

# РУССКИЙ ЮВЕЛИР

сентябрь | 2018



Любовь  
к совершенству

Екатерина Галанова

**А.**  
**АКИМОВ**  
Ювелирная компания

Организатор комплексной  
программы продвижения  
на ювелирном рынке России

МЕДИА-ХОЛДИНГ JUNWEX сегодня это:

#### РИА «РосЮвелирЭксперт»

Круглогодичная программа по обеспечению устойчивого  
позиционирования Вашего бизнеса в стране и за рубежом с исполь-  
зованием оперативного мониторинга и экспертного анализа рынка.

#### Издательский дом «Ювелирная Россия»

Печатные издания замкнутого цикла: производитель – оптовик –  
розничный магазин – покупатель: B2B-журнал «Ювелирная Россия»,  
международный дайджест «JEWELLERY RUSSIA», B2C-журнал  
«Лучшие украшения в России», B2B-каталог «Хит продаж»  
и B2B-еженедельник «Ювелирная Россия».

#### Рекламное агентство JUNWEX

Полный спектр услуг в сфере PR, GR и маркетинговых коммуникаций.  
Единственное в России рекламное агентство, специализирующееся  
на продвижении предприятий ювелирной отрасли.

#### Портал JUNWEX.COM

Крупнейший отраслевой портал, являющийся не только информационно-  
аналитическим ресурсом, но и своеобразной коммуникационной площадкой  
для всех участников ювелирного рынка.

#### Выставочная программа «Ювелирная Россия»

Организация крупнейших в России ювелирных выставок JUNWEX  
и Лучшие украшения России. Обеспечение необходимых условий  
для оптовых поставок товара на рынок, координация взаимодействия  
всех участников рынка в B2B и B2C секторах.

#### Высшая Экспертная Коллегия

Паспортизация высокохудожественных изделий. Создание летописи ювелир-  
ного искусства XXI столетия. Организация ювелирных конкурсов: «Признание  
Петербурга», «Дни Лидеров Российского ювелирного рынка», «Лучшие  
украшения России»

#### Клуб «Российская Ювелирная Торговля»

Самое массовое бизнес-объединение предпринимателей в области  
современной ювелирной торговли. В составе сегодня 7534 члена Клуба  
из более 1500 населенных пунктов РФ, а также партнерские торговые  
предприятия из стран СНГ.

## ПРОГРАММА ВЫСТАВОК «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»

JUNWEX

ПЕТЕРБУРГ

6–10 февраля 2019

Санкт-Петербург, КВЦ «ЭкспоФорум»

JUNWEX

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

22–26 мая 2019

Москва, ВДНХ, павильон 75

JUNWEX

МОСКВА

25–29 сентября 2019

Москва, ВДНХ, павильон 75

9–10 ноября 2018

JUNWEX  
*Premium*

Москва, ЦМТ

JUNWEX

YEREVAN SHOW

22–24 октября 2018

Армения, Ереван, Экспо-центр «Меридиан»

JUNWEX

ЕКАТЕРИНБУРГ

15–18 ноября 2018

Екатеринбург, МВЦ «Екатеринбург-Экспо»

Лучшие Украшения  
России

12–16 декабря 2018

Москва, ВДНХ, павильон 75

Лучшие Украшения  
России

7–10 марта 2019

Москва, ВДНХ, павильон 75



## РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин

1-й заместитель главного редактора

Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru

заместитель главного редактора

Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru

эксперт-геммолог Михаил Чижов

дизайн и верстка Екатерина Калинина

фото Алексей Боголепов

корректор Людмила Лебедева

## ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел advert@russianjeweller.ru

отдел распространения info@russianjeweller.ru

## АДРЕС РЕДАКЦИИ

199034, Санкт-Петербург, В. О.,

16 линия, д. 7, оф. 1409.

Тел./факс (812) 327-75-65

www.russianjeweller.ru

e-mail: info@russianjeweller.ru

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА Центр учета и аудита

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 2, 2018 год

ТИРАЖ 7000 экз.

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

**ПЕЧАТЬ** Типография «Премиум Пресс», Санкт-Петербург

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



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

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



## НА ОБЛОЖКЕ

Екатерина Галанова, руководитель Санкт-Петербургского международного фестиваля балета Dance Open, режиссер-постановщик музыкального шоу «Классика на Дворцовой», продюсер исполнительских искусств.

Фотограф: Стас Левшин

Гример: Олеся Кудрявцева

Часы и браслеты с подвесками: Ювелирная компания Акимов akimow.com

## СОДЕРЖАНИЕ

### IT

- 17 Торговые акции: затачиваем стрелы  
6 Между Сциллой и Харибдой

### ТРЕНДЫ

- 12 Тенденции на отечественном рынке премиум-класса  
14 Выбираем стиль украшений: классификация колец  
24 Годовщины свадьбы и их талисманы

### СЕРЕБРЯНЫЙ КЛУБ

- 26 Звездная фирма без звездной болезни  
27 Немного волшебства в холодном серебре  
28 CHAMPION of the CHAMPIONS  
29 ИНЬ и ЯНЬ искусства горячей эмали

### СОБЫТИЯ

- 32 Минералы мира в искусстве современных художников

### ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ

- 38 TRY & BUY  
46 Новая осень — новый учебный года в лицее Карла Фаберже!

### АНОНС КНИГИ

- 48 Традиции Фаберже в современном православном ювелирном искусстве

### ИСТОРИЧЕСКИЕ ХРОНИКИ

- 54 1918 год. Карл Фаберже навсегда покидает Россию  
64 Эпоха ювелира Иосифа Маршака



## РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ RUSSKIYE SAMOTSVETY

— с 1912 года —

## Набор для вина

арт. 33445

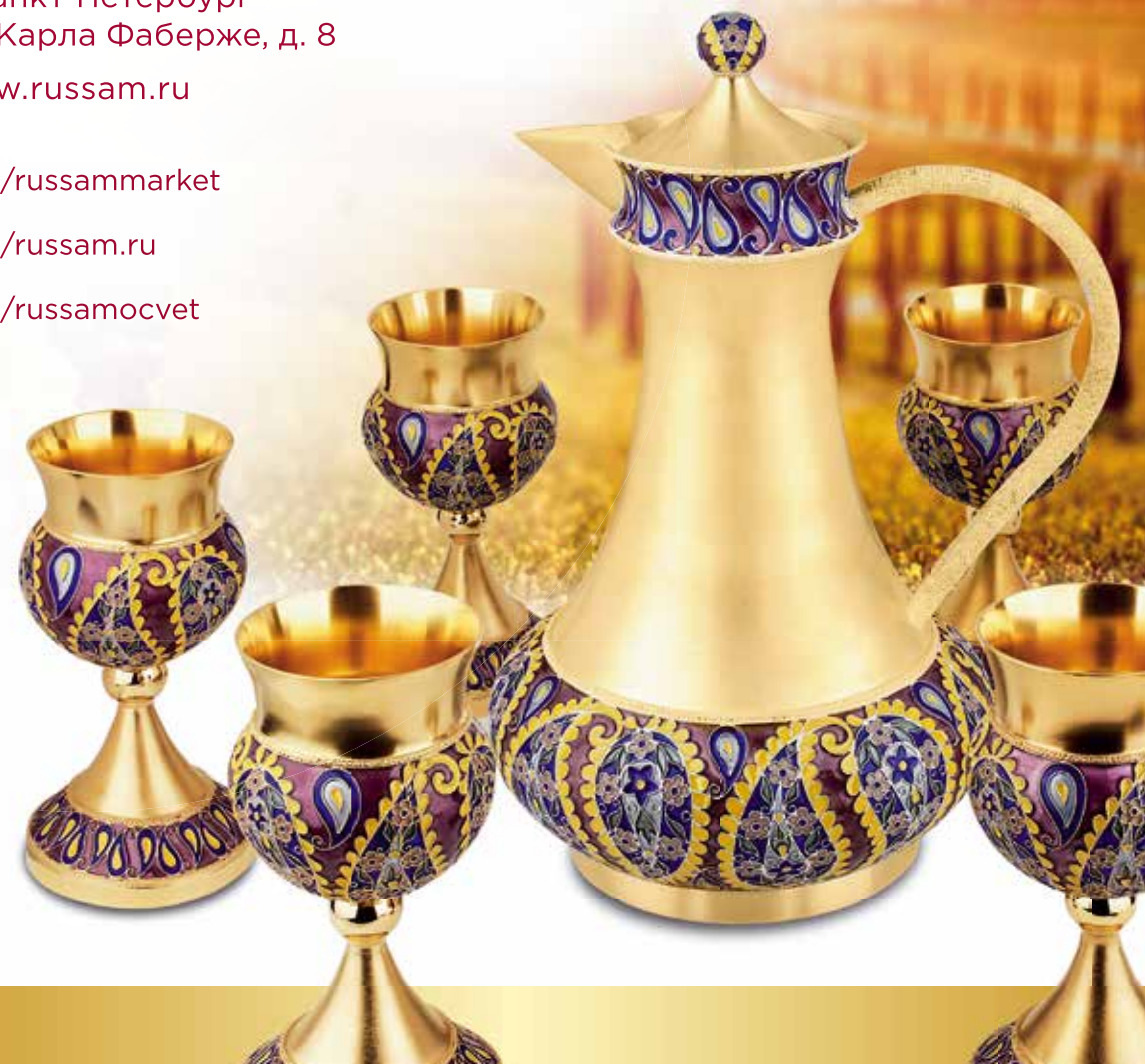
г. Санкт-Петербург  
пл. Карла Фаберже, д. 8

www.russam.ru

vk /russammarket

f /russam.ru

ig /russamocvet



РЕКЛАМА



## Между Сциллой и Харибдой



Так можно было охарактеризовать рынок онлайн-продаж ювелирных изделий до недавнего времени. Закон «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» не содержит ограничений на онлайн-торговлю, но «Правила продажи дистанционным способом» и «Правила продажи отдельных видов товаров» давали возможность неоднозначной трактовки, чем ограничивали ювелирную интернет-торговлю.

Для того чтобы оставаться в правовом поле и избежать штрафов, ювелирным предприятиям приходилось прибегать к некоторым ухищрениям. К примеру, размещать на сайтах положение о том, что каталог ювелирных изделий является ознакомительным, а продажа происходит после ознакомления покупателя с изделием, при курьерской доставке, а оплата происходит после осмотра. Но разум, кажется, восторжествовал.

3 сентября завершилась независимая антикоррупционная экспертиза проекта указа Президента РФ «О внесении изменений в перечень видов продукции и отходов производства, свободная реализация которых запрещена». Согласно Указу из перечня исключают ювелирные изделия из драгоценных металлов и (или) драгоценные камни, сертифицированные ограненные драгоценные камни. После рассмотрения документов Правительством РФ и официальной публикации нормативно-правового акта с онлайн-продаж ювелирных изделий будут, наконец, сняты все ограничения.

*Серебряные ритмы Вселенной*

Серебряный комплект с розовым кварцем  
**ГРАВИТАЦИЯ**

ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД  
**ЦИРКОН С**

ООО «ЦИРКОН С»

<http://zircon-s.ru>  
[zircon-s.spb@inbox.ru](mailto:zircon-s.spb@inbox.ru)  
 телефон отдела продаж:  
 (8-812) 649 7373





Динамика розничных продаж ювелирных изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, % к предыдущему году. Источник: Росстат

Следовательно, в этот сегмент рынка придет множество новых участников, и мы решили рассказать, как развивался рынок онлайн-торговли ювелирными изделиями в последние годы.

### НЕМНОГО ЦИФР

По данным Ассоциации компаний Интернет-торговли (АКИТ), несмотря на существующие ограничения, в прошлом году общий объем продаж ювелирных изделий составил 187,5 млрд. рублей (+4 % к 2016 году), из которых 3 % (5,6 млрд. руб.) пришлось на онлайн-торговлю. По прогнозам АКИТ, продажи ювелирных изделий в 2018 году достигнут 2000 млрд. руб., а на долю интернет-продаж придется уже 7 % от общего объема, что в денежном выражении составит 14 млрд. руб. То есть рынок вернется к докризисным показателям. Прирост будет, в том числе, за счет существенного увеличения доли онлайн-заказов после принятия Указа.

На данный момент средний чек при покупке украшений через Интернет ниже, чем в традиционных магазинах: 15 200 рублей против 25 000 рублей. Отметим, что онлайн продается больше изделий из серебра, в офлайн — из золота. Так, при заказе в интернет-магазинах, доля изделий из серебра в штуках составляет 64 %, золота — 33 %, платины — 3 %. В стационарных магазинах расклад практически тот же: изделий из золота приобретается 33 %, из серебра — 60 %, из платины — 7 %. Подавляющее большинство интернет-заказов (91 %) покупатели забирают из собственных

магазинов продавцов, 9 % покупателей пользуются услугами курьерской доставки. На сегодняшний день существует проблема, связанная с транспортировкой ювелирных изделий, для осуществления которой необходима особая лицензия. Доставкой ювелирных изделий могут заниматься только специализированные перевозчики, которых не так много, учитывая огромные размеры нашей страны.

### ЧТО ПОКУПАЮТ В ИНТЕРНЕТЕ

Самыми активными покупателями ювелирных украшений являются москвичи (42 %), затем следуют жители Санкт-Петербурга (26 %), Краснодарского края (13 %), Татарстана (10 %) и Чеченской республики (6 %). Интересно отметить, что женщины покупают украшения реже мужчин, это правило работает как в оф-, так и онлайн:

Онлайн: мужчины в возрасте 25-34 года — 58%, женщины 35-44 года — 42%

Офлайн: мужчины в возрасте 28-45 лет — 75%, женщины 36-46 лет — 25%

Самыми популярными товарами среди ювелирных украшений являются золотые серьги, серебряные кулоны и подвески, а также обручальные и помолвочные кольца. По данным АКИТ, в 2017 году каждое пятое помолвочное кольцо было заказано в Интернете. Пики интернет-продаж приходятся на 14 февраля и 8 марта. Причем, в День всех влюбленных частота покупок увеличивается в 5 раз, а в Международный женский день — в 3 раза.



Мода проходит —  
драгоценное вечно



СЕРЕБРО С ДРАГОЦЕННЫМИ КАМНЯМИ  
И ГОРЯЧИМИ ЭМАЛЯМИ



ПОСТАВЩИК РОССИЙСКОГО  
ИМПЕРАТОРСКОГО ДОМА

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



## ГДЕ ПОКУПАЮТ

Ювелирные изделия покупатели приобретают не только через российские, но и зарубежные сайты. Причем основная доля трансграничных товаров приходится на бижутерию, в то время как изделия из драгоценных металлов чаще всего приобретаются на российских сайтах. В целом, на долю покупок ювелирных украшений и бижутерии у зарубежных продавцов сегодня приходится порядка 8 %. Чаще всего ювелирные изделия покупают на зарубежных сайтах Ebay, Amazon и Asos, заказывая из США, Италии, Германии, Франции, Швейцарии, Таиланда. Как отмечается в исследовании, лишь 1 % от покупок приходится на китайские сайты. При этом стоит отметить, что пересылка ювелирных изделий силами почтовых операторов запрещена международной почтовой конвенцией.

