

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

февраль | 2022



ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД
www.grant-gold.ru

Вам и не снилось...

Эволюция образа
обручального
кольца

Павильон G, стенд G-301

Ювелирная выставка-конкурс
им. Карла Фаберже

JUNWEX *Premium*

9–13 февраля 2022
Москва, Гостиный двор

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

www.junwex.com

E-mail: overseas@junwex.com

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ


Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ЮВЕЛИРНАЯ
РОССИЯ

XXI МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ЮВЕЛИРНЫХ И ЧАСОВЫХ БРЕНДОВ

JUNWEX

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

18–22 мая 2022

ВДНХ

XVIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА

JUNWEX

МОСКВА

28 сентября – 2 октября 2022

ВДНХ

WWW.JUNWEX.COM

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин

1-й заместитель главного редактора

Светлана Пилюшина — info@russianjeweller.ru

заместитель главного редактора

Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru

редактор Виктор Латанский

эксперт-геммолог Михаил Чижов

арт-директор Олег Подгурский

дизайн и верстка Екатерина Калинина

фото Алексей Боголепов

корректор Людмила Лебедева

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел advert@russianjeweller.ru

отдел распространения info@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ

199034, Санкт-Петербург, В. О.,

16 линия, д. 7, оф. 1409.

Тел./факс (812) 327-75-65

www.russianjeweller.ru

e-mail: info@russianjeweller.ru

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА Центр учета и аудита

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 1, 2022 год

ТИРАЖ 5000 экз.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации ПИ № ФС77-35990. Выдано 22 апреля 2009 года Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи и информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

ПЕЧАТЬ Типография «Премиум Пресс», Санкт-Петербург

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР»® — зарегистрированная торговая марка Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. Свободная цена



Журнал «Русский Ювелир» — кавалер ордена Карла Фаберже III степени.

Журнал «Русский Ювелир» основан в 1912 году, возрожден в 1996 году



НА ОБЛОЖКЕ

Ювелирный завод «Грант», Санкт-Петербург

<https://grant-gold.ru>

СОДЕРЖАНИЕ

АКТУАЛЬНО

- 5 Хорошая идея, которая не слишком удачно реализуется
- 12 К вопросу о лицензировании
- 34 Как начать работать на goldnet.market

ИСТОРИЯ

- 14 Кустарные промыслы как предтеча ювелирной промышленности СССР
- 22 Ювелирная отрасль СССР: Историко-психологические аспекты распада Советского Союза (по личным впечатлениям)

КОЛЛЕКЦИИ

- 26 Философский камень ГРАНТа

СЕРЕБРЯНЫЙ СОВЕТ

- 30 Яркие новинки от FILLART
- 32 «Невский Т»: коллекция «Жемчуг всегда прав»

PROSЕРЕБРО

- 37 Знакомьтесь, PROСЕРЕБРО!

НОВОСТИ ОТРАСЛИ

- 42 «Ювелирочка» начинает масштабный ребрендинг
- 50 Системное обучение консультантов как основа сильной ювелирной компании

ТЕХНОЛОГИИ

- 52 «Экситонит» — кристальное совершенство
- 54 3D модели — скрытые фигуры ювелирного мира

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

- 60 Франц Петрович Бирбаум (1872–1947). К 150-летию со дня рождения

Хорошая идея, которая не слишком удачно реализуется

В этом интервью редакция журнала «Русский ювелир» решила поговорить с генеральным директором Ассоциации «Гильдия ювелиров России» Эдуардом Уткиным о том, удалось ли ювелирному сообществу повлиять на редакцию ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях», о специальных налоговых режимах в сфере оборота драгоценных металлов и драгоценных камней, а также о проблемах внедрения системы ГИИС ДМДК.



Эдуард Юрьевич, была ли услышана позиция Ассоциации «Гильдия ювелиров России» по вопросу корректировок ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях»?

Э. Уткин: Изменения в закон «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» начали готовиться еще весной 2021 года. Гильдия заблаговременно сформулировала замечания и большинство из них разработчик (Минфин) учел. Мы увидели несколько серьезных проблем. Судите сами:

- Регулятор предложил исключить возможность внесения изменений и дополнений в Постановление Правительства, определяющее порядок введения ГИИС ДМДК.
- Было предложено наделить Федеральную пробирную палату правом приостанавливать специальный учет в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, которые осуществляют оборот драгоценных металлов и драгоценных камней (далее ДМДК). Проще говоря, речь шла о введении временного запрета на деятельность. Причинами такого запрета могли стать непредоставление сведений о продлении договора-аренды помещения и непредоставление или предоставление недостоверной информации в ГИИС ДМДК.

- Собирались запретить ведение какой-либо предпринимательской деятельности юридическим лицам и ИП, осуществляющим скупку ломов и отходов драгоценных металлов.
- Предполагалось, что все сккупленный лом и отходы, минуя стадии оптовых продаж, должны будут поступать на аффинажный завод.

Отдельно стоит упомянуть про требования по техническому оборудованию и оснащению помещений для хранения ДМДК. Мы хотели избавить участников рынка от обязанности специально оборудовать помещения. Предлагали и установить добровольный порядок клеймения изделий, предназначенных для экспорта.

Наши предложения по местам хранения к большому сожалению не были поддержаны коллегами из Рабочей группы в сфере ДМДК. По этой причине их сняли.

Против добровольного клеймения экспортной продукции выступил разработчик. Вопрос как раз и предстояло обсудить в ходе заседания подкомиссии по совершенствованию контрольных (надзорных) и разрешительных функций федеральных органов исполнительной власти при Правительственной комиссии по проведению

административной реформы. Предполагалось, что там рассмотрят предложения от аффинажных и добывающих компаний в части определения терминов «лом и отходы» и «обработка (переработка) драгоценных металлов». Было и третье предложение от представителей добывающих предприятий. Оно касалось компенсации потерь при ущербе в результате обязательных поставок по решению Президента или Правительства.

Рабочая группа собралась 18 января 2022 г. Большинство голосов было принято решение снять данные замечания о внесении изменений в проект закона. То есть из предложений Гильдии не прошло одно, из предложений аффинажных и добывающих компаний не прошли три. Последние вопросы не затрагивали интересов ювелиров и розничной ювелирной торговли. Теперь Законопроект поступит в Правительство и Госдуму, а к осени, вероятно, уже вступит в действие.

Из положительных моментов для всех участников нашего рынка можно отметить, что в этом законопроекте предусмотрена отмена именика производителя.

Появляется новая категория участников оборота — художник-ювелир. В нее входят физические лица, которые используют драгоценные металлы в самостоятельной творческой деятельности.

Отредактировано множество терминов и определений, которые снимают правовую неопределенность.

Вводится понятие «инвестиционные драгоценные металлы» — это аффинированное золото, серебро, платина и палладий в мерных слитках.

Отредактировано понятие «специального учета» организаций и ИП, а также художников-ювелиров, осуществляющих операции с ДМДК.

Более четко и недвусмысленно прописан порядок обработки и аффинажа ломов и отходов.

Установлен запрет на совершение сделок с драгоценными металлами и драгоценными камнями между физическими лицами.

Государственные органы намерены отменить все специальные налоговые режимы в сфере оборота ДМДК. Какую позицию заняла Гильдия?

Э. Уткин: Государство хочет освободить от НДС инвестиционные драгоценные металлы, чтобы расширить область их применения, в качестве альтернативного иностранной валюте средства сбережения. Но чтобы не образовался переток драгоценных металлов, не обложенных НДС, в

производственный сектор, государственные органы намерены отменить все специальные налоговые режимы в сфере оборота ДМДК.

Известно, что источником образования металла без НДС могут быть только закупки ломов и отходов. Поэтому мы считаем, что менее болезненной процедурой для всех участников рынка была бы отмена упрощенной системы налогообложения для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность по закупке ДМДК. В производственной и торговой сфере сократятся специальные налоговые режимы, а весь металл на рынке будет облагаться НДС. Мы предлагаем компромиссный вариант, который позволит не лишать производственные и торговые компании права работы по упрощенным системам налогообложения. Хочется, чтобы ситуация максимально комфортно разрешилась как для крупных, так и для малых и средних предприятий. Насколько это, конечно, вообще возможно. Для дискуссии на эту тему еще есть время. Мы собираем мнения и предложения участников рынка.

Вопрос о системе ГИИС ДМДК. Какие наиболее острые проблемы вскрылись в процессе ее внедрения?

Э. Уткин: Перечислять все, пожалуй, слишком долго. Их больше двух десятков. Наиболее значимые такие:

1. Для интеграции программного обеспечения участников рынка с ГИИС ДМДК требуется обезличенная электронная цифровая подпись. Выдают ЭЦП только в УЦ ФНС. Они не признают обезличенные формы для юридических лиц. Аналогичная проблема у ИП.
2. В системе не работает функционал внесения остатков ювелирных изделий в виде агрегированных партий. Работает только внесение ювелирных изделий через полуфабрикаты в виде агрегированных партий. Техническая проблема решена без учета юридических аспектов.

А ведь она порождает большие риски:

- у магазинов не заявлен вид деятельности «Производство ювелирных изделий»;
- возникает расхождение с бухгалтерским учетом;
- может возникнуть вопрос о происхождении металла для производства полуфабрикатов и камней для заправки в ювелирные изделия;
- возникает проблема с комиссионным товаром, который не является собственностью торговой сети, но вносится как полуфабрикат от имени



Владимир Михайлов



Охранные кольца
«ВИНОГРАДНАЯ ЛОЗА»
Золото 585° «зелёное»



- владельца (собственники также дублируют подачу остатков этого товара);
- изделия, заявленные как полуфабрикаты, не признаются товарными остатками и могут быть запущены в оборот только после присвоения УИН (срок 01.03.2022 г.). Также теряется право отложить физическую маркировку до 01.03.2024 г. В методических рекомендациях этот способ внесения остатков не прописан.
3. Система требует предоставления данных о химически чистой доле драгоценного металла в составе ювелирных изделий:
- — по серебру рекомендовано не минусовать вес вставок;
 - — по золоту с недорогими камнями рекомендовано вести расчет аналитическим способом;
 - — по золоту с драгоценными камнями рекомендован строго расчетный способ.

В любом случае эти данные нельзя считать достоверными, ответственность за их предоставление полностью ложится на участников рынка. Кроме рисков привлечения к ответственности, необходимо учесть высокую трудоемкость процесса подсчета химически чистой доли драгоценных металлов в составе ювелирного изделия.

4. Система не допускает возможности корректировки уже внесенных данных по агрегированным партиям, возможно только списание внесенной партии.
5. В системе отсутствуют функционал подачи сведений об обороте и функционал о выводе из оборота, которые должны работать уже с 1 марта.
6. Система работает некорректно, со множественными дефектами, изъянами и частыми сбоями.
7. Каналы передачи информации в систему перегружены и имеют ограничения по расширению установленных «КриптоПро».
8. В ходе начала эксплуатации выявлен ряд технических недоработок, требующих постоянного вмешательства технической поддержки. Службы технической поддержки с объемом заявок не справляются.
9. Не установлен предельный срок нахождения ювелирных изделий в Федеральной пробирной палате (далее ФПП) при опробовании, клеймении и маркировке с 01.03.2023. Расчеты показывают, что на маркировку товарных остатков, исходя из ресурсов ФПП, требуется около 2-х лет. По нашим расчетам свободные производственные мощности ФПП по маркировке изделий

составляют всего от 30 до 40 млн. штук в год, а суммарные остатки старой продукции доходят до 100 млн. штук.

10. В системе отсутствует функционал по изготовлению ювелирных изделий из давальческого металла физических лиц (противоречие с требованием закона по аффинажу).

Резюме тут простое: некорректная работа системы создает риски необоснованного привлечения участников рынка к уголовной и административной ответственности. С учетом того, что новая редакция КОАП уже вступила в действие, а новая редакция УК скоро вступит в действие, размер рисков возрастает.

Розница не хочет брать товар без УИНов, а производство не готово грузить товар с УИНами. Это квинтэссенция неразберихи, ведь проблема в том, что практически блокируются товарные потоки на рынке. Мы наблюдаем, как хорошая идея не слишком удачно реализуется, порождая сопутствующие проблемы — как для участников рынка, так и для регулятора.

Как выходить из данной ситуации?

Э. Уткин: Для разрешения проблемы возможно стоит заменить физическую прослеживаемость оборота серебра на документальную. Изделия из серебра сейчас доминируют на рынке и преобладают на прилавках. Они загружают систему, формируют основную нагрузку и на саму систему, и на участников рынка. Это при том, что с точки зрения государства серебро содержит минимальные риски. Целесообразнее сконцентрироваться на изделиях из золота. Чтобы хотя бы в этой части все работало без сбоев.

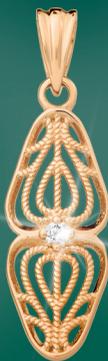


**ГИЛЬДИЯ
ЮВЕЛИРОВ РОССИИ**



ГРИНГОР
St. Petersburg

*Мода проходит —
драгоценное вечно*



*Драгоценный
Ажур*



**ПОСТАВЩИК РОССИЙСКОГО
ИМПЕРАТОРСКОГО ДОМА**

191144, Санкт-Петербург,
ул. Моисеенко, д. 22 лит. Д.
Тел.: (812) 318-18-99, 318-19-39

Уважаемые коллеги и партнеры!

АО «Российский аукционный дом» предлагает рассмотреть возможность приобретения ювелирных украшений и предметов искусства в рамках процедур банкротства и реализации имущества должников.



Повторный аукцион по продаже имущества экс-президента Внешпробанка Маркус Л.И. будет проходить в виде двух аукционов с открытой формой подачи предложений 09 февраля и 02 марта 2022 года.

Приём заявок на аукцион осуществляется с **24.12.2021** по **07.02.2022**.

Приём заявок на аукцион осуществляется с **21.01.2022** по **28.02.2022**.

Торги состоятся на электронной торговой площадке ЭТП РАД–Lot-online.



Повторный аукцион по продаже ювелирных изделий, в рамках процедуры банкротства АО «НЕФТЕПРОМБАНК» будет проходить в виде аукциона с открытой формой подачи предложений — 07 февраля 2022 года.

Торги состоятся на электронной торговой площадке ЭТП РАД–Lot-online.

Приём заявок на аукцион осуществляется с **20.12.2021** по **02.02.2022**.



Назначен ещё один повторный аукцион с открытой формой подачи предложений по продаже ювелирных изделий, в рамках процедуры банкротства АО «НЕФТЕПРОМБАНК» — 09 марта 2022 года.

Торги состоятся на электронной торговой площадке ЭТП РАД–Lot-online.

Приём заявок на аукцион начнется с **27.01.2022** по **04.03.2022**.



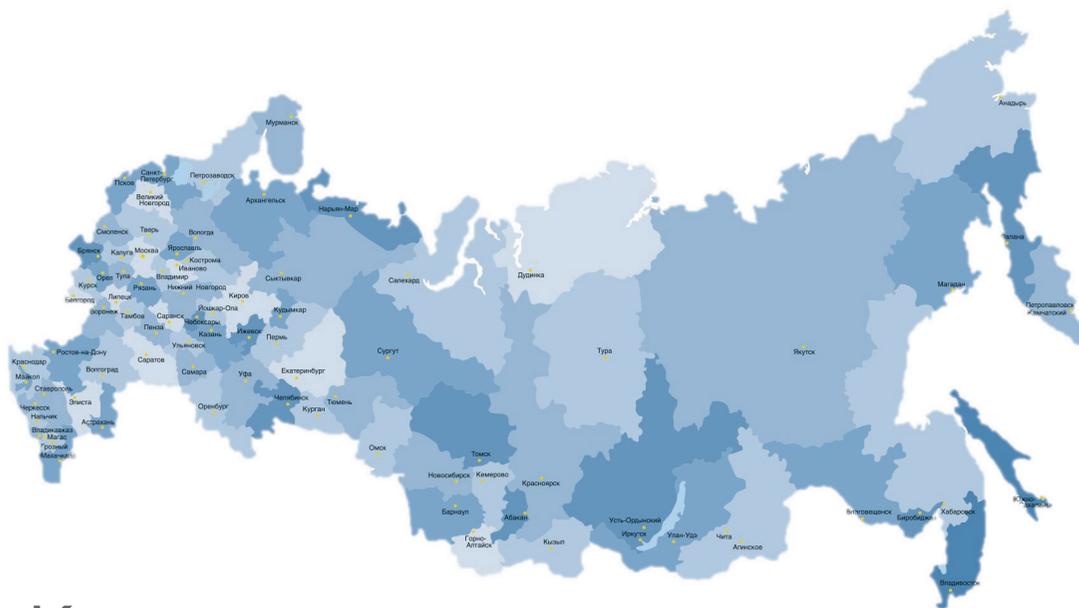
RS
since 1912

IMPERIAL JEWELRY HOUSE



НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ HERITAGE

Тел.: 8 (911) 762 98 47, Санкт-Петербург, Михайловская ул. 1/7
russam.ru | market.russam.ru



К вопросу о лицензировании

К личному кабинету на сайте Росфинмониторинга ювелиры привыкли уже давно. Теперь начинаем привыкать к личному кабинету ГИИС. Сначала с трудом его открывали и регистрировались в системе, подавали заявление о постановке на спецучет. Потом пришло время подавать заявления на получение лицензий.

