

РУССКИЙ НОВЕЛИР

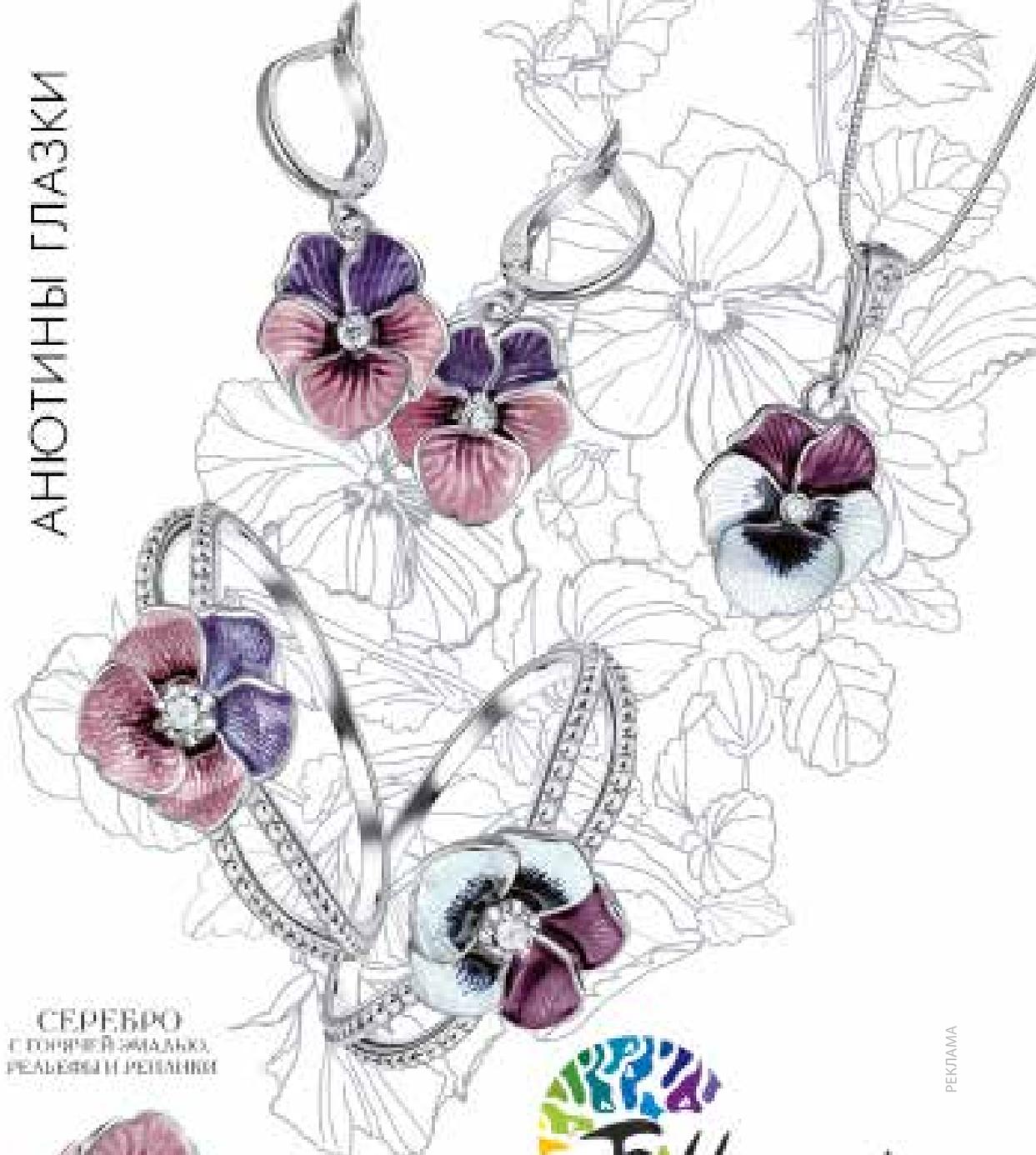
январь | 2024



Экспофорум,
G-301



АНЮТИНЫ ГЛАЗКИ



СЕРЕБРО
С ГОРЧИКОВОЙ ЭМАЛЬЮ,
РАБАРИТОВЫМИ И РИТАНИИ



Fillart
studio

Студия ФилАрт (Санкт-Петербург)

<http://fillart.ru>

e-mail: info@fillart.ru

телефоны: (8-812) 435-50-82

РЕКЛАМА

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин
1-й заместитель главного редактора
Светлана Пилюшина — info@russianjeweller.ru

заместитель главного редактора
Татьяна Самойлова, искусствовед

редакторы

Виктор Латанский, Ольга Никонова

эксперт-геммолог

Михаил Чижов

арт-директор

Олег Подгурский

дизайн и верстка

Ирина Серова

фото

Алексей Боголепов

корректор

Евдокия Бубенина

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел

advert@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

info@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ

199034, Санкт-Петербург, В. О.,
16 линия, д. 7, оф. 1402.

Тел./факс +7 (812) 912-80-05

www.russianjeweller.ru

e-mail: info@russianjeweller.ru

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Александр Горыня, Валерий Крылов

Михаил Пиотровский

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА

Центр учета и аудита

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», №1, 2024 год

ТИРАЖ 5000 экз.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации ПИ

№ ФС77-35990. Выдано 22 апреля 2009 года Управлением Феде-

ральной 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

Фотографии взяты из открытых источников

содержание

АКТУАЛЬНО

- 6 Рынок драгоценных ресурсов и ювелирных изделий государств – членов ЕАЭС: адаптация к новым рыночным реалиям
- 12 Официальные данные Федеральной пробирной палаты РФ об объемах заклеяемых и маркированных ювелирных изделий за 2023 год
- 32 «Ювелирочка» запустила розничную сеть UVI-Ювелирочка: концепция и дизайн

КОМПАНИИ

- 14 ГРАНТ. Секреты лидерства
- СЕРЕБРЯНЫЙ СОВЕТ
- 16 О концентрации ценности, группах риска и творчестве
- 18 «Циркон С»: искусство, прославлявшее энергию современности

- 20 Серебро во спасение
- 21 Тотальный цвет свободы
- 22 Творчество в границах волшебства
- 23 ФИЛЛАРТ. Нежными руками

КОЛЛЕКЦИИ

- 24 Дракон: мистический и прекрасный
- 34 Серебряные мелодии

СОБЫТИЯ

- 26 А. К. Денисов-Уральский задает тему...
- 30 Делай, что должно...
- 62 29 мая 2024 года — 150 лет со дня рождения Евгения Карловича Фаберже. Навстречу юбилею

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

- 36 Ювелирное изделие как синоним искусства
- 46 Как стало популярным белое золото
- 56 Современное ювелирное искусство Китая: краткий экскурс

ГЕММОЛОГИЯ

- 40 Зеленые алмазы — красивая загадка

ОБРАЗОВАНИЕ

- 50 International Jewellery School: конкурентоспособный бизнес начинается с кадров
- 52 Маркировка рекламы: на рекламных площадках и в соцсетях

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ЮВЕЛИРНАЯ
РОССИЯ

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФОРУМЫ
ЮВЕЛИРНОЙ ИНДУСТРИИ

JUNWEX

ФЕВРАЛЬ • САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

31 января – 4 февраля 2024 • 5–9 февраля 2025
ЭкспоФорум

МАЙ • МОСКВА

22–26 мая 2024 • 21–25 мая 2025
ВДНХ

СЕНТЯБРЬ • МОСКВА

25–29 сентября 2024 • 24–28 сентября 2025
ВДНХ

ВЫСТАВКИ ЮВЕЛИРНЫХ
УКРАШЕНИЙ И ПОДАРКОВ

JUNWEX

Лучшие украшения в России

МОСКВА • ГОСТИНЫЙ ДВОР

12–15 декабря 2024 • 11–14 декабря 2025

WWW.JUNWEX.COM

XXIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ЮВЕЛИРНЫХ И ЧАСОВЫХ БРЕНДОВ

JUNWEX

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

22–26 МАЯ 2024
МОСКВА, ВДНХ

XX МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

JUNWEX

МОСКВА

25–29 СЕНТЯБРЯ 2024
МОСКВА, ВДНХ

Сегодня благодаря созданной государствами – членами Евразийского экономического союза (далее — ЕАЭС) нормативно-правовой базе рынок драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них обладает высоким потенциалом для развития интеграционного сотрудничества. И это обусловлено не только гарантированно высоким качеством произведенных в ЕАЭС драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них, но и богатством культурных традиций стран Евразии. Кроме того, в условиях усиления нестабильности и непредсказуемости глобальной экономики драгоценные металлы и драгоценные камни, так же, как и ювелирные изделия, рассматриваются в качестве защитного актива государств, населения и интеграционных объединений, ведь они являются привлекательным инструментом хеджирования рисков в период низкой ликвидности других финансовых активов.

Рынок драгоценных ресурсов и ювелирных изделий государств – членов ЕАЭС: адаптация к новым рыночным реалиям

Если говорить о полноформатных интеграционных объединениях с наднациональной «надстройкой», среди которых можно отметить ЕАЭС и Европейский союз (далее – ЕС), то сейчас можно проследить тенденцию в странах ЕС к гармонизации соотношения в еврозоне золотых запасов к национальным ВВП в целях стабилизации экономик стран ЕС.

Любое изменение золотых резервов государств или интеграционных союзов всегда достаточно чувствительно с точки зрения глобальных кризисов, ведь исторически не только инвесторы, но и насе-



Ильина М.Ю.,
председатель Комитета по стратегии, планированию,
цифровизации и «зонтичному бренду»
Евразийского ювелирного экспортного бюро
Maria.ilyina02@gmail.com



Шерышева Е.И.,
Заместитель директора Департамента транспорта
и инфраструктуры Евразийской экономической комиссии
Esherysheva@gmail.com

ление рассматривают драгоценные металлы (преимущественно, безусловно, золото) в качестве классического защитного долгосрочного актива. Сегодня по объему производства золота ЕАЭС, преимущественно в лице России, занимает 2–3 место в мире, а на долю мировой добычи алмазов приходится 30–35%.

Если говорить о драгоценных камнях, в частности бриллиантах, в качестве защитного актива, следует отметить, что с 2022 года в России начали формироваться условия для внедрения нового инвестиционного инструмента.



Владимир Михайлов



Золото 585° «зеленое», топаз

Рельефное кольцо из Именной коллекции с самоцветами является миниатюрной иконой носимой на руке



МОСКВА — САНКТ-ПЕТЕРБУРГ — КРАСНОДАР — БАДЕН-БАДЕН

Москва: ул. Большая Дмитровка, 16 «Галерея Михайлов» | Кутузовский пр., 2/1 Отель «Рэдиссон»

Санкт-Петербург: ул. Михайловская, 1/7 Гранд Отель Европа | ул. Большая Конюшенная, 10 «Галерея Михайлов»

Узнайте больше об авторе и его коллекции на сайте WWW.VMIKHAILOV.COM или по телефону 8 (800) 5555 605

Речь идет об инвестиционных бриллиантах, понятие которых начинает закрепляться в сознании населения в качестве новой ценности, выступая альтернативным способом накопления и сбережения. Ведь бриллианты – это капиталоемкий актив, поскольку один камень может стоить сотни тысяч рублей, а учитывая, что природные алмазы, из которых производят бриллианты, – это исчерпаемый ресурс, он является к тому же и защитным активом.

Несмотря на все ресурсное богатство ЕАЭС, совокупный экспорт ювелирных изделий стран евразийской пятёрки на глобальном рынке составляет не более 1–2%. Вместе с тем, многочисленные международные выставки демонстрируют интерес потребителей в третьих странах к продукции евразийских ювелирных мастеров.

С 2021 года, со вступления в силу Соглашения об особенностях осуществления операций с драгоценными металлами и драгоценными камнями, в рамках ЕАЭС созданы основы для функционирования общего рынка ювелирных изделий. Создан механизм в виде перекрестных обзорных визитов для ознакомления с национальными системами государственного контроля в государствах-членах и сформированы так называемые требования к странам-участницам ЕАЭС, соблюдение которых позволит создать условия для взаимного признания пробирных клейм. Однако эти требования не в полной мере соблюдаются странами. Так называемая недоинтеграция стран «пятёрки» в сфере драгоценных металлов, камней и ювелирных изделий сохраняется по причине объективных сложностей, связанных с недостаточной защитой внутреннего рынка драгоценных металлов, драгоценных камней и ювелирных изделий от нелегального перемещения такой продукции в рамках ЕАЭС и за его пределы.

В условиях единой таможенной территории ЕАЭС и несопоставимого уровня национального государственного контроля (надзора) в странах ЕАЭС сохраняется взаимное недоверие друг к другу и повышаются риски нелегального реэкспорта/реимпорта драгоценных металлов, драгоценных камней и ювелирных изделий.

В качестве одного из ярких примеров недоинтеграции в связи с нелегальным реэкспортом и обращением драгоценных камней и ювелирных изделий в рамках ЕАЭС можно привести нерешенность вопроса об обнулении ввозных таможенных пошлин в отношении цветных драгоценных камней и бриллиантов мелких расцветов.

С 2020 года Российская Федерация инициирует обнуление ввозных таможенных пошлин на драгоценные камни для поддержки и развития промышленного производства ювелирных изделий ЕАЭС, учитывая нерентабельность огранки бриллиантов мелких расцветов на внутреннем рынке ЕАЭС в необходимых масштабах. Но вопрос принципиально

блокируется одним из государств-членов ЕАЭС, которое аргументирует такую позицию наличием у себя ограниченного производства. Российская Федерация, руководствуясь логикой интеграции, в 2023 году предложила пересмотреть подход и установить тарифную льготу только для Российской Федерации в целях решения данного вопроса в интересах российской ювелирной промышленности, в том числе учитывая принципиальную позицию партнера по ЕАЭС. Но даже такое приемлемое и, казалось бы, консенсусное решение вопроса в виде предоставления льготы только для России тарифной льготы, пока еще находится на стадии обсуждения.

Нерешенность с 2020 года данного вопроса свидетельствует о наличии теневого оборота в ЕАЭС драгоценных камней, соответственно, и ювелирных изделий, в производстве которых используются такие камни.

Но следует отметить и принципиально прорывные решения, которые были приняты на промышленном направлении в рамках ЕАЭС.

В 2023 году в ЕАЭС было принято принципиальное решение в части финансирования кооперационных проектов из средств бюджета ЕАЭС. Среди наиболее перспективных направлений определена, в том числе ювелирная промышленность. Речь идет о субсидировании процентных ставок по кредитам и займам, выданным на реализацию кооперационных проектов. В размере 100% ключевой ставки Центрального банка будет субсидироваться кредит для участников кооперационных проектов. Например, если коммерческий банк установил ставку по кредиту в размере 22%, а ставка рефинансирования Центрального банка составляет 16%, то для заемщика кооперационного проекта ставка составит 6% за счет полного субсидирования из средств бюджета ЕАЭС ставки рефинансирования национального банка.

Данный механизм предполагает отчисления от антидемпинговых пошлин, в размере порядка 20 млн долларов США в год. Финансирование рассчитано на пять лет с возможностью пролонгации. Это позволит ежегодно субсидировать процентные ставки кооперационных проектов ЕАЭС на сумму порядка 15 млрд российских рублей. Максимальный объем субсидии на один проект составит порядка 350 млн рублей. Запуск нового механизма финансирования планируется с 2024 года. Объем субсидиарной поддержки в 2024 году составит порядка 1,8 млрд рублей. Проект должен реализовываться участниками не менее, чем из трех государств-членов и более.

Для получения такой поддержки необходимо будет пройти определенные критерии и соответствовать требованиям, разработанным ЕЭК по отбору проектов, заемщиков и финансовых организаций.

Среди критериев по отбору проектов следует отметить такие, как:



ГРИНГОР
St. Petersburg

*Мода проходит —
драгоценное вечно*



СЕРЕБРО С БРИЛЛИАНТАМИ



**ПОСТАВЩИК РОССИЙСКОГО
ИМПЕРАТОРСКОГО ДОМА**

191144, Санкт-Петербург, ул. Моисеенко, 22, лит. Д

Тел.: (812) 318-18-99, 318-19-39

www.грингор.рф

- совместное изготовление продукции (то есть, например, в одном государстве есть многолетний опыт/компетенции создания предметов ювелирного искусства, в другом – сырьевая и ресурсная база, в третьем – современное промышленное производство);
- модернизация или создание новых производств (например, в одной стране производятся комплектующие для ювелирной промышленности, в другой – мощная производственная база);

- а также наращивание совместного экспорта на рынки третьих стран, не входящих в ЕАЭС. Ярким примером такого совместного наращивания экспорта можно назвать реализуемый в настоящее время Россией и Беларусью с участием Евразийского банка развития кооперационный проект цифровой торговли ювелирными изделиями.

Для получения финансовой поддержки бизнес стран ЕАЭС должен будет направить заявку в один из банков, которые включены в перечень финансовых организаций стран ЕАЭС, участвующих в механизме финансирования кооперационных проектов. В свою очередь банк, после получения от бизнеса заявки, рассматривает ее на соответствие заёмщика требованиям и критериям, после чего направляет заявку в ЕЭК, где она рассматривается экспертной группой, выносится на Коллегию ЕЭК и потом на Совет ЕЭК для одобрения/отклонения.

Если говорить о других принятых в рамках ЕАЭС решениях, следует отметить, что буквально недавно, 25 декабря 2023 года, главы государств стран ЕАЭС подписали Декларацию о дальнейшем развитии экономических процессов в ЕАЭС до 2030 года и на период до 2045 года. Несмотря на то, что Декларация не затронула узкоотраслевые направления развития, она содержит такое важное направление, как развитие экономического сотрудничества в сферах, имеющих интеграционный потенциал. В качестве направлений для реализации стратегических инициатив и полномасштабной реализации потенциала ЕАЭС в сфере драгоценных ресурсов видится комплексное совершенствование таможенного регулирования, реальная гармонизация национальных контрольно-надзорных функций стран ЕАЭС для создания эффективного пространства доверия в столь чувствительной сфере, как драгоценные металлы, камни и ювелирная продукция.

Но, говоря об экономической и интеграционной составляющей развития отрасли, следует отметить, что рынок драгоценностей ЕАЭС в 2022–2023 годах столкнулся также с новыми вызовами транспортно-логистического характера.

Очевидно, что развитие рынка драгоценных металлов, драгоценных камней и ювелирных изделий невозможно без эффективной транспортной инфраструктуры и качественных логистических услуг. Однако роль транспортной инфраструктуры

не ограничивается только физическими объектами. Логистические услуги, такие как управление цепями поставок, складирование, страхование и таможенное оформление, также играют важную роль в обеспечении эффективности международной торговли, где драгоценные металлы, ювелирные изделия не являются исключением.