В онлайн-торговле ювелирными изделиями довольно высок процент отказов — в 2017 году он составил 22 %. Причин тому несколько. Во-первых, большая часть таких покупок совершается в подарок и впоследствии не подходит тому, кому они предназначались. Во-вторых, зачастую фотографии украшений на сайте не вполне отражают реальный вид изделия, и при получении заказа в магазине покупатели отказываются от него или выбирают в стационарном магазине что-то другое. И наконец, в-третьих, ювелирные изделия относятся к категории эмоциональных покупок, в которых процент отказа традиционно высок. А поскольку закон запрещает предоплату при торговле этими товарами, ситуация со временем не меняется.

## ЦИФРОВЫЕ УРОКИ

Перемены — они всюду. Технологии стали неотъемлемой частью нашей жизни. Мы активно используем компьютеры, смартфоны и другую электронику на работе и дома. Digital (цифровой маркетинг) продолжит менять поведение потребителей, которые больше не покупают продукт — они покупают опыт и эмоции, которые может предложить бренд.

Интернет дает многогранные возможности для ювелирных брендов и розничных магазинов, но требует продуманных действий.

По мере роста числа покупок в Интернете отношения с клиентами остаются важным фактором лояльности в сознании потребителей. Сегодня они (отношения) находятся в процессе трансформации: предпродажное и послепродажное обслуживание, как и сами продажи меняются с высокой скоростью. Люди становятся более осведомленными, чем когда-либо прежде — о новейших продуктах узнают практически сразу, как те попадают на рынок. Кроме того, высоко и намерение приобрести эти новые про-

дукты, что резко контрастирует с подходами потребителей к новым технологиям всего два десятилетия назад. В исследованиях начала 1990-х годов, когда респондентов спрашивали о намерении купить мобильный телефон, самый популярный ответ был: «Нет!». Спустя 25 лет настроение полностью изменилось. Согласно исследованиям, проведенным американскими маркетологами, 66 % людей говорят, что они заинтересованы в покупке безусловных новинок — «умных» вещей, будь то телевизор, автомобиль, холодильник, и даже обувь.

## ЮВЕЛИРНЫЙ ОНЛАЙН

Традиционные ритейлеры боятся «демонстрантов» — покупателей, которые приходят в магазины, осматривают витрины, примеряют украшения, получают консультации продавцов лишь для того, чтобы затем вернуться домой и заказать товар в Интернете. Отчасти этот страх оправдан: исследование показало, что 46 % американцев используют магазины в качестве «выставочного зала». Однако в том же исследовании указано, что существует и обратная сторона медали — еще большее количество респондентов (69 %), прежде чем совершить покупку в офлайн-магазине, проводят онлайн-исследования. А затем посещают магазин, чтобы заказать продукт по своему выбору.

Потребительские ожидания меняются и в зависимости от опыта покупок в сети/традиционном магазине. Потребители ожидают, что онлайн-и оффлайн-миры будут интегрированы в самом ближайшем будущем. Во многих случаях именно это и происходит. Так, например, некоторые магазины по продаже косметики уже установили в залах интерактивные экраны, позволяющие потребителям искать информацию о конкретных товарах во время посещения магазина. А так как на некоторые товары в интернет-магазине установлены специальные цены, клиент (находясь в офлайн-магазине) с удовольствием совершает онлайн-покупку, получая заказанный товар немедленно.

## ЛИЧНЫЙ КОНТАКТ

Никогда не недооценивайте влияние реальных людей. Человеческий контакт имеет решающее значение в большинстве отношений с клиентами — даже в цифровом мире. Семьдесят три процента потребителей хотят время от времени иметь возможность общаться с человеком из плоти и крови, даже если цифровые каналы отлично работают. Осознание того, что такая возможность существует, возвращает душевное спокойствие, которое многие люди все еще ценят. В этом и заключается главная сила ювелиров при обустройстве цифрового мира.



# Тимофеев

Мир обручальных колец

ОБРУЧАЛЬНЫЕ КОЛЬЦА  
ОТ Тимофеев ЭТО:

- ✓ Золото 585 пробы
- ✓ Уникальный дизайн
- ✓ Современные технологии производства
- ✓ Неизменное качество
- ✓ Индивидуальный подход



26-30 сентября,  
JUNWEX-Москва

Москва, ВДНХ,  
павильон 75, стенд А 447,  
телефон для связи на выставке  
+7 926 710 67 13

428903, Чувашская Республика, г. Чебоксары, Березовый пр-д, д. 7  
Телефоны: +7 (8352) 641-888,  
+7 (8352) 507-366

109377, г. Москва,  
Рязанский проспект, д.61, стр.4  
Телефон: +7 (926) 710-67-13

info@timofeev-gold.com, e.petrova@timofeev-gold.com

[www.timofeev-gold.ru](http://www.timofeev-gold.ru)



# ТЕНДЕНЦИИ

## на отечественном рынке украшений ПРЕМИУМ-КЛАССА

Непростая ситуация на отраслевом рынке заставляет производителей более вдумчиво и скрупулезно заниматься формированием товарного ассортимента. В связи с этим обстоятельством наметилась определенная тенденция, как на мировом, так и на отечественном рынках по комплектации тематических коллекций.

Речь идет об украшениях с цветными ювелирными вставками.

Именно высокая популярность природных цветных камней в последнее время стала движущей силой для тренда дизайнерских украшений. Речь идет не только о цветниках 1-ой и 2-ой групп, но и, в первую очередь, о ярких и структурных ювелирных камнях полупрозрачных и непрозрачных категорий. Использование этих вставок средних и крупных размеров предоставляет возможность значительно расширить ассортиментный ряд конкурентоспособных украшений премиального класса. Здесь на первый план выходит уровень дизайнерских решений и комплексный подход к формированию тематических коллекций. Это дает возможность

установить выгодный баланс между

эксклюзивностью и доступностью. Бренды, которые пошли по этому пути, получили возможность для существенного расширения масштабов бизнеса. К ним можно отнести Van Cleef & Arpels, Bvlgari, Piaget, Chopard и другие.

Несколько лет назад использовать вышеупомянутую категорию камней начал и бренд GEVORKYAN в своей коллекции Fairy Tale. Украшения новой линейки коллекций сразу привлекли повышенное внимание ценителей ювелирного искусства и стали востребованными на рынке. Всего в арсенале Бренда 20 тематических коллекций, отражающих большинство вкусов и предпочтений потребителей премиального сегмента. В основании триады символов Бренда лежит дерево дуб, олицетворяющий силу, фундаментальность, долголетие и красоту. Затем идет фиоле-



Ф. В. Полуденный, директор бренда GEVORKYAN

товый цвет, который объединяет мудрость и любовь. И венчает все аметист — символ любви и гармонии.

С помощью этих символов коллекции Бренда отражают дух нашего времени, его ритмы и тренды. Это проявляется как в дизайне, так и в технике исполнения и, естественно, в подборке ювелирных камней. У каждого камня есть врожденная красота и характер, своя энергетика. Камень может стать другом, проводником в этом мире, он наделен властью давать силу и защищать. Вот так рождаются уникальные драгоценности, так создается ювелирное искусство.

Огромная роль в эффективности продвижения ювелирного бизнеса принадлежит специализированным салонам. Менеджмент розничных сетей все больше начинает понимать, что профессионально подобранный и сегментированный ассортимент в корне меняет концепт восприятия салона, как торговой площадки.

Сегодня акцент делается на известные торговые марки, на тематические ювелирные коллекции, современное торговое оборудование, т.е. культура организации продаж меняется. И покупатель это замечает. Он идет туда, где уютно и красиво, где качественный товар и профессиональное обслуживание. Это естественный процесс формирования культуры развития рынка. Этому способствует также информационное поле, которое создается посредством экспозиции высококлассных ювелирных коллекций отечественных про-

изводителей и в салонах, и на профильных выставках, и на конкурсах ювелирного искусства.

Вместе с тем, владельцы брендов должны выстраивать свою маркетинговую стратегию таким образом, чтобы обеспечить максимальное восприятие положительных свойств изделий, способствуя развитию концепции стиля жизни в сторону потребителей украшений премиального сегмента.

И еще, — изделия премиум-класса с полной гарантией и сервисом зарубежного происхождения стоят дорого, иногда в разы дороже украшений отечественных производителей, которые как по качеству, так и по художественной составляющей не хуже, а в большинстве своем значительно лучше импортных аналогов. Сегодня у потребителя есть выбор — переплачивать за иностранный бренд или приобретать за разумную цену высококласный продукт российского происхождения безупречного качества с солидной, или как у GEVORKYAN, бессрочной гарантией.

Таким образом, вывод напрашивается один — будущее на отраслевом ювелирном рынке — за отечественными брендами...





## Выбираем стиль украшений: классификация колец

Кольцо — единственное украшение, которым мы можем любоваться без зеркала. Возможно, именно поэтому такой драгоценный элемент присутствует на пальчике практически каждой дамы. Объемные и броские, скромные и миниатюрные, классические обручальные, современные на несколько фаланг или пальцев — выбор поистине огромен. «Как в нем бы не запутаться», — подумала я, и составила свою классификацию самых распространенных видов этого украшения.



### СОЛИТЕР

Солитер, что в переводе с французского означает «единственный», в своем названии скрывает и дизайн, и назначение такого кольца. Конструкция предполагает один самоцвет в драгоценной оправе. Дарят же их при выборе своей единственной — на помолвку или свадьбу.

### КОЛЬЦА ВЕЧНОСТИ

Представьте себе дорожку из бриллиантов или драгоценных камней в канальной или крапановой закрежке, обвивающую палец, — это и есть кольцо вечности. Без начала и конца, оно является символом любви навсегда. Обычно такое кольцо дарят на годовщину свадьбы, юбилей или рождение ребенка.

ювелирное  
производство  
*Туликов*

## ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ *из серебра с эмалью*



[WWW.TULIKOV.RU](http://WWW.TULIKOV.RU)

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

+7 (916) 828-36-20





Cartier



Van Cleef & Arpels



Chaumet

### СИГАРНЫЙ БАНТ

Название говорит само за себя — это кольцо напоминает бумажный ободок на сигарете. Его дизайн варьируется от простого, сделанного из металла, до усложненного инкрустацией, эмалевой росписью, филигранью или гравировкой. Такие кольца могут быть разной ширины, их общий элемент — плоская поверхность.

Вот, что будет проходить на выставке JUNWEX—Москва 27 сентября в 11 часов на стенде Клуба «Российская Ювелирная Торговля»:

Катерина Перез о роли социальных сетей в развитии ювелирных брендов

Катерина Перез — международный ювелирный обозреватель, основатель платформы [katerinaperez.com](http://katerinaperez.com) и ювелирный консультант из Лондона. Она поделится примерами того, как социальные сети и работа с блогерами могут повысить узнаваемость бренда, охват аудитории и увеличить продажи. Лайфхаки, примеры из жизни и советы от опытного специалиста по ведению социальных сетей для брендов и дизайнеров.



Picchiotti



Giovanni Fennais

### TOI AT MOI — ТЫ И Я

Toi et moi — эти кольца могут быть как с двумя одинаковыми, так и с близко подобранными по размеру камнями одинаковых или различных цветов. Изюминка дизайна Toi et moi заключается в том, что вставленные камни или гармонично дополняют друг друга, или контрастируют, как бы отражая две похожие или противоположные сущности.



Stephen Webster



реклама

ЖДЕМ ВСТРЕЧИ С ВАМИ НА «JUNWEX МОСКВА»: 26-30 СЕНТЯБРЯ 2018 ГОДА, ПРОСПЕКТ МИРА, 119, ВДНХ, ПАВИЛЬОН 75, ЗАЛ С, СТЕНД 104

Ювелирный дом CHAMOVSKIKH (холдинг JF Carat) 620073 г. Екатеринбург, ул. Крестинского, 44 оф. 1000, тел. +7 (343) 383-46-01

e-mail: [caratpro@jfcarat.ru](mailto:caratpro@jfcarat.ru)

[www.chamovskikh.com](http://www.chamovskikh.com)

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

[jf\\_carat](https://www.instagram.com/jf_carat)



Скользящие  
бриллианты

Camera



Boucheron

## СОСТАВНЫЕ КОЛЬЦА

Если уж быть совсем точной, то на первый взгляд — это обычные тонкие кольца, но композиция, которую они составляют вместе, плотно прилегая друг к другу на пальце, составная и эффектная! Чередуя порядок и количество таких частей, можно каждый день поучать новое оригинальное украшение.



Luigi Quadria



Gianni Fendris



## КУПОЛООБРАЗНЫЕ КОЛЬЦА

Их также называют «Бомбами» от первоначального названия — Bombe. Такое кольцо представляет собой крупный кабшон или «сахарную голову», оправленную в драгоценный металл, а также фантазийный дизайн в форме купола. Такое кольцо выглядит властно, особенно если его надеть на указательный палец.

Владимир Михайлов  
православные образы

## Кольцо-складень «Четыре образа»

Золото «зеленое» 585<sup>0</sup>, бриллиант



Узнайте больше об авторе и его работах на сайте [www.vmkhailov.com](http://www.vmkhailov.com) или по телефону 8 800 5555 605

МОСКВА: ул. Большая Дмитровка, 16 «Галерея Михайлов» +7 (495) 692 44 12 | Кутузовский пр., 2/1, к. 1А «Галерея Михайлов» | 67 км МКАД ТЦ «Крокус Сити Молл»  
Новинский б-р, 31 ТДЦ «Новинский» | пл. Киевского вокзала, 2 ТРЦ «Европейский» | Аэропорт «Шереметьево» терминал «Аэроэкспресс»  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: Большой пр. ПС, 31 «Галерея Михайлов» +7 (812) 490 77 56 | Невский пр., 44 ТК «Гранд Палас» | Невский пр., 48 ТД «Пассаж»  
ул. Большая Конюшенная, 10 «Галерея Михайлов» | Московский пр., 159 «Галерея Михайлов» | Владимирский пр., 19 ТК «Владимирский Пассаж»  
BADEN-BADEN: Sophienstrasse, 19\* +49 (7221) 302 94 67 \*Германия, Баден-Баден, Софиентштрассе, 19  
RIGA: Valnu iela, 1\* +37 (126) 49 55 65 \*Латвия, Рига, ул. Вальню, 1





## КОЛЬЦА С СЕКРЕТОМ

Как правило, это штучные предметы искусства со сложным механизмом, сюжетной линией или каким-то спрятанным секретом. Трудоемкие в производстве и эффектные на пальце, они всегда привлекают к себе внимание — каждому интересно рассмотреть такое кольцо и испытать его в движении, найти его тайник, что рождает вокруг ажиотажа и вздохи восхищения.



# СМОЛЕНСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ

ювелирная группа



Отдел сбыта  
[sale@smolenskdiamonds.ru](mailto:sale@smolenskdiamonds.ru)  
 +7(4812)20-69-02  
[smolenskdiamonds.ru](http://smolenskdiamonds.ru)



### КОКТЕЙЛЬНЫЕ КОЛЬЦА

Коктейльные кольца с момента своего появления во времена «сухого закона» предназначались для вечеринок и выглядели как перстни с огромными камнями. Но в настоящее время коктейльным кольцом называют любое крупное и эффектное изделие на палец, будь оно с крупным самоцветом или декоративным элементом.



Смоленские  
бриллианты



Гриндор



Picchiotti



Boucheron



Palmiero

### ТРЕНДОВЫЕ КОЛЬЦА

Однажды ворвавшись в качестве сценического украшения для звезд и моделей на подиумных показах, модные изделия проникли в повседневность. Сюда можно причислить кольца на весь палец, на два-три-четыре пальца и ободки на фаланги пальцев.



Carra by Carra



Смоленские  
бриллианты



# ЮВЕЛИЯ

ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ

[www.juvelia.ru](http://www.juvelia.ru)

8 (921) 941-41-33



# Годовщины свадьбы и их талисманы



**15**  
РУБИН  
**40**

**8** ТУРМАЛИН



ОПАЛ

**13**  
ЦИТРИН

**10**  
БРИЛЛИАНТ

**14**

**24** ТАНЗАНИТ

**1** ЗОЛОТО  
**50**

**7** ОНИКС

БИРЮЗА

**11**

**2** ГРАНАТ

**25** СЕРЕБРО

**4** ГОЛУБОЙ  
ТОПАЗ

**21**  
КОРДИЕРИТ

**3** **30**  
ЖЕМЧУГ

В сказках история главных героев очень часто заканчивается свадьбой. Потом как-то скороговоркой: и жили они долго и счастливо, и умерли в один день. Мы не возражаем — мы настаиваем на подробностях. Потому что все эти долгие счастливые годы совместной жизни на самом деле наполнены замечательными событиями. А именно: раз в год, в годовщину свадьбы любящий супруг преподносит своей любимой, дорогой, единственной драгоценный камень — талисман счастливой супружеской жизни. Кто знает, может быть, именно эти талисманы и есть залог того, что «жили они долго и счастливо»?..

*фото предоставлены Вайсберн*

АКВАМАРИН

**19**



**5** САПФИР  
**45**

**35** ИЗУМРУД

**20**

**18**  
КОШАЧИЙ  
ГЛАЗ

ЧАСЫ **17**



**6** АМЕТИСТ

**16** ХРИЗОЛИТ

**9** ЛАЗУРИТ

**23** КОРОЛЕВСКИЙ  
ТОПАЗ

Клуб основан в 2011 году в Санкт-Петербурге

## СЕРЕБРЯНЫЙ КЛУБ

(КЛУБ ОТВЕТСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ)

Серебряный Клуб, которому исполнилось уже 7 лет, изначально создавался для работы во «внешнем мире», среди потребителей и ценителей серебряного искусства. В его задачи входили общая реклама, защита авторских прав, позиционирование на информационном поле. Собственные коммерческие интересы оставались за рамками клубных связей. Но достаточно быстро формальное сотрудничество переросло во взаимоотношения. Сегодня все без исключения участники этого проекта — Лидия Рожкова (ВЕГА), Наталья и Татьяна Тарасовы (Невский-Т, ювелирный бренд ТАРАСОВЫ), Лариса Фролова и Филипп Колоницкий (ФИЛЛАРТ) и Сергей Куколевский (ЦИРКОН С) подчеркивают главное — уникальность взаимоотношений внутри Клуба: каждая из компаний сохранила свою индивидуальность, каждая продвигает свою коммерческую программу и при этом в Клубе установилась без преувеличения дружеская атмосфера и дух творческого сотрудничества. Сейчас трудно все перечислить — это и технические консультации и финансовое участие и помощь материалами, и отладка технологий... и даже обмен художественными решениями. Возможно, все это и позволило участникам Серебряного Клуба сохранять стабильность бизнеса в условиях резких изменений на ювелирном рынке.

Комплект «Каберне» (ВЕГА)

В апреле этого года в Санкт-Петербурге открылся магазин-музей СЕЗОН СЕРЕБРА, собравший на своих витринах лучшие украшения участников Серебряного Клуба.

ВЕГА

ТАРАСОВЫ

Филарт

ЦИРКОН С



# ЗВЕЗДНАЯ ФИРМА без звездной болезни

Творческий процесс создания изделий с маркой ВЕГА – неповторим. Ни одна техника для этого не приспособлена. Нарисовать такое — нереально, запрограммировать — вряд ли кто возьмется, изделия рождаются так же, как распускается цветок из бутона, достигая совершенных естественных форм..



Лидия Рожкова  
владелец и руководитель  
компании ВЕГА

И поначалу был озадачен многочисленными жалобами, что «ей всё не нравится», «вечно по сто раз всё переделываем», «ей всё не так»... Попривыкнув к эмоциональному фону, я вдруг начал понимать, что он — не более чем лукавство, театр. Для хороших мастеровых поворачивать — святое дело, особенно если они понимают, что дело движется к очередному маленькому шедевру. Но есть и обратная сторона. Модели, созданные Лидией и её мастерами, то и дело всплывают в коллекциях других компаний, разумеется, без санкции автора. Некоторые из них были сработаны дизайнерами по образцу, другие — просто скопированы, а с иных без затей были сняты резинки со всеми неизбежными утратами. Велик соблазн воспользоваться чужой удачей, но факт остается фактом: ни одна из заимствованных моделей в чужих руках не имела того успеха у покупателей, который сопровождал оригинальное произведение ВЕГИ. Колдовство, да и только.

О.Подгурский  
президент Серебряного Клуба

<http://vega-serebro.ru>

# НЕМНОГО ВОЛШЕБСТВА в холодном серебре

На выставках, начиная с монтажа и заканчивая последними упаковками перед отъездом, у сотрудников есть традиция скандировать хором «Циркон-чемпион!». И самое приятное, по словам Сергея Куколевского, когда откуда-нибудь несется в ответ та же фраза.

Из интервью разных лет:

**О СЕРЕБРЕ.** Наше серебро это крупные изделия, классическая стилистика. Оно позволяет делать более дизайнерские вещи. Тех, кто работал с золотом видно сразу: все очень легко, изящно, особый тонкий дизайн. Серебро – металл более легкий, пластичный и не такой дорогой, что позволяет свободно разгуляться фантазии.

**О КОНКУРЕНЦИИ.** Если же говорить вообще о конкуренции, то на нашем петербургском серебряном рынке ситуация мне очень нравится. У нас есть «Серебряный клуб». Мы все в нем прямые конкуренты, но при этом успешно сотрудничаем, поддерживаем друг друга в бизнесе, стали друзьями и даже отдыхаем вместе. На мой взгляд это – идеальная конкуренция.

**О КАМНЯХ.** Сейчас мне очень грустно видеть, как наши российские камни, которые я считаю самыми красивыми, исчезают. Старые месторождения исчерпаны, новых нет. Эти утраты невосполнимы. Например, открыли месторождение чароита. Была одна гора в мире, самоцвет добывали, продавали, сегодня уже нет ни горы, ни чароита.

**О КРАСОТЕ.** На одной из выставок, это был где-то 98-99-й год, на улице кризис. Заходит женщина. Мягко говоря, небогата, видно, что самоощущение у нее тоже весьма низкое. И так влюбленно она смотрела на наши изделия... Я предложил ей померить, уговорил, хоть и не сразу. Пообещал максимальную скидку. Аккуратно сняла шляпку, вдела серьгу... Вторую... И вдруг спина выпрямилась. Грудь округлилась! Достала расческу, начала прихорашиваться. И вдруг из человека, забитого жизненными проблемами, преобразилась в прекрасную счастливую женщину. И это, наверное, еще одна причина, почему я занимаюсь серебром. Хочется быть немного волшебником.



Сергей Куколевский  
владелец и руководитель  
компании ЦИРКОН С



Композиция  
с розовым кварцем  
ГРАВИТАЦИЯ



<http://zircon-s.ru>



Комплект  
ТАМАРА



СЕРЕБРЯНЫЙ КЛУБ

СЕРЕБРЯНЫЙ КЛУБ



# CHAMPION of the CHAMPIONS

этот самый престижный титул в мире создателей ювелирных украшений  
увенчал для Натальи и Татьяны Тарасовых  
череду побед в профессиональных конкурсах сезона 2016-2017



Наталья и Татьяна Тарасовы,  
компания НЕВСКИЙ-Т,  
ювелирный бренд ТАРАСОВЫ

Он был присужден в номинации «Уникальность и инновационность дизайна»  
на Международном ювелирном шоу International Jewellery Design  
Excellence Award 2017 (Hong Kong)

Почетный приз  
и кольцо-победитель  
"FOR FORM"

Его называют ювелирным «Оскаром» и без оснований. Организаторы масштабного шоу в Гонконге приложили невероятные усилия, обеспечив представительство профессионального конкурса. Сто шестьдесят пять участников со всех континентов приняли вызов и предоставили свои работы на рассмотрение жюри, составленное из специалистов, чья квалификация не вызывает и тени сомнений. Восемь претендентов, попавших в шорт-лист, были приглашены на выставку в Гонконг, в рамках которой и состоялась вручение победительной статуэтки тяжелого желтого стекла, созданной знаменитым китайским скульптором Wallace CHAN.

Состязание интересно соперниками. Истинному Мастеру не к лицу выигрывать у слабых. Организаторы конкурса поставили

цель, чтобы путь к награде не стал легкой прогулкой. Соревновались не только мастера, спорили школы, подходы и философии творчества. В запарке организаторы даже приписали Бразилию

к Европе, но на этот казус никто не обратил внимание, ведь на кону стояли приоритеты более важные, чем движение стран и континентов. Просматривая конкурсные работы, можно только удивляться, как в этом разнообразии творческих открытий Тарасовым удалось найти свою линию и провести её до высшей ступеньки подиума.

Что бы ни говорили из скромности сами мастера — в ювелирном ремесле много нематериального. Иначе чем объяснить, что одно изделие после покупки быстро теряет вашу расположенность и даже может раздражать, а другое многие годы дарит радость обладания. Феномен истинного творчества невозможно поймать никакими приборами, зато ценитель легко отличит настоящее украшение.

А из рук Тарасовых выходит только настоящее.

<http://nevsky-t.ru>

## ИНЬ и ЯНЬ искусства горячей эмали



Из колец серий  
«Принцесса на горошине» и  
«Седмица» можно  
«собрать» любое  
настроение



Филипп Колоницкий  
и Лариса Фролова,  
ювелирный бренд ФИЛЛАРТ

безошибочно чувствует покупатель. Не случаен и выбор специализации компании — горячая эмаль на серебре, как нельзя лучше отражающая единство и противоборство древнего восточного принципа.

Горячая эмаль на серебре — это искусство легких касаний. Технология проста только на первый взгляд. Можно сформировать узор, разделив перегородочками границы цвета, потом залить полости эмалью. Так получим цвет, но не достигнем изысканности полутонов. Настоящее искусство начинается, когда эмальер становится художником — точные мелкие движения тончайшей мягкой кисточкой, угадывание колористической гаммы, которую дает обжиг, ожидание у печки и новые слои, в которых все меньше расчета и все больше интуиции.

Вольно или невольно, но основатели студии «ФИЛЛАРТ» воспользовались и блестяще подтвердили восточный принцип инь-янь, гласящий, что гармоничное сочетание мужского и женского начал — залог успеха любого дела. Они и вправду разные — Лариса Фролова и Филипп Колоницкий, но именно разные взгляды и разные подходы к созданию новых моделей обеспечивают тот загадочный характер ювелирных украшений, которое

<http://filart.ru>



Коллекция  
ОБРУЧЕНИЕ С ПЕТЕРБУРГОМ  
тонкие серебряные реплики  
решеток мостов, набережных  
рек и каналов  
Северной Столицы



СЕРЕБРЯНЫЙ КЛУБ

СЕРЕБРЯНЫЙ КЛУБ





 **Альтаир**

*Эксклюзивные  
ёлочные игрушки  
из серебра*

*Родом из детства ...  
незыблемые семейные традиции*

[www.altaircompany.ru](http://www.altaircompany.ru)

ООО «Альтаир – ВДВ»  
Санкт-Петербург  
тел.: +7 (812) 578-88-37,  
+7 (812) 578-87-86,  
+7 (812) 578-87-29  
e-mail: vdvnika@mail.ru

[www.serebro-altair.ru](http://www.serebro-altair.ru)

тел. для связи на выставке : +7 (911) 916-25-23  
ВДНХ, павильон 75, стенд А 530





Ю. С. Гоголь, Санкт-Петербург. Объект «Спрятанные чувства» (южноуральский кварц). Частная коллекция

*«Искусство — дело серьезное, особенно серьезное, когда оно занимается объектами благородными и возвышенными; художник же стоит над искусством и над объектом; над первым — ибо пользуется им как средством, над вторым — ибо на свой лад толкует его»*

И. В. Гете

## Минералы мира в искусстве современных художников

Драгоценный камень в своей сверкающей красоте и разнообразии с незапамятных времен человеческой культуры привлекал к себе внимание, а богатство и процветание стран нередко измерялось количеством накопленных ими богатств, состоящих из драгоценных камней и металлов.

8 июня в Калининградском областном музее янтаря состоялось открытие Четвертой биеннале всероссийского авторского и камнерезного искусства. Основным проектом биеннале стал конкурс «Минералы мира в искусстве современных художников». Более пятисот работ на конкурс представили сто художников из шестнадцати регионов страны. В этом году конкурс посвятили минералогическому богатству России — впечатляющим природным ресурсам, качественно и количественно превосходящим многие регионы мира. К тому же, это хороший повод напомнить о наших древних традициях обработки драгоценных, полудрагоценных и поделочных камней.

Жюри, возглавляемое ведущим научным сотрудником НИИ теории и истории изобразительных искусств Российской академии художеств Ириной Перфильевой, определило победителей в пяти конкурсных номинациях: «Минерал России – 2018», «Художественное наследие России», «Орнамент. Между прошлым и будущим», «Лучшее произведение из янтаря», «3D-технологии в современном искусстве». Лауреатами их стали Юлия Гоголь из Санкт-Петербурга, Татьяна Русинович и Александр Шарифуллин из Костромы, калининградец Владимир Литвинко, Ксения Котова из Волгоченска Костромской области. Гран-при конкурса жюри присудило художнику-камнерезу из Иркутска Наталье Бакут за работу «Кальмар», выполненную из чароита и лабрадорита.

