

# РУССКИЙ НОВЕЛИР

октябрь | 2021



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



## КОЛЛЕКЦИЯ JUNGLE

Павильон 55, стенд В-100

Ювелирная выставка-конкурс  
им. Карла Фаберже

# JUNWEX *Premium*

9–13 февраля 2022  
Москва, Гостиный двор

**JUNWEX**  
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

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

E-mail: [overseas@junwex.com](mailto:overseas@junwex.com)

# ПРОГРАММА ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

XXX Международный форум ювелирной индустрии

# JUNWEX

## ПЕТЕРБУРГ

2–6 февраля 2022  
ЭКСПОФОРУМ

E-mail: [junwex@junwex.com](mailto:junwex@junwex.com); Internet: [www.junwex.com](http://www.junwex.com)



[junwex](https://www.facebook.com/junwex)



[junwex\\_official](https://www.instagram.com/junwex_official)



[junwex\\_fair](https://vk.com/junwex_fair)

## РЕДАКЦИЯ

**главный редактор** Владимир Пилюшин

**1-й заместитель главного редактора**

Светлана Пилюшина — [info@russianjeweller.ru](mailto:info@russianjeweller.ru)

**заместитель главного редактора**

Татьяна Самойлова — [ts@russianjeweller.ru](mailto:ts@russianjeweller.ru)

**редактор**

Виктор Латанский

**эксперт-геммолог**

Михаил Чижов

**арт-директор**

Олег Подгурский

**дизайн и верстка**

Ирина Серова

**фото**

Алексей Боголепов

**корректор**

Людмила Лебедева

**ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ**

**рекламный отдел**

[advert@russianjeweller.ru](mailto:advert@russianjeweller.ru)

**ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ**

[info@russianjeweller.ru](mailto:info@russianjeweller.ru)

**АДРЕС РЕДАКЦИИ**

199034, Санкт-Петербург, В. О.,

16 линия, д. 7, оф. 1402.

Тел./факс +7 (812) 912-80-05

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

e-mail: [info@russianjeweller.ru](mailto:info@russianjeweller.ru)

**учредитель** ООО «РА «Русский Ювелир»

**издатель** ООО «РА «Русский Ювелир»

**РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ**

Александр Горыня, Валерий Крылов

Михаил Пиотровский

**БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА**

Центр учета и аудита

**ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», №2, 2021 год**

**ТИРАЖ** 5000 экз.

**свидетельство о регистрации** средства массовой информации ПИ

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

ральной службы по надзору в сфере связи и информационных

технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

**ПЕЧАТЬ** Типография «Премимум 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

# содержание

## АКТУАЛЬНО

- 6 Первопроходцы, изменившие мир
- 12 ГИИС ДМДК с весною в сени к нам летит
- 17 Ученье — свет, а неученье — тьма!
- 18 ЕАЭС: об успехах ювелирной интеграции на внутренних и внешних рынках

## ГЕММОЛОГИЯ

- 22 Драгоценные знания для индустрии драгоценностей

## ОБРАЗОВАНИЕ

- 27 Художественно-профессиональный лицей Санкт-Петербурга имени Карла Фаберже

## СЕРЕБРЯНЫЙ СОВЕТ

- 28 И все — за одного!
- 30 В новую жизнь с новой силой и уверенностью
- 32 Поймать солнечный ветер
- 33 В деревню! В саванну!
- 34 Украшения с душой и смыслом
- 36 СЕЗОН СЕРЕБРА. Период оранжевого оптимизма

## ПРОДАЖИ

- 38 «Ювелирочка» расширяет горизонты
- 40 ГРАНТ на красоту
- 42 Как начать продавать на Goldnet.market

## ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

- 44 Международный ювелирный онлайн конкурс «Битва ювелиров»

## ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

- 52 Женщины – художницы
- 59 Modern vs Contemporary Art
- 62 Art Deco. Стиль для избранных



# ADAMAS

*Эталон качества и красоты*

Контакты Департамента оптовых продаж ADAMAS:  
г. Москва, ул. Декабристов, владение 51  
тел. 8 800 250 3344, 8 495 737 3797  
e-mail: [opt@adamas.ru](mailto:opt@adamas.ru)  
[www.adamas.ru](http://www.adamas.ru)



*Александр Сергеевич Горяинь,  
фото: И. Иванова*

# Первопроходцы, изменившие мир

2021 год отмечен несколькими значимыми событиями. 30 лет назад в 1991 году, ювелирные предприятия России официально перешли в частную собственность, таким образом, наступил новый этап развития отрасли.

За прошедшие годы гасли и зарождались новые «звезды», сменяли друг друга лидеры отрасли, немногие из корифеев конца девяностых остались яркими именами ювелирной отрасли дня сегодняшнего. Такова жизнь...