К личному кабинету на сайте Росфинмониторинга ювелиры привыкли уже давно. Теперь начинаем привыкать к личному кабинету ГИИС. Сначала с трудом его открывали и регистрировались в системе, подавали заявление о постановке на спецучет. Потом пришло время подавать заявления на получение лицензий.

Если посмотреть статистику, то из 6,3 тысяч скупщиков и 2,5 тысяч переработчиков, состоявших на спецучете по состоянию на 01.01.2020, к середине января 2022 года получили лицензии только 577 и 204 соответственно (менее 10%). Для остальных — все еще впереди.

Думаю, не нужно напоминать, что согласно Федеральному закону №282-ФЗ, деятельность по скупке и по переработке ЛОДМ без лицензии должна быть прекращена с 01.01.2022.

Для неполучивших лицензии есть еще одна опасность. С 13.07.2021 Закон 115-ФЗ «О противодействии...» запрещает принимать на обслуживание лиц, осуществляющих деятельность на территории РФ без полученной в установленном порядке лицензии (если наличие лицензии предусмотрено законодательством), а также осуществлять по поручению таких лиц операции с денежными средствами или иным имуществом. Банки уже начали задавать неудобные вопросы таким «нарушителям».

Отдельно следует отметить, что в настоящее время наличие системы учета, хранения и обеспечения сохранности драгоценных металлов является только лицензионным требованием, и Инструкцию не нужно прикладывать к Заявлению на получение лицензии.

Однако, Постановлением Правительства РФ №2074 от 29.11.2021 внесено изменение в порядок лицензирования. С 01.03.2022 к Заявлению, подаваемому через личный кабинет ГИИС, нужно будет прикреплять копии документов (технологических инструкций, регламентов, стандартов организации, технических условий), подтверждающих наличие системы учета, хранения и обеспечения сохранности драгоценных металлов (т.е. собственную Инструкцию).

КАКИЕ ЕЩЕ ИЗМЕНЕНИЯ ЖДУТ ЮВЕЛИРОВ В ВОПРОСАХ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ

С 1 марта информацию о наличии помещений, права на которые зарегистрированы в Едином госреестре недвижимости (ЕГРН), и о наличии в штате работника, если сведения об образовании, повышении квалификации содержатся в «Феде-

ральном реестре сведений о документах об образовании...», нужно будет указывать непосредственно в заявлении, документы об этом прикладывать не нужно.

- К заявлению нужно будет прикрепить:
- скан-копии документов, подтверждающих наличие помещений, права на которые не зарегистрированы в ЕГРН;
 - копию трудового договора, копии документов, подтверждающих высшее образование или дополнительное профессиональное образование (не менее 72 часов), или копии документов, подтверждающих стаж работы (если информация о трудовой деятельности работников не внесена в информационные ресурсы ПФ РФ, если сведения об образовании, о повышении квалификации не содержатся в Федеральном реестре сведений о документах об образовании...»;
 - Инструкцию;
 - документы о весоизмерительном оборудовании.
- Акт о технической укомплектованности и Опись документов будут не нужны.

Консультационный центр «ДРАГМЕТКОНСАЛТ» продолжает оказывать помощь соискателям лицензий в подготовке документов, необходимых для получения лицензии, в подаче заявлений через личные кабинеты ГИИС, в проведении обучения ваших сотрудников (вебинары по программам повышения квалификации — 72 часа), в разработке Инструкций, регламентирующих порядок учета, хранения и обеспечения сохранности драгоценных металлов, подробные программы вебинаров для скупщиков и переработчиков, полный перечень оказываемых услуг вы найдете на нашем сайте.



ДРАГМЕТКОНСАЛТ

**Помогаем организациям
и предпринимателям,
работающим с драгоценными
металлами и драгоценными камнями.**

Консультационный центр
«ДРАГМЕТКОНСАЛТ»
+7 (911) 92-92-095
info@dmconsult.ru
www.dmetconsult.ru

Кустарные промыслы как предтеча ювелирной промышленности СССР

27 июля 1918 года в Российской республике была введена государственная монополия на производство ювелирных изделий из драгоценных металлов. В издании «Умножая традиции», выпущенного компанией «Русские самоцветы» к столетию со дня основания авторы сообщают, что к концу 1918 года почти все ювелирные и камнерезные фирмы были ликвидированы, их ценности национализированы, а оборудование передано другим предприятиям, в частности, Монетному двору для производства различных знаков, очень популярных в это время. Основное внимание новой власти обращено на развитие кустарных промыслов, выпускавших мелкосерийную продукцию с большой долей ручного труда.



Кольцо, артель «ДАР», Москва. Конец 1920-х–1930-е гг. Золото, демантоиды, альмандин (фото предоставлено kitizov24.ru)

П. А. Власов в опубликованной в 1928 г. брошюре «10 лет работы артели «Металлист» рассказывает о том, как создавалась артель по производству мелких металлических изделий в Звенигородском уезде Московской области. Воспоминания основателей артели: «Сами знаете, какое время было в 1918 году. Шла гражданская война, Советская власть боролась на всех фронтах, о строительстве еще никто не думал вплотную. Только что выгнали белых из наших центров, приехал к себе домой и



Звенигородский уезд – рассказывает один – смотрю, все та же старая темнота везде, эксплуатация труда еще в той же мере, живет, будто и Революция не было. Как тут жить? Поговорил с комьями металлистов из местных – решили: вести артель, что было делом скупщика. Первое учредительное собрание было в чайной Титова в

Козине в феврале 1918 года». Приняли устав, собрали паевый капитал и приняли постановление, что все участники должны принести свой инструмент в артель: «Поставлен был принцип — нет личного — есть коллективное». 14 рабочих-металлистов оложили начало артели, которая спустя 10 лет насчитывала уже 120 членов и выпускала ассортимент из 500 с лишним наименований изделий.

Ювелирным промыслам помимо технических и экономических сложностей предстояло преодолеть и социально-классовые предрассудки, связанные с восприятием драгоценностей как предметов буржуазной роскоши. В газете «Труд» в 1935 г. вышла заметка, в которой приводились воспоминания очевидца о погроме ювелирного магазина в 1917 г.: «трещали двери и доски прилавков, хрустели стекла витрин... Один из погромщиков в руках держал пригоршню колец и брошек, они падали на землю, он топтал хрустящие, как семечки, драгоценные камни и кричал: — Покрасовались! Понаряжались! Будя!».

Л. Г. Оршанский в книге «Художественная и кустарная промышленность СССР 1917–1927» пишет, что в связи с реорганизацией формата общественного устройства в СССР ювелирное дело пришло в упадок, потеряв своих заказчиков — церковь и за-

Брошь из парюра. Россия, до 1926 г. Золото, алмазы, эмаль. ©ИИМ

Шкатулка «Линя трудя» («Стройки коммунизма»), «Северная чернь». Вологодская область, Великий Устюг, 1960-е годы. © Всероссийский музей декоративного искусства



Топор. 1926–1931 и., г. Златоуст, Златоустовская кооперативная артель «Металлист». ©ЗЛАТОУСТОВСКИЙ АИИТТОПОР, Москва, 2021

житочные классы населения: «Поэтому оно так катастрофически было потрясено при безудержном, до дна идущем разрушении старого порядка. Прошел ряд лет для кустарничества в состоянии полного паралича». В таких непростых условиях молодое государство уже в январе 1918 года на Третьем Всероссийском съезде Советов рабочих, солдатских и крестьянских депутатов принимает решение о восстановлении и развитии кустарной (художественной) промышленности. А в 1919 году прошли Конгресс представителей художественно-промышленных мастерских и Первая всероссийская конференция по художественной промышленности.

Первый советский нарком просвещения А. В. Луначарский считал развитие художественной промышленности одной из важнейших культурных задач. Он предложил свой план развития: «Промышленность только тогда получит настоящий размах, когда она будет художественной. Надо влить весь мир наших изобразительных искусств в эту художественную промышленность, и это можно сделать, только доверив ее нашему миру художников. Надо втянуть художника в эти гигантские запросы масс, научить его поднять художественный вкус и художественные методы, и поднять художественное творчество». Конечно же, речь шла о художественной промышленности в широком понимании, о ювелирной промышленности пока речь не идет. Но в рамках развития кустарной промыш-

ленности в традиционных центрах ювелирного дела, таких как Кострома, Мстера, Великий Устюг, Москва, Петроград мастера-ремесленники объединяются в артели.

С течением времени к работе с артелями привлекались профессиональные художники, которые обогащали изделия новой тематикой. И. Ю. Перфильева в монографии «Ювелирные авторские произведения в контексте стилистических направлений 1920–2010-х гг. РСФСР/Россия» приводит пример создания в конце 1920-х годов мастером артели «Северная чернь» из Великого Устюга М.П. Чирковым серебряных ложек с «индустриальными пейзажами». «Их формы сохраняли тип традиционных дореволюционных ложек. А вот в сюжетах, определенно просматривается тематика нового, советского времени. Наряду с видами города Великого Устюга появляются абсолютно урбанистические мотивы с дымящими трубами заводов. Другой пример — златоустовские граверы Оружейной фабрики, создающие уникальные предметы с использованием золочения потравленной и вороненой стали с 1815 года. В 1921 году они начали выпуск «агитационных топоров», сюжеты которых возникли под воздействием идей русского авангарда. Историк Д. Ю. Кривошей в статье «Искусство гравюры на металле в Златоусте» пишет «Д. Г. Яковлев — ведущий художник Златоуста, прошедший профессиональную подготовку в Строгановском училище, был

одним из немногих, кто умело сочетал традиционный орнамент с революционной тематикой. В своих композициях Д. Г. Яковлев изображал сцены труда, эпизоды Гражданской войны, картины уральской природы». Агитационные подарочные топоры выпускались не только на фабрике, но и в артелях.

В эти же годы на базе артелей начинают создаваться предприятия народных художественных промыслов, которые просуществовали до 1960 года, когда в связи с ликвидацией промышленной кооперации основная масса предприятий была присоединена к промышленности. Благодаря артелям и кооперативным союзам России удалось сохранить традиции и технологии производства художественных промыслов, связанных с ювелирным делом не только в столичных городах, но и в Холмогорах, Ростове, Кубачах, Великом Устюге, Мстере, Костроме, Свердловске.

Так, в 1919 году несколько кустарных производств села Красное-на-Волге создали артель «Красносельский кустарь», чуть ранее в селе Подольском — «По советам Ильича». На Урале в том же году горный совет ВСНХ принимает решение о возобновлении развития гранильного дела, для чего было создано несколько артелей кустарей-гранильщиков. В 1923 году по инициативе Народного Комиссариата Финансов в Москве организовывается Московское Ювелирное Товарищество, объединившее под собой кустарей-одиночек и мелкие ювелирные мастерские. По данным финансового отдела Петрогубисполкома в 1923 г. в Москве работало 194 небольших ювелирных предприятия. В 1924 г. в Бронницах создается артель «Изумруд», в 1933 году в Великом Устюге — артель «Северная чернь». В 1939 г. в с. Красное-на-Волге основана «Костромская ювелирная артель имени 18-го партсъезда». Это далеко не полный список, но он дает представление о том, как шло становление ювелирного дела в социалистическом государстве.

Подводя итоги первой половины XX века, можно выделить особенности развития ювелирного дела в России, которые оказывают влияние на художественное прочтение изделий по сей день.

В 1920-е гг. на волне революционных преобразований, Советская Россия занята в том числе строительством «нового человека», а искусство того времени должно популяризировать коммунизм как идеальный строй через свое содержание. А потому оно должно быть пропагандистским, понятным широкому кругу малообразованной (на тот момент) публики. Ювелирное украшение подчеркивает индивидуальность личности, что неприемлемо для общества, которое только что отвергло сословный строй, и строит новый тип



Плакат, 1954 г., художник Б. Резанов

взаимоотношений, провозглашая одной из главных задач построение бесклассового социалистического общества. В Сборнике «Комсомольский быт» (1927 г) была опубликована статья П. К. Квиринга «Жены и быт», в которой он рассуждает об огромнейшей задаче, стоящей перед партией в переустройстве старого буржуазного мещанского быта: «Многие члены партии в семейной обстановке измельчали, подпали под влияние насквозь буржуазных жен и семей последних. Такая жена прежде всего старается окружить себя и мужа достаточным комфортом и уютотом, а вместе с тем и достаточно «приличным» обществом... Буржуазное влияние все больше усиливается, классово-враждебная сеть вокруг многих наших товарищей затягивается все туже». Автор считает, что что комсомол должен уделить этому вопросу особое место в своей повседневной работе. В том же сборнике приведено определение суда Бытовой комиссии базы РЛКСМ Высших кооперативных курсов от 15 февраля 1925 г. по одной из свидетельниц, проходивших по делу об обвинении комсомолки, сделавшей аборт. В нем говорилось: «В виду поступившего заявления, что свидетельница комсомолка Ракитина носит золо-



СЕВЕРНАЯ
ЧЕРНЬ

Набор для воды «Виноград»



XXX Международная ювелирная выставка

JUNWEX

Петербург

2 – 6 Февраля
2022 года

ЭкспоФорум, зал G,
стенд № G-702



www.sevchern.ru



Брошь «Слон с шаром». Ленинград, 1930-е гг.
Серебро, стекло, зологение. ©ИИМ

тое кольцо, суд постановил: предложить Ракиной сдать это кольцо в трехдневный срок в фонд Детской комиссии. Определение окончательное. Срок обжалования—7 дней, в райком».

В 30-е — 40-е гг. в стране развернута индустриализация, приглашаются «спецы» — высококвалифицированные иностранные специалисты, которые помогали создавать авиационную, машиностроительную, химическую промышленности на всей территории СССР. Одновременно происходит создание собственных инженерных кадров, формирование «новой» интеллигенции, провозглашается престижность научного труда, военной профессии. В пору зрелости входит поколение, выросшее в условиях социалистического образа жизни, для которых понятие «эксплуататорский класс» носит исторический характер. Таким образом, в стране складывается ситуация, когда индивидуализация образа, в том числе с помощью ювелирных украшений считается приемлемым средством. Однако на развитии ювелирного дела за пределами кустарных промыслов эти изменения не сказались, поскольку первоочередной задачей являлось ускоренное создание и развитие в стране отраслей тяжелой промышленности. Артели, в которых преобладал ручной надомный труд, выпускали броши, цепочки, кулоны, серьги из серебра. В вечерних туалетах вошли в моду вошли броши со стеклами, имитирующими бриллианты и другие драгоценные камни. Многие дореволюционные ювелиры, прежде работавшие у известных ювелиров И. П. Хлебникова, П. А. Овчинникова, К. Фаберже, оставшись в России, основывают артели либо открывают ювелирные мастерские по починке изделий, в которых имеют право переплавлять старые вещи и создавать новые по просьбе заказчика. Но и

эти новые изделия выполнялись по старым, дореволюционным дизайнам, поскольку реформа художественного образования не затронула ювелирное дело, старые мастера не блистали разнообразием подходов, идей и техник. Эксперименты в формообразовании, характерные для архитектурных проектов, скульптуры, графических и живописных произведений того времени, определявшие авангардное, новаторское лицо производственного искусства не получили развития в ювелирном деле.

В стране до 1935 года существовала карточная система на одежду, обувь, но даже в столь суровых условиях драгоценности по-прежнему приобретали, в том числе и потому что во времена экономической нестабильности они превратились в надежное капиталовложение.