— Для меня участие в конкурсе закончилось победой, — говорит Юлия Гоголь, — победой,

*прежде всего над собой, над своими страхами перед трудностями, над сомнениями в том, а стоит ли вообще участвовать? Я привезла на конкурс еще и работу Натальи Бакут «Кальмар». У Натальи сомнений было гораздо больше, но в итоге ее работа получила «Гран-при»!*

Из параллельной программы биеннале выделим научный семинар, прошедший в Светлогорске в рамках международного экономического форума янтарной отрасли «Amberforum 2018», образовательную программу для студентов Калининградского художественно-промышленного техникума и выставку камнерезных работ ювелирного дома «ANNA NOVA». Персональные выставки, на которых демонстрируются работы высочайшего уровня — еще одна замечательная традиция биеннале, заложенная Музеем янтаря.



Н. А. Бакут, Иркутск. Объект «Кальмар» (чароит, лабрадорит)



На пресс-конференции перед торжественным открытием выставки состоялся очень важный разговор проблемах современного искусства.

На протяжении всей истории человечества художники выступали как передовые мыслители и изобретатели, которые своими новаторскими идеями в области художественного творчества, эстетических воззрений влияли на общество. Выдвигали революционные для своего времени идеи, которые приводили к рождению новых стилей. Если говорить о прогрессе в ювелирном искусстве, то хотелось бы понять, куда мы движемся? Даем слово членам жюри конкурса, которые в общении с журналистами искали ответы на болевые вопросы современности:

**Галина Николаевна Габриэль, заведующая кафедрой искусствоведения Санкт-Петербургского государственного института культуры:**

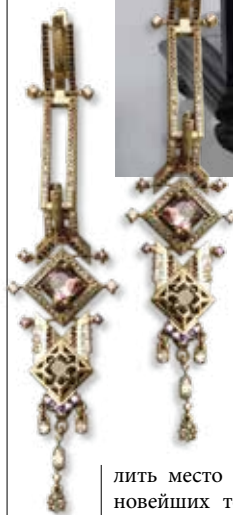
— «Главная задача конкурса — найти ответ на вопрос, как на основе нашего традиционного наследия создать новый язык искусства, соответствующий XXI веку. Конечно же, традиции остаются необходимым стержнем целостной художественной культуры, отбросить которые, значит остаться в пустоте. Спокойно им следовать, считая незыблемым законом и сводом готовых правил, значит топтаться на месте. Больше количество конкурсных работ поступило в номинацию «Художественное наследие России». Жюри хотело поддержать не просто работы, которые демонстрируют характерные для конкретного региона техники и традиции. Для нас важно было то, что художники пытаются привести новое — свой взгляд, свое прочтение традиций. Ведь техника исполнения — дело неживое, для этого лишь требуется время и усердие. А вот стать художником во много раз сложнее.

**Андрей Акимович Гилодо, заведующий отделом металла и камня Всероссийского музея декоративно-прикладного и народного искусства:**

— «На мой взгляд, сегодня остро стоит вопрос взаимодействия традиций и новаторства. Молодые ювелиры в своих работах успешно применяют технологии 3D-моделирования и 3D-печати, которые позволяют создавать изделия сложнейших форм. Безусловно, очень важно инициировать процесс создания нового. Но возникает вопрос: можно ли в этих технологиях создать предметы искусства, или нет? Что мы в этом случае имеем — эксклюзивный предмет искусства, или тиражную модель? Искусствоведкам предстоит концептуально осмыс-



В. А. Литвинко,  
Калининград. Модель  
корабля «Golden Hind»  
в футляре

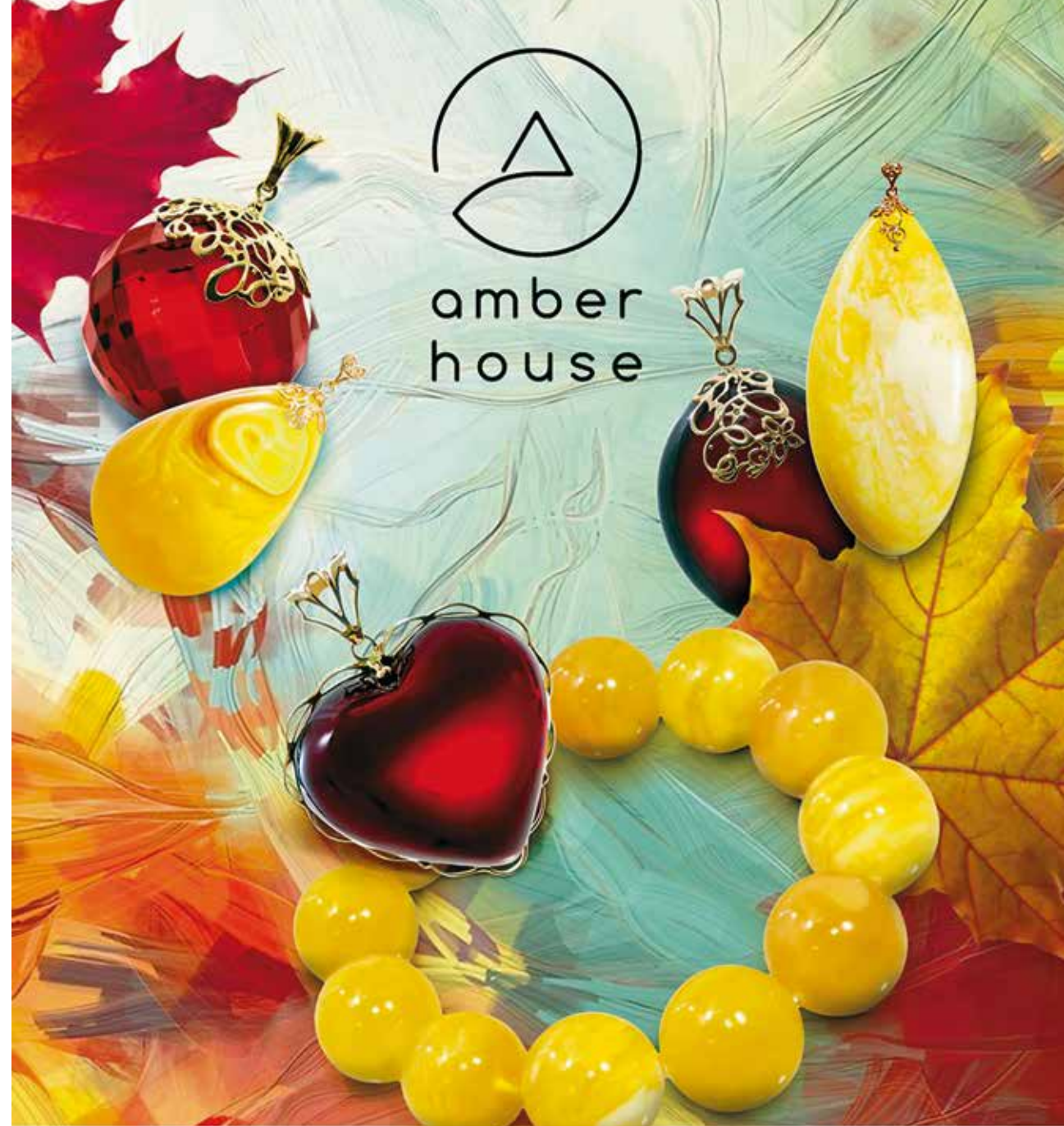


К. В. Котова, Костромская  
область, Волгореченск.  
Серьги «Ар-деко»

лить место работ, созданных с применением новейших технологий, в современном мире. Конкурс дает нам замечательную возможность не только выявлять тенденции, но и осмыслить происходящее, дать ему какую-то свою оценку и наметить пути развития. Если посмотреть на художественную традицию в исторической перспективе, то выясняется, что она выживала и плодотворно развивалась в тех случаях, когда не замыкалась на консервации собственных ценностей, а обогащала себя новациями».

**Александр Михайлович Крылов, член жюри, художник, реставратор по янтарю высшей категории:**

— «В следующем году Музей янтаря празднует юбилей, исполнится 40-летие музейной жизни. За эти годы музей стал одним из ярких культурных мест города. Его обширная коллек-



ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДАЖА ЯНТАРЯ

тел. +7(903) 725-93-79  
info@house-amber.ru

www.house-amber.ru  
www.amber.moscow  
www.amber-moscow.cn





ция насчитывает около 16 000 единиц хранения. С 2004 года музей организует и проводит престижные и важные для культурной жизни нашей страны мероприятия — международную биеннале авторских изделий из янтаря «Алатырь» и с 2012 года — всероссийский конкурс авторского ювелирного искусства. По условиям конкурсов, работы авторов, получивших награды, закупаются музеем для своего собрания. За прошедшие четырнадцать лет, таким образом, музей стал обладателем уникальной коллекции современного авторского ювелирного и камнерезного искусства. И потому вопрос расширения пространства музея далеко не праздный. (31 июля 2018 года стало известно, что Музею янтаря после реконструкции будет передано здание янтарной мануфактуры. Губернатор Антон Алиханов сообщил, что данный проект поддержал министр культуры РФ Владимир Мединский, работы по реконструкции завершат до 2021 года).

Глобальные проекты Калининградского музея янтаря охватывают не только Россию, но большую часть европейских стран. Они способствуют укреплению межкультурных коммуникаций с художественным и научным сообществом, учреждениями культуры и международными организациями. Конечно, многое в искусстве зависит от школы, традиции, профессионализма художников. Но многое и от грамотной по-

литики в области культуры. На конкурс в этом году привезли работы кураторы из пятнадцати городов страны, в жюри — ведущие отечественные специалисты, а где представители местного министерства по культуре и туризму? Почему нет, к примеру, приза министра культуры Калининградской области, или губернатора?»

**Анна Барина, галерист и учредитель компании «ANNA NOVA» на пресс-конференции поделилась своими впечатлениями:** «Конкурс — это вызов не только для художников, но и для Музея янтаря, взявшего на себя большую ответственность — организацию такого масштабного мероприятия. Я сама являюсь организатором конкурса молодых художников и хорошо понимаю, какие колоссальные усилия нужно приложить для того, чтобы создать и успешно провести всероссийскую биеннале. На данном этапе, на мой взгляд, конкурсу необходим попечительский совет, у которого была бы возможность выделять художникам гранты, приглашать финалистов конкурса в Калининград, что предоставит возможность общения художников с членами жюри. Рекомендации, замечания, суждения ведущих искусствоведов о работах, живое общение с профессионалами, безусловно, поможет художникам выйти на качественно новый уровень».

Музей янтаря очень многое делает для продвижения биеннале, создана дискуссионная площадка для художников и искусствоведов, она стала платформой для действий и размышлений — большое достижение для этого многолетнего проекта. Но на данном этапе необходима более деятельная помощь, в первую очередь, региональных властей. Ведь Всероссийская биеннале авторского ювелирного и камнерезного искусства, а также Международная биеннале авторских изделий из янтаря «Алатырь» — одни из лучших в стране проектов инновационной российской культуры в области современного искусства. Сегодня эти проекты являются предметом гордости Музея янтаря, а нужно, чтобы уникальный фестиваль ювелирного и камнерезного искусства стал визитной карточкой Калининграда.

А. Г. Шарифуллин,  
Кострома. Серьги  
«Жемчужный сад»



Т. Р. Русинович, Кострома.  
Серия колец «Sciamito e mosaico 1 и 2»



# Новый ассортимент

www.jhsadko.ru

# Новые условия

26-30 сентября, Выставка JUNWEX-Москва,  
ВДНХ, павильон 75. Стенд № А 701



Павел Сидоров  
бренд-менеджер, концепт-мерчендайзер,  
тренер, консультант Международного Бизнес-центра «6 карат»

# TRY & BUY

Как зона примерки работает  
на повышение продаж



Трудно переоценить значение зоны примерки в ювелирном магазине. Возможность примерки становится главной причиной выбора офф-лайн магазина перед покупкой он-лайн. Покупатели прекрасно понимают, что примерка снижает огромное количество рисков (не «сели» серьги, кольцо нужного размера не надевается на палец из-за широкой шинки, перекручивается, казалось бы, красивая на фото подвеска и т.д.), уберегает от возможного чувства разочарования от покупки. Поэтому технология продаж и пространство магазина должны быть нацелены на максимальный комфорт покупателя на этой стадии работы с продуктом.

**6 карат**  
международный бизнес-центр

*Всегда  
сладкие цены!*

**Like**  
Бизнес с удовольствием!

стенд  
А-925



Телефон для связи на выставке: 8 915 300 04 68

Компания "Лайк" - российский производитель демонстрационного оборудования,  
оптовый продавец ювелирной и сувенирной упаковки, аксессуаров и ювелирной косметики



- Итак, зона примерки включает:
- Горизонтальную поверхность, на которую можно положить изделие вместе с подставкой;
  - Зеркало (желательно в полный рост или по пояс, но не «зеркальце для прыщиков»). В зеркале клиент должен видеть себя полностью, и видеть привлекательным;
  - Вешалку для одежды;
  - Пуф и/или крючок для сумки;
  - Правильно спроектированное освещение.
- Поговорим подробнее о каждом элементе.

СВОБОДНЫЕ РУКИ КЛИЕНТА

Если руки заняты, то исключительно чашкой кофе, чая или более игристого напитка, который вы же ему и вручили. Такая опция позволит устранить явление «быстрых белок» — когда клиенты забегают в магазин, бегло осматривают витрины, не прерывая телефонного разговора — и тут же убегают. Врученный клиенту напиток поможет увеличить время пребывания покупателя в магазине.

ОСНОВА

Для процедуры примерки очень важно наличие горизонтальных поверхностей, на которых можно разместить несколько изделий вместе с подставками, поставить тот же кофе. Это могут быть полка, столик, консоль, поверхность колбы соседней горизонтальной витрины... Если продавцу некуда положить то, что захочет примерить покупатель, сотрудник не будет работать с этим оборудованием. Именно отсутствие поверхности для примерки часто делает пристенные напольные шкаф и настенные ниши неэффективными. Эти элементы



Павел Сидоров

могу прекрасно «продавать» — но только при условии, что вы функционально проработали все операции, учли все действия, которые с их помощью совершает клиент и консультант.

СНИМАЕМ ЛИШНИЕ СЛОИ

Необходима свободная поверхность не только на мебели, но и на самом клиенте. Руки должны быть освобождены от сумок, тело — от слоев верхней одежды и головного убора. Поэтому обязательны пуфы, крючки (как вариант, складные) для сумок, вешалки для одежды.

ЗЕРКАЛО

Зеркало, желательно такое, в котором можно увидеть себя хотя бы по грудь. Мы все знаем эту прописную истину: «клиент покупает не продукт, а образ себя — нового, красивого, успешного». Пусть он увидит этот образ «в полный рост». Подавляющее большинство магазинов сегодня оборудовано «зеркальцами для прыщиков», в которые трудно увидеть целиком лицо, что уж говорить о том, чтобы понять, идет вообще-то это изделие клиенту или нет.