Ожидается, что основной рост международной торговле продолжаться на маршруте Европа – Западный Китай – Европа, где деятельность ведут такие компании, как АО «ОТЛК ЕРА», ПАО «ТрансКонтейнер», Транспортная группа FESCO, АО «РЖД Логистика» и другие.

На восточном участке транссибирского маршрута «Запад-Восток» также ожидается умеренный рост транзита. Он планируется увеличиться в 3,3 раза, с 168 тыс. TEU до 547 тыс. TEU, включая 321 тыс. TEU через пограничный переход Забайкальск.

Сегодня для стран ЕАЭС важной задачей становится формирование национальных конкурентных политик.

Специалисты часто упоминают в качестве примера международной транспортной стратегии развитие международного транспортного коридора Север-Юг и трансевразийской связности. Этот проект представляет собой мультимодальный транспортный маршрут протяженностью 7200 километров, который соединяет Индийский океан и Персидский залив с Каспийским морем через Иран и северную Европу.

При принятии решения о выборе транспортного режима и маршрута для международных торговых операций важно учитывать не только стоимость транспортировки, но и другие факторы, такие как скорость доставки, надежность, доступность транспортной инфраструктуры.

В июне Иран, с которым страны ЕАЭС подписали Соглашение о зоне свободной торговли, анонсировал исторический пилотный транзит товаров из России в Индию по МТК через порт Бандар-Аббас в Ормузском проливе.

Этот коридор направлен на облегчение движения грузов между крупными городами, такими как Мумбаи, Москва, Тегеран, Баку, Бандар-Аббас, Астрахань и Бандар-Анзали.

Таким образом, развитие транспортной инфраструктуры и создание международных транспортных коридоров через совместные инвестиции становится важным фактором для развития торговли и укрепления позиций на международной арене. Рынок ювелирных изделий постепенно адаптируется к новым рыночным условиям, создает новые логистические маршруты, находит новых поставщиков. А сегодня в условиях развития электронной торговли, в том числе ювелирными изделиями, необходимо создавать и развивать инфраструктуру складской логистики и служб доставки.



ЛЕГЕНДАРНЫЕ ЗОЛОТЫЕ ЦЕПИ ADAMAS

СТИЛЬНЫЕ ПЛЕТЕНИЯ, ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО И БЛЕСК
БЛАГОРОДНОГО МЕТАЛЛА **СО СКИДКАМИ ДО 20%**

В ПЕРИОД АКЦИИ С 5.12.23 ПО 08.01.24 ПРИ ПОКУПКЕ ЛЮБОГО ЮВЕЛИРНОГО УКРАШЕНИЯ ПРЕДОСТАВЛЯЮТСЯ СКИДКИ ДО 20% НА ВЫДЕЛЕННЫЙ АССОРТИМЕНТ: ЦЕПИ И БРАСЛЕТЫ. В АКЦИЯХ НЕ УЧАСТВУЮТ ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ ИЗ АССОРТИМЕНТА СПЕЦИАЛЬНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ. ОРГАНИЗАТОР ИМЕЕТ ПРАВО ВНЕСТИ ИЗМЕНЕНИЯ В ПРАВИЛА АКЦИИ В ЛЮБОЙ МОМЕНТ БЕЗ ОБЪЯСНЕНИЯ ПРИЧИН. ПОДРОБНЫЕ УСЛОВИЯ АКЦИИ, АССОРТИМЕНТ, УЧАСТВУЮЩИЙ В АКЦИИ И УСЛОВИЯ ДЕЙСТВИЯ СКИДОК В МАГАЗИНАХ ADAMAS НА УГОЛКЕ ПОКУПАТЕЛЯ, НА САЙТЕ WWW.ADAMAS.RU ИЛИ ПО ТЕЛЕФОНУ 8 (800) 250-33-44. АО «1 ЮВЕЛИРНАЯ СЕТЬ», 115172, Г. МОСКВА, ВН. ТЕР. Г. МУН. ОКРУГ ТАГАНСКИЙ, УЛ. БОЛЬШИЕ КАМЕНЩИКИ, Д. 9, СТР. С, ПОМЕЩ. 17. ОГРН 5187746013670.



Официальные данные Федеральной пробирной палаты РФ об объемах заклеяемых и маркированных ювелирных изделий за 2023 год



Данные предоставлены по запросу Ассоциации
«Гильдия ювелиров России».

СВЕДЕНИЯ ОБ ОБЪЕМАХ ЗАКЛЕЙМЁННЫХ ЮВЕЛИРНЫХ И ДРУГИХ ИЗДЕЛИЙ ЗА 2023 ГОД

Квартал	Количество заклеяемых ювелирных изделий, шт.	Объем в массе, г
I квартал	11 344 304	26 401 298,63
II квартал	10 593 588	23 244 008,74
III квартал	11 045 169	23 815 794,24
IV квартал	13 300 118	19 203 950,79
ИТОГО за 2023 г.	46 283 179	92 665 052,40

СВЕДЕНИЯ ОБ ОБЪЕМАХ МАРКИРОВАННЫХ ЮВЕЛИРНЫХ И ДРУГИХ ИЗДЕЛИЙ ЗА 2023 ГОД

Квартал	Количество маркированных ювелирных изделий, шт.	Объем в массе, г
I квартал	106 506	272 763,77
II квартал	223 248	733 009,53
III квартал	554 654	1 654 434,50
IV квартал	5 842 833	12 098 998,34
ИТОГО за 2023 г.	6 727 241	14 759 206,14

Серебряный подстаканник «Герб России»



РЕКЛАМА

Серебряный подстаканник - значимый представитель подарочного столового серебра!

Лаконичность форм и красивый дизайн придают ему строгость и практичность.

На передней части подстаканника расположен Герб Российской Федерации, как один из главных государственных символов России. Подстаканник выполнен из серебра 925 пробы и упакован со стаканом в индивидуальный фирменный футляр.



Мазурчик С.В. Мазурчик М.И.



<http://grant-gold.ru>

Им не нужно искать подтверждения своего статуса на российской ювелирной сцене. В преддверии четвертьвекового юбилея на ГРАНТ просыпался дождь наград и званий, официальных и неофициальных, да и без этого бренд гордого звучания ассоциировался исключительно с поступательным движением от вершины к вершине.



Пусеты из коллекции Princess

ГРАНТ. СЕКРЕТЫ ЛИДЕРСТВА

Двадцать пять лет — серьезный рубеж для ювелирной компании, однако сам по себе юбилей не так уж оригинален для российского рынка. Все, кто начинал дело на сломе веков, так или иначе приближается к четвертаку. Другой вопрос, с какими достижениями происходит это приближение.

Говоря о лидере, всегда интересно проникнуть на кухню его успеха, но для этого придется высоко вскарабкаться по рейтинговой лестнице ювелирного бомонда. С разрешения хозяина, приподнимем крышки, под которыми неостановимо кипят не такие уж и секретные ингредиенты.

ПЛАНКА. Рассчитывая бизнес, мало поставить высокую планку — нужно еще эту высоту взять. Еще на самом старте в качестве цели была выбрана группа ювелирных премиум-студий мирового класса, в которую входят такие бренды, как Tiffany, Carrera у Carrera или Bvlgari. Сейчас, по прошествии двадцати пяти лет, можно утверждать: заявленный уровень взят и на то есть самые что ни на есть объективные подтверждения. ГРАНТ прочно обосновался в лидирующей группе от-

расти по производству золотых изделий с бриллиантами, его продукция не уступает линейке первых мировых брендов (но при этом более привлекательна по ценовому параметру), а сам Станислав Мазурчик признан «Человеком года» в российском ювелирном секторе. Убедиться в высоком статусе марки несложно, достаточно посетить центральные торговые площадки двух столиц: украшения ГРАНТ комфортно расположились на витринах ГУМа или Гостиного Двора в Санкт-Петербурге, не говоря уже о неизменном внимании ценителей драгоценностей к новинкам бренда на ведущих ювелирных выставках. Изделия предприятия можно найти во всех федеральных округах и крупнейших городах практически во всех лучших магазинах и большинстве сетей. При расширении представительства компании обычно употребляют термин «завоевание рынка», хотя в нашем случае уместней будет говорить о приглашении, во всяком случае, сделав шаг за границу России, ГРАНТ сразу получил ключи от лучших

бутиков Казахстана, а успех его коллекций в Грузии, Беларуси и Киргизии и вовсе назвали феноменальным.

ИНТУИЦИЯ. Это едва ли не главный талант в ювелирном деле. Угадать вкусы людей, которых ты никогда не видел, услышать их мечты и пожелания, воплотить их в драгоценном металле, не поступаясь собственными взглядами на ювелирное искусство – способность, присущая очень немногим. Покупатели продукции с маркой ГРАНТ – публика состоятельная и взыскательная, но они не только твердо стоят на земле, но и могут воспарять к небесам в буквальном смысле. Подтвержденный факт: 90% казахских стюардесс летают в украшениях ГРАНТа, что конечно же, является предметом шутливой гордости наших мастеров.

ОБРАЗНОСТЬ. В коллекциях с маркой ГРАНТ помимо безукоризненной художественной проработки рисунка модели, есть обязательный «нематериальный» ингредиент – внутреннее содержание, которое, собственно, и превращает изделие в произведение искусства. В каталоге ГРАНТ нет ни одной проходной модели, диапазон образов невероятно широк, что говорит об уникальном авторском кругозоре. От классического уробороса – символа философского камня до невероятной по своему изяществу серии «Водопад»



Коллекция Snake

и от чудной «девочкиной» коллекции PRINCESS до точного попадания в восточную стилистику с гарнитуром SHANGHAI.

Кстати, для тех, кто больше верит бумагам, чем собственным глазам – каждое изделие снабжается документом, защищающим высшую пробу творческой составляющей произведений. Еще бы – такие документы визируют эксперты ведущих искусствоведческих организаций и в их числе Государственный Эрмитаж, Музеи Московского Кремля. И еще один документ, не самый характерный для сферы ДМДК – патент на конструкцию ювелирного замочка. Достижение скорее инже-



Колье из коллекции Shanghai

нерное, но вдохновлено оно явно «профильными» резонами, ведь теперь потерять любимое украшение будет практически невозможно.

У Владимира Высоцкого среди прочих гениальных цитат, есть и такая: «Я горизонт промахиваю с ходу!». Как нельзя лучше эта фраза подходит к нынешнему состоянию компании ГРАНТ. Цели, поставленные два с лишним десятилетия назад, достигнуты, но наши герои даже не притормозили, чтобы отметить данное событие. Ту «планку», о которой мечталось в конце прошлого столетия, сегодня можно подарить какому-нибудь новому амбициозному стартапу, а самим... ну да, ГРАНТ уже сам стал вершиной, которую не так просто взять.



Кольцо из коллекции Shanghai

О КОНЦЕНТРАЦИИ ЦЕННОСТИ, ГРУППАХ РИСКА И ТВОРЧЕСТВЕ

Сергея Куколевского специально представлять смысла нет: основатель и многолетний руководитель бренда ЦИРКОН С, член Совета Гильдии Ювелиров, сопредседатель Ассоциации малого ювелирного бизнеса, сегодня он активно участвует в решении сложнейших проблем российского ювелирного рынка.

ОП. Сергей Владимирович, издание наше отраслевое, корпоративное, для своих разжевывать ситуацию, думаю, не стоит, все хорошо себе представляют и последствия введения 47ФЗ и спотыкающуюся походку ГИИС... Давайте осветим некоторые моменты, которые, возможно, для многих остались в тени. Итак, сегодняшняя ситуация абсолютно оригинальна и ничего похожего раньше не было?

СК. Было. В 2011-м году был первый такой заход со стороны крупных предприятий, я так думаю, поддержанных иностранными производителями, по разрушению имиджа российской ювелирной промышленности. На центральных телеканалах прошли полновесные программы, где утверждалось, что клеймам нельзя верить, серебро — не серебро, а золото — не золото. Тогда мы с дружественными питерскими предприятиями объединились в Серебряный клуб, делали репортажи на телевидении, в прессе, в интернете, блогеры приходили на предприятия, мы показывали, что делаем хорошие, нормальные изделия. Ну, не мы одни, здесь и Гильдия ювелиров участвовала, и другие предприятия, коллективно отстояли тогда российскую ювелирную промышленность.

ОП. Инициаторы нынешней истории, похоже, не ожидали такого сопротивления со стороны, как они считали, неорганизованного и разрозненного сообщества малых ювелирных предприятий.

СК. Нет, не ожидали. Планировалась легкая прогулка и заполнение своими предприятиями освободившихся мест от ликвидировавшихся компаний. Однако «малыши» устояли, чем существенно скорректировали планы крупняка. Правда, все это далось дорогой ценой: сектор малых предприятий потерял треть своего состава, тысячи людей потеряли и бизнес и даже средства к существованию.

ОП. Понимают ли правительственные функционеры, к чему привели их успешные и непрочисланные шаги.

СК. Понимают. Хорошо понимают. Но по корпоративным чиновничьим правилам не могут в течение одного года отменить ошибочные решения, сколько бы ни было экспертных заключений, думских обсуждений и даже поручений Президента... здравого смысла, наконец.

ОП. Действительно, с высоких трибун озвучивается всемерная помощь малому бизнесу, да и по факту — все малые предприятия сидят на упрощенке. Все, кроме ювелирных. Как чиновники обосновывают такое положение дел?



СК. Фантазируют и сочиняют. Вот например первый замминистра финансов господин Сазанов выдумал термин «концентрация ценности». По его мнению и обручальное кольцо — предмет роскоши. Я не поленился, заглянул в ювелирные салоны, предлагающие обручальку. Среднее наиболее популярное золотое кольцо стоит порядка 30 тысяч рублей, свадебный костюм — от ста тысяч, свадебное платье — от двухсот, при этом кольцо по идее покупается, чтобы носить его всю жизнь, а платье — на один раз. В той же ценовой группе — айфоны, гаджеты, бытовая техника, которые никакой роскошью не считаются.

ОП. «Концентрация ценности» — не единственное чиновничье изобретение?

СК. Ювелирные предприятия разделили по группам риска, совершенно новое понятие, этот список опубликован на сайте ФПП, к примеру, моя компания находится в группе высокого риска.

ОП. Риска чего?

СК. Вот тут полная невнятица. По идее, риск злоупотреб-

блений в сфере оборота ДМДК. Но, во-первых, ЦИРКОН С — чисто серебряная компания, а серебро является драгметаллом только по формальному признаку и мало кого интересует как финансовый актив, во-вторых и без всяких новомодных систем учета, контроль за использованием ДМ работал исключительно эффективно еще со времен Петра I, я уже не говорю о Федеральной налоговой службе. Зато попадание в такой список «рискованных» предприятий дает основание ожидать проверку в любой момент.

ОП. Но Президентом РФ был же введен мораторий на плановые проверки малых предприятий?

СК. А Федеральная пробирная палата тут же получила право проводить проверки внеплановые и немедленно этим правом воспользовалась, причем под проверочный каток, разумеется, попали компании, чьи руководители наиболее активно выступали за пересмотр законов, уничтожающих малый бизнес.

ОП. Все-таки принятие законов предполагает наличие оснований, расчетов, процедуры ОВР (оценка вероятностных рисков), наконец?

СК. Удручает уровень понимания производственных и экономических процессов среди государственных людей, которые принимают решения и разрабатывают нормативы для отрасли. Сейчас все расчеты и правила построены на том, что изделие, попавшее в торговлю, будет тут же продано. Реально оборачиваемость в ювелирных магазинах очень низкая, товар может продаваться годами. По нынешним законам изделие, приобретенное когда-то, но зависшее по разным причинам в собственности компании, считается товаром с нулевой себестоимостью и, соответственно, обкладывается тридцатью пятью процентами налогов с полной цены.

ОП. Кроме как «грабеж», другого термина не подобрать...

СК. Причем на государственном уровне. Сразу понятно, почему за

два года мы потеряли треть предприятий отрасли: немногие смогли выдержать такой удар.

ОП. Крупные предприятия отчитываются о существенном увеличении продаж и делают на этом основании вывод о развитии рынка драгоценностей.

СК. Треть предприятий с рынка убыло, неизбежно таким образом у нас уменьшилось ассортиментное разнообразие. Стало меньше всякого-разного-красивого. Безусловно, природа пустоты не терпит. На освободившиеся места приходят большие предприятия. Допустим, в этом районе продавалось украшений на 10 миллионов. Открой хоть 10 магазинов — в 10 раз больше продаж не станет и ста миллионов тут не получить. Может добавится 20 процентов, пятьдесят, но не в 10 раз. Прямой корреляции количества точек к количеству продаж нет. Суть сетевой торговли в том, что в каждом магазине каждого региона должен быть гарантированный ассортимент. Типовой. Это может работать (и даже приветствуется) для продуктовых сетей, но не будет действовать даже в среднесрочной перспективе там, где половина потребительской привлекательности товара связана с творчеством. Вкус, красоту, индивидуальность на поток не поставишь. Наши женщины

не захотят носить то, что можно увидеть на всех подружках и знакомых.

ОП. Сегодня мы говорили о проблемах. Не хотелось бы заканчивать разговор на этой ноте. Мы только что упомянули красоту и творчество. Что-то по-прежнему доставляет радость?

СК. Конечно и очень часто. Скажем, спускаясь на эскалаторе или стоя в метро среди женщин, вдруг натыкаешься взглядом на свои вещи, выпущенные нашим предприятием двадцать, а иногда и больше лет назад, и вы не поверите, какое счастье это увидеть, когда то, что ты делал давным-давно, до сих пор радует людей.

беседовал Олег Подгурский



Комплект БАЗЕЛЬ
с родонитом и амазонитом
от бренда ЦИРКОН С

«Циркон С»: искусство, прославлявшее энергию современности

Ювелирный завод «Циркон С» является одной из ведущих производственных компаний по изготовлению изделий из серебра с натуральными полудрагоценными камнями и предлагает широкий выбор эксклюзивных украшений, сочетающих в себе изысканный дизайн, высокое качество исполнения и неотразимую красоту натуральных вставок.

Циркон С 

Мы сотрудничаем с опытными дизайнерами, специализирующимися на разработке уникальных и стильных моделей. Благодаря их творческому взгляду и пониманию последних тенденций моды, наш ювелирный завод всегда успешно выделяется на рынке.

Одним из главных преимуществ нашей компании является то, что мы используем только чистое серебро и высококачественные полудрагоценные камни, подобранные с особым вниманием к их цвету, чистоте и блику. Мы гордимся тем, что наши



тикой, но и долговечностью. Каждое изделие проходит тщательную проверку качества перед тем, как покинуть наш завод и попасть к своему владельцу.

