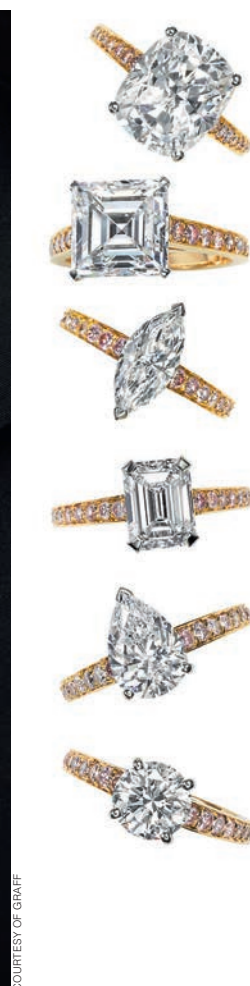


ОТ СТРАСТИ ДО «ОБЕЩАНИЯ» ПОМОЛВОЧНЫЕ КОЛЬЦА GRAFF



— Кольца Flame, розовое золото, паве из бриллиантов, центральные бриллианты огранки «подушка», «квадрат», «маркиза», «изумруд», «Груша» и «круг»

— На ней: кольцо Flame, серьги, колье и браслет, Classic; на нем: кольцо Laurence Graff Signature

— Обручальное кольцо Emerald Cut Eternity, белое золото, бриллианты огранки «изумруд»



— Кольцо Promise, платина, бриллианты, центральный бриллиант огранки «изумруд»

Успех и известность бренду Graff принесли помолвочные кольца с бриллиантами. Именно с них все началось, и именно они со временем стали символом любви и верности самых состоятельных и богатых людей планеты. В стремлении удовлетворить запросы своих уважаемых клиентов Лоуренс Графф охотится на алмазы вот уже 60 лет, и благодаря этой страсти украшения Graff сверкают самыми лучшими из крупных бриллиантов в мире.

Свою первую компанию Графф основал в 18 лет, после нескольких лет работы подмастерьем в маленькой мастерской в лондонском ювелирном квартале Хаттон-Гарден. Бизнес заключался в том, чтобы приводить в порядок старые украшения викторианской эпохи — Лоуренс находил контракты, его коллега выполнял работу ювелира. Однажды Графф встретил торговца бриллиантами и убедил продать ему 33 небольших камня за 60 фунтов. Вместо того чтобы сделать 33 кольца, Лоуренс поместил все камни в одно и продал его ювелиру в северной Англии. Покупатель вскоре перезвонил, рассказал, что продал кольцо моментально, и заказал еще одно такое же.

Лоуренс стал задумываться над тем, как сделать украшения, которые бы все хотели купить. Следующий шаг — кольцо с 19 камнями, в котором один бриллиант был окружен двумя рядами из шести и двенадцати камней поменьше. Затем предприимчивый ювелир стал работать с изумрудами, рубинами и сапфирами. Дела шли настолько хорошо, что в 1962-м, всего через два года после рождения компании Graff Diamonds, в Лондоне открылись два фирменных магазина. В середине XX века ювелиры в основном работали без бренда, в небольших безымянных мастерских, поэтому появление именных бутиков вызвало интерес у публики и обсуждения в индустрии. Лоуренс Графф выделялся из общей массы еще и потому, что работал над созданием необычных украшений, отрицая традиционный подход.

В 1967 году задумавший выйти на международный уровень 29-летний Графф стал ездить со своими украшениями в путешествия, участвовать в выставках, встречаться с клиентами в их резиденциях, дворцах, на частных яхтах. Счастья торговец бриллиантами искал сначала в Австралии, потом в Сингапуре; наконец, на Ближнем Востоке ему удалось заработать — члены королевской семьи Саудовской Аравии и сегодня остаются преданными поклонниками Graff. Свой первый бутик за пределами Соединенного Королевства Графф открыл в 2000 году — в монашеском Hotel de Paris. Сегодня у бренда около 50 бутиков по всему миру, в том числе три в Москве.