УСАДИТЕ КЛИЕНТА

Да, сделайте это, и вы многократно поднимите конверсию. Если, конечно, речь не идет о сотнях и сотнях покупателей, которые ежедневно проходят через магазин. Эргономичная мебель — стулья или кресла с сиденьем, которое не будет слишком мягким. Высота — 40-50 см. Избегайте высоких и выдающихся вперед подлокотников, руки клиента должны быть свободны. Если вы работаете с более молодой или спешащей (ма-

Полировальные пасты LUXOR (Франция)

Зеркальный блеск – за минимальное время



- Высокая экономичность • Качественное сырье • Не содержат животных жиров •
- Хорошая адгезия с полировальными кругами • Не пылят
- Остатки пасты легко смываются в УЗВ •

| Цвет                      | Размер зерна, мкм | Назначение                            | Эффект полировки       | Артикул |
|---------------------------|-------------------|---------------------------------------|------------------------|---------|
| розовый <sup>1)</sup>     | 6,5               | все металлы: черные и цветные         | грубая обработка       | 13746   |
| зеленый                   | 3,0               | золото, серебро, черные металлы       | средняя                | 15954   |
| серый                     | 1,0               | платина, золото, серебро              | средняя                | 15956   |
| синий <sup>2)</sup>       | 1,0               | все цветные металлы                   | средняя                | 15955   |
| желтый                    | 0,5               | золото, медные сплавы, латунь         | финишная               | 13731   |
| белый                     | 0,3               | белое золото, сталь, серебро, платина | финишная               | 13747   |
| оранжевый <sup>2,3)</sup> | 0,1               | все металлы: черные и цветные         | зеркальный супер-финиш | 13748   |

Ø = 30 мм, L = 80 мм. Вес ~ 110 г.

- 1) Розовая паста удаляет (заполировывает) микроцарапины и серьезные дефекты.
- 2) Для полировки лакированных поверхностей используются синяя и оранжевая пасты.
- 3) Для полировки тонких и хрупких изделий рекомендуется оранжевая паста.

реклама



Официальный дилер – компания «Сапфир»  
Москва, тел.: + 7 495 739 4311, 8 800 555 0 739  
Кострома, тел.: + 7 4942 49 44 41  
Санкт-Петербург, тел.: + 7 812 412 5777  
[www.sapphire.ru](http://www.sapphire.ru), [shop@sapphire.ru](mailto:shop@sapphire.ru)





газин в деловом центре) аудиторией, подойдут барные стулья (устойчивые!). Клиент быстро и легко присаживается на него, понимая, что ему не нужно будет тратить время и силы на то, чтобы «припарковаться» — на минуточку присел, и можно бежать (конечно, так быстро мы его — не отпустим).

### ПРАВИЛЬНЫЙ СВЕТ

Он не должен давать теней под глазами и подбородком. Свет должен быть мягким и рассеянным, с правильной цветовой температурой, возможно более теплой, чем в зонах презентации товара. Но при этом достаточно ярким, лучше в пределах 1000 люкс. Для этого мы можем использовать светодиодные светильники, но необходима сложная их комбинация. Лампы, прикрытые рассеивателями или небольшими абажурами лучше разместить непосредственно по сторонам от зеркала.

Таких источников света должно быть не менее двух. Располагаться они должны по сторонам от освещаемого объекта, но никак не над головой клиента. Таким образом, мы убираем некрасивые тени под глазами и под подбородком. Максимально этой задаче соответствует принцип освещения, который используется в рабочих зонах гримеров и визажистов, когда по периметру зеркала располагаются небольшие лампы со светорассеивающим покрытием.

На потолке можно расположить не очень интенсивный встроенный светильник с открытыми диодами, без рассеивателя. Это позволит сохранить тот же блеск, который дают изделию линейные светильники с открытыми диодами, которые мы используем внутри витрин (та самая «волшебная искра»).

Цветовая температура и мощность освещения в зоне примерки может и должна отличаться от других зон магазина. Например, цветовая температура освещения в проходах и над продуктом — 4 000 кельвинов, а зоне примерки более теплая — 3 500 кельвинов. Важно, чтобы визуально не была заметна четкая граница между участками с разной цветовой температурой. Такие границы видны, когда на одной или на соседних поверхностях раскрываются световые пятна от светильников разной температуры. Но если в зоне примерки мы используем настенные светильники с рассеивателями, а в проходах — трековые или встроенные, таких рисков не возникает.

Для оценки существующего освещения в зоне примерки иногда достаточно посмотреть на собственное отражение в зеркале. Как выглядит лицо: бледное ли оно, бросаются ли в глаза мелкие дефекты кожи, есть ли тени. Покупатель должен выглядеть привлекательно. Ведь он покупает собственный идеальный образ, который ассоциируется с украшением.



**НПФ ЭКСИТОН** — предприятие-изготовитель  
монокристаллического оптического иттрий-алюминиевого граната

**ОБНОВЛЕННЫЙ САЙТ ПРЕДПРИЯТИЯ УЖЕ ГОТОВ!**

<http://npf-exiton.ru>

ООО НПФ «Экситон» является предприятием-изготовителем монокристаллического оптического иттрий-алюминиевого граната различных окрасок и оттенков. Передовые разработки и собственное производство, использующее новейшее оборудование позволяет нам синтезировать уникальные камни «даймоники» бездефектного качества, которые превосходят природные аналоги по твердости прозрачности и размерам. Они имеют сильную дисперсию, вызывающую бриллиантовую игру света.

НПФ «Экситон» производит лейкосапфир и иттрий-алюминиевый гранат с 2002 года. Так же наша компания является единственным в России сертифицированным предприятием-изготовителем лазерных активных элементов.

**ЭКСИТОН**

ООО научно-производственная фирма  
«ЭКСИТОН»

Успешно проведены эксперименты по технологии выращивания монокристаллического александрита, рубина и сапфира методом Чохральского. На данный момент в производство запущена технология, позволяющая выращивать кристаллы весом от 2 500 ст до 10 000 ст.



**СЫРЬЕ ДЛЯ ЮВЕЛИРНОЙ И  
ЧАСОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**



**ЮВЕЛИРНЫЕ ВСТАВКИ**



**ГОТОВЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ**





## ЗАРЯДИТЕ ПРОЦЕСС ЭМОЦИЯМИ

Расположите для этого в зоне примерки эмоциональные, стильные look-образы, разместите какие-то приятные детали. Здесь допустимы журналы, отражающие философию марки, небольшие текстильные плейсматы, как на столике в кафе, возможны неяркие и некрупные флористические композиции.

## СЕНСОРНОЕ УДОВОЛЬСТВИЕ

Поверхности, с которыми соприкасаются руки клиента, должны быть приятны на ощупь (дерево, крашенный или шпонированный текстурированным пластиком МДФ, полированная фанера). Стекло, металл и керамоплитка не подойдут.

## ЗОНА ГОРЯЧИХ ПРОДАЖ

Место примерки может стать зоной upsale, где будут успешно продаваться импульсные товары. Здесь можно обильно представлять их, том числе и в открытых выкладках — так вы сможете увеличивать средний чек. Одно условие — товары, которые вы планируете продавать как импульсные, должны относиться к сувенирной группе или сопутствующей (открытки, футляры, шкатулки для хранения). Располагать здесь в открытой выкладке недорогие украшения не стоит, чтобы они на «размывали» продажи более дорогих изделий. И, напротив, если вы специализируетесь на недорогом серебре без значительных перепадов по цене между категориями, смело делайте открытые выкладки в зоне примерки (разумеется, с соблюдением требований безопасности — фиксация тросиками, противокражные маячки и проч.).



## ШОУ-ПОДАЧА

Проработайте способ, как вы будете доставлять продукт от места выкладки в зону примерки (если это две разные зоны). Используйте планшеты-книжки, с закрывающейся крышкой, обтянутые изнутри мягкими материалами, имеющие валики и кармашки, куда можно положить визитки, спиртовые салфетки для серег. Подойдет и просто небольшой лоток с мягким покрытием и небольшими бортиками.

Уделите внимание, вложите ресурсы в организацию зоны примерки, в проработку этого процесса, и вы сможете значительно улучшить и операционные показатели. И не только. Грамотно организовав этот сервисный участок, вы управляете впечатлением клиента — и на сознательном и, что гораздо более мощно, на бессознательном уровне.

*(Изображения предоставлены авторами)*

## Международный Бизнес-центр «6 карат»



### \*Авторские семинары и тренинги:

- «Мерчандайзинг. Оформление внешних и внутренних витрин ювелирного магазина»
- (программа недельного курса в рамках двухдневного интенсива);
- «Практика продаж ювелирных украшений»;
- «Категорийный менеджмент. Ассортиментная матрица и товародвижение в ювелирной рознице»

### \*Осенняя акция «ЦЕНЫ ПОПОЛАМ»

на все книги серии «Для тех, у кого есть дело — ювелирное»

Получить информацию по семинарам и акции можно по телефонам:

+7 (495) 744-34-64, +7-903-751-58-58 или по e-mail: info@6carat.ru; 6carat@inbox.ru

# Ювелирная фурнитура из золота и серебра



196084, Санкт-Петербург,  
ул. Цветочная, д. 25, лит. А,  
БЦ «МАНУФАКТУРА», офис 210  
Телефоны: 8 (812) 336-39-46,  
8 (812) 336-39-47  
E-mail: info@promtehspb.ru

### ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ:

ООО «Современные Ювелирные Технологии – Кострома»  
156000 Россия, г. Кострома,  
2-я Волжская, д. 12  
Тел. (4942) 41-29-71,  
Факс (4942) 41-27-22  
e-mail: office@sjt-k.ru

ООО «Современные Ювелирные Технологии – Красное»  
157940 Россия, п.г.т. Красное-на-Волге, ул. Советская, д. 50  
Тел./ Факс (49432) 2-73-51  
e-mail: sut-k@mail.ru



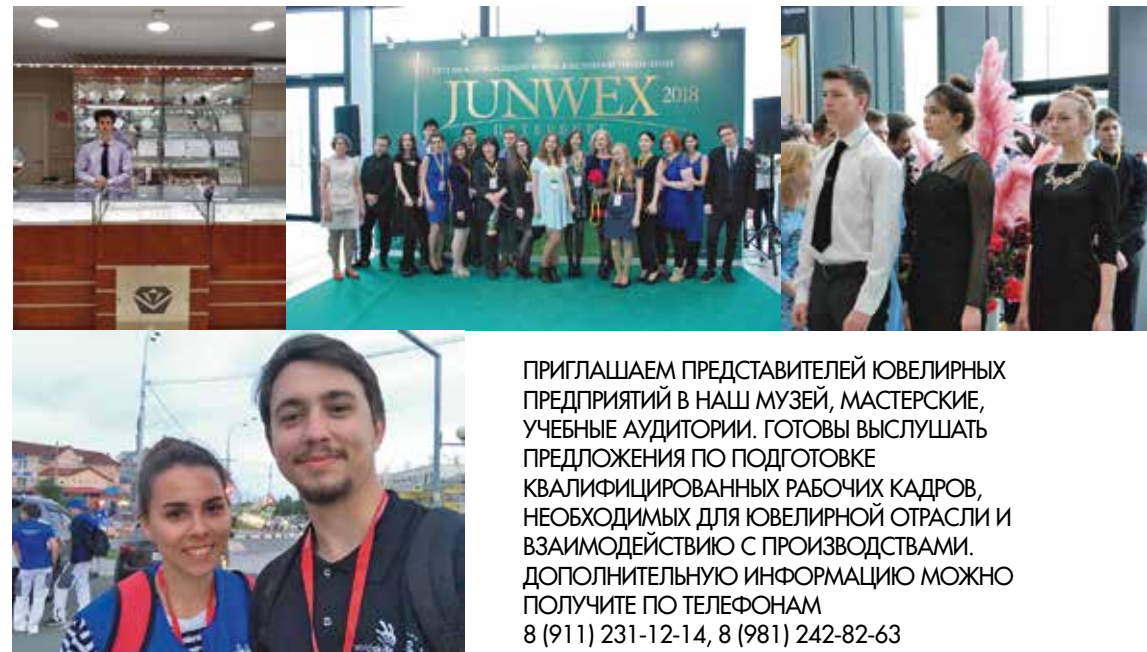


## Сентябрь... Новая осень — новый учебный года в лицее Карла Фаберже!

1 сентября Художественный лицей Фаберже встретил своих студентов и их родителей торжественной линейкой открытия нового учебного года.

Встречи, новые впечатления, знакомства — те приятные детали начала учебного года, которые присущи только осени и студенческой поре. По окончании торжественной линейки лицеисты разошлись по аудиториям на первый урок «Мой город — Санкт-Петербург». И уже с понедельника начались учебные будни в стенах Художественно-профессионального лицея имени Карла Фаберже, которые останутся в памяти лицеистов своей неповторимостью, сложностью и радостью одновременно.

В июне лицей выпустил новых профессионалов для ювелирной отрасли — ювелиров и продавцов-консультантов! До защиты диплома все выпускники прошли производственную практику на ювелирных и торговых предприятиях Санкт-Петербурга, во время которой студенты не только закрепили полученные навыки, но и убедились в своей востребованности. На защиту дипломных работ выпускников администрация лицея ежегодно приглашает представителей предприятий города. И в этом году



ПРИГЛАШАЕМ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ЮВЕЛИРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В НАШ МУЗЕЙ, МАСТЕРСКИЕ, УЧЕБНЫЕ АУДИТОРИИ. ГОТОВЫ ВЫСЛУШАТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ РАБОЧИХ КАДРОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ЮВЕЛИРНОЙ ОТРАСЛИ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С ПРОИЗВОДСТВАМИ. ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ МОЖНО ПОЛУЧИТЕ ПО ТЕЛЕФОНАМ 8 (911) 231-12-14, 8 (981) 242-82-63

члены комиссии достойно оценили уровень подготовки наших студентов, и показателем тому являются приглашения большей части студентов на работу.

А совсем недавно, в августе, в финале VI Национального Чемпионата «Молодые профессионалы» WorldSkills Russia приняли участие студентка лицея Альбина Хикматова и мастера производственного обучения, эксперт Иван Александрович Шумилов. В этом году чемпионат проходил в городе Южно-Сахалинск. 10 участников из разных регионов страны составили нам сильную конкуренцию. Задание было рассчитано на 3 дня, каждый день участники работали по 8 часов. Задание компетенции «Ювелирное дело» разработано так, чтобы участники могли продемонстрировать навыки по выпиливанию, сверлению, пайке, гравировке, монтировке всех деталей. В этом году впервые итоговое задание было дано только перед началом Чемпионата, и у ребят не было возможности к нему подготовиться. Таким образом, не зная, что конкретно необходимо сделать на конкурсе, участники должны были готовы ко всему. Такое задание позволяет подготовить ювелиров-универсалов,

которые способны изготовить ювелирные изделия высокой сложности в кратчайшие сроки. Наша участница смогла заработать больше 500 баллов и за это ей вручили медаль «За профессионализм».