Наши клиенты могут быть уверены, что каждое украшение, созданное нами, уникально и они могут подобрать себе именно то, что соответствует их вкусу и стилю. Мы готовы предложить индивидуальный подход к каждому клиенту, позволяя им воплотить свои мечты и идеи в жизнь.

«Циркон С» – это место, где искусство, стиль и роскошь соединяются в каждом созданном изде-

лии. Мы гордимся своей репутацией и стремимся оправдать доверие наших клиентов, делая их жизнь ярче, индивидуальнее и красивее.

Игра света и тени на блестящей поверхности серебра создает захватывающий эффект, который дополняется яркостью полудрагоценных камней. Каждое изделие становится уникальным в драгоценной коллекции своего владельца.

Благородный блеск серебра придает изделиям роскошный вид, а полудрагоценные камни, восхищая своей красотой и индивидуальностью, добавляют к ним неповторимости и шарма.

Наши коллекции включает в себя широкий выбор эксклюзивных изделий. Каждое из них несет в себе особый смысл и эстетическую ценность. Независимо от выбранного изделия, каждый клиент может быть уверен в его неповторимости, и безупречности исполнения.

Мы привносим в мир украшений из серебра новые тенденции и технологии, постоянно со-



вершенствуя свою работу и отслеживая последние тренды. Наша задача – помочь каждому клиенту найти украшение мечты, которое подчеркнет его индивидуальность и стиль.

Приобретая наши изделия, вы приобретаете не просто украшение, а истинное произведение искусства, которое будет сопровождать вас в течение многих лет, запечатлевая в себе воспоминания и эмоции. Роскошь и изысканность каждого изделия из серебра с полудрагоценными камнями делают его идеальным подарком для любого человека, чтобы подчеркнуть его индивидуальность и утонченный вкус.

Доверьтесь нашему опыту и профессионализму, и вы обнаружите, как мир украшений может превратиться в источник радости и вдохновения.



«JUNWEX-Петербург»,
Экспофорум, стенд G-811



СЕРЕБРО ВО СПАСЕНИЕ

Красота спасет мир — в этом слогане мы уверены давно.

Спасет ли красота самих ювелиров — лозунг новый и еще не опробованный. Зато сегодня большая часть населения страны ДМДК согласилась с постулатом: «Делай, что должно и будь, что будет».

В момент, когда настроение проходит все оттенки серого, а ожидания будущего скрыты тяжелым облаком неопределенности, крайне важно ориентироваться на немногочисленные островки света, припадая к ним, как к источникам живительного кислорода. И лучше всего это делать в хорошей компании. Над украшениями с витрин «СЕЗОНА СЕРЕБРА», которые предсказуемо быстро обретают новых хозяев, работают настоящие мастера. Помимо основателей салона — известных петербургских брендов «Вега» и «Циркон С», свои изделия здесь представляют их партнеры, имена которых тоже хорошо знакомы

ценителям истинного искусства, — «ФилЛарт», «Яспис», «Невский-Т», всего два десятка компаний, составляющих славу ювелирной школы города на Неве.

НАСТОЯЩЕЕ ПЕТЕРБУРГСКОЕ СЕРЕБРО — это и слоган, появившийся больше десяти лет назад как девиз объединения дружественных серебряных компаний, но он же и своеобразный камертон, показатель качества и подхода к созданию моделей украшений. Ведь мастера, работающие с серебром, не могут «спрятаться» за стоимостной составляющей драгметалла или за дорогими камнями. Чтобы завоевать покупателя, из их рук должны выходить истинные произведения искусства. В поисках настоящего — ориентируйтесь на свет окон **СЕЗОНА СЕРЕБРА**.

Олег Подгурский



Комплект **ВАРИАНТ**,
серебряное
производство **ВЕГА**



ТОТАЛЬНЫЙ ЦВЕТ СВОБОДЫ



композиции из черного агата, а завершение жестких ограничений мы встречали уже вместе с расслабленными фигурами барочного жемчуга.

Сегодня, когда малые предприятия ювелирной индустрии России оказались под ударами недобросовестной конкуренции и не слишком грамотных действий государственных регуляторов, вместо того, чтобы лечь на дно в надежде переждать лихие времена, ВЕГА не колебалась, выбросив на рынок самые яркие модели, объединив их в бескомпромиссную сборную коллекцию «Тотальный цвет».

Честное слово, по эмоциональному настрою эта коллекция больше всего напоминает картину Эжена Делакруа «Свобода на баррикадах» и, несмотря на очевидные трудности нынешней ситуации, понимаешь: у тех, кто не сложил крылья, есть все шансы победить, пусть даже твой противник пользуется неограниченными властными ресурсами.

Олег Подгурский

Не сомневаться, не тормозить и не бояться, оценить обстановку, принять решение и двигаться дальше — это всё про Лидию Рожкову и про серебряное производство ВЕГА. Она хорошо ориентируется в пространстве ювелирного мира России и остро чувствует недостаток того или иного ингредиента в общей картине. Вспомним хотя бы, как на первой стадии ковидного кошмара, в каталоге ВЕГИ появились строгие по форме, каллиграфически выверенные изящные



Лидия Рожкова
владелец и руководитель
компании ВЕГА



Комплекты
СТОУНХЕНДЖ и МЕХИКО
из сборной коллекции
ТОТАЛЬНЫЙ ЦВЕТ



ТВОРЧЕСТВО В ГРАНИЦАХ ВОЛШЕБСТВА

Ученые шутят, что суть всей физики как науки состоит в том, чтобы наибольшее количество энергии запахнуть в наименьший объем.

Это утверждение можно впрямую отнести к творчеству вообще и ювелирному делу в частности. Приборов, способных измерить особую энергетику произведений искусства, пока не изобретено, но в том, что она существует, сомневаться не приходится. Иначе, скажите на милость, чем объяснить, что одно изделие может носиться годами, а другое, купленное под влиянием порыва или рекламы, потом ни разу не покинет шкапулку разочарованной владелицы.

Ювелирные украшения — это не только про мгновенный эффект, настоящий мастер стремится сотворить украшение, энергия которого не иссякнет за пару месяцев, а будет сохранять манкость многие и многие годы.

Украшения с маркой НЕВСКИЙ-Т копируют нечасто. И дело тут не в качестве самой художественной идеи. Любой, кто попытается повторить линии этих изделий, очень скоро будет озадачен одним не слишком приятным открытием: для того, чтобы сделать «всего лишь» копию, нужно постичь тайны преобразования серебра как материала и иметь такое же чувство гармонии, каким владеют Наталья и Татьяна Тарасовы. В противном случае получится «вроде бы так же, но не звучит». А у них — звучит! Тарасовы — своеобразные «небожители» ювелирного мира. Вот уж кто не будет подстраиваться под стилистику масс-маркета, чтобы сорвать лишний профит, выпуская то,



Татьяна и Наталья ТАРАСОВЫ — владельцы и главная творческая сила бренда НЕВСКИЙ-Т.



НЕВСКИЙ-Т
ЮВЕЛИРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО

что требует рынок, но не ложится на сердце.

Однако для искусных ювелиров необходимы искушенные ценители их мастерства. Возможно, поэтому произведениям Тарасовых порой проще попасть в экспозицию Государственного Эрмитажа, чем выигрывать конкурентный баттл на витринах с изделиями, производители которых не заморачиваются на совершенстве, зато хорошо разбираются в коммерции. Впрочем, ситуация неспешно, но уверенно поворачивается в сторону настоящих мастеров, драгоценный масс-маркет потихоньку поедает сам себя, а покупатели начинают разбираться в тонкостях ювелирного творчества. Специального образования тут не требуется, достаточно вкуса и внимания.

Что ни говори — времена меняются, а имена остаются.

Олег Подгурский

<http://nevsky-t.ru>



ФИЛЛАРТ. НЕЖНЫМИ РУКАМИ

Долгое время хэдайнером студии ФилЛарт была постоянно пополняемая коллекция BLACK&WHITE, но сейчас, когда город на Неве накрыла привычная осенне-зимняя мгла, а пейзажи города стали рисоваться исключительно белилами, мастера студии занялись «селекционной работой» с цветом.

Горячая эмаль – сложная ювелирная технология, хотя бы потому, что цвет, получаемый при обжиге стеклянной массы в печи, не терпит автоматизации и механизации. Ему подавай нежные руки, тонкую мягкую кисточку и желательно, чтобы подходов было несколько, тогда роспись будет расцветать нюансами, оттенками и полутонами.

АНЮТИНЫ ГЛАЗКИ, строго говоря, не являются новинками студии ФИЛЛАРТ. Прорисованным выверенным линиям дизайна уже несколько лет, мастер-модели не меняются... ну, почти... Однако практически ежегодно в каталоге студии появляются всё новые цветковые решения, которые пользуются неизменным вниманием поклонников творчества мастериц. Это как раз тот случай, когда трудности технологии превращаются в преимуществва: ювелир, исполнив свою часть работы, уступает место художнику, который создает полноценные оригинальные вариации украшений, которых никто не решится обвинить в скучной повторяемости.

Мир моды только кажется безбашенным и отвязным.

<http://filart.su>



Лариса Фролова и Филипп Колоницкий,
ювелирный бренд ФИЛЛАРТ



На самом деле за креативным фасадом маячит сосредоточенная и угрюмая фигура бизнеса. Она регулирует все – фасоны, изобразительные манеры, музыкальные стили и, разумеется, модные цвета. Дошло до того, что был учрежден целый институт, который с помощью команды ученых (британских?) раз в год вычисляет или назначает семь-десять цветов и оттенков, которым обязаны подчиняться те, кто на этом спектре собирается зарабатывать деньги. Конечно и мастера горячей эмали ориентируются на подобные «указания свыше», но иногда кажется, что прагматичный институт PANTONE нет-нет, да и посмотрит, что делают волшебницы цвета, чтобы выдать их решения за свои модные тенденции.

Олег Подгурский





Подвеска из коллекции «Драконы»,
артикул 1117п, серебро 925

Справедливости ради нужно отметить, что коллекция «Темный мистик» не новинка, и уже нашла своих почитателей, но именно в этом году ей предстоит обрести особую популярность, ведь украшения с символом года неизменно пользуются повышенным спросом. При этом изделиях из этой коллекции



Серьги из коллекции «Драконы»,
артикул 1854с, серебро 925

Дракон: мистический и прекрасный

Если вам не чужд мир символов и смыслов, то вы знаете, что в восточной традиции наступивший 2024 год является годом Зеленого Деревянного Дракона. Это таинственное существо наделено не только силой и могуществом, но и несет в себе невероятную харизматичность, стремление блистать и быть в центре внимания. Согласитесь, это стремление не чуждо и большинству любителей ювелирных украшений, для которых компания «ЯСПИС» создала оригинальную коллекцию «Темный мистик».



Подвеска из коллекции «Драконы»,
артикул 1694п, серебро 925, раухтопаз

суждено стать талисманами не только на ближайшие 12 месяцев – они будут любимы и желанны еще многие годы, и в этом нет никакой мистики, все дело в брутальном дизайне и качестве исполнения.

По словам директора компании «ЯСПИС» Ольги Красильниковой бренд делает ставку на оригинальные,



Серьги из коллекции «Драконы», артикул 1694С, серебро 925, прасиолит

выходящие из привычных стандартов вещи, благо сегодня покупатели осознали, что с помощью серебра могут не просто украшать себя, а создавать образы, транслировать миру свое настроение и даже мировоззрение.

Серебро – относительно недорогой и очень пластичный металл, с которым можно бесконечно экспериментировать. К тому же у «ЯСПИ-СА» есть собственный ограночный цех, что снимает многие преграды на пути реализации смелых идей в дизайне. Художникам не нужно подстраиваться под размеры и формы камней, имеющих на рынке, они могут позволить себе творческий поиск, отход от наскучивших канонов, совмещение разных технологий. Немаловажно что камни, прошедшие ручную огранку, становятся уникальными, ведь каждый из них пусть немного, но отличается от другого.

Возможность самостоятельно гранить камни позволяет применять в работах новые, не самые распространенные минералы. Например, в «ЯСПИСЕ» отошли от черного обсидиана для мужских печаток, потому что это уже весьма избитое решение. Они предлагают печатки с синтетическими рубином и александритом, раухтопазом, нефритом. Хитом на 23 февраля всегда становятся кольца с аметистом – камнем «трезвых решений».

Особое внимание стоит обратить на украшения с натуральным горным хрусталем ручной огранки – красивым, благородным камнем, идеально подходящим для ежедневной носки.

Недавно специалисты компании освоили новую технологию огранки – это сложная мозаика из нешлифованных граней, которые складываются в видимый «внутренний» орнамент любой сложности. В коллекции «Темный мистик» такие узоры в виде «креста» или «меча» украшают вставку, которую дракон крепко держит в лапах. Это придает и без того брутальным изделиям особую харизму и усиливает их символическое значение. Пожалуй, именно такие украшения лучше всего дарить в качестве оберега.

Впереди у нас череда праздников, в течение которых принято преподносить ювелирные украшения. Ассортимент изделий от «ЯСПИ-СА» настолько широк, что здесь найдется украшение для каждого: классические и авангардные, с сакральным смыслом и с юмористическим посылом – все для того, чтобы подобрать себе изделие для любого повода, наряда и настроения.



Колье из коллекции «Драконы», артикул 1852ко, серебро 925



<https://jaspis-spb.org>
<https://goldnet.market/brands/148>
 e-mail: jaspis91@mail.ru



А. К. Денисов-Уральский задает тему...

С 15 ноября по 8 декабря 2024 года пройдет выставка «Мастера России. Ювелирное и камнерезное искусство. Московский самоцветный фестиваль – 2024». Организаторами мероприятия выступают Компания «Клиоэкспо» (Москва) и Фонд развития художественной промышленности и ювелирного искусства (Москва).

Первый Московский самоцветный фестиваль состоялся весной 2023 года. Событие стало запоминающимся и значимым — как для самих участников, так и для многочисленных посетителей, многие из которых впервые познакомились с таким жанром как камнерезное искусство, восторгались мастерством отечественных камнерезов, благодарили за встречу с новыми талантами. Неподдельный интерес вызвала выставка «Мастера России» и в среде знатоков: коллекционеров, искусствоведов, музейных работников.

Московский самоцветный фестиваль-2024 продолжает свою миссию продвижения современных отечественных мастеров и пропаганды камнерезного и ювелирного искусства как составляющей нацио-



*Композиция «Георгий над Москвой»,
Классический ювелирный Дом «Лобортас»
(Тран-При 2023 г.)*

< В зале выставки



нальной культуры России. Он будет приурочен к юбилейным датам великого российского камнереза, живописца, минералога Алексея Козьмича Денисова-Уральского: 160-летию со дня его рождения и 120-летию его персональной выставки в Москве «Урал и его богатства».

Имя А.К. Денисова-Уральского, к сожалению, мало известно широкой публике. Отчасти причиной тому и его вынужденная изоляция в чужой стране во время революционных событий в России, и отсутствие прямых родственников, которые бы берегли и пестовали великое наследие мастера. Работы Алексея Козьмича точно представлены в музеях нескольких городов России, сложить об-



ADAMAS

БЕЛГОРОДСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД



ЗОЛОТО
585



серебро
925

ПРЕДЛАГАЕТ ПРОДАЖУ И ПРОИЗВОДСТВО КАРАБИНОВ
ИЗ ДАВАЛЬЧЕСКОГО СЫРЬЯ В ЗОЛОТЕ 585
И ПРОДАЖУ КАРАБИНОВ В СЕРЕБРЕ 925 ПРОБЫ
В РАЗМЕРАХ ML-10 И ML-20

БИКБАЕВА
АННА ИСКАНДЕРОВНА

+7 915 525 3019
BIKBAEVA@ADAMAS.RU



Фигурка «Мастер» – символ выставки

ший творческий портрет мастера рядовому зрителю довольно сложно.

Организаторы выставки «Мастера России. Ювелирное и камнерезное искусство. Московский самоцветный фестиваль – 2024» поставили перед собой задачу максимально приблизить творчество А.К. Денисова-Уральского к широкой аудитории, представить публике подлинные работы мастера.

Главным событием Фестиваля будет выставка «Мастера России», в экспозиции которой будут представлены ювелирные изделия, камнерезные работы, произведения, выполненные в технике флорентийской мозаики, коллекционные минералы, ограненные камни, предметы интерьера. С работами, присланными для участия в выставке, можно познакомиться заранее. Уже работает сайт «Мастера России», на котором представлены не только фотографии работ, но и полная информация об авторах. И это еще одна из задач проекта – максимально сократить

расстояние между мастерами и теми, кому адресованы их произведения, не только открывать новые таланты, но и помогать им находить свою аудиторию. Приятно отметить, что в нынешнем году среди участников выставки будут не только художники-ювелиры, мастера камнерезного дела и предприятия, работающие в этих направлениях, но и частные музеи.

Примерно за месяц до открытия выставки выйдет в свет каталог, в который войдут все работы, одобренные конкурсной комиссией для участия в выставке. В каталоге также будет предоставлена полная информация об авторах изделий. Это издание – отличный инструмент в рекламной работе для каждого мастера, кроме того – свидетельство достижений и уровня мастерства современных отечественных ювелиров и камнерезов.

Апофеозом выставки станет конкурс на лучшее изделие. Произведения будут оцениваться по 10 номинациям. Одна из них по традиции обращена к молодым авторам. Конкурсная комиссия предложила для них специальную тему: «Палитра Урала. Продолжение традиций уральских мастеров в современных произведениях ювелирного и камнерезного искусства». Молодые авторы не ограничены в художественных средствах и могут присылать на конкурс работы, выполненные и в нетрадиционных материалах.

Победителям будет вручен приз – он же и символ выставки – фигурка «Мастер» из уральских самоцветов. Ее второй год специально для «Мастеров России» изготавливает Ювелирный дом Moiseikin. Предполагаются специальные призы и от партнеров мероприятия – компаний «Клио» и «Камневеды».

Обширной и захватывающей обещает стать программа мероприятий Московского самоцветного фестиваля – это творческие встречи с признанными мастерами, искусствоведами, лекции о минералах, мастер-классы для детей и взрослых, показ документальных фильмов о поисках минералов и многое другое.

Если вы хотите стать участником выставки «Мастера России» – с условиями участия и всеми организационными материалами можно познакомиться на нашем сайте <https://masteraros.klio-art.ru/>.

Если же вы планируете прийти на нее как зритель – также следите за нашей информацией на сайте <https://masteraros.klio-art.ru/>! В ближайшем будущем будет доступен бесплатный пригласительный билет на выставку, а также полная версия всех запланированных мероприятий.



Каждое украшение **Fresh Jewelry** – это история, наполненная смыслом.

