей скорлупу, эмалью, а внутри, в «желтке» из матового золота, находится изготовленная из цветного золота курочка. Внутри курочки, в свою очередь, спрятана небольшая рубиновая корона.



Это пасхальное яйцо способствовало присвоению Фаберже в том же году звания Поставщика Высочайшего двора. Этот титул дал право включить императорского двуглавого орла в свой фирменный знак.

Всего, включая «Куриное» яйцо, Фаберже создал 71 пасхальное яйцо, из которых императорскими являются 54.

После **1890** года Серебряная фабрика фирмы Фаберже работала в древнерусском, старорусском, современном русском и новорусском стилях и не испытывала дефицита заказов.

В **1885** году изделия Карла Фаберже имели большой успех на выставке изящных искусств и ювелирного искусства в Нюрнберге в 1885 году, где он показал копии древнегреческих золотых украшений, оригиналы которых хранятся в Петербурге в Эрмитаже.

Технология изготовления эмалей, разработанная в мастерских Фаберже и являющаяся его главным достижением, позволила создавать изделия, отличающиеся непревзойденным качеством ювелирной работы.

Коньком Фаберже была так называемая эмаль "en plein" - гладкое покрытие достаточно больших поверхностей или полей.

Такая техника не прощает ни малейшей ошибки.

Подобно тому, как Фаберже комбинировал поверхности из матового и шлифованного золота, он использовал контрасты глухой и прозрачной эмали, причем последняя украшалась рисунком, выгравированным на металле и просвечивающим сквозь эмаль.

Другим свойством некоторых эмалей Фаберже является эффект изменения цвета при легком повороте изделия.

Искусство гильоширования - создания тонкого, тщательно выгравированного узора, состоящего из прямых и изогнутых линий. Фаберже довел до совершенства.

Каждый год, на Страстной неделе, именитый ювелир приносил в дворцовые покои очередной пасхальный шедевр.

После смерти в **1894** году Александра III в годы царствования его сына, императора Николая II, работы у мастеров фирмы прибавилось, они стали делать по два пасхальных яйца в год — одно предназначалось вдовствующей императрице **Марии Федоровне**, другое — супруге императора **Александрѐ Федоровне**.

Эти пасхальные подарки поражали неиссякаемой фантазией, новизной сюжета, виртуозностью ювелирной работы, сочетанием разнообразных технических приемов и неожиданным соседством драгоценных материалов с недорогими.

В **1882** году 20-летний Агафон Фаберже присоединился к своему брату Карлу в Санкт-Петербурге и проработал с ним более десяти лет до своей смерти в 1895 году.

Это был богатый и самый творческий период фирмы. Качество вещей, сделанных в эти годы, осталось непревзойденным.

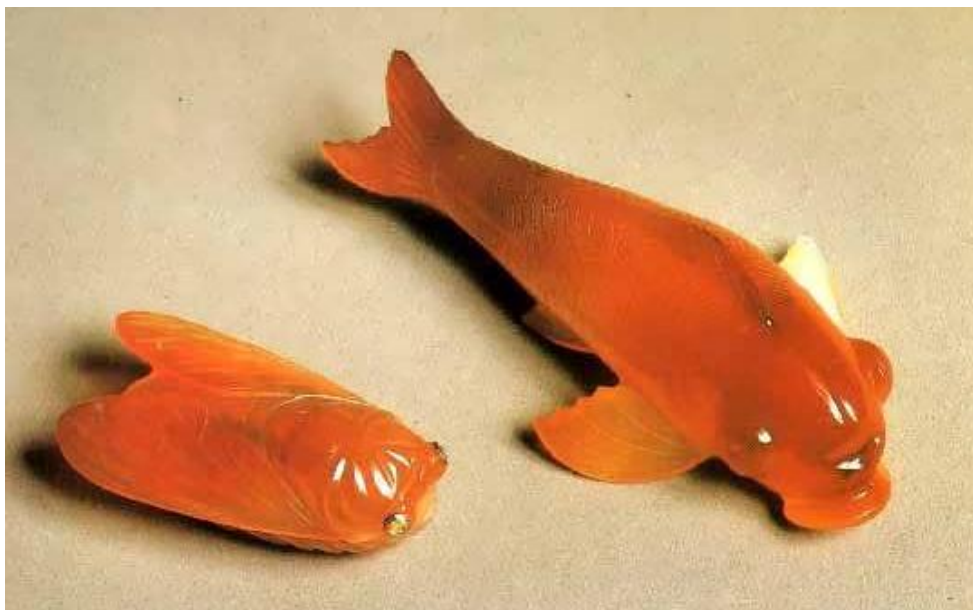
Взаимодействие братьев - Карла, с его приверженностью классическому стилю, и более живого и творчески энергичного Агафона, - усиленное приходом в фирму ее второго главного мастера, блестящего Михаила Перхина, работавшего с 1885 по 1903 годы, способствовало обособлению около 1885 года искусства Фаберже как самобытного стиля в прикладном искусстве и ювелирном деле.