Во время Великой Отечественной войны все ювелирные предприятия заняты выпуском предметов для нужд армии — минодержателей, колючей проволоки, а также котелков, портсигаров, кружек, цепочных вешалок для шинелей, а также орденов, медалей и знаков отличия. В Ленинграде, по сообщению В. Шукина, «В дни блокады был организован выпуск гранат РГД-34, освоено производство медицинских инструментов совместно с заводом «Союз» (трахеотомических трубок, вагодержателей, пинцетов)». Технология и необходимое оборудование были взяты у эвакуированного в глубь страны завода «Красногвардеец». На вновь организованных участках изготавливались зеркала и оптика для перископов подводных лодок и стекла разных диоптрий для очков.

В Москве уже в начале 1943 года на базе Московской ювелирно-часовой фабрики был создан ученический цех для обучения инвалидов войны ювелирно-часовому делу. Как следует из приказа №32 от 15 февраля 1943 г. «Согласно указания Конторы «Ювелирторг» о создании ученического цеха из инвалидов Отечественной войны для обучения ювелирно-часовому делу, приказываю: вызванного из Ташкента и направленного конторой «Ювелирторг» 8.1.43 г. в распоряжение фабрики т. Брук Адольфа Марковича назначить руководителем вышеуказанного цеха с временным исполнением обязанностей зам. Директора фабрики. Директор фабрики Верновский». В том же году фабрика получила заказ на разработку дизайна и производство маршалских знаков отличия и высшего военного ордена СССР — ордена «Победа». Над его созданием работали масера-ювелиры высшей квалификации П. К. Казеннов, Я. И. Батин, Д. Н. Арданов, А. О. Государев, В. С. Соколов, С. Н. Орлов. Возглавлял группу начальник ювелирно-золотого цеха И. Ф. Казеннов.

НОВАЯ ГЛАВА
В ИСТОРИИ

Fresh 
JEWELRY



КОЛЛЕКЦИЯ

С НАТУРАЛЬНЫМИ ТАНЗАНИТАМИ

И ЭТО ТОЛЬКО НАЧАЛО...

реклама

freshj.ru



Брошь. Артель «По заветам Ильича». 1954 г. с. Красное. Серебро, стекло, золочение



Подвеска. Артель «Красная Пресня», 1953 г. с. Красное. Серебро, стекло, золочение



Брошь. Артель «Красносельский ювелир». С. Красное 1957 г. Серебро, стекло, золочение. ©ИИМ

После войны материальное положение жителей страны постепенно улучшалось, С. А. Селиванкин в издании «Производство ювелирных изделий» сообщает, что спрос на золотые ювелирные изделия в 1949 г. в сравнении с 1940 г. увеличился на 212% , на серебряные — на 213%. Для удовлетворения массового спроса на ювелирные украшения Главювелирторг принял решение изменить ассортимент выпускаемых изделий, заменив тяжеловесные на легковесные. Для этого необходимо было разработать новые дизайны, изменить технологию производства. В эти же годы изделия стали выпускаться большими сериями, существовавшие предприятия объединялись, оснащались современным оборудованием. Возникли предпосылки для создания полноценной ювелирной промышленности. Большую роль в этом сыграло открытие алмазов. «21 августа 1954 г. геологпартии №26 Центральной экспедиции Союзного треста №2 Главуралгеологии Лариса Анатольевна Попугаева, применяя метод пироповой съемки, открыла первую в СССР кимберлитовую трубку». В пятидесятые годы началось строительство ювелирных заводов в крупных центрах России, а также столицах союзных республик. Развитие промышленности происходило ускоренными темпами в условиях плановой экономики, что накладывало ряд особенностей на выпускаемый ассортимент. Ювелирные изделия из предметов роскоши превратились в одну из групп товаров народного потребления, главной задачей которых являлось связывание свободных денег. Изделия выпускались серийно на основе единого плана, который составлялся в Главном управлении ювелирной промышленности. На просторах огромной страны происходит унификация дизайна изделий, без учета местных традиций,

приемов обработки изделий. Для выполнения плана предприятия отчитываются лишь за объем выпущенных изделий, учитывается ценность материала, но не его художественная составляющая.

Благодаря развитию серийного производства ювелирных изделий одна из наиболее консервативных областей искусства, в которой ценился ручной труд, расширила границы применения введением механического и стандартизированного способа производства. Креативность художника была приспособлена потребностям серийного производства, став этапом планирования, проектирования, важным элементом коммерческого успеха. Таким образом, можно говорить не только о зарождении профессии дизайнера, но и о столкновении искусства и бизнес-логики. Разница между уникальным изделием, созданным ювелиром, и серийным изделием, созданным дизайнером, по сути, заключается в различных методах производства. В первом случае ювелир лично выполняет все исполнительные этапы орнамента, внося существенные изменения в исходный проект в процессе работы. У него есть возможность изменять в процессе создания произведения элементы, композицию и материалы. В случае проектирования изделия дизайнером творческий момент сосредоточен исключительно на начальном этапе — проектирования, в процессе которого дизайнер должен следовать технологической карте, чтобы удовлетворить жесткие условия производственной цепочки с одной стороны, и запрос на новые парадигмы эстетической привлекательности, с другой.

*Эталон ювелирного качества
и красоты!*



ADAMAS

ДЕПАРТАМЕНТ ОПТОВЫХ ПРОДАЖ ADAMAS:

г. Москва, ул. Декабристов, вл. 5. Тел.: 8 800 250 33 44, 8 (495) 737 37 97

e-mail: opt@adamas.ru, www.adamas.ru

Ювелирная отрасль СССР:

Историко-психологические аспекты распада Советского Союза (по личным впечатлениям)

Только сейчас, по прошествии 30-ти лет, прошедших после распада Советского Союза можно отметить некоторые результаты развития ювелирной отрасли (промышленности и торговли) независимых государств, входивших ранее в состав единого мощного государства.

Мне по моей должности приходилось заниматься изучением психологии торговли, которая в корне изменилась в условиях свободного рынка. Раньше, до 1991 года не было необходимости убеждать клиента купить ювелирные изделия, при капитализме такая проблема встала во весь рост. Конечно же, существовали всегда и будут существовать национальные различия в потреблении.

В мае 1985 года я был назначен на должность заведующего отделом Всесоюзного научно-исследовательского института ювелирной промышленности. Несмотря на то, что наш НИИ входил в состав Ленинградского научно-производственного объединения «Русские самоцветы», институт был юридическим лицом и выполнял поручения Главювелирпрома Министерства приборостроения СССР. В состав главка входили 25 заводов, с общей численностью работников 30 000 человек. Ювелирная торговля СССР была представлена 250 ювелирным магазинами системы Ювелирторга. В каждом республиканском Министерстве торговли имелись свои республиканские опто-розничные Главювелирторги. Работать в системе ювелирной торговли было очень престижно, потому что ювелирные изделия всегда были в дефиците, особенно изделия с бриллиантами. Самый большой удельный вес изделий с бриллиантами был в продукции Ереванского ювелирного завода – 70%, затем у Бакинского завода – 55%, на третьем месте был Тбилисский ювелирный завод – 50%. Для сравнения, ленинградское Объединение «Русские самоцветы» имело бриллиантовую группу в пределах 20%. Даже этот маленький факт дает представление о национальных предпочтениях потребителей разных союзных республик.



*Советские серьги
«Тюльпаны» с
бриллиантами*

По данным только российской Пробирной палаты 2020 г. в отрасли работало 35 000 юридических лиц, в том числе 17 500 индивидуальных предпринимателей. О количестве ювелиров в бывших союзных республиках сведений нет. Естественно, в советское время ни о каких индивидуальных предпринимателях не могло быть и речи. Следует отметить, что менталитет ювелиров еще в дореволюционное время резко отличался от менталитета рабочих прочих профессий. Журнал «Голос золотосеребряника» в 1906 г., во вступительной статье так и пишет: «Ты портняжка, ювелиру руку не тяни. При Елизавете Петровне ювелиры ходили в мундирах и со шпагой». Средняя зарплата ювелира в Петербурге в 1910 г. была 50 руб. в месяц, при средней зарплате всех рабочих 33 руб. Многие ювелиры у Фаберже получали по 100–120 руб. – оклад полковника. Мы вернулись в капитализм, даже в империализм, с таким же отношением общества к ювелирам и ювелиров к публике (заказчикам, клиентам).

Раз в год, в начале сентября представители всех ювелирных заводов и ювелирной торговли СССР встречались в Москве на Межреспубликанской оптовой ярмарке в



Золотое кольцо «Чалма», СССР

Москве. Мой отдел занимался организацией этого важного мероприятия. Так было до осени 1991 г. Уже в 1992 г. группа инициативных работников Главювелирпрома взяла дело проведения ярмарок в свои руки, поскольку это выгодное занятие. Затем появились другие, конкурирующие ярмарки. В 1992 г. было создано Выставочное объединение в Санкт-Петербурге, которое затем стало проводить ювелирные выставки ярмарки «Джунвекс» два раза в год, в Петербурге и Москве. По инерции, которая свойственна большим системам, ярмарки с большим или меньшим успехом проводились до известного кризиса 1998 г. Они и затем проводились, но уже без должного представительства заводов бывших союзных республик. Следует отметить, что только Белоруссия и Литва не имели собственных ювелирных заводов, но Белоруссия имела Гомельский завод обработки бриллиантов, а Литва – мощную потребкооперацию по обработке янтаря. И литовские янтарщики одни из первых, вместе с латышами, с получением независимости стали выезжать торговать на Запад, потому что там торговля была на валюту.

Производство ювелирных изделий было дифференцировано, что позволяло снижать себестоимость и увеличивать объемы. Московские, ленинградский и свердловский заводы специализировались на классическом ассортименте. Калининградский янтарный комбинат, естественно, на янтаре и изделиях без камней. Закавказские заводы — на изделиях с бриллиантами. Среднеазиатские — на изделиях в стиле «этно – фолк» и золотых изделиях с красными фианитами

(под рубин). Красносельский завод (2000 работников) исполнял изделия упрощенных фасонов для потребкооперации. Харьковский завод выпускал только серебряные вещи. Киевский, Львовский и Одесский — золотые вещи, включая бриллиантовые. Таллинский завод (400 работников) считался ведущим по производству модного серебра. В период независимости Таллинский завод сократил численность в четыре раза и стал филиалом финских производителей. Нужно отметить, что все эти заводы потеряли огромный рынок СССР, прежде всего российский. Кроме того, только в России остались аффинажные заводы. Армения до 1991 г. практически монополично выпускала сырье для цветных фианитов, этот завод закрылся. Неслучайно, в 1996 г. президент России Б. Ельцин передал для киевского ювелирного завода 5 тонн золота, пойдя навстречу отчаянным просьбам президента Украины Л. Кучмы.

Мне довелось побывать в марте 1992 г. в Тбилиси. Я приехал туда 7 марта. В тот же день прилетел в Тбилиси Шеварднадзе, захвативший власть в Грузии после свергнутого Гамсахурдия. Проспект Руставели был в руинах. Тбилисский завод не работал. Коллектив, состоящий из 600 чел. собирался возле завода, но очевидно, что работать в условиях гражданской войны, это безумие. Вновь я посетил Тбилиси в 1997 г. Завод по-прежнему не работал. Только частники-ювелиры на улицах. Я могу отметить на основе личных впечатлений, что развал СССР сильнее всего ударил по южным республикам, которые получали доход от отдыхающих из России и Украины. Мне довелось бывать в Баку в мае 1992 г., ровно в те дни, когда Народный фронт штурмовал здание Верховного Совета Азербайджана, в ответ на попытку бывшего комму-

Серьги «Шахиня»: золото, корунды. СССР



нистического лидера Аяза Муталибова вернуться к власти. Я приезжал в Баку в поисках родственников главного ювелира фирмы Фаберже Михаила Перхина (кстати, застал их и получил фото Перхина). Посетил я и ювелирный завод, который уже практически не работал, а ведь в советские времена численность рабочих превышала 1000 чел. В 2015 г. я вновь посетил Баку, узнал, что происходит с заводом. Он долгие годы не работал, и только теперь восстановлен и подчиняется Управлению делами Президента Азербайджана. Численность — 70 рабочих. Мы ностальгировали с прежними сотрудниками о советских временах. Богатые клиенты, заказчики не перевелись, но предпочитают покупать в Москве или в Арабских Эмиратах, а местную ювелирную торговлю захватил турецкий бизнес. Я сам был в 1997 г. в турецком городе Анталья и обратил внимание, как турки охотятся за русскими покупателями. Для них все выходцы из Советского Союза — русские. Цены на турецкое золото ниже, чем на аналогичные вещи в России, вот почему турки уже в 90-е годы уверенно чувствовали себя не только в торговле Северного Кавказа и Закавказья, но и в Краснодаре, Ростове-на-Дону и Ставрополе. Можно сказать, что ведущие ленинградские (с сентября 1991 г. — петербургские) и московские ювелирные предприятия потеряли «южный рынок».

В 1997 г. я с сыном поехал в Ташкент, Бухару и Самарканд, смотреть достопримечательности. Заглянул на ювелирный завод, который до 1990 г. насчитывал более 1000 работников. Теперь там работал около 400 чел. Завод стал выпускать медали и ордена независимого Узбекистана. Спросил, кто из эмальеров трудится на заводе. Мне сказали, что эмальер на медалах только один, фамилия Иванов. Национальных

эмальеров и бриллиантчиков нет. Многие художники всех ювелирных заводов прежней большой страны были выходцами Красносельского училища художественной обработки металлов.

Но самые большие изменения, внешне малозаметные, произошли в менталитете покупателей ювелирных изделий. Правда, связано это не столько с распадом СССР, а с наступлением новой (восстановлением старой) экономической формации — капитализма. Образовался новый класс потребителей с большими доходами, которые стали ездить за покупками за рубеж. Многие ювелиры, в том числе мои знакомые, поехали работать за рубеж: в Голландию, США, Польшу, Германию, Италию. И оказалось, что их мастерство востребовано. Правда, многие и вернулись.

Распад крупных ювелирных предприятий на мелкие привел к тому, что владельцы этих новых ювелирных заведений стали самостоятельно покупать драгоценные камни за рубежом, что ранее было невозможно. Особенно, в начале 90-х гг. появился целый отряд потребителей — это вооруженная охрана фирм и так называемая «братва». Частные ювелиры были день и ночь заняты изготовлением массивных цепей. Предпочитались марки «бисмарк» и «якорные». Некоторые из авторитетных представителей «братвы» носили по три цепи на шее и по два браслета на руках. В моду вошли массивные перстни с черным камнем. Через некоторое время стали модным бриллианты в черном камне, затем — просто перстни с большим бриллиантом. Эти аксессуары наряду с малиновыми пиджаками и кожаными куртками стали опознавательными знаками для новых хозяев жизни. Ситуация напоминала период Великой русской революции 1917 года, когда матросы ходили с кулонами, с бриллиантовыми кольцами, нанизанными на немытые пальцы. История повторилась.

Осмысление 30-летнего опыта функционирования ювелирной отрасли в постсоветских государствах следует продолжать, чтобы выработать стратегию дальнейшего развития рынка России, выхода российских производителей за рубеж, где нам предстоит тяжелая битва с транснациональными компаниями, а также конкурентами из Китая, Турции и юго-восточных государств. Отметим, что из всех стран бывшего СССР только Россия смогла относительно успешно справиться с последствиями распада, что свидетельствует о мощи российской государственности национального менталитета.

Серьги «самовар» Рижского ювелирного завода, СССР



PREMIUM
gemstones™

ОНЛАЙН КАТАЛОГ

МУАССАНИТ

САМЫЙ БЛЕСТЯЩИЙ КАМЕНЬ НА ЗЕМЛЕ

Лабораторные бриллианты

100%

БРИЛЛИАНТЫ



PREMIUM ZIRCONIA

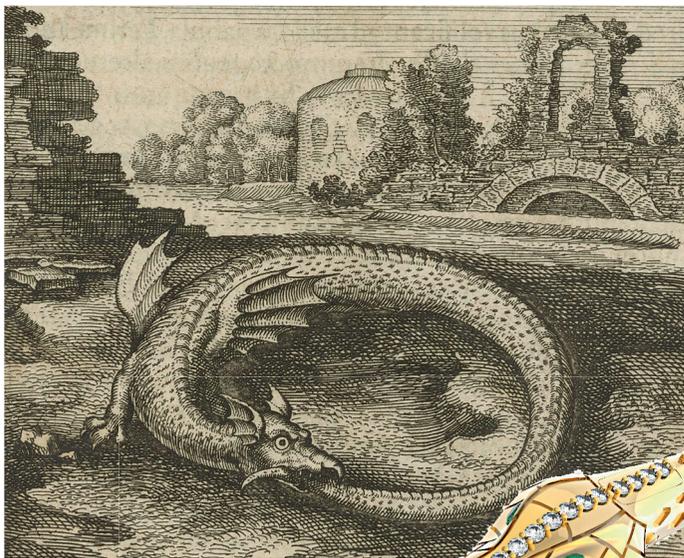
Мы предлагаем нашим брендинг-партнерам уникальные бирки со знаком качества для их изделий с использованием фианитов Premium Zirconia.