Fresh
JEWELRY

Это особый посыл и ответ на вопрос о поисках себя. Поэтому, расширяя ассортимент и работая над новыми коллекциями, мы так много внимания уделяем концептуальности. Что такое концепт? Это инновационные идеи, неповторимость, наполненность созидательным смыслом – всё то, чего так не хватает рутине и массмаркету.

Найдите свои украшения в наших новых ювелирных коллекциях!

Украшения из коллекций **Fresh Jewelry** – это маленькие драгоценные инструменты для исполнения ваших желаний. Быть не как все, быть собой, быть уникальной, единственной, неповторимой.

Быть оригиналом, а не копией. Возможно ли это? Да! **Fresh Jewelry** разбивает вдребезги все стереотипы, помогая женщинам найти себя и свой стиль, раскрыться и стать уверенной.



РЕКЛАМА

🌐 info@freshj.ru

☎ +7(968)444-13-13
+7(980)000-20-04

📱 jewelry.fresh

📍 г. Москва,
Ленинский пр-т, д. 154

Fresh Jewelry на выставке
«JUNWEX-Петербург»:
Экспофорум, стенд G-700

Делай, что должно...

12 декабря 2023 года в Петербурге состоялось знаковое событие. Благодаря усилиям двенадцати благотворителей на кладбище Воскресенского Новодевичьего монастыря Санкт-Петербурга была закончена реконструкция памятника главного мастера-ювелира дома Фаберже Михаила Перхина и восстановлена могила его жены Татьяны.

Имена этих героев нашего времени:

Горыня Александр Сергеевич (ГРИНГОР)
Голощанов Константин Вениаминович
(Музей христианской культуры)
Жердев Сергей Альбертович (ПРИМОССА)
Иванов Владимир Алексеевич (ВИП-2000)
Иванов Александр Николаевич (Музей Фаберже в Баден-Бадене)
Куколевский Сергей Владимирович (ЦИРКОН-С)
Мазурчик Станислав Владимирович (ГРАНТ)
Маслов Кирилл Владимирович (ФИТ)
Матросов Виктор Николаевич (АРИНА)
Скурлов Валентин Васильевич (историк ювелирного искусства, ученый секретарь Мемориального фонда Фаберже)
Стрелков Михаил Петрович (SANIS)
Филимонов Леонид Борисович (ЕЛИЗАВЕТА)

У каждого из благотворителей своя история, свой путь, приведший его в ювелирное сообщество. В бизнесе они могут быть конкурентами, но есть особенность, которая их объединяет: для наших героев изречение Михаила Ломоносова: «Народ, не знающий своего прошлого, не имеет будущего», не просто слова, а руководство к действию. Что может быть важнее? Благодаря таким людям, их складу ума в нас всех живет вера в будущее, прекрасное будущее вопреки всем сложностям мира. И речь идет не только о судьбе ювелирного дела, а об обществе в целом. Поскольку из кирпичиков таких «малых дел» и строится великое будущее...



Государственное разрешение на восстановление было получено в 2010-м году, отмеченным важными событиями – 150-летним юбилеем со дня рождения Михаила Перхина и учреждением памятного знака «Орден Михаила Перхина».

В следующем, 2011-м году были собраны средства на реконструкцию, проведена реставрация могилы М. Перхина и установлен памятник. В сентябре 2023 г. сотрудники Новодевичьего кладбища сообщили, что могила Перхина имеет право быть расширена до изначального размера. А.С. Горыня обратился к ювелирам с просьбой помочь в осуществлении этого благородного дела. В результате собранная сумма позволила не только отреставрировать могилы Михаила Евлампиевича и его семьи, ее хватило на уход за могилами на следующее двадцатилетие.

Деятельное участие в разработке проекта приняла администрация мемориального кладбища в лице М.В. Щербакова. В оформлении надгробной плиты и памятника, проект которого был разработан специалистами мемориального кладбища совместно с А.С. Горыней, нет ничего случайного. Гранитный валун, на котором установлен крест, доставлен из Карелии, места рождения М.Е. Перхина. Табличке из мансуровского гранита, инкрустированной в карельский, мастера Серафимовского кладбища придали форму яйца. Это не только напоминание о том, что в мастерской Михаила Перхина были выполнены 28 императорских пасхальных яиц, но также о том, что яйцо в христианской традиции символизирует Воскресение, победу жизни над смертью...

И весьма символично вышло, что 12.12 в 12–00 у памятника великому ювелиру 12 благотворителей соединили прошлое с будущим. Продолжатели дела Перхина, наши современники, реконструировав памятную могилу, ответили на гамлетовский вопрос «Распалась дней связующая нить, как мне обрывки их соединить?». Все очень просто: ежедневно, по ниточке, невзирая на трудности, продолжать ткать вечное непрерывающееся полотно жизни...

Фонд, направленный на сохранение истории для увековечивания памяти выдающихся ювелиров открыт для всех, кто готов поддержать его деятельность и будет рад принять в свои ряды новых благотворителей.



goldnet.market

**Сканируйте QR
и начинайте продавать!**



**Выставка «JUNWEX-Петербург»,
КВЦ «Экспофорум», пав. G, стенд 811**

«Ювелирочка» запустила розничную сеть UVI-Ювелирочка: концепция и дизайн

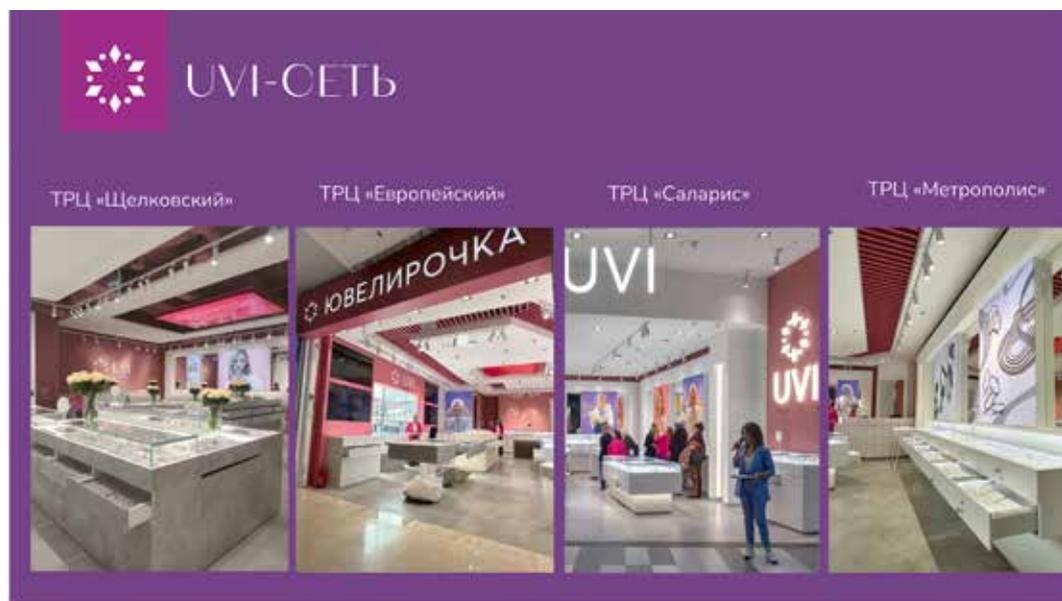
Группа компаний UVI-JEWELLERY, в состав которой входят телеканалы «Ювелирочка» и UVI TV Turkey, запустила собственную розничную сеть «UVI-Ювелирочка». За последние три месяца компания уже открыла в Москве четыре розничных точки, три из которых — крупные бутики и один фирменный отдел формата «остров».

Формирование бренд-бука проекта и его реализацию поручили известному в ювелирной ритейл среде дизайн-бюро «Синица».



Архитекторы проекта при реализации нового объекта сделали привязку к квадратной, необычной для современных торговых центров форме торговой площадки. Был также учтен тот факт, что оформление интерьера должно быть универсально и предусматривать трансформации под разные сетевые форматы.

Помещение первого магазина в ТРЦ «Щелковский», послужившее отправной точкой для планирования всех дальнейших торговых пространств, практически не имело никаких недостатков: идеальная площадка для первого запуска. Главная задача, стоявшая при проектировании



интерьера: соблюсти баланс вкусовых предпочтений разных возрастных категорий покупателей. Нужно было привнести дерзость, яркость и смелость, но при этом сохранить спокойствие и сдержанность. Другими словами, привлечь внимание молодой аудитории и не отпугнуть зрелую. Задача, казалась бы, противоречивая, но достижимая. Дизайнерам удалось этого достичь за счет игры форм и цвета. Парадокс минималистично-звонкого интерьера решен путем создания в шоу-румах атмосферы легкой небрежности, достичь которой в ювелирном ритейле крайне сложно. Слишком тонкая грань между демонстративной небрежностью и непреднамеренной неряшливостью.

Самыми эффектными деталями в интерьере стали вертикальные зеркала в нишах с подсветкой и центральная тумба на входе с подиумом-подставкой, стилизованным под натуральную необработанную структуру камня. Стараниями специалистов, работающих над проектом было найдено решение, не предполагающее точной привязки к стенам и потолкам, а гибко приспосабливающееся к разным пространствам. Чтобы создать тактильное разнообразие, в отделке мебели дизайнеры намеренно использовали разные материалы – керамогранит, валькромат, шпон. Достаточно смелыми и новыми оказались и цветовые решения интерьера. Архитекторы ориентировались на фирменную палитру бренда – но выбрали цвет, более сдержанный, создающий правильный баланс между современностью и классикой. Остановились на колоре, именуемом «пыльная роза», уравновесив его светло-серыми цветами-компаньонами.

Самый заметный и превалирующий над остальными акцент в интерьере – инсталляция на потолке в виде огромного кристалла ярко-розового цвета, которая зримо отражает основную концепцию бренда, профилирующего на украшения с различными драгоценными и полудрагоценными камнями.

Еще один акцент, не встречаемый прежде ни у одной сети – тумбы на каменном основании. Архитекторы несколько раз приезжали лично выбирать камни, консультировали подрядчиков, занимающихся производством мебели для нового магазина.

«В ювелирном ритейле очень много мебели и это требует от архитекторов очень вдумчивого почти конструкторского подхода, – прокомментировал Исполнительный директор



UVI-JEWELLERY Станислав Никольский, – и я считаю, что наши партнеры бюро «Сорока» успешно справились со всеми поставленными перед ними задачами».

«Две вещи можно считать большой удачей в интерьере новых шоу-румов UVI – технологичность «оболочки», которую удастся встроить в любую торговую площадь, невероятную гибкость и сохраненную при этом «звонкость», – сообщила главный архитектор проекта Анастасия Колчина, – мы очень гордимся цветом, интерьер не похож ни на одного из конкурентов и на другие проекты в целом, и очень нравится разным группам покупателей».

КОЛЛЕКЦИИ

Серебро обладает редким для драгоценных металлов достоинством – демократичностью: из него с равным успехом изготавливают и роскошные украшения, и вполне утилитарные предметы – столовые приборы, посуду, ювелирную пластику. При этом серебро никогда не теряет своего благородства.

Серебряные мелодии



НЕВСКИЙ-М. Кольцо «Забава». Серебро, фианиты; авторы и мастера-ювелиры: Тарасова Т. Ю., Тарасова Н. Ю., 1996



ЦИРКОН-С. Кольцо, серебро, арт. 0260к

Более того, остается самым модным металлом, ведь именно его – ковкий и доступный материал – дизайнеры предпочитают, чтобы экспериментировать, создавая остро модные коллекции. Вы никогда не найдете столь рискованных и безудержных пластических решений в золоте или платине.

Впрочем, даже у изделий, выполненных в традиционной манере, есть способность создавать особый стиль: одно серебряное украшение может подчеркнуть индивидуальность так, как это



ВЕЛА. Кольцо «Рококо» из коллекции «Солнечный Ветер»



Fillart. > Серьги-подвески «ДНК Петербурга», авторы: Колоницкий Ф. А., Фролова Л. В.



ММ Jewels. Кольцо из сета «Вышивка», автор и мастер-ювелир Пичкалова С. В.



340 «Красная Пресня». Брошь, арт. 1387808D7



ИОРДАНЬ. >

Подвес «Имени Любви», авторы: Синенко Л. А., художник Блинова О.



< ТРИНИОП. Кольцо, серебро, нанокристалл сапфировый, фианиты, арт. 67596245

не сделают груды золота. Кстати, вы заметили, что серебро – единственный драгоценный металл, которого не бывает много? Наоборот, здесь изобилие только приветствуется! Важно, что при этом вы не рискуете выглядеть вульгарно. Более того, чем больше у вас украшений из серебра, тем больше шансов выглядеть стильно, эффектно, привлекательно.

О ЮВЕЛИЯ



Ювелирное изделие как синоним искусства

Авторское ювелирное искусство невозможно определять обычными ювелирными категориями. Несмотря на то, что порой предметы авторского искусства могут заигрывать с миром моды и роскоши, в первую очередь, это независимые, полноценные произведения искусства. Они рождаются из встречи мысли автора и материала, жеста и инструмента. О месте художника-ювелира в современном мире мы решили побеседовать с **Верой Николаевной Наумовой** – художником конструктивно-пластического направления.



Брошь из серии украшений «Мира в квадрате». 1988; сталь, латунь, бумага. Из коллекции Всероссийского музея декоративного искусства

Вера Николаевна окончила Красносельское училище художественной обработки металлов в 1973 году, с 1974 года – постоянный участник многих российских и международных выставок ювелирного и эмальерного искусства, с 1989 года – член Союза художников. Ее работы представлены во Всероссийском музее декоративно-прикладного и народного искусства (Москва), в Государственном музее-заповеднике «Московский Кремль», Государственном Эрмитаже, Калининградском областном музее янтаря, музее Лотоя (Барселона).

– **Вера Николаевна, как бы Вы определили предназначение авторского ювелирного искусства?**

– На мой взгляд, речь нужно вести скорее об авторском искусстве металла вообще. Объекты авторского искусства должны соответствовать нашему быстроразвивающемуся лаконичному, умному, рациональному времени. Ювелирные ретро-украшения, которые мы ценим, отдавая дань искусству прошлых веков, строго говоря, интересны лишь в историческом контексте. По моему мнению, работы, создаваемые

современными художниками, должны быть частью современного мира, частью современного пространства, частью современного костюма. Начиная с 1960-х годов ювелирные изделия вышли за рамки концепции модного аксессуара и стали восприниматься как произведение искусства, как открытая возможность представить миру иной, более свободный образ мышления. Искусство – это игра с цветом, формой, фактурой, звуком... Но эта игра заставляет людей думать и развиваться, раскрывает смысл нашего существования... На мой взгляд, предметы искусства являются доказательством того, что мир намного глубже, чем мы думаем.

В словосочетании «авторское ювелирное искусство» ключевое слово – авторское. Речь идет не о мастерстве, хотя это важная часть, безусловно. Предмет авторского ювелирного искусства – это, прежде всего, воплощенная в материале некая идея художника. При ее выражении художник волен использовать любой материал: золото, титан, дерево, бумагу или фарфор – это неважно. В творчестве автора могут огра-

ничивать лишь технические возможности выбранного для работы материала.

– Насколько важно автору быть понятным зрителем?

– У каждого художника свой взгляд, я могу лишь высказать свою точку зрения. В любом предмете ювелирного или иного вида искусства нет и не может быть ничего случайного. Каждая работа наполнена смыслом, историей, это плод размышлений художника на волнующую его тему. Этот критерий выделяет авторскую работу из тиражного ювелирного изделия. Автору не нужно думать, как его работу воспримут другие люди. Чем больше мнений, тем интереснее. При участии в тематических выставках и конкурсах я стараюсь раскрыть заданную организаторами тему, но как отнесется к моей работе после ее завершения зритель, поймет ход моих мыслей или нет, на это я не могу повлиять. Для меня важен замысел и процесс воплощения.

И я думаю, что в искусстве важнее то, что художник хочет выразить, а не то, что хочет услышать или увидеть публика. И очень важно, чтобы художники пытались выразить уникальные идеи, о которых их аудитория не думала...

Нагляднее всего будет показать на конкретном примере. В 2021 году я приняла участие в Пятом Всероссийском конкурсе авторского ювелирного и камнерезного искусства в Калининграде, тема которого – «Город».

Я представила на суд жюри две работы. Брошь-знак в форме треугольника назвала «Город у моря». В этой работе я вела диалог со зрителем о необходимости рационального и бережного отношении города к морю, об особом союзе двух, кажущихся на первый взгляд, разных формаций. Янтарь воплощает море, металл – город. Форма броши – треугольник – привычный каждому горожанину стандартизированный элемент городской среды. Это предупредительный знак, предостерегающий о возможных опасностях.



Брошь «Траектория движения». 2020; мельхиор, сталь, серебро, янтарь. Из коллекции Калининградского областного музея янтаря

Галина Николаевна Габриэль, председатель жюри Пятого Всероссийского конкурса авторского ювелирного и камнерезного искусства в Калининграде «Город» (2021) о работе Веры Николаевны Наумовой: «Гран-при конкурса жюри практически единогласно присудило броши «Траектория движения» Веры Наумовой из Санкт-Петербурга – потрясающе выразительной в пластическом и конструктивном решении, с четко найденными ритмическими соотношениями

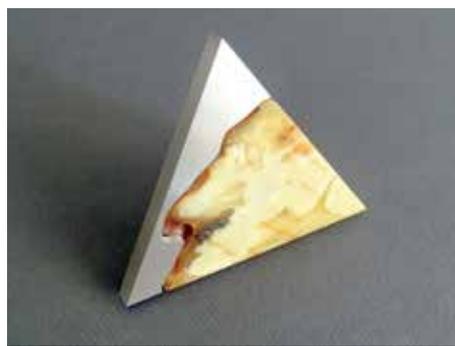
общей формы и деталей. Стилистика этой вещи безупречна, технологическое воплощение точно соответствует концепции вещи, мастерство исполнения – на высочайшем уровне».



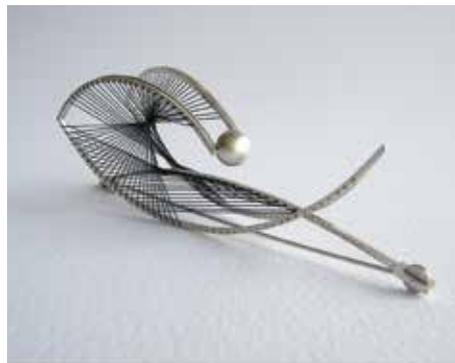
В работе «Траектория движения» (Гран-при конкурса) старалась заложить возможность предполагаемого движения или изменения ситуации (несмотря на статичность объекта). Стояла задача сохранить ощущение легкости восприятия, легкости изготовления. Для меня особенно важно, чтобы не было видно так называемой ювелирности – в данной работе она мешает восприятию идеи. Эта работа сделана в форме стремительно движущейся лодки или стрелы – каждый может придумать свою историю...