В изделиях фирмы Фаберже смело сочетаются драгоценные и полудрагоценные камни: рубины, сапфиры, изумруды, бриллианты соседствовали в изделиях с лунными камнем, хризолитом, халцедоном, агатом.

Кроме того, драгоценные камни сочетались с эмалью, в изготовлении которых фирма особенно преуспела.

Мастера фирмы особое внимание уделяли подбору камня и выявлению его природной красоты. Для этих целей широко использовались уральские полудрагоценные камни разных цветов, а также горный хрусталь.

Под влиянием японских образцов, и особенно нэцкэ мастерами фирмы Фаберже создавались фигурки из твердых полудрагоценных камней, которые отделялись драгоценными камнями и металлами.



Фигурки из сердолика

Фигурки изображали людей и животных, а некоторые из них даже несли функциональное назначение – печати, ручки зонтов.

В коллекции английской королевы Елизаветы II – более 170 фигурок животных из драгоценных камней, сделанных фирмой Фаберже.

Многие фигурки уникальны, дубликаты делались только в редких случаях и по специальному заказу.

Многие фигурки имеют сигнатуру Фаберже, некоторые – знак «К», иногда есть дата и инвентарный номер.

Карл Фаберже активно работал с государственными структурами, в частности с Кабинетом его Величества (для которого исполнил более 6 000 вещей), армией и флотом, различными министерствами.

В **1910** году Карл Фаберже стал мануфактур-советником и получил звание Придворного ювелира. В **1916** году он преобразовал свое личное предприятие в Товарищество с уставным капиталом в 3 миллиона рублей.

В **1918** году он эмигрировал из России и умер 24 сентября **1920** года в швейцарском городе Лозанна.

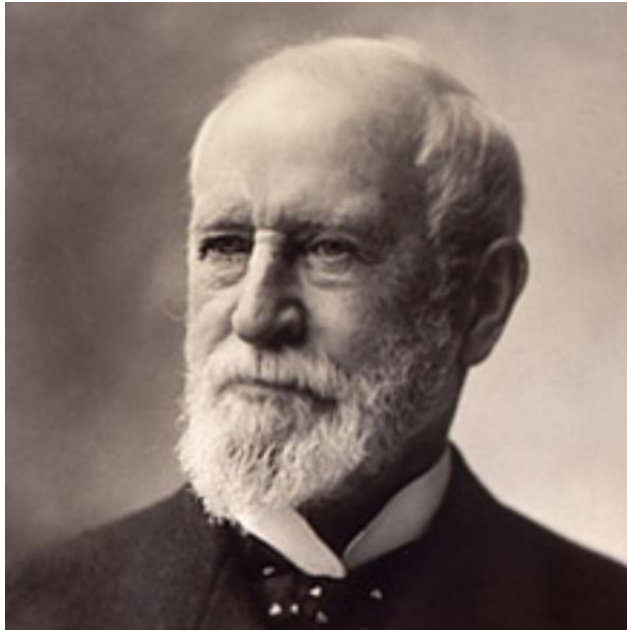
В **2011** году фирма «Фаберже» возобновила работу. Подготовлена оригинальная коллекция из 12 подвесок, символизирующих месяцы в году.