8 800 200 22 28
www.crystalit.ru

Если Вас интересует наш ассортимент, отсканируйте этот QR-код и окажетесь в диалоге с нашим менеджером.





Старинная гравюра с классическим изображением символа философского камня. 1618 г.

Темы змеи так или иначе касалась каждая первая ювелирная компания. И дело тут не в символах года, на которые, как и на знаки Зодиака, профессионально ориентируются ювелиры. Точнее, не только в них. Образ Змеи — всегда вызов и по форме и по содержанию. Поймать в металле особую текучесть гибкого тела и тот непознаваемый гипнотизм взгляда и движений — удаётся далеко не всем, тут помимо мастерства требуется ещё и способность войти во внутренний мир этого до сих пор во многом таинственного существа.



Кольцо и браслет с символикой «философского камня»

Встав на змеиную тропу, не так-то просто с ней сойти. Поэтому появление «Змея-кусающего-свой-хвост» после Змея библейского — вполне логическая последовательность. Для непосвященных поясним, что это ни больше ни меньше — символ, которым средневековые алхимики обозначали философский камень. Мы не знаем, открыл ли руководитель компании ГРАНТ Станислав Мазурчик секрет философского камня и удалось ли ему создать золото из менее благородных материалов, но с самим золотом договориться у него явно получилось.

<http://grant-gold.ru>

ГРАНТ
ПРЕДСТАВЛЯЕТ



Новейшая креативная коллекция
обручальных колец



ФИЛОСОФСКИЙ КАМЕНЬ ГРАНТ_α

Легендарных историй, в которых человек и змея выступают вместе, несть числа. И везде они либо равные противники, либо равные партнеры. Ни приручить ни заставить служить змею невозможно.

Со времен Ветхого завета Женщина и Змея — два неразрывных символа его величества Соблазна, перед которым невозможно устоять. Вот уже действительно прав был Борис Гребенщиков со своей фразой «У каждой женщины должна быть змея...».

Время не имеет значения. Яблоко, преподнесенное Змеем Первоженщине, должно было прокатиться несколько тысячелетий, чтобы человечество заселило планету их изгнания. Работа яблока подошла к концу и теперь Змей вручает Женщине награду в виде совершенного бриллианта.

На взгляд редакции среди помолвочных подарков этот комплект — вне конкуренции. Какой барышне не понравится признание полной и окончательной победы над мужчиной, когда с ее пальца или мочки прелестного уха хитро улыбается довольный искусситель.

Ну а для соблазненных и уже помолвленных ГРАНТ приготовил следующий сюрприз: новейшую креативную коллекцию обручальных колец. Презентация новинок — на выставке JUNWEX со 02 по 06 февраля в ЭКСПОФОРУМЕ.

Олег Подгурский



www.filart.su • www.nevsky-t.ru • www.zircon-s.ru
www.vega-serebro.ru • www.russianjeweller.ru



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ СЕРЕБРЯНЫЙ СОВЕТ



КОЛЬЕ
«Роза»



КОЛЬЦО
«Андромеда»



серьги
«Импровизация»



ВЕГА браслет «Даная»

XXX Международная ювелирная выставка JUNWEX Петербург



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
СЕРЕБРЯНЫЙ СОВЕТ

ЦИРКОН С • ВЕГА • НЕВСКИЙ-Т • FILLART



Приглашаем Вас посетить наш стенд:
зал G, стенд G-811



Яркие новинки от FILLART



Ювелирный бренд FILLART представляет изысканные и неповторимые серебряные украшения с горячей эмалью и синтетическим жемчугом.

Казалось, что может быть более несовместимым, чем огненная яркость эмалевого разноцветья и прохладное мерцание жемчужин? Но дизайнеры FILLART не боятся нетривиальных решений, наглядно доказывая, что в талантливых руках соединение «льда и пламени» рождает завораживающую красоту.

Серьги «Импровизация» и «Подсолнухи» — изделия ручной работы, как и все украшения с горячими эмалями. Эта сложная ювелирная технология позволяет добиваться широкой палитры цветов и создавать их красивые сочетания. Горячие эмали вполне самодостаточны и обычно не нуждаются в «спутниках», и лишь жемчуг с его сдержанной и аристократичной красотой становится исключением из этого правила.

Яркое эмалевое обрамление как нельзя лучше подчеркивает совершенство классического крупного круглого жемчуга, создавая украшения запоминающиеся и элегантные. Эти серьги подходят для любого возраста и уместны в любой обстановке.

Использование искусственного жемчуга делает изделия не только демократичными по цене, но и отдает дань современным эко-трендам — производители могут смело писать, что при изготовлении украшений не пострадала ни одна устрица.

К тому же искусственные жемчужины обладают рядом несомненных преимуществ: они долговечны, прочны и устойчивы к внешним воздействиям, обладают безупречной формой, идеальным блеском и поверхностью без изъянов, а по количеству оттенков им и вовсе нет равных. Они невероятно красивы, при этом не чопорны — их можно носить и днем, и вечером, украшать ими легкий летний образ и торжественный вечерний наряд.

Не будем забывать, что искусственный жемчуг стал популярным благодаря незабвенной Коко Шанель. Эта великая женщина сделала элегантность доступной миллионам, заявив, что отныне не материальный достаток, а лишь чувство стиля диктует правила создания образа! И вот уже век этот модный тренд не сдает своих позиций.



СЕРЕБРЯНОЕ **ВЕГА** ПРОИЗВОДСТВО



НОВИНКИ КОЛЛЕКЦИИ
"СОЛНЕЧНЫЙ ВЕТЕР"

ВЕГА Москва 2021 | ул. Славянская, 61 SREBRO.RU

«Невский Т»: коллекция «Жемчуг всегда прав»

В коллекции «Жемчуг всегда прав» ювелирная компания «Невский Т» воплотила в жизнь мечту многих женщин, желающих иметь доступные по цене и безупречные в своей элегантности украшения.



НЕВСКИЙ-Т
ЮВЕЛИРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО

В основе коллекции драгоценные дары природы — кораллы и пресноводный жемчуг — в серебряной оправе. Дизайн украшений разработан знаменитыми ювелирами — сестрами Татьяной и Натальей Тарасовыми. Талантливые девушки, ювелирные произведения которых хранятся в музейных и частных коллекциях по всему миру, умеют найти необычные решения не только для эксклюзивных изделий, но и для своих серебряных коллекций придумывают запоминающиеся, модные и очень привлекательные мотивы.

При изготовлении украшений применяются сложные технологии, используются натуральные камни высоких характеристик, а над всем процессом осуществляется строжайший, авторский контроль качества, так что можно говорить, что каждое украшение от «Невский Т» — плод усилий многих профессионалов, вкладывающих свое мастерство и душу в изделия, призванные раскрывать красоту наших женщин.

Коллекция «Жемчуг всегда прав» — особенная и очень востребованная, ведь жемчуг и коралл — непревзойденные в своем изяществе и спокойной красоте самоцветы. Это одновременно и классика, уходящая корнями в глубину веков (жемчужные уборы были неизменным атрибутом русского северного костюма вплоть до 19 века), и остромодный тренд, на который делают ставку ювелирные бренды с мировыми именами. Украшения из этой коллекции будут уместны на светском рауте и легко впишутся в офисный дресс-код. Они не бросаются в глаза, но всегда замечаемы, поскольку их современный, но невывучурный дизайн придает актуальности любому образу.

Украшения с жемчугом и кораллом — вечные хиты. А когда они выполнены с таким мастерством и качеством, то становятся не просто приятным, но и вполне разумным приобретением, поскольку будут долго носиться, не теряя своей красоты и внесезонной актуальности.

<http://nevsky-t.ru>





goldnet.market



КАК НАЧАТЬ РАБОТАТЬ НА GOLDNET.MARKET

Goldnet.market — площадка для торговли — оптовой (b2b) и розничной (b2c) — ювелирными изделиями

Кто есть кто:

Продавец: ювелирные компании (производства и импортеры), оптовые компании, художники-ювелиры. Продажи осуществляются в оптовом и розничном сегментах после регистрации компании. Для регистрации иностранных компаний необходима индивидуальная настройка параметров регистрации, для этого просим связаться с нашей службой техподдержки (support@goldnet.market)

Покупатель: Оптовые компании, ювелирные магазины (b2b-сектор платформы); розничный покупатель (сектор b2c).

Ответы на самые распространенные вопросы:

Как создать ЛК (личный кабинет)?

1. В браузере зайти на страницу <https://goldnet.market>;
 2. Нажать кнопку «Вход для партнеров» в нижнем левом углу;
 3. На странице «Вход» кликнуть на строку «Хотите стать партнером? Зарегистрируйтесь»;
 4. На странице «Регистрация партнера» выберете роль: если вы продаете изделия, выбираете «Поставщик», если покупаете (оптом), то «Ритейлер»;
 5. Следуете форме заполнения и создаете ЛК.
- Как это работает?**
1. Продавец добавляет изделия на платформу, зарегистрировав прежде личный кабинет;
 2. Goldnet показывает изделия в оптовом и розничном каталоге;
 3. Покупатель оформляет заказ;
 4. Продавец получает заказ в личный кабинет и на e-mail;
 5. Продавец и Покупатель самостоятельно заключают договор.

Как поместить изделия на платформу?

1. При наличии небольшого ассортимента — самостоятельно заполнить фотографии и описания изделий на платформе, следуя инструкции. Не забудьте указать правила их показа: «для всех», «по запросу» или «не видно никому» (для изделий, которые временно вышли из ассортимента);
 2. Заполнить шаблон, разработанный Goldnet.market (высылаем по запросу). Переслать заполненный шаблон и фотоархив на почту info@goldnet.market. Дальнейшую работу по размещению изделий мы берем на себя. Эта опция — для небольших компаний и художников-ювелиров, не имеющих своих сайтов;
 3. Для средних и крупных предприятий — прислать нам структурированную информацию в любом удобном для компании виде. Примеры: файлы форматов XML, CSV, Excel, выгрузка по HTTP запросу из онлайн-каталога;
 4. Мы готовы рассматривать варианты интеграции с любыми системами учета, онлайн-магазинами и маркетплейсами в индивидуальном порядке.
- Какие есть возможности по продвижению своего бренда на платформе Goldnet.market? Важно: Разместить максимально полную информацию о своей компании. Помните, что**

на платформе реализуются изделия, в том числе и конечному покупателю: чем больше он узнает о вас, тем проще ему будет сделать выбор в вашу пользу. Для этого:

1. Авторизуйтесь со своим логином и паролем, указанными при регистрации («Вход в личный кабинет»);
2. В левом нижнем углу страницы нажмите на значок со своим именем;
3. В выпадающем меню нажмите «Настройки аккаунта»;
4. В разделе «Бренды» нажмите кнопку «+ Добавить бренды»;
5. Заполните обязательные поля, помеченные красными звёздочками. (Это облегчит оптовикам поиск вашей организации по необходимым параметрам, и связь с вами);
6. Вы можете добавить логотип бренда, нажав на значок «карандаш» над названием нового бренда и выбрав в выпадающем меню файл с логотипом бренда;
7. Нажмите кнопку «Сохранить изменения»;
8. Дополните пункты с контактной информацией (почта, соцсети), описание компании и значок логотипа.
9. В разделе «Документы» для облегчения документооборота с оптовиками загрузите уведомление о постановке на спецучет, карточку предприятия, бланки договоров и пр.

Каким образом совершаются сделки на платформе, проводятся ли транзакции?

Нет, в данное время платформа работает как витрина, точнее, виртуальная выставка. У оптового покупателя есть возможность, не перескакивая с сайта на сайт, в одном личном кабинете просмотреть новинки и ходовые модели, отобрать необходимый ассортимент и отправить выбранные товары с запросом поставщику о сроках поставки и условиях сделки. Дальнейшие переговоры и сама сделка происходят напрямую.

Нужен ли личный кабинет розничному покупателю?

Нет, обычный посетитель выбирает изделия без регистрации, складывает их в корзину, при отправке заказа Продавцу указывает свои данные для связи. Дальнейшая работа по заказу происходит напрямую с поставщиком, без участия площадки.

Для чего нужен личный кабинет оптовому покупателю (магазину)?

1. Зарегистрировав свое юридическое лицо или ИП на платформе, вы получите доступ к рас-

ширенному функционалу для более эффективных оптовых закупок;

2. Уведомления о новинках. Вы сразу узнаете о новых изделиях поставщиков на нашей площадке или только от тех, с которыми вы работаете;

3. Единая корзина. Наша платформа позволяет Вам собрать единую корзину изделий разных поставщиков и отправить им свои заказы одним кликом;

4. Вишлист. Для чего нужен список желаний? Чтобы не забыть, что вы планируете приобрести к грядущему сезону или празднику.

Для кого создана платформа?

1. Для всех, кто работает в ювелирной индустрии (сектор b2b);
 2. Для обычных покупателей мы предоставляем доступ к большому выбору уникальных, разнообразных по стилистике и материалам ювелирных украшений от надежных компаний.
- На каких условиях я могу зарегистрироваться и работать на платформе?**

На данный момент бесплатно: за регистрацию и работу на платформе Goldnet.market плата не взимается. За дополнительные услуги взимается абонентская плата. Одна из таких услуг: создание в рамках платформы индивидуальной витрины.

Могу ли управлять своим ассортиментом, просматривать изделия, совершать заказы со смартфона?

Да, Goldnet.market — веб-платформа, доступная с любого устройства. Для смартфонов и планшетов разработана адаптивная версия, главная особенность которого состоит в том, что все элементы интерфейса автоматически подстраиваются под экраны различных размеров

На площадке постоянно растет число участников, ежедневно пополняются коллекции изделий, проходят оптовые сделки. Производства расширяют свой рынок сбыта, а оптовики находят новых поставщиков.

Приглашаем к сотрудничеству.

**Связаться с командой Goldnet.market:
info@goldnet.market
https://goldnet.market/**

О ЮВЕЛИЯ



www.juvelia.ru
8 (921) 941-41-33

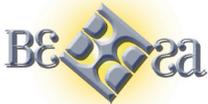
Уже почти все знают, что с древности Солнце ассоциировалось с золотом, а Луна отвечала за серебро — каждому свое время, каждому своих поклонников. Но, как это бывает на небе, иногда Луна заслоняет Солнце. В ювелирном мире сейчас своеобразное «золотое затмение»: из-за общей экономической ситуации золото пользуется меньшим спросом и на какое-то время его позиции занимает серебро. Не будем драматизировать, любое затмение — явление временное, просто воспользуемся моментом, чтобы поговорить о серебре как о тренде.

Воспользовавшись этим информационным поводом, РУССКИЙ ЮВЕЛИР решил сделать себе новогодний подарок, открыв журнал-приложение ПРОСЕРЕБРО.



материалы раздела подготовил руководитель проекта ПРОСЕРЕБРО
О.Подгурский

Знакомьтесь, ПРОСЕРЕБРО!



Строго выверенная
асимметричная композиция
с черным агатом
МАТРИКС
арт. 4079

PROSЕРЕБРО.RU

Хотя можно и не знакомиться, проект ПРОСЕРЕБРО вовсе не новинка. Его посты, статьи и стилистические пробы увидели свет уже больше десяти лет назад и выходили достаточно регулярно, просто именно сейчас он оформился в самостоятельное издание.

ПРОСЕРЕБРО, выражаясь маркетинговым языком, издание формата B2C, другими словами, журнал для тех, кто непосредственно обеспечивает ювелирному сектору миллиардные обороты — покупателям, преданным ценителям ювелирного искусства.

Как показывают события последних лет, для ювелирной индустрии государство не планирует становиться ни другом ни опорой — это уже понятно. Единственным другом для ювелирного рынка был и остается господин Покупатель. И относиться к нему надо соответственно. А ценить его есть за что, хотя бы за верность даже в условиях равнодушия со стороны производителей. Если мы хотим, чтобы люди с удовольствием оставляли деньги в ювелирных салонах, нужно прежде всего создать атмосферу.