– Есть ли связь между авторским искусством и промышленным ювелирным дизайном?

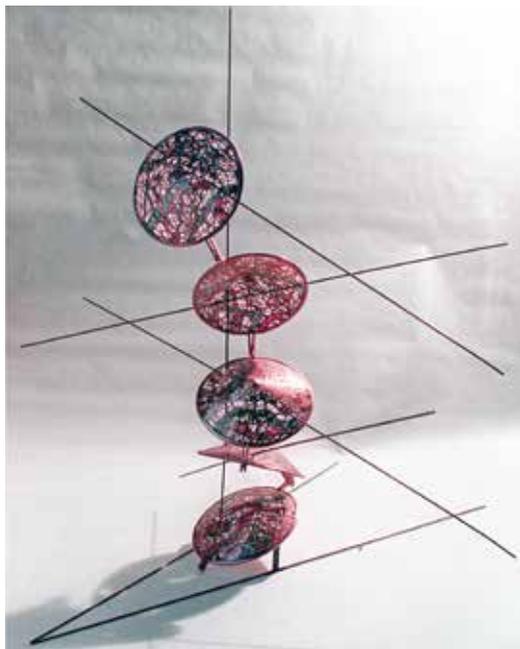
– Хотелось бы в это верить. Во всяком случае, когда мои (и других ювелиров) работы приобретают в свои коллекции музеи, приходит понимание, что пришло время говорить об авторском ювелирном искусстве как о серьезном виде искусства, которое вводит новые интерпретации традиционных технических навыков, переосмысливает то, что принято считать «драгоценностью». Большую роль в развитии авторского ювелирного искусства играет профессионализм искусствоведов, работающих в этой области. Значительный вклад в развитие современного художественного металла вносят Ирина Юрьевна Перфильева, Галина Николаевна Габриэль, Андрей Акимович Гилодо, который на протяжении многих



Брошь «Город у моря». 2021; серебро, энтарь. Из коллекции Калининградского областного музея энтарь



Брошь из серии украшений «Самоборона». 2011; серебро, сталь. Из коллекции Государственного Эрмитажа



Объект «Мира для снамского кота». 1993; медь, латунь, витражная эмаль. Из коллекции музея «Летойя», Барселона

лет организовывал важные для художников-ювелиров выставки во Всероссийском музее декоративного искусства.

Говоря об искусстве и дизайне, мне думается, разумным привести пример взаимосвязи фундаментальной и прикладной наук. Предназначение фундаментальной науки (в нашем случае авторского ювелирного искусства) заключается в расширении человеком понимания возможного, в создании концепций, практическая применимость которых в данный момент неочевидна. Как правило, практическое применение результатов фундаментальных исследований приходит спустя значительное время, и разработкой методов для решения практических задач занимается прикладная наука (в нашем случае дизайн). Важным является и то и другое. Современное ювелирное искусство в широком понимании предоставляет человеку свободу – как тому, кто его создает, так и тому, кто его носит...

Беседовала Татьяна Самойлова

Расширяем ассортимент!

ВСЕ ОГРАНКИ БРИЛЛИАНТОВ, МУАССАНИТОВ

в интернет-магазине

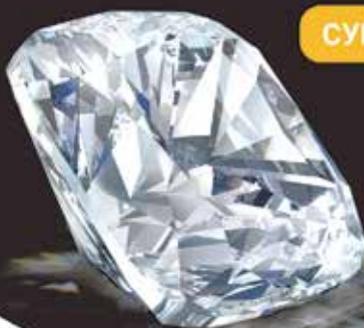
SHOP.CRYSTALIT.RU

PREMIUM
gemstones™

Лабораторные бриллианты

100% БРИЛЛИАНТЫ

СУПЕР-НОВИНКА



PREMIUM ZIRCONIA

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

Подпишитесь и узнайте
о новых поступлениях
в Telegram-канале

8 800 200 22 28
www.crystalit.ru



@CRYSTALITCORP



WhatsApp чат
с менеджером

Зеленые алмазы — красивая загадка



ГЕММОЛОГИЧЕСКИЙ
ЦЕНТР МГУ

Геммологам известны алмазы самых разных цветов: розовые, голубые, желтые, черные, красные и многие другие. Сегодня мы поговорим про зеленые алмазы. Определение природы цвета большинства алмазов не составляет трудности для современной геммологической лаборатории, но в случае с зелеными алмазами можно отметить большую неоднозначность в этом вопросе, и ее не всегда легко разрешить.

В Геммологическом Центре МГУ мы исследовали необычный экземпляр: бриллиант огранки маркиз весом 1.01 карат редкого насыщенного желтовато-зеленого цвета. Камню были присвоены характеристики: Fancy Deep Yellowish Green / SI1.

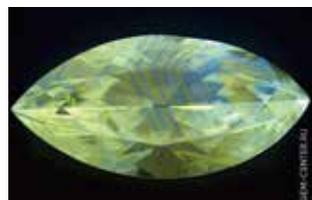
После однозначного заключения о природном происхождении камня основным вопросом было определение происхождения его столь редкой окраски. Цвет бриллианта исследовали с помощью спектрометрических методов, в том числе при температуре жидкого азота. Помимо N3-дефектов, исследование показало наличие в образце структурных дефектов N3 и центров окраски, связанных с примесями водорода и никеля.

Данный бриллиант характеризуется цветовой и ростовой зональностью. Особенно ярко полосчатый рисунок проявляется при изучении в ультрафиолетовом диапазоне Deep UV: различные зоны камня имеют желтое и голубое свечение. При этом зоны с желтой флюоресценцией характеризуются преимущественно N3-дефектами, а зоны с голубым свечением – N3-дефектами.

Характер зональности в данном образце указывает на процессы частичного травления в постростовой период алмаза. Кроме того, перераспределение примесных атомов и вакансий может быть признаком природного отжига после формирования кристалла.



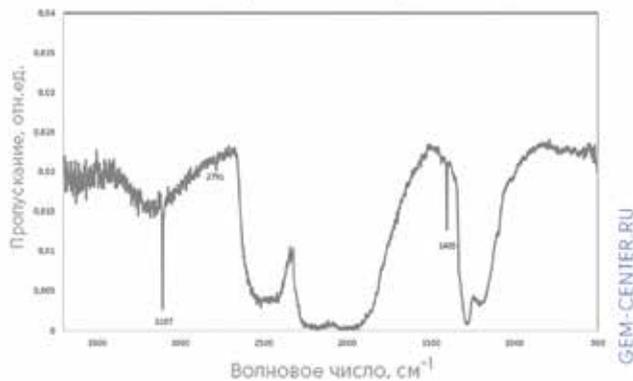
Флюоресценция излученного зеленого бриллианта в длинноволновом диапазоне.



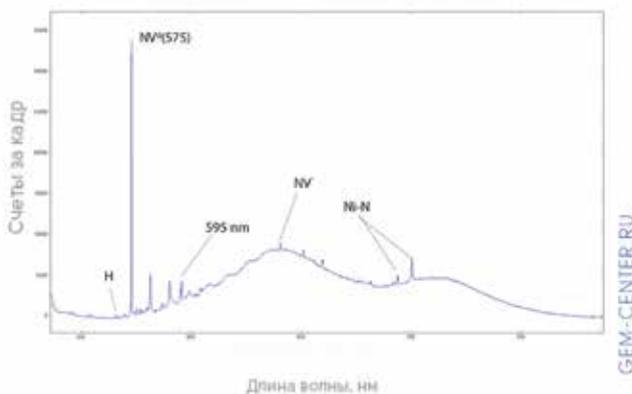
Полосчатый характер флюоресценции излученного зеленого бриллианта в Deep UV диапазоне.

В спектре люминесценции алмаза удалось обнаружить линию 883 нм, связанную с присутствием никеля. С помощью прибора AVRORA DIAMOND INSPECTOR-S1 в желтых и голубых зонах обнаружены различные концентрации дефектных центров. В областях с преимущественно голубой люминесценцией хорошо проявлены линии N3, N3 и Ni. В желтых областях линии 415 нм полностью перекрывает мощная широкая линия N3, но остаётся линия Ni. В ИК-диапазоне был зафиксирован пик при 3107 см⁻¹, что соответствует примесному водороду. Это подтверждает, что водород и никель одновременно присутствуют в качестве примесей в данном алмазе. Соответствующие линии поглощения были зафиксированы также в видимой области.

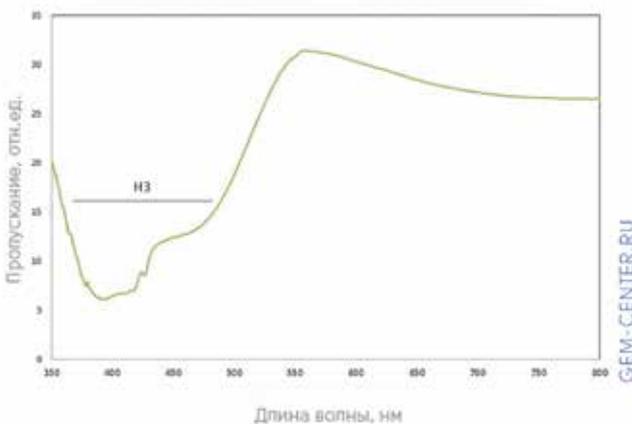
ИК-спектр зеленого бриллианта



Спектр фотолюминесценции при температуре жидкого азота (LNT)



Оптический спектр зеленого бриллианта



Алмазы чистого зеленого цвета высокой насыщенности очень редки и по некоторым данным составляют не более 0,4% всех исследованных геммологами камней. Более распространенным случаем является смешивание зеленого цвета с другими – голубым, желтым, серым, коричневым. Зеленые кристаллы обнаружены как в первичных месторождениях, так и во вторичных аллювиальных россыпях. Основными странами, где добываются такие редкие алмазы, являются Бразилия, Гайана, Венесуэла, Зимбабве, ЮАР. Большая часть найденных экземпляров окрашена поверхностно и при огранке частично или полностью теряет зеленый цвет. В России зеленые алмазы встречаются и в месторождениях Якутии, и в Архангельской области. На территории Архангельской алмазоносной провинции были обнаружены трубки с относительно большим содержанием зеленых

алмазов. В одной из шести кимберлитовых трубок месторождения имени М.В. Ломоносова, дающего кристаллы розового и фиолетового цвета, также были обнаружены зеленые алмазы (трубка Карпинского-2). Для зеленых алмазов с центрами окраски других типов более типичны желтые и серые дополнительные оттенки.

Геммологам известны 4 типа структурных дефектов, присутствием которых объясняется появление зеленого оттенка в кристаллах. Обычно в природном алмазе присутствует сразу несколько типов структурных дефектов, и лишь некоторые из них имеют преобладающую роль в формировании цвета кристалла. Наиболее распространенной причиной являются центры GR1, представляющие собой вакансии, сформированные за счет радиационного воздействия на кристалл. Подобные центры могут быть образованы искусственным облучением, но и в природе встречаются источники излучения в непосредственной близости от алмаза. Алмазы, окраска которых вызвана центром GR1, обладают наиболее чистым оттенком зеленого, но часто имеют и голубоватый нацвет. Для зеленых алмазов с центрами окраски других типов более типичны желтые и серые дополнительные оттенки. Дефекты GR1 чувствительны к нагреванию: даже непродолжительное воздействие температуры около 600 °С может спровоцировать миграцию вакансий и необратимое изменение оттенка цвета.

Второй по распространенности механизм образования зеленого цвета в алмазе – формирование H3-дефектов, образованных двумя атомами азота и вакансией. H3-дефект обычно возникает при воздействии радиации и последующем нагреве выше 600 °С алмазов, со-

державших парные атомы азота (А-центры). Вакансии, возникшие в результате радиационного повреждения, при нагревании мигрируют и соединяются с парными примесями азота, образуя N3-дефект. Однако он может формироваться не только в ходе природного отжига, но и в результате термообработки в лабораторных условиях. В отличие от GR1, N3 производит зеленый цвет за счет излучения света (люминесценции), а не поглощения. N3 поглощает свет в синей части видимого спектра (ZPL при 503,2 нм с соответствующим широким поглощением от 420 до 500 нм), тем самым формируя в алмазе желтый цвет. Когда N3 поглощает видимый свет, он одновременно излучает зеленую люминесценцию. При этом высокие концентрации А-дефектов подавляют этот эффект, но иногда алмазы с большой концентрацией N3-центров и малым содержанием азота могут характеризоваться достаточно сильной зеленой люминесценцией и желто-зеленым цветом.

Дефекты, связанные с присутствием примесей водорода и никеля, редки в алмазах, но также могут являться причиной зеленой окраски. Атомы водорода обычно присоединяются к N3-дефектам (трех атомов азота с вакансией). Предполагается, что в случае, когда один атом водорода насыщает одну из четырех связей четырех углеродных атомов, окружающих вакансию, возникает дефект VN1. В ИК-диапазоне можно обнаружить линии, связанные с примесным водородом, наиболее распространенная из них – 3107 см⁻¹. С наличием этой примеси также связаны необычные включения в зеленых алмазах – концентрированные в виде облаков мелкие частицы пока неопределенного состава, зафиксированные практически

во всех алмазах с водородом. Стабильность центров окраски, связанных с водородом, при нагревании пока спорна, но в некоторых исследованиях они считаются устойчивыми до температуры 2000 °С.

Наиболее редким дефектом в алмазах являются примесные атомы никеля. Радиус атома Ni намного больше, чем у углерода, и ему сложно «поместиться» в плотной упаковке кристалла алмаза. Высокие концентрации дефектов, связанных с примесью никеля, отмечаются реже, чем другие дефекты, и являются причиной окраски менее 1% всех зеленых бриллиантов, когда-либо исследованных геммологами. Дефекты никеля обычно сочетаются с азотными, водородными и другими дефектами в алмазе, что подтверждается поглощением в видимой области. Различные азотные и азотно-вакансионные центры могут поглощать в синем диапазоне видимого спектра, а поглощение, связанное с Ni, проявляется в виде широкой полосы примерно от 620 до 710 нм с центром около 690 нм.

Обычно поглощение азота сильнее, чем поглощение Ni-центров, в результате чего алмаз в итоге становится желто-зеленым. Происхождение полосы Ni, формирующей окраску, неизвестно, но по структуре она очень похожа на боковые полосы поглощения, связанные с другими дефектами, такими как N3 и N3. Стабильность центров окраски, связанных с никелем, пока недостаточно исследована. Появление Ni-центров связывают с ультраосновными обстановками формирования алмаза.

Описанный нами бриллиант интересен не только тем, что имеет природную зеленую окраску в объеме камня, но также и редкостью обуславливающего ее механизма – сочетания водородных и никелевых центров окраски. Зеленые бриллианты являются для многих привлекательным приобретением, но не стоит забывать о методах облагораживания по цвету, широко применяемых для алмаза. Некоторые центры окраски, особенно GR1, могут быть получены путем облагораживания, что надежно диагностируется только с помощью аналитических методов. На это стоит обращать особое внимание при покупке зеленых бриллиантов, ведь разница в стоимости камня природного цвета и окраски, полученной путем облагораживания, может быть колоссальной.



Статья подготовлена
сотрудниками
Геммологического Центра МГУ:
Савина Елизавета,
Мищенко Валерия,
Яковлева Ольга,
Алексеева Анна,
Серова Мирослава,
Столяревич Александр,
Шелементьев Юрий

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 «JUNWEX ПЕТЕРБУРГ», Экспофорум, пав. G, стенд G-102



ПРОМЫШЛЕННЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ



СЕРИЯ
РГ

ГАЛТОВОЧНЫЕ СТАНКИ

СТАНДАРТНАЯ КОМПЛЕКТАЦИЯ:

- СТАНОК С ОДНИМ КОНТЕЙНЕРОМ ДЛЯ ПРОЦЕССОВ ВЛАЖНОЙ ИЛИ СУХОЙ ГАЛТОВКИ
- ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННАЯ СИСТЕМА ЗАЗОРА С ИЗНОСОСТОЙКИМ КЕРАМИЧЕСКИМ КОЛЬЦОМ
- КОНТРОЛЛЕР ПРОЦЕССА ОБРАБОТКИ (ПРОИЗВОДСТВО ОВЕН ПРОМ, РОССИЯ): ДИСПЛЕЙ 2,4" ОТОБРАЖАЕТ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ ОБРАБОТКИ (МАКС. 10 Ч), СКОРОСТЬ, ОШИБКИ В ПРОЦЕССЕ ОБРАБОТКИ (ОТСУТСТВИЕ ВОДЫ И ПЕРЕГРЕВ БАРАБАНА)
- ФУНКЦИЯ СТАРТ/СТОП ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ ПРОГРАММЫ ОБРАБОТКИ
- ДОЗАТОР РАБОЧЕЙ СМЕСИ

**СДЕЛАНО
В РОССИИ**

МОДЕЛЬ	РГ 18	РГ 50
ОБЪЕМ БАРАБАНА	18 Л	50 Л
ДИАМЕТР БАРАБАНА	330 ММ	485 ММ
ГАБАРИТНЫЕ	720 X 910 X 1520 ММ	900 X 1050 X 1610
ВЕС	ПРИМ. 130 КГ	ПРИМ. 180 КГ
ПОТР. МОЩНОСТЬ	1,2 КВТ, 230 В	2,3 КВТ, 230 В

РОССИЯ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ЦВЕТОЧНАЯ УЛ., Д. 25

ТЕЛ.: (812) 336-39-46 | E-MAIL: INFO@PROMTEHSPB.RU | WWW.PROMTEHSPB.RU |

ПОСТАВКА ЮВЕЛИРНОГО ОБОРУДОВАНИЯ И ИНСТРУМЕНТА



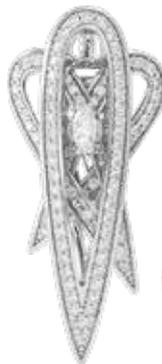
VC650V

РЕКЛАМА

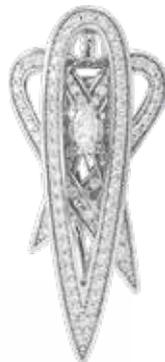
SJT-K.RU
PROMTEHSPB.RU



< Ювелирные традиции, Кострома. гарнитур «Авеню». Белое золото, турмалины. Фото MINWEX



Per Sempre, Москва, серьги из коллекции Orient Express. Автор: Королев С. Фото MINWEX



Далеко не каждая ювелирная компания может похвастаться тем, что вписала свое имя в историю ювелирной моды. Американцу Дэвиду Беле (1863–1933) это удалось. С ювелирными изделиями основанной им фирмы Belais Manufacturing Co. тесно связана история белого золота. Нет, он не изобрел этот вид золота, но придуманная и воплощенная им в жизнь маркетинговая стратегия, по сути, и сделала белое золото популярным. Причем настолько, что с конца 1910-х и до начала 1920-х годов белое золото являлось синонимом торговой марки Belais.



