

# ЕЖЕДНЕВНИКИ ИЗ ТОЛЕНТИНО

*Вадим Журавлев*



Три часа полета из Москвы до Милана на комфортабельном аэробусе, еще час на маленьком винтовом самолете до Анконы, портового города на восточном побережье Италии, и час езды до городка Толентино. Этот путь был проделан лишь для того, чтобы увидеть своими глазами, как рождаются знаменитые ежедневники *pazarenogabrielli*, которые по праву считаются идеальным партнером хорошей авторучки



На фабрике много лет существует музей, где представлены как самые интересные современные модели, так и изделия, выпущенные в середине прошлого века. Например, кожаные обложки ставшие популярными благодаря декоративной выделке, геометрическим рисункам, тиснению



Отметившая год назад вековой юбилей марка nazarenogabrielli, носящая имя своего основателя, появилась на свет в Толентино. Штаб-квартира фирмы остается в этом городе по сей день. И хотя ручной труд сменили станки с компьютерным управлением, человеческий фактор продолжает играть важную роль: опытные мастера пристально контролируют все этапы производства. Безупречное качество, вековые традиции и стильный дизайн — вот составляющие успеха nazarenogabrielli.

## Из истории

На протяжении века имя Назарено Габриелли остается синонимом качества и престижа. Миф nazarenogabrielli — это союз традиций и современного производства

К 1907 году Назарено Габриелли успел жениться и отслужить в армии, где, собственно, он и увлекся переплетным делом. Жители окрестностей Толентино традиционно считались лучшими в Италии скорняками, и их кожаные изделия пользовались заслуженной славой по всей Европе. Но именно Габриелли первому пришла идея совместить переплетное искусство с отлично выделанной кожей. За годы армейской службы он много наблюдал за ремесленниками, трудившимися в расположенных по соседству с его гарнизоном лавках, и освоил профессию переплетчика. Недолго проработав в типографии в городке Пезаро, он возвращается домой. Но не один, а с Марией Джаккети (начинающим дизайнером женских аксессуаров), которая вскоре становится его женой. Взяв в долг деньги, супруги Назарено открывают собственное дело. Талант мужа вместе со вкусом и фантазией жены находит воплощение в великолепных изделиях из кожи: обложках для книг, сумочках, портмоне, портфолио и многом другом.

К 1923 году Назарено Габриелли известен уже всей Италии как искусный мастер по работе с кожей. Он получает один из первых крупных заказов: компания Сампачи (хорошо известная нам своими вермутами Сампачи и Cinzano) просит изготовить фирменные ежедневники в кожаном переплете. Потом



подобных просьб будет множество, а промышленный гигант FIAT делает даже заказ на оформление интерьера королевского поезда. В 1929 году правительство удостоивает Назарено Габриелли звания кавалера — итальянского аналога рыцарского титула в Великобритании.

В 1943 году Назарено Габриелли умирает и бразды правления компанией переходят к его зятю Назарено Бранди, который возглавляет ее вплоть до 1970 года. При нем фирма начинает массовое производство бумажно-беловой продукции: ежедневников и планнингов. Фирма привлекает к сотрудничеству известного дизайнера Паоло Паскетти, и кожаные обложки становятся более привлекательными благодаря декоративной выделке, геометрическим рисункам, тиснению... Начиная с 1950-х планнинги nazarenogabrielli появляются в модных бутиках. Такую роскошную вещь может себе позволить не каждый.

Со сменой руководства меняется и стратегия компании: осваивается новое направление — повседневная одежда и аксессуары. «Nazareno Gabrielli» приобретает репутацию одного из законодателей итальянской моды, участвует в выставках с коллекциями pret-a-porter по всей Европе. Теперь фабрика располагается на огромной территории, более чем в два с половиной гектара, и трудятся на ней почти пятьсот сотрудников.



## От ежедневников к галстукам

Если качество всевозможных ежедневников и планингов nazarenogabrielli известно всем, то о том, что марка выпускает аксессуары для мужчин и женщин, знают лишь избранные. Письменные инструменты и часы, предметы интерьера и элементы одежды, ну и, конечно же, кожаные портфели — во всем чувствуется неповторимый итальянский стиль. О том, как компании nazarenogabrielli удастся оставаться в числе лидеров итальянской моды, нам рассказала Моника Кастелли, директор по продажам и супруга правнука основателя компании.

«Мы позиционируем себя на уровне средне-высокого класса, — рассказывает Моника, — но находимся больше в сегменте подарочной продукции и не хотим сдавать своих позиций. Наша задача в том, чтобы клиент был уверен, что наша продукция уникальна, и в то же время чтобы четко идентифицировалась именно как nazarenogabrielli. Для этого у нас трудится штат дизайнеров, которые совмещают свои идеи и свой креатив с опытом и знанием материалов наших мастеров. И вы можете быть уверены, что абсолютно все элементы продукции — от металлических изделий на портфелях до язычков молний и внутренней подкладки — созданы нашими дизайнерами и полностью отличаются от всех других на рынке. Помимо этого мы никогда не забываем о качестве.