9 ноября 2013 года в Шуваловском дворце в Санкт-Петербурге состоялась официальная церемония открытия первого в России негосударственного Музея Фаберже.

Организацией-учредителем музея является культурно-исторический фонд «Связь времен».

Сайт Музея Фаберже - <http://fabergemuseum.ru/ru>

Луи-Франсуа Картье



Луи-Франсуа Картье (1819—1904) – французский ювелир

Имя Картье давно ассоциируется с изящными ювелирными изделиями, которые традиционно поставлялись королевским домам всего мира.

Расхожей стала фраза: «Картье — ювелир королей и король ювелиров».

Луи Франсуа Картье родился в 1819 году. Его отец владел мастерской, которая выпускала рожки для пороха. Мать будущего ювелира видела в мальчике продолжателя отцовского дела, но самого Луи Франсуа очень рано потянуло к искусству, особенно – изобразительному, поэтому отец отдал мальчика «в науку» к Адольфу Пикару, ювелиру из Парижа.

Л.Ф. Картье был трудолюбивым и обладал даром настоящего художника.

В **1847** году 26-летний Картье купил ювелирную мастерскую Пикара и начал работать по заказам.

В **1853** году в Париже появилась еще одна мастерская, открытая Картье.

В **1867** году его изделия были показаны на Всемирной выставке в Париже, что дало толчок к росту популярности других его работ среди публики.

До конца XIX века дом Картье в основном изготавливал штучную продукцию, выпускавшуюся для богатейших людей мира.

Более массовое производство было связано с именем сына Луи Картье - Альфреда, который в **1874** году возглавил фирму и вскоре представил несколько интересных разработок, рассчитанных на менее состоятельных покупателей.

А. Картье выступил в качестве оборотистого предпринимателя: проявив деловую хватку, сумел поправить дела фирмы, ухудшившиеся во время франко-прусской войны, когда сверхдорогие изделия не пользовались спросом.

Альфреду удалось восстановить репутацию фирмы в Европе.

К концу XIX века Альфред Картье перешел от изготовления драгоценностей и предметов искусства к созданию часов.

Он попытался возродить традицию создания настольных часов и преуспел: его изделия отличались совершенством, причем каждое последующее не походило на предыдущее.

У Альфреда, в свою очередь, было три сына, три наследника семейного дела – Луи Жозеф, Пьер Камилл и Жак Теодуль.

Именно третье поколение Картье сделало бренд своей семьи мировым.

Пьер взял на себя обязанности расширять контакты с Россией и США. В России Пьер Картье конкурировал с Карлом Фаберже.

Магазин “Cartier” в России так и не открылся, но заказ от Николая II получить удалось.

Более того, Картье стали официальными поставщиками украшений российского двора.

Пьер смог войти и в высшие светские круги Америки: он привлек к бренду внимание крупных финансистов и промышленников США (среди них были Рокфеллеры, Форды, Вандербильты и Гоулдсы), женился на Эльзе Рамзей, которая была дочерью крупного магната, чем еще больше укрепил свои позиции в Америке.

Жак отправился в страны Персидского залива, где его интересовали жемчужины. А в Индии Жак смог убедить многих богатых людей в том, что платиновая оправа для камней, изготовленная по эскизам его брата, - самая лучшая оправа.

Луи Жозеф изготавливал чудные украшения, которые пользовались успехом, и сделал все, что стало залогом успеха бренда “Cartier”.

Луи Жозеф Картье возродил стиль времен Людовика XVI – стиль "Guirlande", позволяющий скрыть крепления между камнями.

Такие украшения пользовались огромным спросом.

Луи Жозеф заочно учился искусству эмали у самого Фаберже, изучая его работы.



Его самая знаменитая работа – кольцо «Тринити», состоящее из трех колец белого, желтого и красного золота: розовый – цвет любви, желтый – цвет верности, белый – цвет дружбы.