Riadet, кольцо из коллекции «Средиземноморский сад», белое золото, разноцветные шпинели, бриллианты, 2014

Как стало популярным белое золото



Платина, Санкт-Петербург. Предметы из коллекции «Водопад». Белое золото, бриллианты

Период от начала XX века до начала Первой мировой войны в 1914 году обычно называют эдвардианской эпохой – по имени короля Великобритании Эдуарда VII, скончавшегося в 1910 году. Во Франции с начала 1890-х этот период называется La Belle Époque. Для Европы и США это был век показной роскоши и расточительности. В это время именно платина выражала вкус, материальное и общественное положение владелицы. Поэтому украшения из платины – исключительно статусная вещь в те годы. Но начало Первой мировой войны побудило металлургов начать поиск замены редкому и дорогому металлу. Формулу белого золота начали выводить еще в 1800-х годах, но серьезный толчок к созданию работоспособного заменителя платины начался только после августа 1914 года, когда мир изменился навсегда.

В 1915 году Карл Рихтер из Пфюрцхайма подал заявку на получение первого коммерческого патента на белое



 Лампа промышленного класса, отличное шумоподавление, обеспечивает достоверность данных

 Светодиодный источник холодного света, срок службы до 30 000 часов

 Встроенный автоматический поворотный стол, предназначенный для быстрого и эффективного сбора данных

 Высокоскоростная промышленная камера со стабильными объективами, гарантированно обеспечивающими высокое качество

 Удобное программное обеспечение, экспорт в CAD/CAM, высокая совместимость

 Компактная, легко монтируемая аппаратура, удобная для транспортировки

Технические характеристики:

Разрешение сенсора	6 300 000 пикселей
Источник света	Синяя светодиодная решетка
Поворотный стол	Интеллектуальная двухосевая система управления
Диапазон однократного сканирования	100x80 мм
Точность сканирования	<=0.01 мм
Скорость сканирования	<=0,6 сек
Питание \ Интерфейс	USB 3.0 \ 12В, 6А
Пересканирование с нескольких углов	Поддерживается
Многократное сканирование	Поддерживается
Плоскостная фильтрация	Регулируемая высота фильтрующей плоскости
Глобальная регистрация	Корректировка глобального механического отклонения
Проверка результата	Автоматическое согласование характеристик / выбор точек в ручном режиме
Формат данных	STL 3D формат без потери качества (Lossless)
Габариты	331 (длина) * 317 (ширина) * 465 (высота) миллиметров
Вес	15 Кг



*Империял, Кострома.
Кольцо с турмалинами
и бриллиантами «Лотос».
Фото IJNWX*

иметь внешний вид платины и которое можно будет использовать в качестве ее заменителя, особенно в ювелирной торговле. Сплав состоит из золота, цинка и никеля», и которое «будет более похоже на платину, будет более ковким и пластичным, чем любое белое золото, ранее использовавшееся для этой цели».

Очевидно, что наличие патента недостаточно для вывода белого золота на розничный ювелирный рынок. Дэвид Беле, уже зарекомендовавший себя как ведущий дизайнер ювелирных изделий в Нью-Йорке, запускает мощную рекламную кампанию по продвижению нового сплава белого металла. В начале и середине 1920-х годов Беле размещал большое количество рекламы в торговых и светских журналах Нью-Йорка.

Он размещал рекламу в отраслевом журнале американского ювелирного бизнеса The Jeweller's Circular, а также в журналах Orium Theater и American Theater, The Rotarian и даже Popular Mechanics (блестящий ход!). Рекламные объявления «Беле покупают там, где ценят качество» и «Сделано Беле, значит сделано хорошо» привлекли должное внимание. Эта рекламная кампания была

золото, но война сорвала усилия Рихтера по дальнейшему развитию этого сплава для коммерческого использования.

Дэвид Беле был следующим, кто пропагандировал коммерческое использование «улучшенного заменителя платины». В 1917 году он подал патент США № 1 584 352 на «белое золото, которое будет



*RoseGrace, Кострома. Браслет Grace.
Автор: Аханова С. Э., Мастер-ювелир:
Зверев И. А., Маннев К. М. Фото IJNWX*

< Ювелирные традиции, Кострома. Подвес из коллекции «Осколки айсберга». Белое золото, танзаний, бриллианты. Фото IJNWX

настолько мощной, что термин Belais стал синонимом белого золота. И в дальнейшем розничные торговцы рекламировали украшения из белого золота как «изготовленные из 18k Belais», а не из «18k white gold».

Смелость Беле не знала границ. В выпуске «The Jeweller's Circular» от 25 января 1922 года реклама на всю страницу гласит: «"Белое золото" Дэвида Беле – это эпоха, создающая металл. Так что остановитесь и подумайте. Если у вас были какие-либо предубеждения против этого металла, искорените их. И тогда вы сможете увидеть ту огромную роль, которую белое золото Беле сыграет в ювелирной промышленности во всем мире. Его будущее обеспечено».

Еще одно смелое заявление было сделано в журнале Orpheum Theater: «Дамы: знаете ли вы, что белое золото Дэвида Беле... производит революцию в мировой ювелирной индустрии? Гарантированно останется белым. Всегда настаивайте на подарках из белого золота Дэвида Беле». Дэвид Беле оставил след в истории ювелирного дела благодаря не только созданным действительно красивым металлическим сплавам, идеально подходящим в качестве замены платины. Похоже, за обилие и красоту винтажных колец, брошей и подвесок из белого золота в стиле ар-деко мы тоже должны благодарить именно Дэвида Беле. Таким образом, его прошлое, настоящее и будущее наверняка гарантированы!

Статья подготовлена по материалам eraget.com



*Belais, кольцо в стиле ар-деко.
1920. Белое золото, сапфир
(сапфир был вставлен в 2023).
Фото Istdibs.com*

< Chanel, кольцо
Evocation Florale
из коллекции
Couturemandel. Белое
золото, шпинель,
бриллианты



Муслиновые круги "ORO" для полировки золота, серебра, платины



Муслиновые круги сегмента "лакшери". Дают непревзойденный уровень блеска. Рекомендуются для полировки украшений класса люкс. Рабочий ресурс выше, чем у аналогов на 50-60%.

Главное качество ювелирных украшений – их высокая эстетическая привлекательность. Однако из-за окисления и загрязнений со временем они тускнеют. Хорошую защиту от воздействия таких вредных факторов вам обеспечит качественная полировка с помощью кругов "ORO". Поверхность украшений будет иметь высокие отражающие свойства, исключительно низкую пористость и шероховатость – практически до 14 класса (Ra). Выше не бывает!

Полировальные круги "ORO". Прежде всего, это 100-процентная безсмесовая натуральная хлопковая ткань высшего качества. При её изготовлении используется особая технология плетения, обеспечивающая особую пышность и мягкость материала, а также специальная пропитка. Круги превосходно удерживают полировальную пасту. Дают качество полировки, превосходящее такие известные бренды, как, например, круги HATHO, PARAMOUNT и др.

Ювелирные изделия будут выглядеть как новые значительно дольше, и без сомнения, обеспечат высокий имидж их продавцу и производителю. Круги "ORO" – выбор профессионалов!

Диаметр круга 152,4 мм (6 дюймов). 50-слойный, прошит в 4 строчки.
С кожаным центром. Оптимальная скорость 1400 об/мин.

Арт. 18571		Желтые круги (Dark Yellow). Могут использоваться для удаления царапин с поверхности изделий и проведения предварительной полировки золота и серебра. Идеально сочетаются с крупнозернистыми полировальными пастами. Обладают высокой износостойкостью и долговечностью.
Арт. 18570		Белые круги (White). Рекомендуются для окончательной полировки изделий из золота, серебра и платины. Дают великолепный полировальный эффект. Могут использоваться с большинством полировальных паст.
Арт. 18572		Синие круги (Blue). Рекомендуются для обработки украшений из платины: выравнивания поверхности, удаления царапин (должны использоваться крупнозернистые полировальные пасты). Вы получите идеальный результат! Окончательная полировка (до зеркального блеска) проводится с помощью кругов белого цвета. Обладают высокой износостойкостью и долговечностью.
Арт. 18573		Сиреневые круги (Verry). Более мягкие, чем синие. Их можно применять для обработки украшений из платины в два этапа: 1) предварительная полировка с использованием крупнозернистых паст и 2) окончательная полировка вплоть до зеркального блеска при использовании паст с мелким зерном.

International Jewellery School: конкурентоспособный бизнес начинается с кадров

International Jewellery School — единственная в России школа, которая готовит мастеров премиального уровня в прикладных ювелирных специальностях.

Мы предлагаем обучение на самом высоком уровне, используя современные технологии и методы обучения. Наша команда опытных преподавателей и мастеров-ювелиров поможет вам освоить все нюансы производства ювелирных изделий, начиная от создания дизайна и заканчивая финишной обработкой.

Наша цель — подготовить высококвалифицированных мастеров, которые смогут создавать уникальные и качественные ювелирные изделия, соответствующие самым высоким стандартам. Мы гордимся своими выпускниками и готовы помочь каждому ювелиру достичь успеха в этой прекрасной профессии.

КАДРЫ, СПОСОБНЫЕ ИЗГОТАВЛИВАТЬ ЛУЧШИЕ УКРАШЕНИЯ

International Jewellery School открыта в 2014 году. Сегодня, спустя почти 10 лет, можно с уверенностью сказать, что школой создан новый стандарт ювелирного исполнения украшений выше среднего и премиального сегментов.



Нашими студентами и выпускниками стали частные мастера и сотрудники ювелирных производств из 44 стран мира и сегодня они используют новые знания и наши разработки в процессе производства украшений. Мы также предоставляем возможность прохождения стажировки в лучших ювелирных мастерских по всему миру, чтобы наши студенты могли получить опыт работы на международном уровне.



В условиях сложившейся ситуации и ухода с рынка многих титульных брендов рынок подталкивает нас к изменениям, которые должны быть внедрены в кратчайшие сроки.

В целом, оптимизация и модернизация производства ювелирных изделий требует стратегического подхода, который учитывает конкретные потребности и цели каждого клиента. Используя последние технологии, процессы и материалы, квалифицированные кадры, ювелирные компании смогут непрерывно повышать конкурентоспособность и соответствовать быстро меняющимся потребностям своих клиентов.

А конечный потребитель сегодня стал образованнее, обладает большей насмотренностью, хочет понимать из чего складывается ценообразование и требует безупречного качества. Значит нужен другой стандарт для работы с конечным клиентом, начиная от маркетинга, заканчивая производством. При этом правильному маркетингу должны соответствовать изделия, а технологические преимущества могут стать маркетинговыми.

НАЧИНАЕМ С АУДИТА

Решение сегодняшних проблем рынка может быть достигнуто путем инвестиций в обучение кадров, оптимизацию производственных процессов, использование новых технологий и следования последним трендам. Также важно обращать внимание на качество исполнения украшений и использовать это как продающий аргумент при консультировании клиентов. Бизнес должен быть готов к изменениям в потребностях клиентов и быстро реагировать на них, чтобы оставаться конкурентоспособным на рынке.

Мы предлагаем нашим коллегам, которые работают в сегменте выше среднего и премиум (или собираются начать в нем работать), решение по аудиту и оптимизации процессов ювелирных производств.

Сделав предварительный аудит и заключения о качестве готовой продукции мы в течении нескольких месяцев корректируем процессы производства и обучаем сотрудников на разных этапах, выстраивая правильный для вашего модельного ряда технологический процесс, повысив конкурентоспособность бизнеса.

КАК ЭТО БУДЕТ?

- Интервью с заказчиком для выяснения запроса и конкретизации целей;
- Экспресс-аудит в рамках заявленной задачи;
- Коммерческое предложение на проведение основного аудита;
- Основной аудит ювелирного производства;
- Обучение сотрудников ювелирного производства;
- Оснащение, настройка ювелирного оборудования;
- Надзор за внедрения процессов;
- Контроль разработки новых ювелирных изделий.



СКОЛЬКО ВРЕМЕНИ ЭТО ЗАЙМЕТ?

- 3 дня — основной аудит;
- 7 дней — составление рекомендаций, разработка плана работ на ювелирном производстве;
- 14 дней — обучение мастеров ювелирного производства, внедрение ювелирного оборудования с надзором или без, обучение продавцов ювелирных украшений;



30 дней — разработка маркетинговой стратегии и продвижение бренда, анализ рынка и конкурентов, оптимизация производственных процессов и внедрение новых технологий, управление сроками производства и контроль качества;

60 дней — обоснование стоимости и донесение ценности мастерства ювелиров до клиентов, ускорение разработки ювелирных коллекций и их производства.

Итого, весь процесс займет около 114 дней (примерно 4 месяца). Однако, следует учитывать, что это лишь ориентировочные сроки и они могут изменяться в зависимости от конкретной ситуации и сложности задач.

ЧТО ПОЛУЧИТ ЮВЕЛИРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО?

- Матрицу проблем и решений существующего ювелирного производственного процесса;
- Пошаговый план выявленных проблем;
- Описание технологических и управленческих решений;
- Надзор за выполнением плана работ на ювелирном производстве;
- Сотрудников, обученных под поставленные задачи.

У нас работают эксперты-практики с признанным мировым опытом. Мы открыто делимся информацией, доступно излагаем материал и хорошо понимаем задачи специалистов в современном ювелирном мире.



КОНТАКТЫ:

Интернет-сайт Международной Ювелирной Школы:
<http://jewelleryschool.com>

Электронная почта:
top@jewelleryschool.com

Интернет-сайт оборудования

GRS: <http://jewelleryair.com>

Электронная почта: grs@jewelleryair.com
@jewelleryschool



Маркировка рекламы: на рекламных площадках и в соцсетях



Маркировка — процесс передачи данных о рекламе в Единый Реестр Интернет Рекламы (далее ЕРИР), который курируется Роскомнадзором. В этом реестре хранится информация о том, кто распространяет рекламу, сколько денег на её размещение потрачено, где её разместили и прочее.

КАК МАРКИРОВАТЬ РЕКЛАМУ?

Для отправки данных в ЕРИР нужно выполнить всего три действия:

1. Ещё до запуска рекламной кампании получить токен — уникальный буквенно-цифровой идентификатор.
2. Разместить в объявлении маркер «Реклама».
3. Разместить в объявлении информацию о рекламодателе.

Больше всего вопросов обычно вызывают токены. Что это, что с ними делать и как получить.

Если кампания запускается в рекламной системе, которая сама является «Оператором рекламных данных» (далее ОРД)*, то присвоение токена производится автоматически, делать для этого ничего не нужно.

* ОРД — это те, кто принимает от всех участников цепочки размещения рекламы информацию о договорах и актах, агентах и контрагентах, рекламных креативах и статистиках их показа с точностью до площадок, проверяет её и направляет в ЕРИР. К ним относятся: ВКонтакте, Яндекс. Директ, Ozon и другие организации.

В случае размещения рекламы не через рекламные кабинеты необходимо получить токен и промаркировать рекламу вручную.

РЕКЛАМА ЧЕРЕЗ РЕКЛАМНЫЕ ПЛОЩАДКИ

Перед получением токена необходимо внести на рекламную площадку данные договора, так как они, кроме прочего, потом и будут зашиты в идентификационном номере.

Что указывается в данных:

- предмет договора;
- номер;
- дата;
- сумма (опционально);
- признак НДС;
- ИНН, для нерезидентов — абонентский номер мобильного телефона;

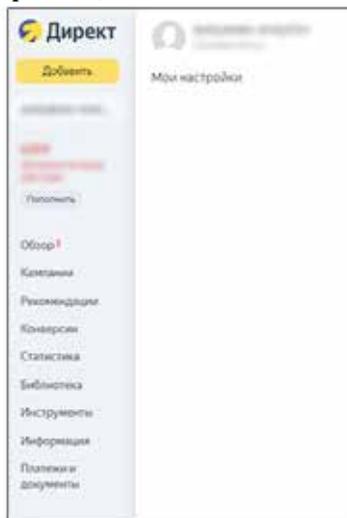
- полное и сокращённое наименование организации;
- ОГРН/ОГРНИП;
- место нахождения и юридический адрес;
- должность и ФИО лица, имеющего право без доверенности действовать от имени юридического лица (обычно это генеральный директор).

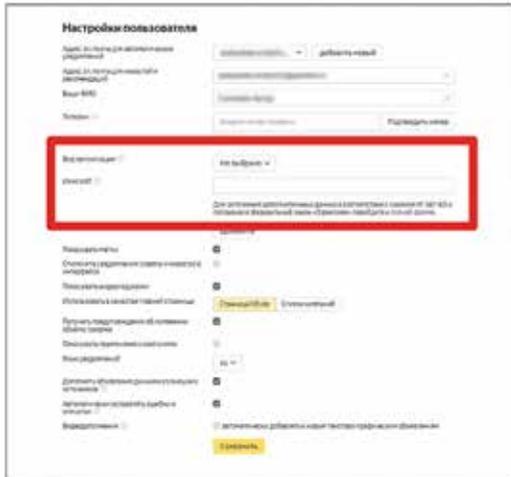
Эти данные должны быть указаны в кабинетах всех рекламных систем. Дальше показываю, как это сделать в Яндекс Директе и в сети ВКонтакте.

ЯНДЕКС.ДИРЕКТ

Войдите в ваш рекламный кабинет и перейдите в «Мои настройки».

Здесь требуется заполнить два обязательных поля: «Вид организации» и «ИНН».





После этого нажимаем «Сохранить». А затем переходим к внесению данных о конечном рекламодателе — организации, чьи товары и услуги вы собираетесь рекламировать. То есть о вашей компании.

Кликаем на указанную на скриншоте ссылку и заполняем поля.



После этого обратите внимание на переключатель «Я — конечный рекламодатель». Если вы запускаете рекламу сами, то просто оставьте его активированным и нажмите «Сохранить».

А вот когда рекламу вы делегировали какому-нибудь агентству, то они должны будут сдвинуть переключатель влево и предоставить дополнительную информацию — о себе и о вашем сотрудничестве.

Это на случай, если вы захотите проконтролировать ситуацию, чтобы ненароком не нарушить закон «О рекламе».

Всего этого будет достаточно, чтобы Яндекс передавал данные в ЕРИР самостоятельно, а рекламные кампании запускались должным образом.

ВКОНТАКТЕ

Здесь от нас тоже требуются только данные о компании, после чего рекламные кампании будут маркироваться автоматически.