Педагоги и мастера производственного обучения лицея также сумели подтвердить свой высокий уровень подготовки, образования, свою профессиональную компетенцию на конкурсах, проводимых Комитетом по образованию Санкт-Петербурга и Правительства Санкт-Петербурга. «Мастером года-2018» был признан Александр Викторович Зяблицев.

Быть студентом — это труд, требующий колоссальных затрат: эмоциональных, физических, душевных... Педагоги и мастера лицея не только обучают и дают профессию, но и помогают студентам преодолеть различные проблемы, плохое настроение, недосып, чтобы довести до финала, к которому все стремятся — получить диплом. Лицеисты получают профессию, которая становится их работой, и мы надеемся, что своим упорством, работоспособностью, фантазией, терпением, наши выпускники достигнут высоких результатов.



## Традиции Фаберже в современном православном ювелирном искусстве На рубеже веков: XIX–XX

О современном православном искусстве стало возможно говорить лишь в начале 1990-х гг. — после семи десятилетий безбожия. Декрет 1929 года Совнаркома «О запрете производства предметов религиозного культа» был отменен ровно через 60 лет, в июне 1989 года. Следовательно, свободному искусству религиозного содержания следующим летом исполнится 30 лет.

Пора подводить итоги. Тем более, сравнивать есть с чем: до революции 1917 г. предметы религиозного культа занимали в общем объеме ювелирного производства более 25 %. Всему миру были известны работы фирм Сазикова, Овчинникова, Хлебникова, Оловянишникова, Немирова-Колодкина, московских серебряных артелей. Большинство из этих московских фирм имели отделения в северной столице — Санкт-Петербурге. Однако наблюдалось и обратное явление. Ведущие петербургские фирмы, Поставщики Двора Карл Фаберже, Карл Болин, имели фабрики в Москве. Значительную роль в производстве московской фабрики Фаберже играло церковное серебро — как предметы утвари, так и настоящие кресты, образки, складни. Многие из этих произведений, благодаря художественным достоинствам, находили сбыт даже за границей и привлекали оттуда заказы. Нельзя забывать, что выполненные Фаберже императорские пасхальные яйца, которые считаются эталоном ювелирного искусства, также являются сакральными предметами.

Карл Фаберже уделял большое внимание подготовке дизайнерских проектов. Не случайно художники у него имели звание «композиторов». Привлекались такие мощные художественные силы, как профессор Виктор

Васнецов, академик Владимир Покровский, художники Сергей Вашков, Александр Блазнов, Алексей Эйсер, Василий Зуев, Федор Козлов, Брусников, Платонов и другие. На фирму Фаберже работал и выдающийся московский художник по эмали Федор Рюкерт. Только для Кабинета Его Величества фирма Фаберже исполнила 57 наперсных наградных крестов по цене от 200 до 1000 руб. Также специализацией фирмы являлось изготовление окладов для списков родовой иконы Романовых — Феодоровской Божией Матери, исполненные придворным иконописцем Василием Павловичем Гурьяновым. Фирмы И. Е. Морозова и Карла Гана специализировались на производстве «кабинетских» священнических крестов. Образу исполняла фирма Дмитрия Смирнова, тяготеющая к модерну, чрезвычайно ценному сейчас коллекционерами.

Среди петербургских фирм, активно работавших по религиозной тематике, отметим предприятия «Братья Грачевы», «Иван Екимович Морозов», Жевержеева, Любавина — все Поставщики Высочайшего двора. Золотое и серебряное церковное шитье для Кабинета Его Величества исполняли мастерицы Ново-Торжской Земской управы.

Как отмечал главный мастер фирмы Фаберже Франц Петрович Бирбаум: «Стиль создается

# 21- 23 СЕНТЯБРЯ

## Ювелирно-минералогическая выставка-ярмарка

# СИМФОНИЯ САМОЦВЕТОВ

«АМБЕР-Плаза» ул. Краснопролетарская, 36



реклама



0+

Тел.: 8(925) 506-58-31

[www.klio-art.ru](http://www.klio-art.ru)



сочетанием двух факторов: национально-художественного творчества и культурных потребностей эпохи, создается он не одним человеком, а целыми поколениями. Национальный стиль не выработается у нас, пока не будет художников, проникнутых русским творческим духом и современной культурой».

Эти рассуждения помогают понять специфику стиля Фаберже. Стиль Фаберже по Бирбауму, это не стиль одной только фирмы, это стиль русской национальной ювелирной школы рубежа XIX–XX вв. Он не создан одним человеком — Карлом Фаберже, который лишь дал название стилю. Этот стиль выработался в результате творчества знаменитых российских фирм, предшественников и современников Фаберже, и наиболее ярко выражен в творчестве художников фирмы Фаберже.

### XX–XXI ВВ.

Первыми в начале 90-х гг. приступили к выпуску религиозных предметов — нательных крестов и пасхальных яиц ювелиры АО «Русские Самоцветы», а также первых частных ювелирных предприятий Андрея Ананова и Алексея Помельникова. Историю и символику православных ювелирных изделий, а также лучшие образцы ушедшей эпохи специалисты изучали в богатейшей коллекции Музея религии, где сейчас открыта серебряная кладовая и в коллекциях музеев Петербурга. Сакральные предметы других конфессий изучались в коллекции Российского этнографического музея. Такой подход позволил при создании современных коллекций православной тематики сохранить преемственность, что в религиозном искусстве, опирающемся на канон, имеет важнейшее значение. Освоив историческое наследие и идя навстречу потребностям эпохи, современные художники религиозного искусства идут на творческие эксперименты, используя технические инновации, создают новые модели, которые, тем не менее, строго выдержаны в духе церковных традиций.

Середина 90-х гг. прошлого века — время становления ювелирных предприятий, часто творческих фирм, которые выбрали своей специализацией изготовление сакральных православных предметов. В двухтысячных годах во весь голос звучали имена Юрия Федорова, Сергея Акимова, Сергея Крайнова — руководителей московской творческой фирмы «СИРИН», ярославской фирмы «Мастер»,



несколько позже — Алексей Донцова (1990), фирм «Елизавета» (2000), «Ростовская эмаль», «София» (2002), «Златарница» (2003), «Владимир Михайлов» (2004), «Анастасия» (2005), «Ювелия» (2007) и многих других. Можно смело сказать, что уровень большинства работ современных художников, уже превосходит лучшие дореволюционные произведения.

В настоящее время издательство «Русский Ювелир», авторский коллектив во главе с известным исследователем творчества К. Фаберже Скурловым В. В. ведут подготовку подарочного издания «Православное искусство Фаберже. Традиции и современность». В этом издании авторы исследуют историю церковного ювелирного искусства XIX–XXI вв. сквозь призму развития ведущих предприятий и художников прошлых веков и дня сегодняшнего. Каждому художнику/предприятию посвящена отдельная статья, снабженная иллюстрациями.

Приглашаем к участию все заинтересованные в этой тематике компании.

Формат книги 200x260 мм, 240 стр. с иллюстрациями. Установочный тираж 500 экз.

По вопросам участия в проекте обращайтесь по электронной почте [info@russianjeweller.ru](mailto:info@russianjeweller.ru), либо по телефону редактора Татьяны Самойловой +7 921 904 88 03



реклама



**Консультационный центр «ДРАГМЕТКОНСАЛТ»**  
телефон +7(911)92-92-095, e-mail: [info@dmecconsult.ru](mailto:info@dmecconsult.ru)

**WWW.DMETCONSULT.RU**





ООО «Бриллианс» производит  
оптовую и розничную продажу ограненных  
полудрагоценных камней, фианитов  
и синтетических ювелирных вставок высшего  
качества фирмы SWAROVSKI, а также азиатского  
производства в широком ассортименте

- ✓ Более 40 цветовых вариантов фианитов и синтетических  
камней
- ✓ Более 20 цветов модифицированного фианита «Бриллианс»
- ✓ Большой выбор формы: от традиционной бриллиантовой  
огранки до оригинальных форм (квадраты, багеты,  
овалы, груши, маркизы, треугольники, сердца, кабошоны,  
звезды)
- ✓ Более 10 000 видов вставок, включая жемчуг
- ✓ Гибкая система скидок, удобная доставка «от двери до  
двери», специальные предложения

Санкт-Петербург,  
ул. Яблочкова, д. 3 (напротив проходной  
завода им. Кулакова),  
ст. м. «Спортивная»  
e-mail: [olga@bril.ru](mailto:olga@bril.ru)  
Тел/факс: (812) 449-77-92; (812) 449-77-93;  
понедельник - четверг с 9.00 до 18.00  
пятница с 9.00 до 17.00

Филиалы:  
Ростов-на-Дону,  
Буденновский пр., д. 93, офис 520  
тел. (863) 291-32-32  
e-mail: [rostov@brilliance.ru](mailto:rostov@brilliance.ru)

Кострома,  
ул. Правды, 49  
тел. (4942) 466-266  
e-mail: [kostroma@brilliance.ru](mailto:kostroma@brilliance.ru)

Вы придумываете —  
мы делаем



[www.bril.ru](http://www.bril.ru)

РЕКЛАМА



А. И. Рупасов, доктор исторических наук.  
Валентин Скурлов, почетный академик РАН, кандидат искусствоведения

## 1918 год. Карл Фаберже навсегда покидает Россию



30 августа 1918 года в Петрограде был убит руководитель Петроградской Чрезвычайной комиссии Моисей Урицкий. В тот же день в Москве на митинге на заводе Михельсона был ранен Владимир Ульянов-Ленин. 05 сентября 1918 г. вышло постановление Совета народных комиссаров РСФСР «О красном терроре». В Петрограде были расстреляны 500 заложников из числа аристократии и крупной буржуазии. Карл Фаберже понял, что в следующих списках заложников окажется и он, как Придворный ювелир свергнутого царя. 18 сентября он получает разрешение на выезд из Петрограда от комиссара

Иосилевича, заместителя убитого комиссара Урицкого, и 24 сентября выезжает в Ригу. У В этом году у нас печальный юбилей — ровно сто лет тому назад великий ювелир навсегда покинул Россию... Некоторые историки пишут, что Карл Густавович выехал в качестве курьера британского посольства. Это не так, он выехал как лицо, находящееся под покровительством Германского правительства, как лифляндец, возвращающийся на родину отца. Говорят, что он попросил десять минут, чтобы подняться к себе в квартиру, взял шляпу и корзинку с двумя бутылками любимого вина «Бернкастельский доктор».



Компания «КЛИО»

**ВДНХ**

Павильон 75

Стенд № А 911

**Будем рады видеть Вас  
на нашем стенде!**



## Клио - Ваш путь к успеху



Большевистский переворот похоронил не только фирму Фаберже, но и во многом благополучие членов этого многочисленного семейства. Основатель фирмы не мог и предположить, что в его доме со временем появится антикварный магазин Наркомторга, в котором будут продаваться изъятые из дворцов худо-

жественные изделия. Но понимание того, что хаос в России надолго, привел к тому, что на собрании пайщиков Товарищества «К. Фаберже», состоявшемся 6 января 1918 г., была оформлена процедура начала ликвидации фирмы.

### Протокол

Чрезвычайного Общего Собрания пайщиков «Товарищества на паях «К. Фаберже», состоявшегося в Петрограде, в д. № 24 по Морской улице, 6 января 1918 г. в 1 час дня.

Чрезвычайное Общее Собрание было открыто Председателем Правления К. Г. Фаберже в 1 час 15 минут дня, доложившим, что в Общее Собрание явилось 10 пайщиков, владеющих за себя и по доверенностям 599 паями из общего количества 600 паев, согласно списку, проверенному Ревизионной Комиссией, с правом на 511 голосов и что, следовательно, Общее Собрание правоспособно разрешать все вопросы, являющиеся предметом настоящего Общего Собрания. В Председатели Общего Собрания был избран единогласно К. Г. Фаберже, пригласивший для ведения протокола С. С. Бызова. По оглашении протокола Правления, выступивший заявлением К. Г. Фаберже о том, что он согласен принять на себя, в случае признания Общим Собранием необходимым производства ликвидации дел Товарищества, уплату всех долгов сего последнего, под условием удовлетворения его кредиторской претензии наличными деньгами, товаром и иным имуществом Товарищества и на прочих условиях, в его письменном заявлении изложенных, а равно по обмену мнений, Общее Собрание единогласно постановило: 1/ Действие Товарищества прекратить на основании п. 1 ст. 67 Устава, 2/ Избрать Ликвидационную Комиссию в составе 5 /пяти/ лиц, 3/ Принимая во внимание, что из дел Товарищества усматриваются все его кредиторы, причем место пребывания их известно, публикаций о вызове кредиторов не производить, 4/ Признать за основание для расчетов по делам Товарищества отчет и баланс его на 31-е декабря 1917 года, 5/ Уполномочить Ликвидационную Комиссию произвести Ликвидацию дел Товарищества в сроки, способом и на условиях по усмотрению Комиссии, вступать с кредиторами Товарищества и в частности с К. Г. Фаберже во всякого рода соглашения и мировые сделки на условиях, по усмотрению Ликвидационной Комиссии, приняв за основание соглашения с К. Г. Фаберже предложение его о принятии им на себя удовлетворения всех долгов Товарищества и всякого рода могущих быть к нему предъявленных претензий, но на общую сумму не более восьми сот тысяч (800.000) рублей под условием выдачи ему, К. Г. Фаберже, ныне же товаром, готовыми и полуготовыми изделиями, недвижимым и прочим имуществом Товарищества 1/ на сумму его кредиторской к Товариществу претензии, 2/ на сумму принимаемых им на себя долгов Товарищества, но на общую сумму не свыше 800.000 рублей, и 3/ на сумму двух третей номинальной стоимости общего количества принадлежащих ему паев Товарищества, 4/ местом пребывания Ликвидационной Комиссии назначить Петроград, Морская улица д. № 24, предоставить Комиссии изменить, в случае надобности место своего пребывания.

Произведенной баллотировкой в члены Ликвидационной Комиссии были избраны: Ал. К. Фаберже, С. С. Бызов, А. И. Антони, Ф. П. Бирбаум и Г. Г. Майер все 556 голосами.

Общее Собрание было закрыто в 2 1/2 часа дня.

Председатель Собрания: К. Фаберже.

Секретарь Собрания: С. Бызов.

Отто Бауэр. Е. Фаберже¹.