Атмосферу радости, праздника и счастья с некоторой долей легкого флирта. Сама

суть ювелирного производства исключает создание депрессивного товара, слово «украшение» предполагает радостное событие, состояние или момент. Всё, что нужно для успешной торговли — постоянно общаться с покупателем, информировать, заинтересовывать, увлекать и даже интриговать. Будет диалог — будут продажи.

ПРОСЕРЕБРО по своей сути издание-мост, соединяющий интересы всех участников процесса. Надеемся, что оно способствует решению некоторых насущных задач ювелирного рынка.

ОСВОБОДИТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Здесь можно было бы поставить восклицательный знак. Именно освободить, именно покупателей. От чего? От лишней работы, которой им приходится выполнять, чтобы стать обладателями вожделенных украшений. Но все по порядку.

Сегодня покупатель заходит в ювелирный салон и попадает не только в прекрасный мир драгоценного искусства, но и в ту же драгоценную, но ловушку. На его бедную голову обрушивается целый водопад информации, который необходимо обработать и принять решение, а решение это ответ



**АЛЕКСАНДР ГОРИНЯ.
ЮБИЛЕЙ НАВЫРОСТ**

Цифры — это не о нем. Человек, который прошел школу советского директорства и сохранил способность создать (уже в своей компании) романтическую коллекцию под названием «Алые паруса», уж точно не будет подсчитывать прожитые года и скрупулезно подводить итоги. Где взять на это время, если его не хватает на все замыслы и планы. Лучше подойти на стенд и задать вопрос «что нового?».



Кольца с сапфировыми
нанокристаллами

ственное, поскольку связано с собственным кошельком. В обычном салоне количество моделей исчисляется десятками тысяч. Их нужно рассмотреть, увидеть свои, померить, побороть сомнения и наконец стать обладателем украшения. И не факт, что после этого сложного процесса уже дома в голову не придет предательская мысль, что вот то колечко на соседнем планшете подошло бы получше...

Покупатель должен принять решение о покупке ДО ПРИХОДА в магазин, на эту немудреную истину работает вся индустрия рекламы и информации... там, где она есть. Если на пороге салона у клиента будет своя версия покупки — считаем, что пройдено три четверти пути.

Конечно, во времена интернета задача информирования о драгоценных новинках вроде бы стала решаться. Вот именно. Вроде бы. На деле россыпи фотографий на многочисленных сетевых ресурсах ненамного отличаются от равнодушных выкладок большинства ювелирных салонов. Потенциальный покупатель по-прежнему сам должен искать ответы на вопросы: зачем ему нужно тратить деньги на данный предмет и почему именно этого колечка не хватает для завершения собственного уникального образа. Стоит ли удивляться, что человек просто проходит мимо, устремляя свой предметный интерес в конкурентные сферы, которые потрудились максимально доходчиво и увлекательно рассказать о своих товарах, например, тех же гаджетах.

МИР БЕЗ ХАЙПА

Если бы ненужные информационные активы утилизировались так же, как мусор — наши города были бы окружены терриконами выброшенных постов, мемов и видеосюжетов. Это — хайп, когда сотня дятлов долбит нашу защитную оболочку, стараясь на несколько мгновений вырвать сочный кусок внимания. Фактически мы имеем агрессивную среду, которая разъедает любую попытку создать доброжелательный устойчивый образ, пригодный для работы с клиентурой. Борьба эта трудна, общение с драгоценностями не предполагает суеты, пока пригладиться к украшению, пока выберешь, пока примеришь...

Альтернатива воинствующему хайпу — легенды и истории, но они требуют рассказчика, а к концу прошлого века стало трудно и с этой профессией и с носителями. Ювелиры, особенно те, кто занимается выпуском изделий «с историей», почти смирились с тем, что все глубинные смыслы, заложенные в модель, стираются при его перемещении в розничную торговлю, украшение же становится пусть и искусно выполненным, но все же обычным товаром безо всякой метафизической составляющей. Выходом в сложившейся ситуации стали уже упомянутые социальные сети. Именно они, изначально рассчитанные на общение, позволяющие свободно беседовать людям, на каком бы расстоянии они ни находились и какие бы границы их ни разделяли. Появилась возможность донести до собеседника всю скрытую информацию, которая была заложена на этапе создания изделий, и снова «завернуть» товар в ту самую нематериальную, но от этого не менее красочную упаковку, которая с большей вероятностью приведет украшение к своему владельцу. Конечно, талант доброго собеседника при этом никто не отменял,

без него вряд ли что получится. Украшение получается, когда какой-то образ западает в душу ювелира и вдохновленный мастер старается передать всю полноту своего впечатления в драгоценном металле. Так было с серией колец, повторяющих рисунок чугунных оград набережных и мостов петербургских рек и каналов. Изящно выполненные реплики чугунных кружев сначала были просто кольцами, но потом в них стали замечать магические черточки, которые легко связали с притягательностью старого Петербурга, пока в какой-то момент не пришло единственно правильное и органичное название коллекции «ОБРУЧЕНИЕ С ПЕТЕРБУРГОМ», и в него уже поверили все — и мастера и те, кто приобрели кольца для своего общения с Северной Столицей.

Возвращаясь к маркетингу, отмечу, что по классическим канонам показателем качества является повторная покупка. Этот этап для «Обручения...» давно пройден: уже есть группа ценителей-коллекционеров, которые собрали все вариации решеток и теперь донимают разработчиков просьбами о следующих моделях этой темы.

ОБРУЧЕНИЕ С ПЕТЕРБУРГОМ

Серебряные кольца-реплики решеток рек и каналов Санкт-Петербурга




Fillart

PROSREBRO.RU



ПРОСЕРЕБРО. ВЕГА разбила все стереотипы, создавая комплект, который на долгое время стал фронтменом коллекций компании. Вместо гладких граней тональных камней — жесткая энергетика царапаной фактуры рутилового кварца-волосатика, вместо изысканных линий гранд-дам цветочного мира — дикая природа. Подчинив дизайн харизме камня, команда ювелиров ВЕГИ не прогадала — на свет появился лидер премиум-линейки — хулиганский эстет придорожных зарослей — «ЧЕРТОПОЛОХ», ему наверняка не хватает манер, зато никто не сможет отказать в таланте.

PROSEREBRO.RU

40 | русский ювелир | февраль 2022

ОТПОЛКНУТЬСЯ ОТ КАМНЯ

Цена на ювелирные изделия складывается из многих составляющих. Неудивительно, что ювелиры стараются удешевить производство, сохранив при этом эстетику украшения. Сегодня на дворе — время лаконичного дизайна, а бриллиантовые обсыпки и прочие «рюши» пока убираются в дальний ящик. Все вместе мы наблюдаем расцвет феномена работы «от камня». Это чрезвычайно сложный прием, в котором помимо профессионального мастерства требуется высочайший уровень вкуса и умение понимать камень. Если у ювелира есть такой талант, он возьмет камень в соавторы, позволив сохранить природную форму, и прислушается к его «рекомендациям» по формированию оправы. Зато такое изделие никогда не выйдет из моды, как не выходит из моды сама Природа.

ФОРМУЛА УСПЕХА: ЗНАТЬ В ЛИЦО

Безымянных друзей трудно себе представить, чтобы узнать друг друга, нужны имена. К счастью, ситуация в российском ювелирном мире меняется. Хотя и медленно. Украшения все чаще получают имена, а мы уже привычно обращаем внимание на названия компаний и фамилии мастеров, создающих красоту. Логотип на бирке, который потом можно найти на фризе выставочного стенда или салона, — гарантия качества и уровня исполнения.

Как тут не обратиться к готовому опыту области, смежной с ювелирной — часам. По всем признакам этот сектор должен был быть узким и с небольшими оборотами. Ну в самом деле, сколько человеку нужно часов на жизнь и как часто их можно менять, особенно если речь идет о премиум-моделях сумасшедшей стоимости. Однако часовщики построили свой собственный особый мир, где крутятся огромные деньги, к жизни которого приковано внимание миллионной армии поклонников. А дело тут в персонализации, узнаваемости главных действующих лиц. Мир часовых брендов — это театр одной непрерывно идущей пьесы с захватывающим сюжетом. Имена лучших мастеров и менеджеров известны всей планете, каждая новая идея тут же разносится по выверенной мировой информационной структуре, переходы дизайнеров из компании в компанию, громкие приглашения управленцев и художников в уникальные проекты, дизайнерские находки и красивые инженерные решения — это целая драматургия непрерывно кипящего котла событий, позволяющая держать рынок в разогретом состоянии и продавать все новые модели за десятки и сотни тысяч (а то и миллионов) долларов.



Лариса ФРОЛОВА и Филипп КОЛОНИЦКИЙ — две неразрывные составляющие бренда ФИЛЛАРТ, они не только придумали забавных жителей экзотической деревни Саванна, снабдив их именами и биографиями, но и решили продавать маски-серьги по одной, давая покупателям стимул самостоятельно дописывать историю их приключений.

Отечественному ювелирному сектору как раз не хватает именно этой персонификации. Ярких личностей в ювелирной среде достаточно, их имена известны и уважаемы, однако эта известность ограничивается корпоративным кругом и не доходит до тех, кто голосует своим кошельком за удачные модели. Доходит до того, что наши мастера на престижнейшем международном конкурсе получают ювелирного «Оскара», в то время как большинство российских граждан даже не знают, что он существует.

У НАС ТАКОГО НЕТ...

В ноябре прошедшего года в известный петербургский фирменный магазин СЕЗОН СЕРЕБРА впорхнули две прекрасные юные девицы, хлопали крыльями, шумно восторгались и хихикали, примеряя одну за другой серебряные красоты, купили несколько сережек-колючек и уже когда оформляли покупки, обронили: «А у нас такого нет...». «У нас» - оказался не самым маленьким уральским городом под названием Пермь, вполне, кстати, продвинутым в плане информации и торговли драгоценной продукцией: только ювелирных точек там – больше двух с половиной сотен. Тем не менее, ни один из этих салонов не работает с моделями, так восхитившими девчонок-покупательниц. Причина очевидна: местный покупатель не знает о такого рода украшениях, а розница считает, что на эти модели не будет спроса. Попробовали организовать целевой заброс информации через сетевые ресурсы — и сразу же получили активизацию интереса к изделиям, ранее считавшимся неперспективными. Отсутствие ювелирных массовых изданий действует как разрыв цепочки в общении производителя, оптовика, розницы и покупателя. Есть что предложить, но негде об этом поговорить.

ДВИЖЕНИЕ НАВСТРЕЧУ

Журнал ПРОСЕРЕБРО — одна из попыток заполнить или хотя бы расшевелить вакуум общения между участниками рынка. Сегодня движение только от производителя к рознице и далее, если повезет, к покупателю.

Попробуем добавить движение навстречу. Клиент узнает о новых моделях, спрашивает о них в розничных салонах, те проявляют активность и через оптовика добавляют понравившиеся украшения в свою выкладку.

Где клиент узнает? У нас, на страницах ПРОСЕРЕБРО. Во всяком случае, попробовать стоит. Заходите, будет интересно.

PROSЕРЕБРО.RU

«Ювелирочка» начинает масштабный ребрендинг



«Ювелирочка» — стремительно развивающийся российский бренд по дистанционным продажам ювелирных изделий — объявил о старте кампании по ребрендингу и позиционированию.

НА ПОРОГЕ БОЛЬШИХ ПЕРЕМЕН

За 7 лет работы компания ООО «ВЕС Медиа», имеющая собственный телеканал и интернет-магазин, превратилась в мощного игрока на российском рынке электронной коммерции:

- Более 65 000 заказов оформляется ежемесячно;
- 20 000 новых моделей украшений поставляется ежегодно;
- Более 100 видов драгоценных, полудрагоценных и поделочных камней в каталоге;
- Служба доставки работает по всей территории России и для 26 стран мира;



– 138 миллионов телезрителей в России, 15,8 миллионов международной аудитории.

Такой динамичный рост требует оперативно реагировать на изменения отрасли и покупательских интересов, чтобы не только не сдавать завоеванных позиций, но и вырваться далеко вперед. Поэтому ребрендинг — неизбежный и необходимый процесс, позволяющий компании развиваться вслед за изменением потребностей растущих целевых аудиторий, для которых наиболее близок формат электронной коммерции.

UVI JEWELLERY — НОВЫЙ ОБРАЗ «ЮВЕЛИРОЧКИ»

С 2022 года компания ООО «ВЕС Медиа» выводит на рынок семейство брендов, основанных на сегментировании целевой аудитории. Телеканал продолжает свое вещание под названием «Ювелирочка», сохраняя текущую аудиторию женщин 55+. Остальные каналы продаж (интернет-магазин, маркетплейсы, социальные сети) будут развиваться под созвучным брендом **UVI Jewellery**, ориентируясь на сегмент 35+. Для развития этой целевой аудитории запущено мобильное приложение на iOS и Android, запланирован запуск розничных продаж в формате Shop-in-Shop и активное развитие международного направления. Для наших клиентов, ценителей высокого ювелирного искусства и индивидуального дизайна, выделен третий бренд — **Amirald**, объединивший более 2000 украшений класса «люкс».

Новый корпоративный цвет компании — фиолетовый, объединяющий 2 основных направления продаж. Это символ стремления к обновлению. Новый логотип в виде ограненных камней, создающих драгоценное кольцо — образ, который перекликается с прошлым визуальным решением бренда, но заявляет о новом этапе развития компании и ее характерном преимуществе.

Новый слоган бренда — «Я любима» — многозначен, и между тем — предельно конкретен. Он гово-

рит о том, что люди должны чувствовать себя любимыми без каких-либо условий и ограничений.

Первый этап ребрендинга запланирован на 1 февраля 2022 года, когда Digital-площадки сменят свой облик, а зрители телеканала получат полную информацию о стратегии **UVI Jewellery**, оценят новый стиль графики, студии, контента, оформления упаковки украшений.

Заключительным этапом серии масштабных изменений станет трансформация процессов, направленных на предвосхищение ожиданий клиентов, выводящих работу с мессенджерами, сайтом и мобильным приложением на новый уровень оперативности и удобства. Ведь именно в таких деталях клиент ощущает внимание и заботу о его времени, комфорте и покупательских потребностях.

«Надеюсь и верю, что, сохраняя позитив и нашу сумасшедшую творческую энергию, с которой каждый из нас отдается делу, мы продолжим двигаться в сторону зрелости. Уходя от чистого духа стартапа, который был с нами последние годы, мы вырастем в нечто большее. Это качели, на которых не будет спокойно, но я уверена, что мы со всем справимся, потому что у нас лучшая команда», рассказывает Наталья Тузова, исполнительный директор ООО «ВЕС Медиа».





Слушатели об обучении

Евгений: Профессиональный подход во всем!

Юлия: Это было самое лучшее обучение
в моей жизни!

Анна: Коллектив замечательный, преподаватели
высшей степени. Много внимания уделяют
нам при обучении. Стараются до каждого
донести необходимую информацию.

Полина: Все было супер! Преподаватели –
профессионалы своего дела. Очень
приятная и дружелюбная атмосфера.
Информация была очень качественная.

Александр: Грамотно оформленная программа,
доступно для слушателя даже
с минимальным уровнем знаний в этой
области.



ГЕММОЛОГИЧЕСКИЙ ЦЕНТР МГУ

+7 (499) 238-00-01

courses@gem-center.ru
gem-center.ru

 MSU Gemmological Center

 Геммологический Центр МГУ

 [msu_gemcenter](https://www.instagram.com/msu_gemcenter)



ГЕММОЛОГИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ

+7 (916) 479-63-62

info@gem-academy.ru
gem-academy.ru

 Геммологическая Академия

 Геммологическая Академия

 [gemacademia](https://www.instagram.com/gemacademia)

Среди наших клиентов:

CHANEL


MIUZ
DIAMONDS

BVLGARI

Cartier



DE BEERS GROUP



КРИСТАЛ


АЛРОСА



ГОХРАН РОССИИ

 LEVIEV



TIFFANY & Co.