Заходим в личный рекламный кабинет, переходим в настройки и нажимаем «Редактировать» рядом с полем юридической информации.

Какими данными делимся:

для юрлиц и ИП (резидентов РФ) — ИНН, тип организации, номер телефона;

для юрлиц и ИП (нерезидентов РФ) — ИНН, тип организации, ОПФ и полное наименование, номер телефона, номер электронного средства платежа, регистрационный

номер или его аналог, номер налогоплательщика или его аналог в стране регистрации, код страны регистрации юрлица по ОКСМ.

После, при запуске рекламных объявлений, если вы размещаете рекламу напрямую, без посредников, вам остаётся лишь принять условия оферты. Просто оставьте галочку включённой, и объявления будут маркироваться автоматически.

Значительно интереснее история, когда вы работаете со сторонним подрядчиком. Тогда нужно:

1. Подписать с ним дополнительное соглашение о передаче необходимых данных.
2. Принять оферту в рекламном кабинете.
3. И там же заполнить дополнительные поля, в которых должна быть следующая информация:

- о клиенте — название компании; ИНН; ФИО и номер телефона; номер и дата договора; тип договора; сведения о предмете и стороне договора; признак «с НДС»; дополнительная информация.
- о договоре — название компании-клиента; номер и дата; тип; сведения о предмете и стороне договора; признак «с НДС»; дополнительная информация.

Последние два пункта выполняет подрядчик, к которому вы обратились.

После этих действий ВКонтакте будет передавать данные о вашей рекламной деятельности в ЕРИР.

РЕКЛАМА ЧЕРЕЗ СОЦСЕТИ ИЛИ СМИ

Маркировать публикации в собственных аккаунтах вашей компании, рекламу у блогеров и в СМИ тоже необходимо. Получится ли это автоматизировать? Нет, ведь каждый токен для подобного рекламного объявления создаётся вручную.

Пройдёмся по каждому этапу на примере ВК:

1. Регистрация в одном из ОРД

Как упоминалось ранее, существует около 10 ОРД, я советую использовать ВК ОРД или Яндекс ОРД, так как они полностью бесплатны.

В процессе регистрации нам нужно обязательно пройти несколько этапов, без которых не получится генерировать токены:

- создать контрагента — сюда добавляется представитель от компании, который ведёт рекламную деятельность.

В случае, если вы являетесь заказчиком и маркетингом вы напрямую не занимаетесь, нужно создать контрагента от организации подрядчика. В случае, если вы рекламируетесь собственными силами, при создании контрагента нужно указать тип лица, которое будет создавать этот вид рекламы, а в поле «Роли» выбрать сразу две позиции — «Рекламодатель» и «Издатель» (система это позволяет).

Затем, когда вы внесёте информацию о контрагентах, вам понадобится предоставить данные и о договорах между партнёрами. Всё зависит от того, кто несёт ответственность за передачу информации в ОРД. Для это-

го перейдите во вкладку «Договоры» и нажмите кнопку «Создать договор», после чего заполните следующие поля.

В случае, если вы реализуете маркетинговую деятельность без посредников, то в данной вкладке не придётся заполнять часть полей — «Серийный номер» и «Исполнитель».

Важно создать в «ОРД VK» договор и всех контрагентов, которые в нём участвуют. Если в цепочке есть другие контрагенты (например, цепочка: вы как заказчик, подрядчик, занимающийся маркетингом и рекламная площадка), требуется создать их в ОРД, а также связанные с партнёрами договоры.

2. Получение токена

Токен требуется не для каждой рекламной кампании, а для каждого рекламного креатива. Вы переходите во вкладку «Креативы» и заполняете данные под конкретную публикацию, получая уникальный идентификатор.

Важно помнить, что токен всегда делается на первичный договор, в котором фигурирует клиент-рекламодаватель. Если же вы получите токен на соглашение, в котором он не участвует, владельцем токена станет лицо, выступающее в роли заказчика в указанном договоре, что может не соответствовать действительности.

3. Отчётность в VK ОРД, для передачи её в ЕРИР

Согласно текущему рекламному законодательству, отчитываться о проведённых рекламных кампаниях перед ЕРИР обязано каждое звено цепочки, передавая в контролирующий орган данные по соответствующему акту. В случае, если у вас нет подрядчиков и вы сами реализуете рекламу, в конце месяца требуется добавить статистику по показам.

Если вы получили токен для сторонней площадки, вам нужно будет предоставить в ОРД данные по акту и статистику по просмотрам. Ответственного за подачу акта и статистики лучше сразу же прописать в договоре, чтобы избежать ситуации, когда участник цепочки, получивший токен, не подал информацию по показам в отчётный период.

К какому бы звену рекламной цепочки вы ни относились, чтобы отчитаться перед ЕРИР, вам понадобится передать туда акт.

Перейдите в раздел «Акты» или нажмите на иконку в виде документа в разделе «Договоры». Выберите договор, по которому вам нужно передать акт и нажмите «Создать акт». Заполните следующие поля.

Для внесения статистики по просмотрам, нажмите «Добавить креатив» и заполните следующие поля.

Если размещение креатива длится дольше, чем это заявлено в договоре, либо вы имеете дело с рекламой без удаления, ежемесячно вам придётся дополнительно добавлять к акту статистику за каждый прошедший календарный месяц с помощью кнопки «Добавить площадку» до тех пор, пока реклама не будет удалена. *В случае саморекламы в кабинете ОРД VK вы сможете отчитаться через раздел «Статистика».* Нужно будет выбрать ваш

креатив, площадку, выставить дату трансляции вашей рекламы, заполнить количество показов и сохранить статистику.

При этом, если ваша реклама транслировалась на стыке месяца, например, с 20.11.2023 по 20.12.2023, то вам нужно будет передать данные по статистике в 2 этапа:

- сначала передаёте статистику за период с 20.11.2023 по 30.11.2023. Передать данные надо с 01.12.2023 по 01.01.2024.
- затем за период с 01.12.2023 по 20.12.2023. Данные передаются с 21.12.2023 по 21.01.2024.

Обратите внимание, что совсем недавно по саморекламе способ передачи статистики изменился — теперь все данные в разделе «Акт» заносить не нужно. Вы добавляете данные только в разделе «Статистика».

Если ваша реклама не относится к саморекламе, вы можете отчитаться по ней через раздел «Акты».

Отчитаться перед ЕРИР нужно не позднее последнего дня календарного месяца, следующего за окончанием показов рекламы.

ЧТО ЖЕ НУЖНО МАРКИРОВАТЬ?

Маркировать требуется всё, что имеет выгодное описание товара, призывает приобрести его, поучаствовать в мероприятии и так далее. **Таким образом, можно сказать, что всё, где есть некая форма призыва к целевому действию, является рекламой.**

Если вы описываете новую коллекцию, не акцентируя внимания ни на одном из украшений и не размещая ссылки с призывом перейти и купить что-то — это не является рекламой. Если вы говорите про акцию, которая скоро закончится, а в конце размещаете ссылку с призывом успеть поучаствовать — это реклама, которая требует маркировки.

Отчасти вопрос о том, что маркировать и считать рекламой, а что нет, всё ещё остаётся дискуссионным. Федеральная антимонопольная служба говорит, что каждый случай частный.

Процесс маркировки рекламы может показаться сложным и запутанным, однако всё встанет на свои места, если ваш сотрудник (или подрядчик) будет иметь чёткое представление о своей роли в рекламной цепочке. *Поэтому не забывайте о ключевых параметрах ответственности, которые нужно сформировать, работая с интернет-рекламой.* **Маркировка — острая тема, но это просто очередной процесс, который необходимо освоить.**

За последние два года множество ювелирных компаний закрылось не из-за проблем с маркировкой, а из-за низкого трафика. Поэтому сейчас жизненно важно проработать маркетинговую стратегию продвижения бренда. Составить чёткий план на год, определить самые эффективные каналы продвижения и научиться результативно работать с клиентской базой.

Всё это ждёт вас в программе онлайн-практикума РЕКЛАМА 2024.

Полный текст статьи с инфографикой доступен по QR-коду.



* Разаллокация – передача детализованных данных по проведению рекламных кампаний в ОРД.

онлайн-практикум

старт: 8 февраля

РЕКЛАМА

2024

секреты ювелирного маркетинга

ШЕСТОЙ ПОТОК

Только актуальные в 2024 году каналы продвижения, механики рекламных акций и дизайны макетов



РЕКЛАМА



Наведите камеру, чтобы узнать стоимость



Татьяна Геннадьевна Самойлова, искусствовед

Ювелирное искусство является неотъемлемой частью общей культуры общества. В нем находят отражение все те процессы, которые происходят в искусстве и в культуре.

Qeelin. Подвес «Манец льва».
Qeelin – ювелирная компания (2004, Гонконг, в 2013 приобретена Kering) Продукция бренда связана с мистическими или сверхъестественными символами, прочно укоренившимися в китайской культуре. Имя Qeelin происходит от Qilin, китайского мифического существа – символа любви



Современное ювелирное искусство Китая: краткий экскурс

Рассматривая развитие ювелирной промышленности в РФ и Китае, приняв за отправную точку 1990-е гг., следует признать, что в начале пути Россия находилась в предпочтительном положении. Но каждая из стран выбрала свой путь развития — эволюционный в Китае и революционный в РФ. При внешней схожести общественной ситуации интересно проследить, какие задачи ставили перед собой страны в области ювелирного дела, какие пути решения выбирали, и насколько те способствовали развитию ювелирной промышленности.

На протяжении последних нескольких десятилетий одним из ключевых мировых трендов являлась глобализация, которая во многом стала драйвером технического прогресса и экономического роста многих стран. Но стремясь к общему все большее количество стран задумывается и воплощает в жизнь проекты сохранения и развития собственной культуры и традиций. «Все в этом мире живет по разным законам, но абсолютно все держатся своих корней» любит повторять Председатель КНР Си Цзиньпин.

В июне 2021 года издание The Business of Fashion в сотрудничестве с McKinsey & Company представил отчет «Состояние моды, рынка часов и ювелирных изделий», в котором указано, что «В ближайшие годы ожидается

значительный рост мирового рынка ювелирных изделий, при этом стимулировать глобальный рост будет Азия. (...) Китайский потребитель станет одним из главных для мировых ювелирных брендов». В это же время китайские бренды завоевывают признание многих потребителей. У них есть преимущество перед иностранными ювелирами, поскольку они лучше знают, как интегрировать традиционную культуру с современными тенденциями, чтобы создать украшения в соответствии с существующими в Китае тенденциями потребления.

Итак, проследим за тем, как настало время дизайнерам создавать ювелирные изделия для Китая, а не приобретать украшения, рассказывающие о Китае, основываясь на распространенных стереотипах.

Если для России переломными годами стали 1990-е, для Китая значительные для страны изменения начались в 1978 году, когда Дэн Сяопин объявил о «Политике открытых дверей». Начиная с 1980-го года в страну начали приходить западные предприятия, нанимавшие китайские компании для расширения своих производств. В эти годы мировая ювелирная промышленность переходит на азиатский рынок. Пока это не материковый Китай, а в Гонконг. Дело в том, что на материковом Китае до 1990-х гг. был запрещен оборот золота и драгоценностей. Юве-



Воск литевой



Плавильные печи



Формовочные массы



SVC индукционная вакуумная литевая машина



Пресс-вулканизатор



Миксер 1,3 или 5 опок



DVC-III автоматическая вакуумная литевая машина



Воск-инжектор



лирные изделия производились на экспорт, в стране они были доступны только в сувенирных магазинах при отелях, предназначенных для иностранных туристов.

Несмотря на это, первое ювелирное предприятие на материке было организовано в 1981 году в Шэньчжэне, в который полились инвестиции из расположенного через пролив Гонконга. Ювелирный завод нанимал местных рабочих (средний годовой доход в Шэньчжэне того времени составлял 270 юаней, в Гонконге – 6000). Позже в городе стали открываться государственные предприятия, и после 1990 года обращение золота постепенно либерализовали. Таким образом, Шэньчжэнь стал экспериментальным городом для осуществления ювелирного бизнеса по «золотым партиям», что положило начало ювелирного бума в стране.

К концу 1990-х годов в торговле работало около 20000 ювелирных предприятий, на которых занято было около трех миллионов человек.

Долгое время предложение ювелирных изделий не соответствовало спросу. Ювелирные украшения (массовка) фабричного производства распродавались мгновенно, а стиль и качество изготовления особо никого не волновали. Но после 2003 года, когда торговля золотом была полностью либерализована, ситуация постепенно изменилась, и компании начали создавать и продвигать собственные бренды. Напоминает наши реалии 1990-х гг., не так ли? Что же предпринимает Китай?

Бурное развитие ювелирной промышленности привело к тому, что многие ведущие университеты и художественные академии для обслуживания растущего рынка стали создавать свои собственные отделы дизайна и производства ювелирных изделий. Так, первое высшее дизайнерское учебное заведение в Китае – Центральный институт искусств и ремесел в 1985 году открывает в своих стенах лабораторию искусства металла. Чуть позже кафедры ювелирного дизайна создаются в Университете Цинхуа, Китайском геолого-геологическом универси-



*Ван Кэчжэнь. Сосуд для риса, серебро.
Ван Кэчжэнь окончил Ювелирную школу
Берлинского колледжа искусств и дизайна.
В настоящее время является доцентом
Китайской академии художеств. Чашка для риса
создана из тысячи рисовых зерен из серебра.*

тете, Центральной академии изящных искусств. Важно отметить, что образовательные программы строились исходя из потребностей обслуживания быстрорастущей ювелирной промышленности. То есть направлены были на удовлетворение потребностей коммерции.

Но мир состоит не только из материалистов, в нем есть место и идеалистам. Потому в стране параллельно развивается и современное искусство, в том числе и авторское ювелирное. В 1989 году в Национальном художественном музее Китая проходит выставка «Китай/Авангард». Эта выставка (закрытая через два часа после открытия), успела дать всестороннее представление об экспериментальных работах, появившихся в материковом Китае после 1985 года. А в 1993 году в Пекинском институте технологий моды (по специальности «Декоративное искусство и дизайн») открывается первый курс креативного дизайна ювелирных изделий, не связанный с доминирующими требованиями рынка.

Следует отметить еще один фактор, важный для понимания особенностей дизайна ювелирных изделий как в промышленности, так и в авторском искусстве. Речь идет о Культурной революции (1966–1976). Поколения, родившиеся после революции, утратили связь с традиционной китайской культурой. И подобно тому, как в ювелирной России в 1990-е гг. наступил расцвет «стиля Фаберже», в Китае возник интерес к национальной теме. Но ювелиры и той и другой страны, будучи увлеченными старыми стилями, стремились в своей деятельности уйти от простого копирования (хотя встречались и такие), они стали изобретателями нового, реконструируя или переосмысливая традиционную культуру. И в том и другом случае развитие ювелирного дела происходило при становлении нового слоя общества – буржуазии (среднего класса), что также накладывало отпечаток на художественные ремесла.



*Хирори Ивата, «Память»,
серебро, золото, позолота, 2016*

Изменились и предпочтения потребителей. Появилась большая прослойка заказчиков, считавших, что ювелирные изделия должны не просто украшать, но захватить «китайскую душу». Причем культурное наследие может быть приобретено только через местный опыт, который позволяет дизайнеру, рожденному в Китае легко и естественно включать традиционные элементы в украшения и точно интерпретировать их значения. Другими словами, недостаточно просто использовать китайские элементы: дизайнеры должны думать по-китайски.



Цинь Си, «Божественный конь Шелкового пути», металл, эмаль, 2019



Одной из ярких тенденций является включение в современный дизайн традиционных китайских элементов, как средство переосмысления исторического наследия. Так, коллекция гонконгского дизайнера Диксона Юна «Замок добрых желаний». Четыре ула панели замка украшены упрощенными рисунками летучих мышей, которые символизируют удачу и счастье в китайской культуре. Застежка – это реалистичное воссоздание обычного воротного замка времен Древнего Китая.

Бриллиантовый и изумрудный драклет из коллекции Диксона Юна «Замок добрых желаний». Четыре ула панели замка украшены упрощенными рисунками летучих мышей, которые символизируют удачу и счастье в китайской культуре. Застежка – это реалистичное воссоздание обычного воротного замка времен Древнего Китая.

CRYSTALL
Lab



РЕКЛАМА



ВЫБИРАЙТЕ ЛАБОРАТОРНЫЕ БРИЛЛИАНТЫ

Уважаемые партнёры,
не отставайте от трендов 2024/25!

СУПЕР-НОВИНКА

ПОДПИШИТЕСЬ!



Каталог изделий
База знаний



Уникальные условия для наших партнёров -
свяжитесь с нами!



КАТАЛОГ
ДЛЯ ПАРТНЕРОВ



WhatsApp чат
с менеджером

мок Байцзябао», который ребенок носит на руке или шее, который надевают малышу на здоровье и удачу. Маленький замочек по функциям аналогичен амулету западных стран.

В 1990-е гг. молодые дизайнеры массово едут обучаться за рубежом. Вернувшись домой, они привносят новейшую концепцию, в которой проявляется влияние современного искусства западных стран, что ускорило отход дизайна ювелирных изделий Китая от стандартизации. Позаимствовав общие принципы западного стиля, наполнили его национальным содержанием. Все чаще художники подчеркивают, что нужно переходить на новый уровень осмысления ювелирного искусства – необходимо создавать индивидуализированные и концептуальные украшения, презентуя их широкой аудитории, просвещая таким образом публику в области современного искусства.

И уже в 2000-е гг. для развития молодых талантов в стране стали создаваться конкурсы ювелирного искусства. Таким образом, благодаря многочисленным выставкам, конкурсам, научно-практическим конференциям в стране была создана структура, которая объединила западную методологию в области ювелирного дела и китайские традиции. В период 2000–2007 гг. многие компании, расположенные в материковом Китае, стали приглашать дизайнеров из Гонконга и из-за рубежа для передачи знаний отечественным дизайнерам. В то же время китайские специалисты начали ездить за границу для изучения организации западного ювелирного производства.

С приходом и расцветом т.н. «новой дизайнерской волны» в университетах и колледжах Китая были скорректированы ювелирные программы, которые отошли от требований производителей ювелирных изделий (рынка). Наряду с промышленным дизайном ювелирных изделий в большей части образовательных учреждений изучают концепцию и принципы современного ювелирного искусства. В эти же годы открываются галереи, студии и магазины современного ювелирного искусства.

В 2013 году состоялась «10 years –Re: jewelry» – первая в Китае выставка, развивающая концепцию современных ювелирных изделий. Так ювелирный Китай ступил на путь перемен...