В 1888 году компания выпустила свои первые часы.

С 1906 стали выпускаются наручные часы, украшенные драгоценными камнями.

В 1915 году появились часы с квадратным корпусом.

В 1917 Cartier создает легендарную модель часов Tank, дизайн которых напоминает огромный английский танк времен Первой мировой войны.

В 1918 в благодарность за освобождение Франции американскими войсками часы были подарены американским командирам (в том числе генералу Джону Першингу).

Модель Tank до сих пор в продаже в первоизданном виде.



Часы Tank

В **1925** году Cartier принял участие в Международной выставке современных декоративных и промышленных искусств в Париже, где его экспозиция была одной из центральных.

В **1933** году специально для паши Марракеша были разработаны водонепроницаемые часы Pasha, которые тот мог бы носить во время плавания в бассейне.

Первые часы были сделаны из чистого золота.

Круглый водонепроницаемый корпус, четыре арабские цифры, завинчивающаяся крышка заводной головки, прикрепленная к корпусу миниатюрной цепочкой, стрелки в форме мечей – детали этой уникальной модели свидетельствуют о неординарности и мощи.



Часы PASHA, модель "СКЕЛЕТОН" с мотивом "ПАНТЕРА"

В **1962** году после смерти братьев Картье фирма была разделена на три части и продана собственникам в Париже, Лондоне и Нью-Йорке.

Спустя 10 лет компания была снова объединена.

В **1981** году появились духи «Must» и «Santos» от Cartier, позже к ним добавились новые разновидности, включая и мужскую туалетную воду «Pasha».

Как обычно были продуманы все детали, начиная от аромата и названия духов и кончая формой флакона и материала, из которого он изготавливался.

Так, духи «Must» как бы реализовывали традиционный для фирмы принцип: «Вы должны иметь это от Картье».

В конце **1990-х** годов появилась другая новинка — «So Pretty» - цветочный аромат был составлен из наиболее дорогостоящих эссенций.

К своему юбилею фирма подготовила новый парфюмерный шедевр «Declaration», выразив, таким образом, своеобразное признание тем покупателям, которые оставались верными Картье, поэтому флакон был огранен в форме сердца с изящной надписью.



Сегодня “Cartier” – это 14 компаний, которые занимаются производством аксессуаров, часов и, конечно, украшений, перед которыми трудно устоять.

Фирма уважительно относится к своей истории и ее сохранению, поэтому выкупает свои собственные изделия, которые относятся к разным этапам развития бренда.

Впервые же драгоценности фирмы представил в **1926** году Р. Валентино: в фильме «Сын шейха» он носит часы знаменитой фирмы.

Мэрилин Монро воспела драгоценности Картье в картине «Джентльмены предпочитают блондинок».

Наиболее обширной считается коллекция Э. Тейлор. Она является обладательницей бриллиантового кольца с большим голубым сапфиром. Украшающие кольцо бриллианты были получены после разрезания алмаза достоинством в 64 карата.

Официальный сайт Cartier -

http://www.ru.cartier.com/?utm_source=Cartier.com&utm_medium=Global_website&utm_campaign=Branding

Тиффани Чарльз Луис

Чарльз Льюис Тиффани (1812-1902) - самый успешный ювелир XIX века в США, основатель компании Tiffany & Co, создатель первого розничного каталога в Америке и основоположник английских стандартов стерлингового серебра и платины.

Чарльз Тиффани родился в Киллингсли (штат Коннектикут) в семье процветающего текстильного фабриканта.

Начиная с 15 лет, он каждый день после школьных занятий бегал на работу в бакалейную лавку отца, а уже в 18-летнем возрасте управлял отцовской мельницей.

Свое первое образование Чарльз получил в уездном училище, а затем в академии города Плейнфилда (штат Коннектикут).