BOUCHERON
PARIS



ГЕММОЛОГИЧЕСКИЙ ЦЕНТР МГУ и ГЕММОЛОГИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ

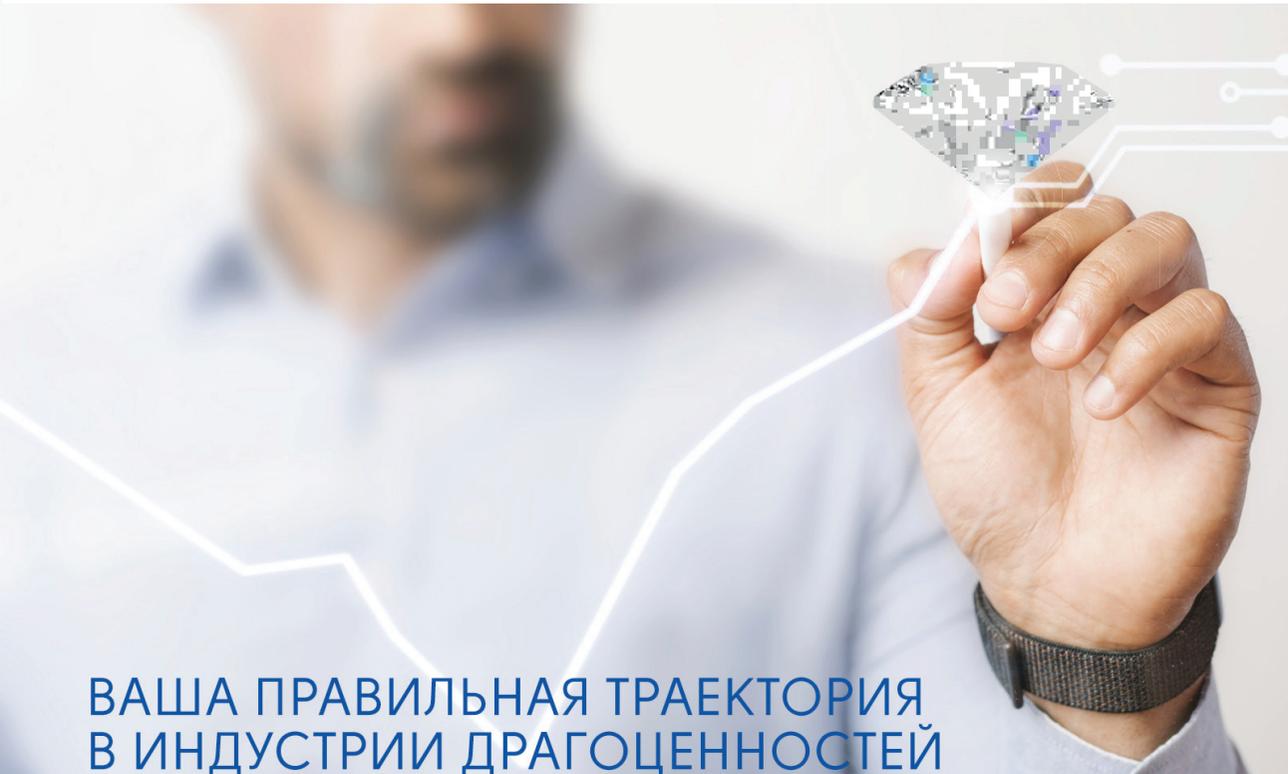


Мы приглашаем Вас в Мир драгоценных камней!

Работа с драгоценными камнями может осуществляться в индустрии на разных уровнях от месторождения и до потребителя. Геммологические компетенции нужны людям разных профессий, что обуславливает большое портфолио наших учебных программ. Мы помогаем с выбором индивидуальной образовательной траектории.

Уже 26 лет мы работаем в сфере драгоценных камней и создаём для участников рынка драгоценностей широкий спектр образовательных услуг: курсы и тренинги по геммологии, специализированные программы по 3D-моделированию и ювелирному эскизу, кастомные программы для ведущих ювелирных компаний на стыке геммологии и бизнеса!

Тысячи успешных выпускников уже выбрали нас,
и мы знаем **историю успеха** каждого из них!



**ВАША ПРАВИЛЬНАЯ ТРАЕКТОРИЯ
В ИНДУСТРИИ ДРАГОЦЕННОСТЕЙ**



Учебные программы ГЕММОЛОГИЧЕСКОГО ЦЕНТРА МГУ

gem-center.ru

courses@gem-center.ru

+7 (499) 238-00-01



Выбирайте **удобную для Вас форму обучения**:
дневные курсы, тренинги или заочное обучение.

*Мы готовы предложить
самое лучшее для Вас!*

Новые **знания и навыки** – помощь в любимой работе
или первый, но **уверенный шаг в мир драгоценных камней**



Экспертиза драгоценных камней

Начните разбираться
в камнях, получите знания
и навыки для работы
геммологом, изучите сотни
камней из разных
месторождений мира



Экспертиза и оценка бриллиантов

Бриллианты... Имитации...
Синтетические бриллианты...
Как понять, что перед Вами?
Определяем цвет, чистоту,
качество огранки и их
влияние на стоимость



Оценка алмазного сырья

Прогнозируем бриллианты
в алмазе и определяем
стоимость сырья. Понимаем
международную
терминологию и стандарты
добывающих компаний

*Классические
геммологические
программы*



Дистанционный курс для начинающих

Базовый дистанционный
курс – актуальные и
достоверные знания без
отрыва от работы, а также
онлайн-общение с тьютором

Мы всегда Вам рады!



MSU Gemmological Center



Геммологический Центр МГУ



msu_gemcenter



Учебные программы ГЕММОЛОГИЧЕСКОЙ АКАДЕМИИ

gem-academia.ru info@gem-academia.ru +7 (916) 479-63-62



Фундаментальные знания и современные тенденции

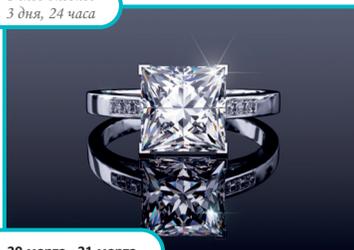
Очное дневное
3 дня, 24 часа



18 апреля - 20 апреля
24 октября - 26 октября

**Мастер-класс
по рубинам и сапфирам**

Очное дневное
3 дня, 24 часа



30 марта - 31 марта

Как продавать бриллианты

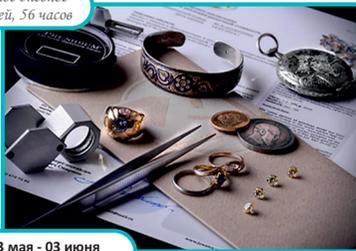
Очное дневное
3 дня, 24 часа



13 апреля - 15 апреля
19 октября - 21 октября

Мастер-класс по изумрудам

Очное дневное
7 дней, 56 часов



23 мая - 03 июня
14 ноября - 25 ноября

**Стоимостная оценка камней
и ювелирных изделий**

*Программы
для ювелирного
бизнеса*

Очное дневное
4 недели, 160 часов



16 мая - 08 июня

**Бизнес-курс
в ювелирной сфере**

Очное вечернее
9 дней, 72 часа



28 марта - 25 апреля
08 ноября - 06 декабря

Ювелирный эскиз

Очное дневное
2 дня, 16 часов



28 марта - 31 марта

Программы для ломбардов

Очное вечернее
9 дней, 72 часа



22 марта - 07 мая
25 октября - 09 декабря

3D-моделирование

Корпоративные программы

Специальные программы по индивидуальным планам компаний для решения конкретных бизнес-задач

... и другие программы



Геммологическая Академия



Геммологическая Академия



gemacademia

Системное обучение консультантов как основа сильной ювелирной компании



Системное обучение — основа сильной команды. В этой статье мы поговорим о проблемах, вызванных отсутствием системности, и разберем, как их решить (на примере системы онлайн-обучения IJA DAY).

Успех современного бизнеса зависит от людей, которые работают в компании. А точнее — от уровня их профессионализма и мотивации. Консультанты каждый день взаимодействуют с посетителями и прямо влияют на то, станет ли человек постоянным клиентом бренда или покинет магазин без покупок.

ДВЕ ПРОБЛЕМЫ БЕССИСТЕМНОГО ОБУЧЕНИЯ

Слишком много информации

Часто у ответственных за обучение при виде стажера срабатывает рефлекс — вложить в его голову все, что влезает и не влезает. Дать максимум за минимально короткий срок — начиная от основных драгоценных металлов, заканчивая редкими камнями и особенностями отработки возражений при продаже религиозных изделий. Сразу навалить всего: и книг, и чек-листов, и презентаций. Смотри, дорогой стажер, зубри и запоминай.

Но проблема в том, что такой подход ведет к каше в голове и к стрессу из-за давления и перенапряжения. В результате человек хочет только одного — больше никогда не приходиться на работу.

А ведь на первых порах достаточно знать базовую информацию, минимум, необходимый для стар-

та. И входное обучение гарантирует, что стажер начнет продавать сразу, так как будет владеть лишь важной структурированной информацией.

Отсутствие непрерывного обучения

Проблема более опытных консультантов в другом — они начинают киснуть, когда перестают узнавать новое и повышать навыки. Да, можно провести тренинг для продавцов раз в год, и вы даже заметите эффект: сотрудники получают заряд энергии и вдохновения и станут работать продуктивнее. Однако задумываться нужно не только о разовом обучении, но и о комплексном, постоянном.

Мой опыт показывает, что развитие должно быть непрерывным, чтобы знания не залеживались и шли в дело не только после тренингов, а всегда. Тогда можно рассчитывать на вовлеченность консультантов и на устойчивое развитие компании.

ПРЕИМУЩЕСТВА СИСТЕМНОГО ОБУЧЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОНЛАЙН-СИСТЕМЫ IJA DAY

В последнее время все международные компании перешли на систему микроленинг (микрообучение). Это означает, что вместо эпизодического обучения два раза в год, их сотрудники учатся каждый



Анастасия Жаркова, менеджер проекта системы IJA DAY:

«В 2021 году клиенты стали еще больше доверять нашей системе — теперь они все чаще подключают стажеров с первого дня работы в компании. Количество сотрудников, успешно прошедших обучение полностью и получивших сертификат, за прошлый год выросло на 28 %».

день (или реже, но тоже регулярно). При этом учебный контент разделяется на сегменты и подается небольшими порциями, а каждый урок занимает примерно 10–20 минут. Такой формат не напрягает учеников, позволяет углубиться в тему, да еще и затягивает.

Может показаться, что системное обучение нельзя реализовать без огромных ресурсов. Это действительно сложно, если браться за разработку самим: готовить наставников, курсы, тестирование и так далее. Но легче (и что важно — выгоднее) будет подключить консультантов к **системе онлайн-обучения IJA DAY**, которую мы разработали в Академии.

Мы стараемся все время улучшать свои продукты, поэтому периодически я анализирую и чужие системы дистанционного обучения консультантов. Аналитика и мой опыт работы в крупных федеральных сетях (Спортмастер, Ростелеком и Ашан) говорят о том, что даже таким компаниям есть чему у нас поучиться в этом плане.

ВОТ НЕСКОЛЬКО ОСОБЕННОСТЕЙ IJA DAY:

1. Разделение специалистов по уровням

К нам направляют продавцов с разным уровнем подготовки: кто-то только пришел в отрасль, кто-то уже чувствует себя уверенно, но знаний пока недостаточно, а кто-то хочет достичь настоящего

мастерства в продажах украшений. Поэтому программа обучения тоже разделена на три уровня — *стажеры, консультанты и эксперты*.

Стажеры изучают основные вещи, которые могут быстро включиться в работу: драгоценные металлы и камни, цветные минералы, конструктивные элементы, технологию продаж и технику безопасности в ювелирном салоне. После сотрудник проходит аттестацию и движется дальше.

Срок прохождения ≈ 1 месяц.

Программа «консультантов» направлена на более глубокое понимание профессии. В программе подробное изучение всех этапов продаж (типологии клиентов, ценностной презентации, выявления потребностей, индивидуального подбора украшений и так далее), а также дополнительная информация о камнях, металлах и конструктивных элементах.

Срок прохождения ≈ 6–12 месяцев.

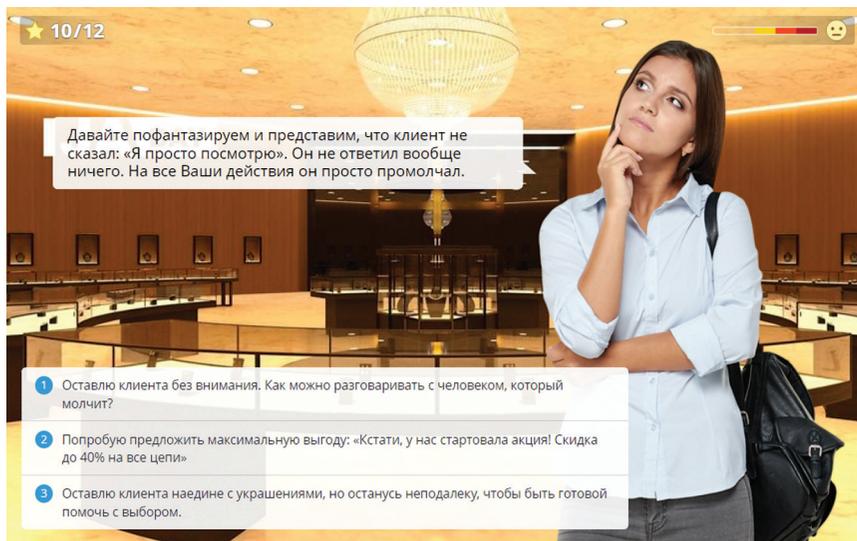
На третьем этапе обучения продавцы становятся экспертами. Они проходят курсы на тему выкладки ювелирных изделий, особенностей продаж обручальных колец, часов, религиозных украшений, а также более редких природных и рукотворных камней.

Срок прохождения ≈ 3–6 месяцев.

2. Комплексный подход



3 уровня = 30 курсов и 357 уроков
2391 ученик обучается в системе в 2022 году



На 2022 год в ИА DAY загружено 11 диалоговых тренажеров

Чтобы информация запоминалась без мучений и сразу шла в работу, мы объединяем в уроках теорию и практику.

Сначала продавец смотрит **видео**, где эксперт объясняет тему и приводит примеры. Затем читает **статью**, в которую вынесены основные тезисы из видео. Так мы затрагиваем и слуховую, и зрительную память. После идет **проверочное задание** для закрепления: это может быть тест, практическое задание или диалоговый тренажер (а иногда и все вместе).

Диалоговый тренажер — это интерактивный инструмент, с помощью которого консультанты отрабатывают навык общения с клиентом. У него есть два несомненных плюса: диалоги максимально приближены к реальной жизни, но для тренировки не требуется другой человек.

3. Обратная связь от наставников

Администраторы ИА DAY — наша особая гордость. Каждый из них прекрасно подготовлен и обладает высшим педагогическим образованием. Они проверяют все задания, а также каждый месяц присылают руководителям персональный отчет о результатах обучения продавцов.

Важность комментариев от наставников сложно переоценить. Для консультантов это возможность понять, в правильном ли направлении они движутся, а также задать вопросы, когда возникают сложности. А собственникам и руководителям важно контролировать ситуацию, *чтобы оценить успехи сотрудников и полезность обучения.*

4. Возможность создавать собственные курсы

Для меня как для управленца важно, что на платформе вы можете создать **полноценный обучающий портал** для компании, добавив раздел с собственными корпоративными курсами: о бренде, правилах, стандартах выкладки, новых коллекциях и акциях. *Так вы соберете всю необходимую информацию в одном месте.*

В 2021 году мы полностью изменили систему оплаты — сделали ее более комфортной и уменьшили риски для вас. Ранее необходимо было оплачивать обучение сотрудника за целый год, а теперь появилась абонентская плата и несколько тарифов для бизнеса разных масштабов. Вы платите и месяц пользуетесь платформой в любом объеме — добавляете новых сотрудников без доплат и подключаете к любому уровню.