Впрочем, хотя решение о ликвидации Товарищества «К. Фаберже» и было принято еще в начале января 1918 г., однако, на практике это решение в жизнь так и не было доведено до формального завершения. Особые сложности возникли при ликвидации пред-

приятий Московского отделения Товарищества на паях «К. Фаберже». Находившийся тогда в столице О. О. Бауэр попытался найти поддержку в германском генеральном консульстве:

## VI ЮВЕЛИРНЫЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ БАЛ «ВО СЛАВУ ЮВЕЛИРОВ РОССИИ»



РЕСТАК  
JUNWEX

КЛУБ  
«РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

26 сентября 2018 года

Зал Торжеств  
«Гильдии Ювелиров России»

Москва, ул. Веткина, 4



**Москва 20 сентября 1918 г. срочно.**

В Императорское Германское Генеральное Консульство  
Москва, М. Власьевский, 12. [от] Представителя Ликвидационной комиссии Товарищества на  
паях К. Фаберже, Отто Оттовича Бауэр,  
М., Кузнецкий Мост, 4.

Настоящим имею честь сообщить Императорскому Германскому Генеральному Консульству, что по поручению Всероссийской Чрезвычайной Комиссии при Совете Народных Комиссаров (Большая Лубянка 11, тел. 5-79-23), сегодня явился в магазин Товарищества гражданин Модзиевский и предъявил ордер названной комиссии, опечатал магазин, несгораемые шкафы, кассу и подвал, причем взял с собою ключи.

Принимая во внимание, что владельцы товарищества и их имущество находится под покровительством Германского Генерального Консульства, я имею честь покорнейше просить Императорское Германское Генеральное Консульство оградить Товарищество от подобных явлений и предпринять в возможно скором времени надлежащие меры для получения ключей от предприятия, освобождения товара и денег. При этом обращаю Ваше внимание на то, что такие меры Советской власти ставят Товарищество и представителей оно в безвыходное положение и лишают предприятие возможности добывать денег для уплаты жалованья служащим, налогов и прочих многочисленных расходов, которые возросли до небывалых размеров. Кроме того такая мера крайне опасна в случае пожара, так как в предприятии находятся дорогие художественные вещи из серебра, камня и пр., которые нигде не застрахованы.

При опечатании предприятия мною было заявлено, что владельцы Товарищества имеют охранные свидетельства Императорского Германского Генерального Консульства, на что гражданин Модзиевский заметил, что в данное время граждане одинаковы и охранные свидетельства значения не имеют.

Письмо было подготовлено и отправлено весьма оперативно. Сохранился протокол обыска, проведенного на основании ордера Чрезвычайной комиссии по борьбе с контрреволюцией и спекуляцией (неуказанного района Москвы) за № 7300 в доме № 4 по Кузнецкому мосту. Магазин Фаберже по Кузнецкому мосту был опечатан в присутствии служащих магазина Фаберже, были отобраны семнадцать ключей. Жалоб на исчезновение предметов, не занесенных в протокол, со стороны служащих магазина не было. От Комитета служащих Петроградского Отделения Товарищества К. Фаберже протокол завизировал его председатель Бирбаум.

Следует отметить, что обращение в Германское генеральное консульство не осталось без последствий. 5 октября 1918 г. из Консульства было направлено Народному комиссару по иностранным делам, в Отдел Средней Европы письмо следующего содержания:

Представитель Ликвидационной комиссии Т-ва на паях К. Фаберже сообщает мне, что по поручению Всероссийской Чрезвычайной Комиссии при Совете Народных Комиссаров 20 сентября с.г. опечатаны в магазине Т-ва несгораемые шкафы, как и подвал, помещающийся на Кузнецком мосту № 4.

В виду того, что большинство паяв принадлежит германским подданным и лицам, находящимся под покровительством Императорского Германского Правительства, покорнейше прошу сделать распоряжение о снятии печатей и возвращении ключей и меня в том уведомить.

И. Д. Императорского Германского Генерального Консула /подпись/.



ПРИГЛАШАЕМ НА JUNWEX 2018 ВДНХ  
ОЗНАКОМИТЬСЯ С ЛУЧШИМИ КОЛЛЕКЦИЯМИ  
ЮВЕЛИРНЫХ КАМНЕЙ



26-30 сентября 2018  
Москва, ВДНХ, павильон 75, стенд 544А  
Телефон на стенде +7 962 189 9000

JUNWEX  
МОСКВА

SWAROVSKI  
GEMSTONES™



В это же день, т.е. 5 октября 1918 г. в Германское генеральное консульство в Москве от лица Товарищества напаях «К. Фаберже» было направлено прошение:

*Прилагая при сем засвидетельствованную копию с охранного свидетельства Императорского Германского Генерального Консульства в Петрограде, на имя Товарищества Фаберже, Правление которого находится в Петрограде, имеем честь покорнейше просить взять под защиту наше отделение в Москве, помещающееся на Кузнецком Мосту, в доме № 4 (ювелирный магазин) и фабрику по Кисельному переулку, в доме Сан-Галли.*

*По имеющимся сведениям из Москвы, наш магазин все еще запечатан, в виду чего покорнейше просим не отказать ускорить исполнение нашей просьбы, так как лишение нас Советской властью права торговли причиняет нам целый ряд убытков.*

Возможно, если бы не случившаяся 11 ноября 1918 г. в Германии революция, последствием которой было аннулирование советской стороной Брестского мирного договора, заступничество германских властей могло иметь благоприятные для Товарищества последствия. Однако падение Вильгельма II привело к тому, что запущенный большевиками маховик оказался неостановим. 17 января 1919 г. Отдел изобразительных искусств Народного комиссариата по просвещению известил «бывшее Товарищество Фаберже», что

*Согласно отношения Городского Совета Народного Хозяйства за № 13 от 27 декабря 1918 г. фабрика Т-ва К. Фаберже переходит в ведение Отдела Изобразительных Искусств КОМИССАРИАТА НАРОДНОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ для устройства художественных мастерских по художественной промышленности, о чем Отдел извещает бывших владельцев фабрики*

*Заведующий подотделом художественной промышленности<sup>2</sup>*  
**И. В. Аверинов**

Ликвидационная комиссия Товарищества в Петрограде попыталась воздействовать на московские события с непонятным опозданием. Только 2 января 1919 г. она направила «срочно» в Секцию благородных металлов при Горном отделе ВСНХ следующее прошение:

*20 сентября 1918 г. по ордеру Чрезвычайной Комиссии по борьбе с контрреволюцией и спекуляцией был опечатан магазин товарищества, в Москве, на Кузнецком Мосту в доме № 4 и с тех пор остался закрытым.*

*Так как Правление Товарищества всегда находилось в Петрограде и учрежденная по делам его, 6 января 1918 г. Ликвидационная комиссия, деятельность которой протекает под постоянным контролем правительственного ревизора, тоже имеет свое пребывание здесь, то применение разных мер к центру предприятия, находящемуся в Петрограде, с одной стороны, и к его Московскому отделению — с другой стороны, отражается весьма неблагоприятно на делах Товарищества и осложняет ликвидацию последнего.*

*Ликвидационная комиссия, существующая около года, уже должна была закончить свои дела и сдать их по принадлежности. Вследствие наложения печатей на магазин Московского отделения названного Товарищества, в котором остался товар, книги, документы и прочие бумаги, необходимые для ликвидации всего дела, дальнейшая деятельность Ликвидационной комиссии, принимая во внимание, что таковая непрерывно связана с делами Московского отделения, заисит всецело от снятия печатей...*



СДЕЛАЙТЕ ЗАМЕТНЫМ ТО, ЧТО БЕЗ ВАС,  
ВОЗМОЖНО, НИКОГДА БЫ НЕ УВИДЕЛИ.

Робер Брессон

# LEGOR®



ЛИГАТУРЫ

ГАЛЬВАНИЧЕСКИЕ РАСТВОРЫ

ИНСТРУМЕНТЫ И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ОБУЧЕНИЕ И ТЕХНИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА

107392, г. Москва,  
ул. Просторная, д. 7, корп. 7  
тел.+7 (985) 211-33-20

156019, г. Кострома,  
ул. Станкостроительная,  
д. 5, литер Б, оф. 1  
тел: +7 (4942) 42-32-33,  
+7 (4942) 42-35-21,  
+7 (910) 957-82-78,

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

8 (800) 250-08-44

[www.legor.com](http://www.legor.com)

[www.galvanicalegor.ru](http://www.galvanicalegor.ru)

[www.uvelirmarket.ru](http://www.uvelirmarket.ru)



Судя по всему, попытка получить поддержку была принята и в Секции благородных металлов Совета народного хозяйства Северного района (Петроград, Тучкова наб., 26), поскольку 25 января 1919 г. та обратилась в Секцию

благородных металлов при Горном отделе ВСНХ с соответствующим отношением. Предпринятые ликвидационной комиссией усилия результатов не дали. События шли своим чередом.

Акт

1919 года 31 января я, Комиссар М.Ч.К. Земелс на основании мандата, выданного 23 января за № 1178 в присутствии секретаря домового комитета Поликарпова и уполномоченных «ГОР-ПРОДУКТА» Ювелирного отделения Тов. Деньгин, Горин, Федоров, Дмитричев, и от служащих фирмы «Фаберже» тов. Ф. Жюве и Г. Шеффеля, прибыл в магазин Фаберже по Кузнецкому Мосту для сдачи магазина «Фаберже» и всех находящихся в нем товаров. При нашем прибытии в магазин «Фаберже» оказались печати целы, за исключением одной печати, находящейся на двери со стороны Кузнецкого моста снаружи, — оказалась сорвана, но по исследованию взломов со стороны сорванной со дверей печати не обнаружилось; по заявлению секретаря Домов[ого] Комит[ета] эта печать сорвана уже давно, а заявлений об этом в М.Ч.К. не подали.

В составленном Земелсом 3 февраля 1919 г. акте значилось, что в магазине найдены ценные бумаги на сумму 17080 руб. 88 коп. Не ясно, что на этот раз послужило препятствием для описи хранящихся в магазине товаров и их вывозу. Когда вообще приступили к описи товаров также остается не известным. Только 15 мая 1919 г. опись золотых и серебряных изделий в магазине на Кузнецком мосту была закончена и товар был вывезен на склады Гор-продукта № 3 (на Ильинке, д. 9 — бывший магазин Товарищества Немирова и Колодкина) и на склад № 5 (Покровка, Колпачный переулок, бывшая гранильная фабрика Курлюкова). Эти предметы с конца 1980-х гг. довольно регулярно встречаются на крупнейших международных аукционах. Поскольку они имеют нацарапанные инвентарные номера фирмы К. Фаберже, их можно идентифицировать по одному из пяти экземпляров протокола изъятия, который хранится в личном архиве Татьяны Федоровны Фаберже (2400 номеров).

Карл Густавович Фаберже, стремясь сохранить оставшееся в его владении имущество, еще в марте 1918 г. передал здание на Большой Морской ул., 24, в бесплатную аренду швейцарской миссии в России. В доме поселился швейцарский посланник Эдуард Одье. Дело в том, что в том же марте советской властью был издан декрет о защите собственности иностранцев. Семейство Фаберже явно рассчитывало, что предпринятый шаг позволит как-то охранить их жилище. В доме Фаберже на Морской, 24, размещались не только квартиры Карла Фаберже и его сына Евгения, но также магазин и мастерские. Считается, что в здании хранилось ценностей не менее чем на 7,5 миллиона золотых рублей (из них 3 млн. — уставной фонд Товарищества, а 4,5 млн.

— вещи, принадлежавшие семье ювелира, а также принятые магазином на хранение, чему способствовала слава о безукоризненной честности Фаберже). Отказавшись от платы за аренду, Карл Фаберже попросил принять на хранение шесть чемоданов с вещами семьи и саквояж с драгоценностями. В конце октября г-ну Одье, непонятно откуда стало известно о готовящемся на миссию налете, и он приказал перенести 27 чемоданов (среди них и все чемоданы Фаберже) и саквояж с драгоценностями в норвежское посольство, где их оставили под охраной двух швейцарских студентов. Но здание посольства не избежало налета, уже на вторую ночь чемоданы и саквояж были украдены. Через две недели — 12 ноября 1918 г. Швейцария разорвала дипломатические отношения с Советской Россией и 19 ноября. Одье вместе с миссией покинул Петроград.

Надо сказать, что операция с передачей дома на Морской ул., 24, с точки зрения логики, была тщательно продумана. Более того, семейство Фаберже, быть может, и не знало о конкретных планах большевистского правительства, однако, определенно предугадывало общую тенденцию. Публикация Декрета ВЦИКа от 20 августа 1918 г. «Об отмене частной собственности на недвижимость в городах» едва ли стала большой неожиданностью для Фаберже. Этим декретом право частной собственности на все без исключения участки, как застроенные, так и недостроенные, было отменено.

В городских поселениях с численностью жителей свыше 10 тыс. чел. также было отменено право частной собственности на все строения, которые вместе с находящейся под ними землей имели стоимость или доходность свыше предела, установленного местными органами власти. Особняк на Большой Морской улице, конечно же, ни в какие пределы доходности не вписывался.

24 сентября 1918 г., утративший любые надежды на возможность работы в России, Карл Фаберже, добившись получения соответствующих документов от германского генерального консульства в Петрограде, выезжает в Латвию (Ригу), а оттуда в Германию. Сохранилось свидетельство, выданное ему германским консульством:

Удостоверение

Германская комиссия по делам пленных сим удостоверяет, что

**Фамилия:** Фаберже

**Имя:** Карл

**Из:** Петрограда

**Возраст:** 72 г. Вероисп[оведание] ев[ангелически]лют[еранское]

**Профессия:** мануфактур советник

**Последнее место пребывания в России:** Петроград

возвращается на родину в Ригу

на основании 21, ст. 6 Брестского догов[ора]

как германский реэмигрант лично, а равно его имущество состоит под защитой Германской Империи.

Петроград, 18 сентября 1918 г.

Печать Германской комиссии по делам пленных  
(подпись неразборчива)

[Фотографическая карточка Карла Фаберже и на ней печать Германской комиссии по делам пленных].

Проверено Контрольною комиссией, выезд разрешен в общем поезде

«18» сентября 1918 г.

Члены Контрольной Комиссии:

[Подписи неразборчивы]

Печать Комиссариата по делам о пленных и беженцах

Северной обл. Российской Советской Федеративной Республики

Печать Адмиралтейской трудовой коммуны.

Перемены не обошли стороной и семью Агафона Карловича Фаберже. В ноябре 1918 г. его семья оставляет дачу в Левашово — жена Лидия Александровна и сыновья более никогда не увидят это дома. Лидию Александровну постигает в это время горе — умирает ее отец — Александр Трейберг<sup>2</sup>. В ноябре старшему сыну Карла Фаберже — Евгению удалось бежать в Финляндию вместе с матерью — Августой-Юлией Богдановной Фаберже.



И. Владимиров. «Долой орла!», 1918

Примечания:

<sup>1</sup> Личный архив Татьяны Фаберже.