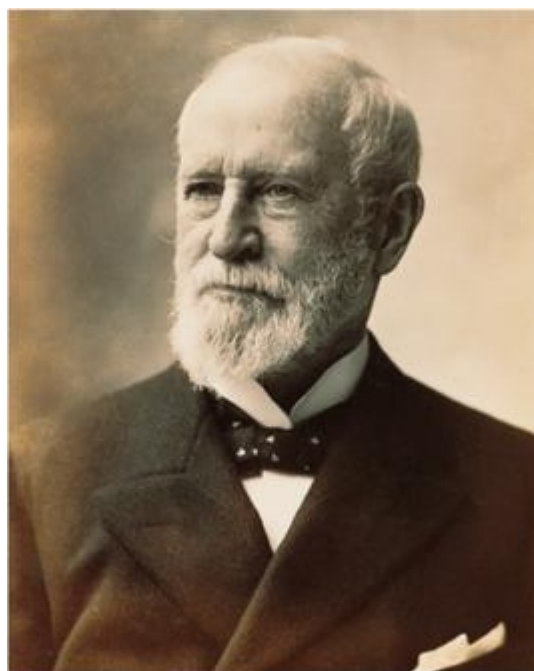
В **1837** году 25-летний Чарльз занимает у своего отца 1000 долларов США и вместе со своим школьным товарищем Джоном Б. Янгом и будущей женой Харриет Оливией Авени Янг (сестрой Джона) перебирается в Нью-Йорк.

Здесь **18 сентября** они открывают небольшой магазин канцелярских изделий и сувениров, назвав его «Тиффани и Янг» (Tiffany & Young).

Через два года в ассортименте магазина можно было найти изделия из стекла, фарфора, столовые приборы, часы, а так же ювелирные изделия.

Для своего дела Чарльз Тиффани выбрал философию, выраженную следующими словами: «хороший дизайн - хороший бизнес».

В **1840-х** годах Чарльз Тиффани начал скупать великолепные бриллианты французских аристократов, рискуя капиталом своего молодого предприятия.



Это привело к появлению в США крупных драгоценных камней, из-за чего американская пресса окрестила Чарльза Тиффани званием «Короля бриллиантов».

В **1841** году магазин расширяется и изменяет свое название на «Тиффани, Янг и Эллис». За лавкой закрепляется репутация лучшего магазина, продающего богемское стекло и фарфор. В это же время начинается выпуск собственных украшений.

В начале **1850-х** годов Чарльз Тиффани открывает множество ювелирных мастерских.

В **1853** году проводится реорганизация компании и смена названия на «Tiffany & Co.», а также происходит открытие филиалов в Париже (1850) и Лондоне (1868).

В **1861** году Чарльз лично знакомится с президентом А. Линкольном, который решил заказать для своей жены ювелирное украшение.

Специально для Марии Линкольн было создано восхитительное ожерелье из жемчуга.

В **1862** году, во время Гражданской войны в США, Чарльз и его компания поддерживала северян, снабжая армию оружием, продовольствием и медикаментами.

К середине **1860-х** годов компания Чарльза являлась лидером на американском рынке серебра, но была мало известна в Европе.

На Всемирной выставке в Париже **1867** года компания получила главный приз за изделия из серебра.

Одним из нововведений стало внедрение цветных драгоценных камней в ювелирные изделия.

В **1876** году компания «Tiffany & Co.» приобрела исключительный турмалин от известного геммолога Джорджа Фредерика Кунца.

В **1877** году на алмазных коях Кимберли в Южной Африке был найден один из крупнейших и красивейших в мире алмазов - желтый бриллиант Тиффани.

Чарльз выкупил камень весом в 287,42 карата за \$18,000.

Под руководством Джорджа Фредерика Кунца алмаз был огранен и уменьшился в весе до 128,54 карат, став обладателем 82 граней - беспрецедентное количество граней на то время.



В **1878** году на Всемирной выставке в Париже дом Тиффани получает высшие награды за серебро и ювелирные изделия, а Чарльз Тиффани награждается Крестом кавалера Ордена Почётного легиона.

В результате этих достижений «Tiffany & Co.» получает статус императорской и королевской ювелирной компании, поставляя драгоценности коронованным особам Европы, а также Османскому султану, императору и императрице России и шаху Ирана.