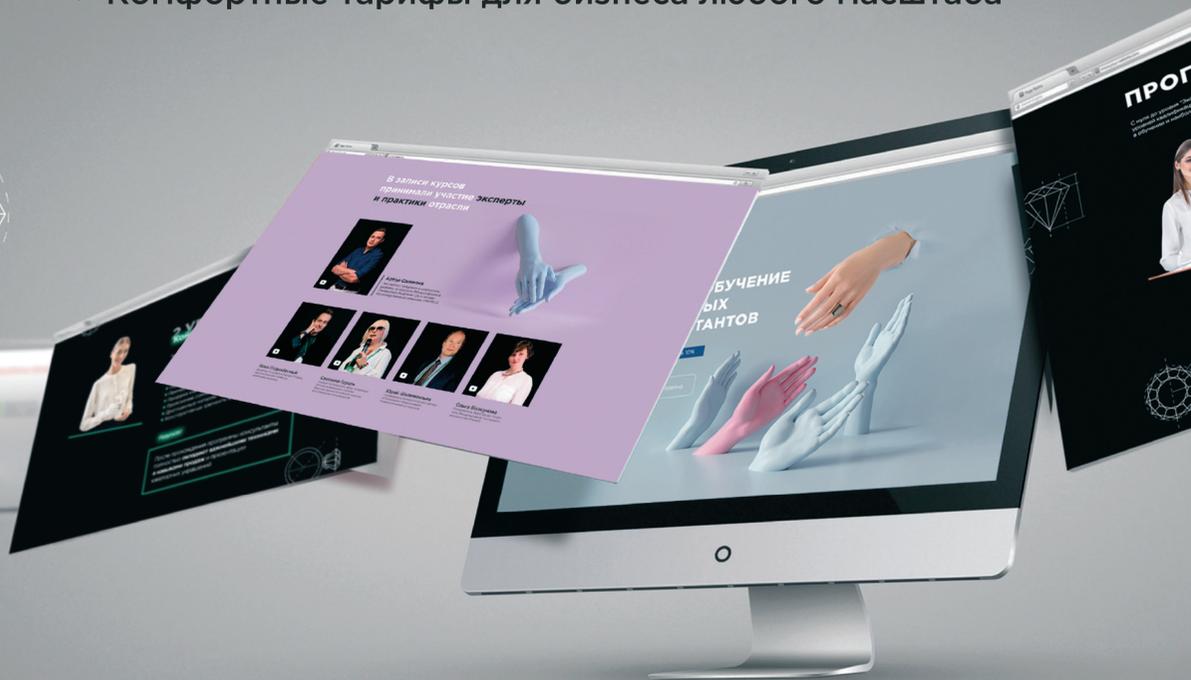
Мы превращаем стажеров в экспертов ювелирной отрасли на протяжении 5-ти лет. Более 200 компаний уже убедились в эффективности системного обучения.

Уровень доверия к ИА DAY растет в геометрической прогрессии. Открою вам секрет: в 2022 году мы планируем значительное расширение системы и уже готовимся к записи курсов по обучению директоров ювелирного салона.

IJA DAY

Система онлайн-обучения ювелирных консультантов

- Индивидуальный подход к обучению каждого ювелирного консультанта
- Персональный отчёт руководителю о результатах обучения
- Комфортные тарифы для бизнеса любого масштаба



Начните обучение сотрудников прямо сейчас!

Используйте промокод **PROMODAY** и получите скидку 10 %*

*Скидка действует на первый единовременный платеж.
Срок действия акции до 28.02.2022 г.



«Экситонит» — кристальное совершенство



Научно-производственная фирма «Экситон» — российский лидер в производстве лазерных элементов и монокристаллов для оптоэлектроники и ювелирной промышленности.

Компания предлагает ювелирам высокотехнологичные и непревзойденные по качеству монокристаллы алюмоиттриевого граната, активированного оксидами редкоземельных металлов под торговым названием «Экситонит». Разработано несколько основных цветов: зеленый, розовый, желтый, синий и бежевый. По желанию заказчика возможно выращивание монокристаллов с требуемыми насыщенностью и оттенком каждого цвета. Продукция поставляется под огранку в виде заготовок произвольной формы весом от 50 ст до 50 000 ст., и, при необходимости, в виде заготовок прямоугольной и цилиндрической формы.

Помимо алюмоиттриевого граната компания «Экситон» предлагает ювелирной отрасли искусственно выращенные цветные корунды: рубин



Товарные заготовки «Экситонит»

(голубиная кровь) и сапфир, полученные методом Чохральского. Данный материал отличается высоким качеством, насыщенностью и равномерным распределением цвета в сравнении с кристаллами выращенными другими методами.

КАК ВСЕ НАЧИНАЛОСЬ

Алюмо-иттриевый гранат (АИГ) впервые был синтезирован в середине XX века. По своим физико-химическим характеристикам новый материал значительно превосходил многие драгоценные натуральные камни: твердость 8,5 по шкале Мооса (близка к показателю твердости сапфира), показатель преломления 1,831, дисперсия близка к алмазной (0,028).

Кристаллы АИГ широко применялись в оптической и лазерной отраслях, а ограненные вставки на основе АИГ, под различными названиями производились в г. Александрове и имели большой спрос в ювелирной промышленности СССР и за рубежом.

В 2002 году производство монокристаллов получило новый импульс развития благодаря созданию научно-производственной фирмы «Экситон», которая провела масштабные научные изыскания и разработала не имеющие аналогов технологии синтеза кристаллов для квантовой электроники, оптики и ювелирной промышленности.

ЕДИНСТВЕННЫЙ РОССИЙСКИЙ ПОСТАВЩИК

В настоящее время ООО НПФ «Экситон» является единственным российским сертифицированным предприятием-изготовителем лазерных активных

элементов из монокристаллического алюмоиттриевого граната.

Инженерами НПФ «Экситон» разработана уникальная технология, позволяющая получать крупногабаритные монокристаллы алюмо-иттриевого граната, что привело к значительному уменьшению себестоимости производства и сделало возможным применение синтетического граната под торговым названием «Экситонит»[®] в ювелирной и часовой промышленности.

На данный момент цветовая палитра АИГ состоит из 10 цветов. Производственная мощность составляет около 6 000 кг в год. Вся продукция выпускается с сертификатом соответствия.

НПФ «Экситон» зарекомендовал себя надежным поставщиком, предлагающим качественное сырье и является постоянным участником выставок «Новый Русский Стиль» и JUNWEX, планомерно расширяя список своих партнеров и заказчиков в ювелирной отрасли.

НПФ «Экситон»:

Директор по продажам — Савицкий Алексей Александрович,
контактный телефон: +7-928-262-06-88 (WhatsApp, Viber,
Telegramm...)
e-mail: spc.exiton@gmail.com
site: www.npf-exiton.ru

Почтовый адрес:

355035, РФ, г. Ставрополь, ул. 1-я Промышленная, д.13, каб. 201

Патимат Курбанмагомедова. Дизайнер, художник, 3D моделлер.
Член Творческого Союза Профессиональных Художников России,
член Союза Дизайнеров Москвы

3D моделлеры — скрытые фигуры ювелирного мира



Буквально 10 лет назад большинство ювелирных украшений создавались вручную, но при этом процесс занимал немало времени. Это непосредственно влияло на стоимость готовых изделий — она была высока, и позволить себе такое творение мог далеко не каждый.

В современном мире существует множество различных изделий, которые заполнили сетевые витрины магазинов. Однако обществу требуется что-то новое, интересное, сложное и впечатляющее — украшение должно выделяться среди других и отражать личность владельца.

К счастью, современные технологии не стоят на месте, поэтому в данном случае нам могут помочь специалисты в области 3D моделирования.

ЧТО ТАКОЕ 3D МОДЕЛИРОВАНИЕ?

3D моделирование — это процесс создания трехмерной модели будущего изделия. Созданный объект называется 3D моделью, и такие трехмерные модели сегодня используются в различных отраслях. Например, в архитектуре, строительстве, науке, кинопроизводстве и т. д.



HJ-JW-2



HJ-JW-4

Ювелирные верстаки из массива редких и экзотических ценных пород дерева



Durston Superior

смотрите видео:



Модель	HJ-JW-2 (Китай)	Durston Superior (Англия)	HJ-JW-4 (Китай)
Артикул	17072	16160	17073
Комплектация	3 ящика, 1 поддон	6 ящиков, 2 поддона	20 ящиков, 2 поддона
Габаритные размеры	80x50x118 (h) см	124x61x101 (h) см	135x55x115 (h) см
Рабочая высота	89 см	95 см	90 см
Вес без упаковки	30 кг	91 кг	120 кг
Материал верстака	Изготовлены из каучукового дерева (Малайзия), древесины сапеле (Африка). Отличаются особо плотной текстурой, долговечностью, прочностью к гниению. Твердость от 3,5 до 4,5 по Бринеллю (НВ), для сравнения – твердость дуба 3,8.		
Цена (январь 2022 г)	43 500 руб.	125 000 руб.	144 600 руб.

Эти верстаки спроектированы специально для частных ювелиров.
В один момент ваше рабочее место приобретет солидность
и респектабельность в глазах клиента.

Функциональный дизайн. Продумано до мелочей. Удобство и красота.
Вам нужен такой верстак!



3D моделиеры — это специалисты уникального формата, которые владеют не только навыками дизайнера, но и технологией ювелирного производства.

Наиболее популярные платформы для моделирования ювелирных украшений:

- Rhinoceros 3D;
- 3D Max;
- Matrix;
- Blender;
- Zbrush.

Найти опытного квалифицированного 3D моделиера — это задача не из легких. Зачастую специалисты в этой области имеют художественное или техническое образование. Однако сегодня существует множество обучающих курсов, благодаря которым появляется немало новичков. При этом они не обладают той «базой», без которой невозможно качественно и точно выполнять поставленные задачи.

ЧТОБЫ НЕ ДОПУСТИТЬ ЭЛЕМЕНТАРНЫХ ОШИБОК, 3D МОДЕЛЛЕР ДОЛЖЕН:

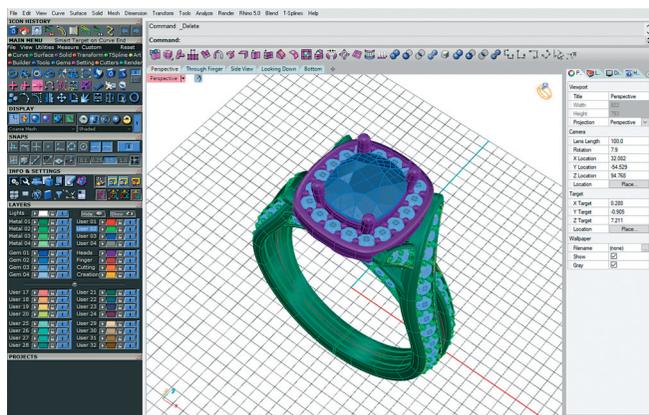
1. Правильно составлять ТЗ (техническое задание) — именно с этого начинается работа над 3D моделью.

Помимо основных размеров изделия, специалист должен знать:

- Анатомические особенности заказчика (например, форму пальцев рук, длину мочки уха и т. д.);
- Все известные размеры изделия;
- Вид металла и камней;
- Максимально допустимый вес;
- Тиражируемость;
- Метод прототипирования (3D печать, ЧПУ);
- Планируется ли разборка изделия для дальнейшей обработки ювелиром.

2. Знать все тонкости работы в двухмерном и трехмерном пространстве.

Детально прорисованный технический эскиз от художника — большая редкость. В большинстве случаев некомпетентные специалисты предоставляют заказчиком несопадающие или несоответствующие реальности варианты изделия. Поэтому



крайне важно уметь представлять будущее украшение в готовом виде.

Кроме того, при увеличении 3D модели на весь экран, следует учитывать объемы готового украшения. Если неудачно подобрать толщину и ширину узора, то его реальный размер может легко потеряться.

3. Знать необходимые технические характеристики.

Как правило, крупное ювелирное производство имеет высококвалифицированного технолога, который строго контролирует все требования. Однако в большинстве случаев модельер работает с небольшими фирмами, отдельными ювелирами или напрямую с клиентами. В таком случае специалист сам контролирует толщину металла, диаметр камней и их расстановку, виды литников, возможность разборки изделия и другие факторы.

4. Выполнять, как минимум, простейший рендер (визуализацию).

Возможность увидеть готовое изделие до начала его производства — одно из главных преимуществ 3D моделирования. Это помогает оценить конечный результат работы, что немаловажно, ведь клиент не всегда может понять, как будет выглядеть готовое украшение, поэтому оно может подвергаться изменениям неоднократно.

3D моделирование — новый и стремительно развивающийся этап в ювелирном мире. Однако, не считая профессионального окружения, услышать об этой сфере можно довольно редко, так как процесс 3D моделирования не афишируется при презентации украшений на выставках, журналах, сайтах и т.д. При этом с уверенностью можно сказать, что ценность данной области безусловна.

Добавьте магии!



РЕКЛАМА

Ювелирные перчатки, упаковка, демонстрационное оборудование

www.kliogem.ru  @kliogem

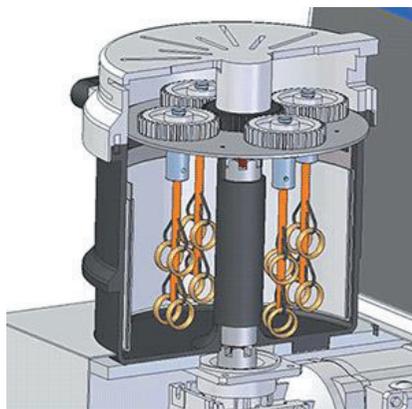
Москва
+7(495) 252-03-45

Санкт-Петербург
+7(812) 414-97-72

Кострома
+7(4942) 344-233

ПОЛИРОВКА ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ

EPAG Smart – умное решение от компании ОТЕС



570 x 350 x 610 мм

35 кг

230 В / 50 Гц

Настольная установка для электрохимической полировки EPAG Smart идеально подходит небольшим предприятиям и ювелирным мастерским. Она обеспечивает превосходный результат при полировке любых ювелирных украшений, в том числе со сложной конфигурацией и с камнями. За один рабочий цикл будет выполнено сглаживание поверхности, устранена волнистость, удалены царапины. При этом не надо опасаться за геометрию изделий. – Она станется без изменений.

Ровный и яркий блеск изделий. Будут обработаны все труднодоступные места.



**4 держателя на 4 изделия каждый (16 изделий в одном цикле).
Экономия времени до 70%. При абсолютном минимуме ручной работы!**

Установка электрохимической полировки ОТЕС EPAG Smart, Артикул 17114



Дополнительную информацию вы получите в компании "Сапфир"
+7 495 739 4311 или +7 915 006 0738, e-mail: 158@7394311.ru
менеджер проекта Сорокин Сергей Викторович



www.промтехспб.рф

8-800-777-17-46

Франц Петрович Бирбаум (1872–1947).

К 150-летию со дня рождения

«...Я всё же изгнанник в своем отечестве, бывают же такие».

*Из письма Ф.П. Бирбаума акад. А.Е. Ферману,
Швейцария, 22 февраля 1921 г.*

Что вынудило Франца Петровича Бирбаума сделать такое горькое признание? Какое отечество он считал «своим»? Россию или Швейцарию? Наверное, эти вопросы из разряда тех, на которые нет ответа. Кто для тебя мать? Та, что родила, или та, которая вскормила, воспитала и помогала всю жизнь? Почему в Швейцарии Бирбаум чувствовал себя изгнанником?

Его оторвали от родины «магушки – России», где он прожил счастливые 34 года и бросили в изгнание, «возвратили к месту прописки»... Легко ли пережить такое человеку в 48 лет — главному мастеру и художнику крупнейшей и лучшей, по всеобщему признанию, ювелирной фирмы мира. Он не вернулся на родину на «заслуженный отдых», как его великий предшественник и земляк, придворный ювелир Екатерины Великой, Иеремия Позье. Ему еще рано было отдыхать. Он был весь в творческих планах. Очевидно, Франц Петрович держал в уме идею очередного императорского пасхального сюрприза к Пасхе 1918 года. Увы, этим идеям не суждено было сбыться.

Ф.П. Бирбаум стремился найти забвение на горных склонах швейцарских Альп, но память упрямо возвращала его в Петроград, на Морскую улицу, в «дом Фаберже», как все звали это здание в столице. Иногда он вспоминал себя в двухэтажном деревянном доме на Лодейнопольской улице на Петроградской стороне, где снимал квартиру в русской женой Екатериной Яковлевной Александровой-Бирбаум. Дом принадлежал мастеру-ювелиру фирмы Фаберже Александру Петрову. Здесь же, на Лодейнопольской продолжались опыты по изготовлению



*Франц Бирбаум и Евгений Фаберже. 1922 г.
Швейцария. Фото: Архив Татьяны Фаберже*

АЛЬТЕРНАТИВА РОДИЮ: **PTLUX** РАСТВОР ПЛАТИНА — РУТЕНИЙ

www.legor.com

РОДИЙ

LEGOR[®]
plating

Цена на родий растет в геометрической прогрессии. Компаниям, работающим в ювелирной промышленности, необходимо сделать выбор: повысить цены, сменить материалы или найти новые решения.