В 2015 году китайское правительство запустило инициативу «Сделано в Китае 2025», программа направлена на продвижение высокотехнологичных секторов Китая на международной арене. Идеи, лежащие в ее основе, затрагивают все области китайского общества, включая образование, развлечения, моду, розничную торговлю и производство, в том числе ювелирных изделий.

В 2019 году в Китае открывается Шэньчжэньский ювелирный музей,



*Ожерелье
«Манящий журавль» –
лауреат премии «Золотой дизайн
2021–2022» конкурса «Design
Award & Competition». Дизайн раз-
работан Qingfeng Shanghai Qingfeng
Electronic Technology Co., Ltd. для
компании ShiShi Palace, которая со-
четает в себе восточное классическое
огарование Востока и современный
стиль Запада.*

(единственный в стране). Особенность его в том, что расположен музей в промышленной зоне. Это здание площадью 2610 квадратных метров, два этажа которого отведены под постоянные и выездные ювелирные выставки.

Постоянная экспозиция рассказывает о 40-летнем развитии ювелирного бизнеса в Шэньчжэне, есть также витрины, в которых представлены традиционные ремесла, новейшие технологии и их применение в ювелирной промышленности. Музей действует как мост между экономическим развитием и культурой.

Используя традиционные материалы и ремесла, а также переосмысливая традиционную китайскую культуру и связанные с ней философию, ювелиры подходят к традиции с помощью различных способов исследования, осуществляя художественную интеграцию между

Китаем и миром.

Большое количество крупномасштабных ювелирных выставок и конкурсов позволило Китаю стать мостом, соединяющим западных и китайских ювелиров, работающих в области современного ювелирного искусства, обеспечивая таким образом не только большой поток идей межкультурного взаимодействия, но и продвигая идеи contemporary art в среде китайской публики.



*Нин Сюэли, «Как тень», высоко-
температурная керамика, серебро,
золото, 2019*

LEGOR®

ЛИГАТУРЫ И ГАЛЬВАНИЧЕСКИЕ РАСТВОРЫ ДЛЯ ВЫСОЧАЙШЕГО КАЧЕСТВА

СТРЕМЯСЬ К УСТОЙЧИВЫМ ИННОВАЦИЯМ,
МЫ ПРЕВРАЩАЕМ ДРАГОЦЕННЫЕ МЕТАЛЛЫ
ИЗ ПЕРЕРАБОТАННЫХ МАТЕРИАЛОВ
В ЛУЧШИЕ В СВОЕМ КЛАССЕ СПЛАВЫ,
ПОРОШКИ И ГАЛЬВАНИЧЕСКИЕ РАСТВОРЫ,
ЧТОБЫ ВОПЛОТИТЬ ВАШИ ИДЕИ
В ВОСХИТИТЕЛЬНЫЕ ТВОРЕНИЯ.



Валентин Скурлов,
искусствовед, историк ювелирного искусства,
почетный академик Российской академии художеств,
ученый секретарь Мемориального фонда Фаберже

29 мая 2024 года — 150 лет со дня рождения Евгения Карловича Фаберже. Навстречу юбилею

Фаберже, Евгений Карлович (29.05.1874, СПб — 03.09.1960, Париж) — старший сын Карла Фаберже (18.05.1846, СПб — 24.09.1920, Лозанна) и Августы Богдановны Якобс (25.12.1851, Царское Село — 27.01.1925, Канны), талантливый художник по украшениям и великолепный портретист.



Евгений Фаберже. Автопортрет, 1918 г.

Евгений Карлович учился в Петершуле с 1887 по 1892 год, затем продолжил образование на ювелирном отделении университета в Ханау, недалеко от Франкфурга-на-Майне, а также в Рисовальных классах С.М. Зайденберга (у которого учились Ю. Анненков, Н. Акимов, М. Шагал) и финского импрессиониста Юрьё Александери Оллила в Хельсинки в 1919 г. С 1894 г. участвовал в делах фирмы отца, неоднократно встречался с императором Николаем II. В 1897 г. работал экспертом на выставке в Стокгольме, а в 1900 г. по итогам Всемирной выставки в Париже награжден офицерским знаком Академии искусств Франции, а также болгарским орденом Св. Александра, а в 1910 г. — подарком из Кабинета Е.И. В. — золотым брелоком с изображением государственного герба.

В 1898–1918 гг. вместе с отцом и братом Агафоном Карловичем был доверенным фирмы в С.-Петербурге, в 1909–1918 гг. — товарищем председателя Русского художественно-промышленного общества, членом жюри Конкурса им. К.Г. Фаберже по ювелирному производству (1912). В декабре 1918 г. перешел вместе с матерью финскую границу в районе Васкелово. Полтора года жил с матерью в Гельсингфорсе (Хельсинки) и Стокгольме, ожидая получения французской визы. В 1922 г. с братом Александром и бывшими сотрудниками фирмы Александром Маркетти (1875–1954) и Джулио Гверриери (1870–1954) основал ювелирную компанию «Фаберже и Ко» в Париже.

Евгений Фаберже по завещанию Карла Фаберже (1920) и Августы Богдановны Фаберже (1925), регулярно выдавал наследственную долю, причитающуюся Агафону, его пяти сыновьям. В Архиве Татьяны Федоровны Фаберже сохранилось более сотни писем с финансовыми отчетами. Кроме того, Евгений выдавал долю,

причитающуюся сыновьям Карла Фаберже Александру и Николаю, а после смерти Николая (1939) его вдове.

В 1928 году Евгений Фаберже получил французское гражданство. Он сделал это, несмотря на то что процедура его получения французским правительством все время усложнялась. Было принято во внимание, что Евгений был награжден по итогам Всемирной выставки 1900 года французским орденом.

Евгений Карлович Фаберже охотно посещал многие мероприятия русской эмиграции, был публичным человеком, активно участвовал в мероприятиях, проводимых деятелями русской культуры в Париже. Не забывая Евгений Фаберже и собственное творчество. Как вспоминает Татьяна Фаберже, чаще чем раз в неделю Евгений Карлович посещал студию. Это конец 1940-х гг. Любил Евгений посещать художественные музеи и выставки. Ему очень удавались портреты молодых женщин, русских эмигранток, которых он рисовал в стиле художника Чарткова из гоголевского «Портрета», то есть, такими «Психеями», которыми они себя мечтали видеть. К сожалению, этих полотен мы практически не видим на антикварном рынке. Евгений нарисовал портреты Федора Шаляпина и поэта Гете. В одном из писем раскрыл секрет написанного им портрета Пушкина: взяв широко известный портрет работы художника Тропинина, повернул его зеркальным образом. Это один из известных приемов художников. Кстати, именно портрет А.С. Пушкина работы Евгения Фаберже был помещен на задник сцены в качестве декорации на торжественном вечере в память 100-летия смерти поэта (1937). Менее известен факт, что именно Евгений Фаберже составил музыкальную программу этого вечера.

Татьяна Федоровна Фаберже (1930–2020) периодически жившая в Париже в 1949–1954 гг. рассказывала, что у Евгения было такое количество знакомых, что он никогда не повторял визиты. В записной книжке Евгения Фаберже (более 2000 адресов) широко представлены самые разные клиенты и заказчики изделий Фаберже, разных национальностей из разных стран: здесь и члены императорской фамилии, и аристократия, и гвардейские офицеры и представители торгово-промышленной и финансовой буржуазии. Среди имен указаны Александр и Альберт Бенау; Анна Анатольевна, урожденная княгиня Куракина; художник Маковский Сергей Константинович; почетная попечительница общества «Икона» Великая княгиня Ксения Александровна (1875–1960); основатель и первый руководитель общества «Икона» Владимир Петрович Рябушинский (1873–1953) и его брат Сергей (1872–1936). С Владимиром Рябушинским у Евгения связывали и профессиональные интересы: оба были антикварами, и поставляли друг другу клиентов. В 1920–1930-х гг. к Евгению и его брату Александру ходил в контору «Фаберже Ко» весь русский Париж.



Братья занимались комиссионной продажей ювелирных вещей. Много клиентов, которые обращались в контору Евгения с просьбой оценить бывшие изделия фирмы и продать их. Это составляло основу материального существования компании «Фаберже и Ко». Иногда члены фирмы занимались мелким ремонтом, приводили изделия в товарный вид, что естественно для ювелирного антиквариата. Поэтому в адресной книжке мы видим фамилии парижских лапидаров, эмальеров, футлярщиков и ювелиров, к которым обращался за помощью Евгений. В 1930-е гг. к ним часто приезжали небезызвестные братья Хаммеры.

Жизнь братьев Фаберже в Париже можно разделить на несколько периодов. Первый период (1920–1929) можно назвать временем несбывшихся надежд, а также «временем собирать камни» (собирать драгоценные камни). Еще были средства, и братья, как многие эмигранты, «жили на чемоданах», полагая, что скоро советская власть падет и можно будет вернуться в Россию. Бирбаум советовал продать петроградские активы и предлагал швейцарских покупателей (1922). Николай Фаберже из Лондона предлагал в 1922 г. организовать фирму в Лондоне, с участием бывших английских партне-

ров. Но, все это осталось в проектах. Безуспешными были поездки Евгения в Ригу (1926 и 1927 гг.) с целью получения имущества фирмы от бывшего бухгалтера фирмы Отто Бауэра, попытки через латвийских адвокатов получить изделия, конфискованные ЧК из Московского магазина 30 марта 1919 г. В 1930 г. Евгений составляет список ценностей, оставленных в России. В нем 30 адресов, удалось получить вещи по 15 адресам.

Второй период (1930–1940) – до оккупации Парижа немцами. Время «рецессии», вялотекущего развития, но в то же время накопления интеллектуального капитала по теме искусства Фаберже. Это период перманентных материальных затруднений. Евгений Фаберже помогает Г.Ч. Бэйнбриджу в написании книги об отце и составляет обширные списки друзей и знакомых, оказавшихся в эмиграции. В Америке Арманд Хаммер издает книгу «В поисках сокровищ Романовых» (1932) и готовит почву для развития американского рынка изделий фирмы Фаберже. Евгений и Бирбаум встречаются с братьями Хаммерами.



Евгений Фаберже в мастерской, 1930-е гг.

Третий период (1940–1945) можно назвать «темным». Нет никакой информации после июня 1940 г. В архиве Татьяны Фаберже сохранилось письмо Евгения от августа 1941 г. в Лейпциг, главному редактору всемирно известного «Словаря художников» Тиме-Беккера. В 1942 г., в память 100-летия фирмы Евгений Фаберже



нарисовал сангиной портрет отца с воскового бюста, который ему прислал из Лейпцига его друг по Академии художеств в Ханау скульптор, профессор Йозеф Лимбург.

Последний период (1945–1960) – время материальной реализации идей Фаберже: Евгений Фаберже выпускает в Париже изделия в стиле Фаберже, Г.Ч. Бэйнбридж и К.А. Сноуман издают свои знаменитые монографии. В 1957 г. он предпринял последнюю поездку в Англию, посетил поместье Лутон-Ху по приглашению правнучки А.С. Пушкина леди Зии Вернер (Анастасия Михайловна де Торби, в замужестве леди Вернер (1892–1977)). Ее отец, великий князь Михаил Михайлович неоднократно делал покупки в лондонском магазине Фаберже.

Этот период можно назвать и «американским», поскольку рынок изделий Фаберже переместился из Европы в Америку. В 1951 г. американец Самуэль Рубин приобрел у братьев Евгения и Александра товарную марку Фаберже. Александр умирает в 1952 г., Евгений остается один.

В 1958 году, за два года до смерти, Евгений Карлович официально передал права на фирменное клеймо «Фаберже» племяннику Федору Агафоновичу. В 1954 г. Евгению Карловичу исполнилось 80 лет и в одном из писем он констатировал, что после 1954 г., его фирма «Фаберже и Ко» не работала и ежегодно предъявляла нулевой баланс. Это также связано со смертью в 1954 году партнера Евгения Александра Карловича Маркетта. Заслугой Евгения и группы его мастеров является то, что они пытались сохранить традиционные технологии Фаберже. Как пишет в письме Федору Фаберже мастер Михаил Иванов (1960 г., Архив Татьяны Фаберже): «В Идар-Оберштейне местные лапидары каждый имеет перед собой книги Сноумана и делают по ним каменных зверей». Об этом же пишет немецкий камнерез Вильд в 1981 г. Он сообщает, что Евгений Фаберже посещал Идар-Оберштейн

ПОМОГАЕМ
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 учёту оборота ДМ и ДК
- 2 Постановка на учёт в Пробирную палату
- 3 Внесение изменений в карту постановки на спец. учёт в ФКУ Пробирная Палата России
- 4 Помощь в заполнении всех вкладок личного кабинета на сайте Росфинмониторинга
- 5 Представление помощи в подаче отчётности в Росфинмониторинг
- 6 Помощь в исполнении закона №152-ФЗ "О персональных данных"
- 7 Постановка на учёт и регистрация в ГИИС ДМДК

Окажем 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, сопровождение при проверках, полный контроль, чтобы не нарушать закон!



Аутсорсинг по работе с ГИИС ДМДК Отчётность в Пробирную палату



Помощь в получении лицензии на скупку и обработку лома ДМ

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

в 1927 г., а в 1950-х гг. Евгений посылал в Идар-Оберштейн мастера М. Иванова. В том же 1954 г. Евгений передает своим племянникам Федору и проф. А.А. Фаберже списки ценностей фирмы, оставшиеся в России с надеждой, что им удастся вернуться в Россию и разыскать их...

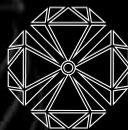
Из документов Архива Татьяны Фаберже выясняется громадная роль Евгения в предоставлении Генри Чарльзу Бэйнбриджу материалов для автобиографической книги «Дважды семь», которую бывший управляющий их Лондонским магазином выпустил в 1933 году. Бэйнбридж готовил следующую книгу, посвященную только жизни и творчеству Карла Фаберже, выход которой был намечен на 1940 год. Но Вторая Мировая война отодвинула эти планы и презентация состоялась только в 1949 году. Евгений сообщил Бэйнбриджу фамилии 72 художников и мастеров фирмы и 12 сотрудников. На самом деле, фамилий мастеров, художников и специалистов было еще больше и полностью впервые они опубликованы в нашей книге «История фирмы Фаберже» в 1992 году. Из интенсивной переписки 30-х годов выясняется, что Бэйнбридж ничего не знал о мастерах и художниках фирмы. Он сам пишет, что только через несколько лет после работы в фирме узнал, что Фаберже ежегодно исполняет Императорские пасхальные яйца. Надо отдать должное Бэйнбриджу, он аккуратно присылал Евгению свои статьи, посвященные искусству фирмы Фаберже, которые регулярно публиковал в авторитетном лондонском журнале «Конносьер», в истории он остался первым автором – биографом Карла Фаберже.

Евгений сообщает Бэйнбриджу историю императорского пасхального яйца «Царевич», исполненного фирмой Фаберже на Пасху 1912 года. Евгению Фаберже отец поручил лично вручить это яйцо императору Николаю II в Ливадии. Евгений Фаберже рассказывает интересные подробности о путешествии в Крым и о впечатлении, которое произвел пасхальный шедевр Фаберже на императора. Слова благодарности императора Карлу Фаберже свидетельствуют о доверительных взаимоотношениях, выходящих за рамки обычных отношений продавца и покупателя. Также Евгений Карлович помогал молодому искусствоведа-антиквару и дилеру Кеннету Сноуману, предоставил ему информацию и фотографии из собственного архива, просив их вернуть, чего Сноуман так и не сделал, а после смерти Евгения не передал эти фотографии наследникам. Как говорил в своих мемуарах Олег Агафонович Фаберже, много желающих «бесплатно прокатиться на «тройке Фаберже». Тем не менее Евгений едет на презентацию книги Бэйнбриджа и Сноумана в Лондон в 1949 и 1953 гг., встречается с членами королевской семьи, дает консультации по изделиям королевской коллекции.

Олег Агафонович Фаберже (1923–1993), «последний из Фаберже, родившихся в России», как он с гордостью себя аттестовал, в своих мемуарах рассказывает о посещении вместе с отцом Парижа в 1931 году, где они встретились с Евгением Фаберже: «Старший брат моего отца Евгений вместе с Андреа Маркетти открыл небольшую фирму и занимался в основном ремонтом изделий Фаберже. После того, как мы поселились в Финляндии, отец не поддерживал связи со своими братьями, ни со своей первой семьей, и поскольку о них почти ничего не говорили у нас дома, я не знаю, что с ними стало. Единственным исключением являлся мой дядя Евгений, который навестил нас за год до смерти моего отца (1950 г. – В.С.), а также дочь моего брата Татьяна, которая живет в Женеве. С ней я поддерживаю связь и сегодня». Здесь Олег Агафонович не договаривает. Дело в том, что пять сыновей от первого брака, вместе с их матерью Лидией Александровной жили в очень стесненных материальных условиях, в то время как Олег благодарит в мемуарах отца за «золотое детство». Евгений защищал имущественные интересы сыновей Агафона от первого брака. В частности, ему удалось получить в 1924 году жемчужное ожерелье, которое Агафон Карлович передал петроградскому фабриканту, швейцарцу Бремме для реализации и передаче денег Лидии Александровне. На эти средства в Версуа, пригороде Женевы в 1925 г. был куплен дом, где родилась Татьяна Фаберже. Но кроме этого ожерелья, никаких денег, вплоть до конца 1928 г. Лидии и ее сыновьям от Агафона Карловича не поступало. Евгений выплачивал Лидии ее долю в деле Фаберже. В 1914 г. Лидия Александровна имела в капитале фирмы 200 000 руб.

Евгений Карлович умер в сентябре 1960 г. Чуть раньше, в феврале того же года умер его друг Александр Николаевич Бенуа (03.05.1870–09.02.1960), а в августе Альберт Александрович Бенуа (11.06.1888–13.08.1960), который по заказу Евгения Фаберже исполнил для него проект могильного памятника. Похоронен Евгений на кладбище Сент-Уан Паризьен в Париже, рядом с могилой брата Николая, которого похоронил 17 марта 1939 г. В парижской газете «Русская мысль», был опубликован от редакции некролог, с грустью о безвременно ушедшем друге...

Резюмируя в целом, отметим, что жизнь Евгения Фаберже в эмиграции была насыщенной, сложной, наполненной разными событиями, встречами с тысячами людей и требует еще особых исследований.



РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ

1912

НОВЫЕ КОЛЛЕКЦИИ
С БРИЛЛИАНТАМИ И ДРУГИМИ
ДРАГОЦЕННЫМИ КАМНЯМИ

WWW.RUSSAM.RU

РЕКЛАМА

Циркон С

*Ювелирные шедевры,
воплощенные в жизнь!*



zircon-s.ru

8-800-300-39-68

«JUNWEX-Петербург»,

Экспофорум, стенд G-811