В **1886** году Tiffany представила обручальное кольцо, которое известно сегодня, как Tiffany Setting.

В нем впервые была применена инновация, когда алмазный ромб был поднят шестью платиновыми зубцами, что позволяло максимально увеличить блеск камня.

Наивысшие награды за свои изделия Тиффани получил на Всемирной выставке в Париже в **1889** году, Всемирной выставке в Чикаго **1893** и **1900** года.

Одним из величайших достижений в жизни Чарльза является совместная работа с Томасом Эдисоном, результатом которой стало создание прожектора заливающего света и различных иных способов электрического освещения театров.

Это сделало Бродвей и другие театральные шоу более популярными.

Помимо этого Чарльз Тиффани был покровителем Метрополитен-музея и одним из основателей Нью-Йоркского общества изящных искусств.

Тиффани всегда был одет в раскрытое пальто и носил высокую шелковую шляпу.



Ч. Тиффани в своем магазине, 1887 год

За всю свою жизнь Чарльз Тиффани не пропустил ни одного рабочего дня по болезни.

Чарльз Тиффани умер **18 февраля 1902** года в возрасте 90 лет.

К этому моменту его компания была признана наиболее заметной ювелирной компанией в Северной Америке.

Грузи Фаваз (р. 8 августа 1952 года)

Флорентийский мастер **Грузи Фаваз (р. 8 августа 1952 года)** - один из наиболее успешных ювелиров в наши дни.

Детство он провел с матерью во Флоренции. Не окончив школу (бросил ее, чтоб выучиться на продавца-консультанта), он поступил на работу к знаменитому флорентийскому ювелиру, где получил свой первый опыт и там он начал свою карьеру.

Открывая новый бутик в Лондоне, маэстро отправил молодого специалиста консультировать работу, а еще через четыре года Фаваз Грузи стал управляющим магазина.

Далее Грузи работал представителем бренда Harry Winston в Саудовской Аравии, затем на Bulgary.

В **1994** году Фаваз Грузи создал собственную марку — de Grisogono.

Первый бутик специализировался на выпуске ювелирных изделий и предметов искусств.

Имя компании было взято от девичьей фамилии матери одного из коллег – древнего аристократического рода.

Грузи начал создавать изысканные, необычные ювелирные украшения. Вскоре у компании de GRISOGONO появился собственный, уникальный стиль исполнения украшений, основанный на сочетании изумительных дизайнов и неожиданных пропорций.

Но в рамках партнерства Фавазу было тесно, и он пустился в одиночное плавание в **1995** году.

Два черных бриллианта стали эмблемой ювелирного дома de GRISOGONO.

Фавазу Грузи заинтересовался черными бриллиантами, которые до него считались глубоко второстепенным товаром.

Именно он ввёл в моду на шикарные, но сдержанные украшения из черных бриллиантов.



Кольцо от Фаваза Груори

Первым, кто догадался сделать драгоценный сотовый телефон, был Фаваз Гроузи.

Мобильный телефон Ericsson с корпусом, украшенным фирменными черными бриллиантами, стал в середине 1990-х одним из символов роскоши, что после него еще долго никто не отважился повторить такое.



В 2000 году в Базеле состоялась премьера первой часовой коллекции Instrumento Uno.

Ювелир первым в мире начал использовать кожу ската при изготовлении ремешков и первым поместил механизм в корпус из черненой стали, затем была женская версия этой коллекции.

Его жена - Каролина Шойфеле, вице-президент Chopard, ведет ювелирное направление компании.

«Мы не проводим бесчисленное количество маркетинговых исследований перед тем, как выпустить новую коллекцию часов или украшений – либо мы верим в то, что творим, и делаем все, чтобы выпустить продукцию, либо мы отказываемся от идеи. Наше достоинство – это, безусловно, свобода творчества, и она чувствуется во всех творениях de GRISOGONO», - вот рецепт успеха от Фаваза Гроузи.