Научно-исследовательская лаборатория компании **Legor Group** нашла альтернативу: инновационное решение **PTLUX!**

PTLUX — это новый процесс нанесения покрытия, специально разработанный компанией **Legor Group** для увеличения яркости и белизны стандартного гальванического платинового покрытия, чтобы приблизить цвет к родиевому покрытию без увеличения цены!

ОСОБЕННОСТИ **PTLUX**:

- Более белый цвет по сравнению с чистой платиной;
- Дополнительная экономия по сравнению с нанесением чистой платины;
- Простота в применении;
- Отличные характеристики в качестве промежуточного слоя перед окончательным покрытием.



107392, г. Москва,
ул. Краснобогатырская,
д. 89, строение 1

620142, г. Екатеринбург,
ул. Щорса, д. 29, оф. 12
тел. +7 (912) 048-04-98

156019, г. Кострома,
ул. Станкостроительная,
д. 5, литер Б, оф. 1
тел: +7 (4942) 42-32-33

8 (800) 250-08-44

эмалей вместе с сыновьями Петрова — Николаем и Дмитрием. Те самые эмали, которые принесли славу фирме Фаберже. Жена, которую Франц Петрович высмотрел еще в конце 1890-х гг. среди выпускниц Центрального училища барона Штиглица, скончалась в голодном Петрограде 1 июля 1918 года.

1918 год. Мастерские фирмы уже не работали и Франц Петрович продавал на аукционах броши собственного изготовления. Какой-нибудь обладатель подобной броши, купленной, или скорее обмененной на продукты в 1918 году, и не подозревает, что она исполнена ювелиром, через руки которого прошло большинство императорских пасхальных яиц. Затем подвернулась преподавательская работа на Петергофской гранильной фабрике (теперь «бывшей Императорской»). Здесь Бирбаум встретился с Александром Евгеньевичем Ферсманом, которого, разумеется, знал и раньше как автора первой в России монографии по кристаллографии алмазов. Два великих знатока и любителя камня нашли друг друга — долгими вечерами они беседовали о красоте и поэзии камня. Бывший советский читатель знает лишь одного знатока камня — академика Ферсмана. Между тем последний, будучи человеком честным как в жизни, так и в науке, признавал превосходство Бирбаума в знании камней...

Мы же о Франце Бирбауме не знаем почти ничего. Как же случилось такое? Не потому ли, что он покинул Россию в мае 1920 года с последним парходом швейцарских репатриантов? Но разве мог он считаться эмигрантом, о котором нельзя было упоминать?

Историю жизни Ф.П. Бирбаума можно разделить на три части. Первая, это 1872–1886 гг.: Швейцария, учеба на ювелирном отделении Фрейбургского политехникума. Вторая — 1886–1920 гг.: Россия, учеба в Рисовальной школе Императорского Общества поощрения художеств, работа в фирме Фаберже в 1893 — 1918 гг., затем два последних года пребывания в России — в Петергофе. Итого, «русский период» занял 34 года жизни великого художника и ювелира. И наконец, вновь Швейцария: 1920–1947 гг., 27 лет. Этот период жизни менее изучен. Известно, что в 1925 году Франц Петрович развелся со своей второй женой Евгенией Петровной Илинской, и в том же году женился на швейцарской гражданке Гортензии-Маргарите Дюпертюи, с которой познакомился на пароходе при возвращении в Швейцарию в мае 1920 г. Вступив в брак с Е.П. Илинской в феврале 1920 года в Петергофе, Франц Петрович помог талантливой художнице фирмы Фаберже, дочери действительного статского советника, выпускнице и париж-



Ф. П. Бирбаум. На пленере. Швейцария, Эльв, 1940 г. Фото: Архив Татьяны Фаберже

ской пенсионерке Училища барона Штиглица покинуть Россию, избежать репрессий. «Русский швейцарец» Франц Петрович Бирбаум умер в г. Эгле (Aigle), Швейцария, 14 октября 1947 г., в возрасте 75 лет. Он прожил на один год больше своего учителя Карла Густавовича Фаберже.

Родился Франц Петрович 6 сентября 1872 года во Фрейбурге, небольшом швейцарском городке с населением около 10 000 чел. Фирма Фаберже в Петербурге уже существовала 30 лет, именно в этом году к ее руководству пришел 26-летний энергичный купец и золотых дел мастер Карл Фаберже.

Как познакомились Карл Густавович и молодой Франц? История об этом умалчивает. Можно предположить, что в Рисовальную школу Общества поощрения художеств приходил сам Карл Фаберже выбирать помощников для быстро растающего дела. Ведь в 1887 г. открылось московское отделение, главному ювелиру Августу Хольмстрему в 1893 г. было уже 64 года, а здесь не только способный специалист с политехническим образованием, но и прекрасный художник, ученик Ивана Шишкина. Сочетание редкое. Говоря сегодняшним языком, Франц Петрович выполнял на фирме обязанности главного инженера,

ПОМОГАЮ
ИСПОЛНЯТЬ
ВСЕ ЗАКОНЫ
ЮВЕЛИРНОГО
РЫНКА



МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ
ЭКСПЕРТНЫЙ ЦЕНТР
ФИНАНСОВОГО
МОНИТОРИНГА

НАЦИОНАЛЬНОЕ
ДОСТОЯНИЕ

**Важно для организаций
и индивидуальных
предпринимателей
ювелирной отрасли**

- 1 Разработка обязательных документов по учету оборота ДМ и ДК
- 2 Постановка на специальный учет в ФКУ Пробирная Палата России
- 3 Внесение изменений в карту постановки на спец. учет в ФКУ Пробирная Палата России
- 4 Помощь в заполнении всех вкладок личного кабинета на сайте Росфинмониторинга
- 5 Представление помощи в подаче отчетности в Росфинмониторинг
- 6 Помощь в исполнении закона №152-ФЗ «О персональных данных»

**Оказываю вашему бизнесу помощь
при исполнении «антиотмывочного»
закона:**



Обязательное обучение в целях ПОД/ФТ (целевой инструктаж) с выдачей свидетельства онлайн по всей России в форме вебинара



Разработка Правил внутреннего контроля в целях ПОД/ФТ/ФРОМУ и иных документов



Аутсорсинг в сфере исполнения закона №115-ФЗ, обновление ПВК, отчетность в Росфинмониторинг, сопровождение при проверках, полный контроль чтобы не нарушать закон!

Ответственность за нарушение законодательства по ПОД/ФТ/ФРОМУ предусмотрена статьей 15.27 КоАП РФ. Штрафы за нарушения от 50 тыс. руб., в случае ненаправления информации в уполномоченный орган — от 200 тыс. руб.

8 (800) 550-2-115

Звонок по России бесплатный

**115FZ.PRO
INFO@115FZ.PRO
115ZAKON.RU**



Ф. П. Бирбаум. Эскиз наперсного и нательного крестов. 1-ая премия на конкурсе и.и. Придворного ювелира Карла Фаберже, 1912 г. Фото: Архив. В. Скурлова

будучи в то же время в ряду первых художников фирмы, причем «художником-композитором» (термин Бирбаума — художником, сочинявшим композиции вещей, иначе говоря, дизайнером) и художником-миниатюристом. Кроме того, он выполнял обязанности геммолога и главного технолога. Его доклады по эмалевому производству и технике литья характеризуют Франца Петровича как зрелого технического специалиста. Но ведь Бирбаум не заканчивал ни Горного, ни Технологического института и Академии художеств вместе взятых. Как же он успевал разбираться в последних технических и художественных новинках, разрабатывать проекты изделий, писать серьезные статьи по проблемам развития ювелирного искусства, обучать молодых ювелиров...

Остается лишь восхищаться не только многогранным дарованием Франца Петровича, (этакого «ювелирного Леонардо») но также интуиции, искусству Карла Фаберже в подборе помощников и

единомышленников. Именно окружение таких талантливых людей создавало славу фирме, которая по воспоминаниям современников, была как одна «большая семья». Многие художники, работавшие для фирмы, стали впоследствии профессорами: Б.С. Фредман-Клюзель, Г.И. Малышев, К.Ф. Цейдлер, Л.Г. Стрих, А.К. Тимус. Академиками были или впоследствии стали: Р.Р. Бах, А.Н. Бенуа, Л.Н. Бенуа, Л.Х. Маршнер, А.Л. Обер, М.В. Рундальцев, Ф. Грюнберг-Залкалнс, Г.К. Савицкий, Ф.П. Шехтель, К.К. Шмидт. Созвездие имен!

Сам Франц Петрович никогда, наверное, не задумывался, нужно ли ему звание академика или профессора. Ему некогда было заниматься тщеславным делом. Он работал во славу фирмы 25 лет, с 21-летнего возраста и уверенно чувствовал себя среди обласканных званиями. Тот же Г.Ч. Бэйнбридж ставил Бирбаума «...на первое место после Карла Фаберже; никто, кроме Фаберже, не выносил решающего суждения о форме и цвете изделий». Сразу после передачи императорских пасхальных яиц высочайшему заказчику, утомленный Карл Фаберже на один-два месяца выезжал на Французскую Ривьеру (отель «Негреско», Ницца) и за время его отсутствия обязанности руководителя громадной фирмой исполнял Франц Бирбаум.

«Когда я думаю о нем, — продолжает Бэйнбридж, — я представляю себе довольно хрупкого человека среднего роста с усами и ван-дейковской бородкой, спокойного мягкого человека с тонким юмором, как бы сделанного по эскизу самого Фаберже».

«Стоило посмотреть, — пишет Бэйнбридж, — как Бирбаум входил к Фаберже со своими эскизами. Он вовсе не входил в святая святых или в логово льва; в его приходе и в по всем последующем поведении не было ничего от «сэра» и начальника».

«Франсуа Бирбаум, главный дизайнер, и те, кто работал с ним (Карлом Фаберже – В.С.) отвечали за многое, но они непременно подавали проекты на рассмотрение главе Дома, и работа продолжалась до завершения окончательного эскиза с обсуждением деталей».

Почти 15 лет Франц Петрович состоял казначеем Русского Художественно-промышленного общества. Деятельность этого общества, объединявшего художников декоративно-прикладного искусства, в основном бывших штигличан, заключалась в повышении квалификации своих членов, организации конкурсов и выставок. Первым председателем Общества был архитектор И.А. Гальнбек, старший библиотекарь Училища



Бизнес с удовольствием

*Витрина
как искусство...*

Собственное производство демонстрационного оборудования
и упаковки для ювелирных изделий.



*...Упаковка
как вдохновение*



Instagram



Likecompany.ru

Москва

115551, г. Москва, Шипиловский проезд, дом 39, корпус 2, офис 125
Тел.: +7 (499) 110-54-53

Екатеринбург

620142, г. Екатеринбург, ул. Белинского, 180, офис 16
Тел.: +7 (343) 287-54-53

Бесплатный номер: 8 (800) 707-54-53
e-mail: info@likecompany.ru
likecompany.ru

Приём заказов 24 часа в сутки!

Штиглица. В 1917 г. в обществе состояло 93 человека, в том числе 17 чел. — сотрудники и художники фирмы Фаберже: Ф.П. Бирбаум, И.А. Гальбек, Ф.А. Грюнберг, М.В. Мусселиус, М.Д. Раков, Г.К. Савицкий, А.К. Тимус, К.Ф. Цейдлер, Г.Г. Эберг, Е.Э. Якобсон, Я.А. Армфельдт, Г.Э. Вигстрем, А.А. Хольмстрем, П.М. Кремлев, В.Г. Николаев, Н.А. Петров и Е.К. Фаберже. Общество с 1908 г. состояло под Высочайшим покровительством великого князя Георгия Михайловича, известного коллекционера-нумизмата, управляющего Русским Музеем. В 1912 году Русское Художественно-промышленное общество устроило Конкурс рисунков имени Придворного ювелира К. Фаберже в честь 40-летия руководства фирмой Карлом Густавовичем и 70-летия со дня ее основания. Франц Петрович получил на этом конкурсе первую премию за рисунок наперсного креста. Хороший подарок к своему 40-летию.

В архиве академика Ферсмана находим характеристику, выданную Бирбауму в двухлетнюю годовщину Октябрьского переворота. Вот ее текст:

«Франц Петрович Бирбаум, прослушал курс во Фрейбургском политехникуме (Швейцария) и состоял в течение 26 лет главным руководителем художественно-ювелирных мастерских фирмы Фаберже. Самые крупные произведения этой фирмы были исполнены по рисункам Ф.П. Бирбаума, который неоднократно на конкурсах художественной промышленности получал высокие награды. В настоящее время состоит старшим мастером Петергофской гранильной фабрики и сотрудником Отдела драгоценных камней Комиссии производительных сил России при Академии наук.

Подлинное подписал А.Е. Ферсман. 7 ноября 1919 года».

Характеристика за подписью Ферсмана требовалась для зачисления на новое место работы — заведующим отделом в Институт архитектурной технологии Академии материальной культуры. Одновременно с Бирбаумом заведующими других отделов были избраны В.Ф. Левинсон-Лессинг (будущий академик), акад. А.Е. Ферсман, проф. М.В. Фармаковский, проф. Н.Н. Качалов (будущий академик). Таков был уровень квалификационных требований. С этого места работы Бирбаум выехал на родину и 28 мая 1920 года акад. А.Е. Ферсман сообщает, что «в связи с выбытием Ф.П. Бирбаума на родину, следовало бы найти ему замену» и предлагает для этого войти в переговоры с Агафоном Карловичем Фаберже и Александром Францевичем Котлером, выдающимися специалистами в вопросах ювелирной техники, облада-

ющими научной подготовкой и большим практическим опытом. Рекомендую, Ферсман не знал, что с 30 мая по 9 сентября 1920 года Агафон Карлович Фаберже сидел в тюрьме ЧК.

Организуя в составе Института архитектурной технологии ювелирную и камнерезную мастерскую, Ф.П. Бирбаум предлагает героические усилия по спасению оборудования фабрики К.Ф. Верфеля и мастерских Фаберже. Однако с фабрики Верфеля станки уже были переданы Совнархозом на различные предприятия, а в мае 1920 г. на заседании Совета Академии Франц Бирбаум сообщает, что не удастся получить и оборудование мастерских Фаберже — нет разрешения Совнархоза. Еще в сентябре 1919 г. для руководства вновь создаваемой мастерской предполагалось пригласить мастера Нюкяна. Нет ли ошибки в протоколах Академии? Скорее всего — это Габриэль Нюккянен.

Осенью 1919 года Франц Петрович неумоимо работает. В октябре вновь открыта под руководством Бирбаума и Илинской художественно-ремесленная школа при Петергофской гранильной фабрике. Кажется невероятным, но при наступлении Юденича на Петроград, художники занимаются подготовкой кадров камнерезного искусства. В голодном Петрограде осенью 1919 г. Франц Петрович читает популярную лекцию с эпидиаскопом на тему «Камень в искусстве», в которой высказывает ряд программных идей. Обработку цветных и драгоценных камней Бирбаум рассматривает не только как отрасль, создающую материальные богатства, но отрасль, где камни становятся объектами художественного творчества, служат средством выявления народных художественных сил и приобретают таким образом значение народного богатства. В свою очередь, искусство является и производительной силой, двигающей разнообразное производство и тем способствующей народному благосостоянию.

Еще одну характеристику Бирбауму мы находим вновь у акад. А.Е. Ферсмана. Анализируя в 1919 г. состояние российского камнерезного производства, Ферсман указывает, что «наиболее нормальные условия наблюдались на наших крупных каменных фабриках, например, у Верфеля, и особенно в последние годы у Фаберже, где благодаря талантливому и вдумчивому Бирбауму за последние 10 лет научились сочетать «несочетаемое» и дать гармонию камня и кожи, камня и бронзы».

Продолжение читайте в следующем номере журнала «Русский Ювелир».

ювелирное
производство
Туликов

ЮВЕЛИРНЫЕ
УКРАШЕНИЯ
из серебра с эмалью



WWW.TULIKOV.RU

Московская обл., г.Краснознаменск,
л.Связистов, д.7

+7 (916) 828-36-20

Выставка «JUNWEH ПЕТЕРБУРГ», Экспофорум, пав. G, стенд G-104

+7 (985)767-81-51

Коллекция
серебряных украшений
с использованием
джинсовой ткани

ДЕНИМ

ДЖИНСОВАЯ
ФАНТАЗИЯ



Циркон С 

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

www.zircon-s.ru