На фабрике есть специалисты, которые занимаются только отбором и проверкой качества кожи, поступающей к нам. Мы обрабатываем кожу таким образом, чтобы она была тонкой, но прочной — этому уделяется большое значение. И я очень горжусь тем, что нам звонят клиенты, которые купили портфель десять лет назад и просят заменить какую-то истершуюся деталь, потому что они просто не хотят расставаться с портфелем, менять его на новый. Это я называю качеством. И этому качеству доверяют наши клиенты. Например, крупная итальянская компания «Женерале» уже много лет заказывает у нас корпоративные подарки. Но каким бы важным ни был для нас клиент, мы никогда ради него не пойдем на упрощение изделия и уменьшение качества в целях удешевления. Наша компания не производит изделия низкого качества и дешевой продукции.

Мы бережно храним и соблюдаем наши вековые традиции. Например, наш логотип, присутствующий на каждом изделии. Он недавно видоизменился, но остался узнаваемым. Помимо того что это стилизованные буквы «NG», это еще и лань — символ, придуманный основателем фабрики. По древней легенде олень спас нашу провинцию от нашествия змей, растоптав их копытами.

Ну и, конечно, новаторство — еще одна из составляющих успеха. У нас присутствуют коллекции, которые придется по вкусу и молодым творческим людям, и людям с возрастом и положением. От ярких и модных расцветок до сдержанно-классических, как, например, новая линия Сроссо из телячьей кожи с тиснением под крокодила».



Процесс создания ежедневника начинается с печати внутренних страниц. Современные многоцветные печатные машины позволяют печатать как на широкоформатных листах, так и на рулонной бумаге. (1, 2)

Мастер постоянно контролирует качество отпечатанных листов, сверяя их с эталоном, и может своевременно внести коррективы в печатный процесс. (3)

Отпечатанные листы автоматически подрезаются, сгибаются и скрепляются в блоки. (4)

Из полученных блоков формируется внутренняя часть ежедневника, которая может быть абсолютно индивидуальной. (5)

Внутренний блок проходит по длинному конвейеру, на котором он склеивается в единую книгу, сохнет и подрезается. (6)

Одновременно идет работа над изготовлением обложки ежедневника. (7)



10



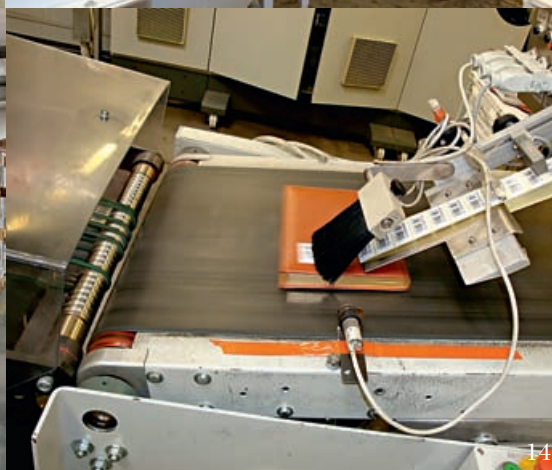
13



16



11



14



17



12



15

*В наши дни компания продолжает наращивать производство ежедневников, постоянно инвестируя в новые технологии и персонал. Только в 2002 году в новое оборудование было вложено более 20 миллионов евро, что позволило повысить качество и интенсивность труда мастеров*

Создание обложки с прошивкой или шпивной обложки из разных видов кожи — процесс кропотливый. Несмотря на то что такие обложки делают на станках с программным управлением, непосредственное участие человека необходимо. (8)

К обложке прилаживается внутренняя мягкая подкладка; ее склеивают, загибают и наносят тиснение. (9)

Готовые обложки и внутренние блоки ждут своего часа. (10, 11)

Заключительная часть создания ежедневника: на этом конвейере обложка склеивается с внутренним блоком страниц. (12, 13)

Наносится штрих-код, и готовый ежедневник проходит завершающий контроль качества. (14, 15)

Продукцию бережно упаковывают и передают на склад, откуда готовые ежедневники отправляются к своим заказчикам. (16, 17)

# Pen World

ЖУРНАЛ О МИРЕ ПИСЬМА ДЛЯ ЦЕНИТЕЛЕЙ РОСКОШИ

Эти и другие материалы журнала «Мир Ручек»  
Вы можете найти на сайте [www.ElitePen.ru](http://www.ElitePen.ru)

**Copyright © ООО «Мир Ручек»**

Все права на материалы охраняются в соответствии с законодательством РФ.  
Любое использование возможно только с письменного разрешения правообладателя.