<sup>2</sup> Купец 1-й гильдии А.И. Трейберг. В 1887 г. он купил на Невском пр. 11/2 четырехэтажный доходный дом «именитого гражданина» Томаса Сиверса. Спустя десять лет Трейберг открыл в этом доме фирму «Александр и К°» и стал поставщиком императорского двора. В этом же году на его дочери Лидии женился Агафон Карлович Фаберже.



Н. Н. Сапфинова

# Эпоха ювелира Иосифа Маршака

Посвящается 140-летию со дня основания Фабрики художественно-ювелирных изделий Иосифа Маршака и 100-летию со дня смерти великого ювелира.

2018 год отмечен двумя памятными датами для ювелирного сообщества: 140-летием со дня основания Фабрики художественно-ювелирных изделий Иосифа Маршака и 100-летием со дня кончины великого ювелира. Страницы сорокалетней истории киевской ювелирной фабрики И. Маршака содержат как выдающиеся моменты, свидетельствующие о мощи и славе ювелирного производства, так и трагические этапы, обусловленные, в том числе, и историческими событиями конца XIX – начала XX вв.

Иосиф Абрамович Маршак родился в 1854 году, был выходцем из бедной еврейской семьи и прошел путь от ювелира-ремесленника до потомственного почетного гражданина, купца первой гильдии, предпринимателя, домовладельца, благотворителя и основателя киевской ювелирной школы. Что говорит об исключительном даровании, профессионализме, настойчивости, целеустремленности и удаче.

Фирма И. Маршака была учреждена 2 мая 1878 года. Но основы ювелирного дела были заложены ранее, когда Иосиф был отправлен на обучение в Киев в 14-летнем возрасте. По воспоминаниям младшего сына И. А. Маршака Александра (1892–1975), выбор родителей Иосифа был основан на расчете, что профессия ювелира востребована и может обеспечить будущее сына. Во время первого года обучения Иосиф выполнял бытовые поручения мастера, присматривал за его детьми, не имея возможности посвятить время профессиональной подготовке. Это послужило поводом перехода в другую мастерскую, в которой он начал осваивать ювелирное ремесло.

Вскоре И. Маршак женился на дочери парикмахера Лие (Лизавете Федоровне). Она стала не

только спутницей его жизни, но и первым помощником в работе. В частности, жена ювелира занималась подготовкой лигатуры. У И. Маршака с супругой родилось восемь детей, в будущем некоторые из них работали на фабрике и в дальнейшем поддерживали семейное ювелирное дело.

Фабрика Маршака на рубеже XIX–XX вв. заняла прочные позиции лидера по производству ювелирной продукции в Юго-Западном крае Российской империи, куда входили Киевская, Волынская и Подольская губернии. Как отмечалось в прессе начала XX вв., Маршак пользовался в ювелирном сообществе высоким авторитетом. А. К. Сноуман, биограф фирмы К. Фаберже, в издании 1953 года приводит фамилию киевского ювелира среди его конкурентов. Однако, в прямом смысле о конкуренции как таковой сложно говорить, так как каждый из этих выдающихся ювелиров был безусловным лидером на своей территории и имел индивидуальный круг клиентуры.

К. Фаберже в 1906 году открыл в Киеве магазин, штат сотрудников которого составлял 10–12 человек. Однако монополистом киевского ювелирного рынка был Маршак, что, предпо-

ложительно, и послужило причиной закрытия Киевского филиала фирмы К. Фаберже в 1911 году. Это не помешало поддерживать отношения продолжателям ювелирного дела К. Фаберже и И. Маршака — их сыновья общались за границей в эмиграции.

Имя киевского ювелира связано со многими историческими персоналиями. Но хотелось бы отметить факты из биографии Михаила Булгакова. По воспоминаниям первой супруги писателя Т. Н. Лаппа, их обручальные кольца были выполнены на фабрике Маршака, которые затерялись в неспокойном послереволюционном времени...

Развитие производства и торговли киевской ювелирной фабрики происходило на фоне набирающего обороты технического прогресса. Киев к 1913 году с численностью более полу-миллиона человек, представлял собой экономически развитый центр, который нередко посещала царская семья. Рост благосостояния промышленников, развитие культурной жизни столицы Юго-Западного края породил дополнительный спрос на предметы роскоши, подарки для подношений, играющих важную роль во внутренней дипломатии государства.

В установившейся системе культурных ценностей и традиций Маршак становится ключевой фигурой на киевском ювелирном рынке.

Фирма Маршака предоставляла покупателям широкий ассортимент ювелирных украшений и спектр услуг по выбору изделий, возможности выполнения продукции по собственным рисункам и эскизам заказчика. В сферу интересов входила скупка у населения лома драгоценных металлов, бриллиантов, жемчуга, драгоценных камней.

Благодаря изделиям фирмы, которые появлялись на современном антикварном рынке, мы можем говорить о том, что наиболее тесные торговые отношения связывали Маршака с московскими ювелирными фабриками и мастерскими. Среди них такие известные ювелирные предприятия, как мастерская Ф. И. Рюкерта, 11-я Ювелирная артель, фирма «Я. Н. Крейнс и Ко», фабрики Г. Г. Клингерта, М. А. Андреевой. На предметах встречаются также и другие клейма московских ювелиров, до настоящего времени не атрибутированных.

В Санкт-Петербурге Маршак приобретал продукцию фирмы «Бейлин и Сын», мастерских И. С. Брицына, А. С. Брагина, Третьей Ювелирной артели Санкт-Петербурга и других производителей, имена которых еще предстоит идентифицировать.



И. А. Маршак.

Портрет И. А. Маршака

Стоит отметить и обратную сторону медали деятельности киевских ювелиров. В журнале «Русский Ювелир» 1912–1914 гг. сообщалось о вопиющих случаях краж, о ложных слухах в отношении некоторых уважаемых предприятий, об урегулировании финансовых непростых отношений в связи с невозможностью возврата кредитных средств ювелирами и крахе фирм. Система сложных капиталистических отношений не обошла и этот рынок.

Фирма И. Маршака пережила пожар, еврейский погром 1905 года, когда его магазин был разгромлен, а также ряд других негативных событий. Но удивительны сила воли и способности этой незаурядной и одаренной личности — Маршак упорно вел свое дело вперед и всегда добивался успеха.

В связи с регулярными поездками за рубежом с 1890 года, участием и победах в отечественных и международных выставках, ассортимент фабрики обновлялся и соответствовал модным тенденциям тех лет. За сорок лет работы в ювелирных изделиях было представлено все разнообразие стилевых направлений, характерных для данной эпохи. В конце XIX века преимущество отдавалось эклектике, дававшей творческую свободу выражения художникам и сочетавшей в себе декоративные элементы



классицизма, ампира и рококо, а также ряд других деталей, характерных для ранее существовавших стилей. В начале XX века был освоен европейский и русский модерн.

Итоговым как для Иосифа Маршака, так и для его фабрики стал 1913 год. Исполнилось 35 лет со дня основания его детища — эта дата была торжественно отмечена в кругу семьи, друзей, коллег и высокопоставленных гостей. В Киеве этом же году состоялась Всероссийская художественно-промышленная выставка, в рамках которой прошла Первая Русская Олимпиада, Конная выставка и ряд других мероприятий. Для них на Фабрике Маршака выполнили медали, знаки отличия для участников, жетоны. На Всероссийской выставке была представлена ювелирная продукция, выполненная на высоком художественном и техническом уровне. Изысканные и великолепные украшения из бриллиантов, других драгоценных камней и жемчуга; серебряный сервиз, щедро украшенный классическими декоративными элементами и демонстрирующий приверженность эклектике; изящные и выразительные кабинетные и интерьерные вещи.

Предметы роскоши были призваны показать высокий уровень художественных достижений и степень освоения технологий производства. Литье, чеканка, гравировка, закрепка камней и другие технологические операции говорили не только об отменном мастерстве работников фабрики, но и о добротном оборудовании и инструментах — Маршак всегда тщательно заботился о высоком качестве технического оснащения производственного процесса.

Интересно отметить, что, находясь на пике славы, в 1913 году И. Маршак размещает свою рекламу в адресной и справочной книгах Омска, что свидетельствует о его дальнейших планах расширения торговых отношений. Ранее он концентрировал торговую деятельность в ювелирных столицах Российской империи и центральных городах Западной Европы.

С конца XIX века по 1913 год фирмой было выполнено множество заказов, приуроченных к визитам Николая II и членов его семьи в Киев. Традиционные работы, выполненные для подношений, — блюда с солонками, папки, адреса, модели архитектурных сооружений, отличались интересными художественными и технологическими решениями.

Особое внимание Маршак уделял благотворительной деятельности. Это был довольно обширный перечень организаций, в которых ювелир и

предприниматель занимал ключевые должности. Благотворительные организации решали вопросы помощи бедным, нетрудоспособным, больным евреям. О доверии к ювелиру в профессиональной среде говорит тот факт, что правление и деньги Общей больничной кассы «Помощь» находились при фабрике И. Маршака. Касса была учреждена в 1914 году и в нее входили три киевских ювелирных предприятия — фабрика И. А. Маршака, Первая ювелирная артель, фирма «Бриль и Гершман», газета «Последние Новости» три киевские типографии.

Большая заслуга И. Маршака состоит в создании ювелирной школы, в которой обучалось свыше 300 будущих специалистов. Тем самым он решал не только свои кадровые вопросы найма высококвалифицированных работников, но и обеспечивал потребность в них на других киевских предприятиях.

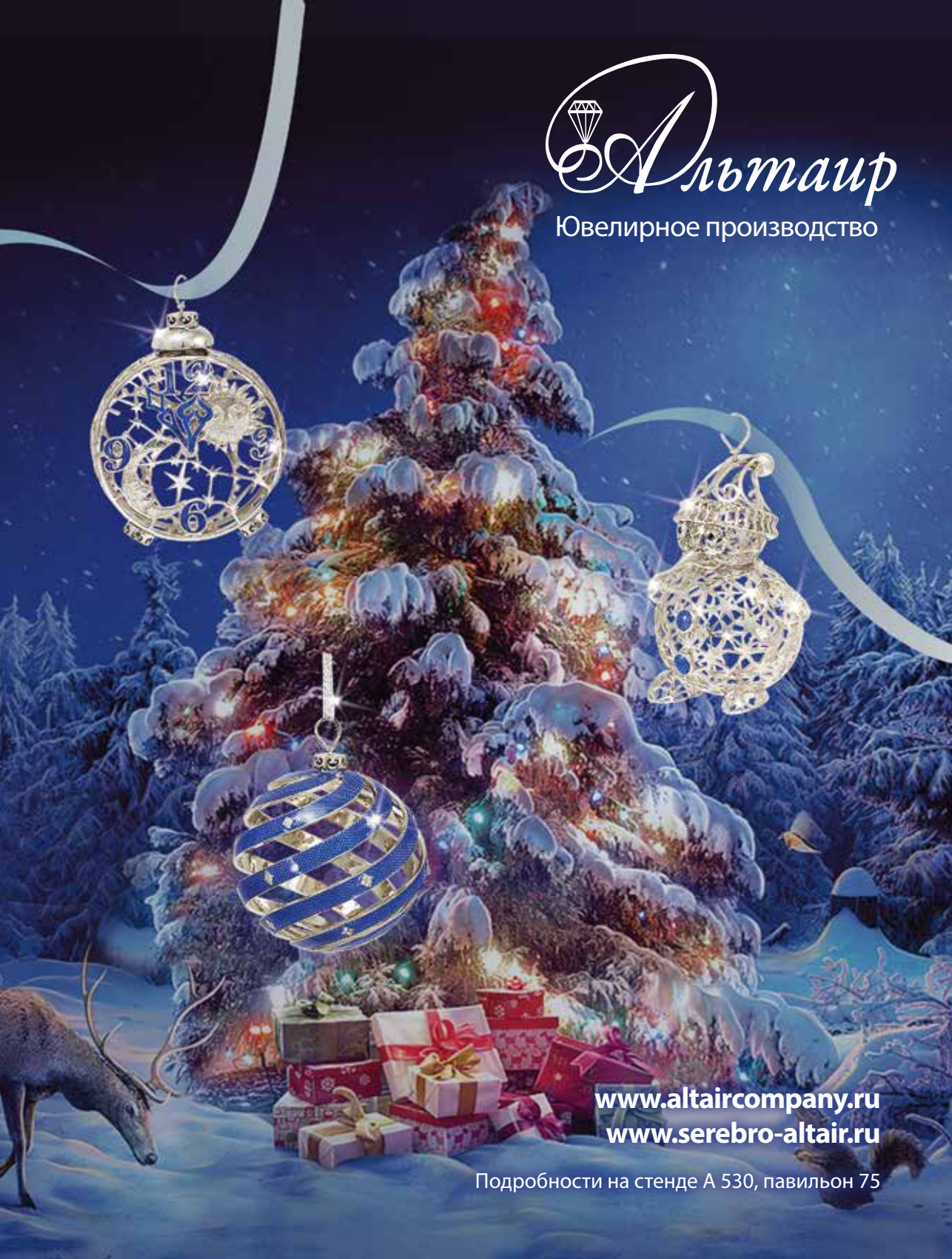
Формально дело Иосифа Маршака было завершено в связи с его кончиной, 22 августа 1918 года. Сотрудниками фабрики было дано объявление о перерыве в работе до 1 сентября 1918 года. Ветер политических волнений уничтожил не только документы, хранившиеся на фабрике, но и оставил после себя ничтожно малое количество оригинальных изделий. Известно, что в 1924 году на огромном в прошлом производстве изготавливали медные зажигалки, о чем с печалью сообщают продолжатели дела Маршака — его наследники, эмигрировавшие в Париж и открывшие в 1920 году свой магазин ювелирных изделий, выросший во «Французский ювелирный дом Marchak».

Дело Маршака живо и по сей день на его родине. Некоторые ныне живущие и практикующие мастера ювелирного и граверного искусства по праву могут себя назвать преемниками ювелирной школы великого киевского ювелира. Они перенимали опыт у бывших сотрудников и учеников фабрики И. Маршака в советскую эпоху. Имя Иосифа Маршака занимает достойное место в одном ряду с именами лидеров ювелирной отрасли рубежа XIX–XX вв. Его личный пример становится предметом изучения и продолжает вдохновлять современных ювелиров на создание ювелирных произведений, а владельцы предприятий применяют опыт организации передового ювелирного производства.

*Автор выражает искреннюю благодарность В. В. Скурлаву, М. Г. Арустамян, а также всем, кто способствовал сохранению страниц истории Ювелирной фабрики Иосифа Маршака.*







 *Альтаир*

Ювелирное производство

[www.altaircompany.ru](http://www.altaircompany.ru)  
[www.serebro-altair.ru](http://www.serebro-altair.ru)

Подробности на стенде А 530, павильон 75