2021 год мы запомним и потому, что он стал началом революционных изменений в отрасли. Нам еще предстоит не только осмыслить значение внедряемой государством единой информационной системы ГИИС ДМДК, но и прочувствовать на себе каждый из этапов формирования ювелирной отрасли нового типа. Обо всем об этом мы решили поговорить с юбиларом 2021 года, человеком, который 41 год своей жизни посвятил ювелирному делу – Александром Сергеевичем Горяиней. От руководителя крупнейшего на тот момент в мире ювелирного предприятия «Русские самоцветы» до основателя уникальной компании «ГРИНГОР» – этапы большого пути ювелира и всей отрасли...



*«ГРИНГОР». Ковчег с частицей мощей апостола Андрея Первозванного, установленный в Казанском кафедральном соборе, Санкт-Петербург*



– Дорогой Александр Сергеевич, поздравляем Вас с юбилеем!

– Благодарю. Но хочу напомнить, что и в следующем году нас ждут юбилейные события. 110-летие компании «Русские самоцветы». Это не просто юбилей компании, по сути, «Русские самоцветы» – alma mater ювелиров, создавших ювелирную промышленность Санкт-Петербурга, сформировавших особый «Петербургский стиль» в искусстве конца XX-начала XXI вв.

Все новации, как технологические, так и дизайнерские, и управленческие – вся история современного ювелирного дела зарождались здесь. Со всей ответственностью заявляю, что это уникальное

предприятие. Достаточно сказать, что в конце 80-х оно было самым крупным предприятием в мире. Мне посчастливилось там работать, а в те самые «святые девяностые» на четыре с небольшим года – возглавлять его. На «Русские самоцветы» я поступил после работы на оборонном предприятии и прошел хорошую школу под руководством незабвенного Ивана Павловича Мельсикова (генеральный директор 1982–1995 гг.), который создал высокопрофессиональную команду. Достаточно сказать, что большинство вновь созданных предприятий Петербурга, таких как «Каст», «Кахолонг», «Альфа», «Росильвер», «Петрозолото», «Садко», «ГРИНГОР», возглавлялись топ-менеджерами «Русских самоцветов».

Предлагаю вспомнить «этапы большого пути», историю того, как создавалась отрасль (капиталистическая).

Я вспоминаю о важных событиях, поскольку это год и моего юбилея, и говорю о значимых событиях, деятельным участником которых я являлся.

Совместные предприятия как шаг к новому формату отрасли

В 1989 и 1991 годах на «Русских самоцветах» были созданы два предприятия: совместно со швейцарскими партнерами «Русские самоцветы – Даймон» и русско-итальянское «ЛЕРО» (Ленинград – Roma). С рождения этих предприятий открылась эра частной ювелирной промышленности, и это имело важное государственное значение. Так, на открытии первого в Ленинграде совместного ограниченного предприятия «Русские самоцветы – Диамант» присутствовал, заместитель председателя Комитета по экономической реформе исполкома Ленсовета Алексей Леонидович Кудрин. Поддержал начинание председатель Ленсовета Анатолий Александрович Собчак. В рамках этих проектов, давших качественный толчок развития дизайна и технологий, были объединены усилия лучших специалистов. Дизайн создавался итальянскими дизайнерами, кроме того, петербургские ювелиры получили замечательную возможность стажироваться в известном швейцарском центре Высокой ювелирной моды «Haute|joaillerie». Большое внимание уделялось серьезному изучению рынка ювелирных изделий Европы, результатом которого стал налаженный экспорт продукции в Италию и Великобританию. Для этого в Европе было создано



«ГРИНГОР», сет из коллекции 2021 года. Середра, бриллианты

совместное предприятие «Диамбель», которое занималось продажей за рубежом продукции компании «Леро», состоящей из коллекций изделий с горячими эмальями очень качественной «русской выделки». Важно отметить, что европейский покупатель знал, что он приобретает российские изделия, так как все бирки сопровождалось именем «Русских самоцветов». К тому времени бренд «Русские самоцветы» являлся мировым, завод поставлял продукцию в 19 стран. Большая часть продукции, в основном эмалево-филигранной, закупалась торговыми компаниями США. Следует отдать должное Анатолию Михайловичу Кацу, который активно и успешно занимался развитием экспорта ювелирной продукции. В лучшие 90-е годы экспорт «Русских самоцветов» достигал 13,5 млн долларов, кстати, этот рекорд не побит до сих пор.

## РАЗРАБОТКА УНИКАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Еще одно важное достижение петербургских ювелиров – освоение невидимой заправки (invisible) бриллиантовых изделий. Несмотря на то, что данный вид заправки был создан в далеком 1936 году, с небольшим разбегом по времени, компании Van Cleef & Arpels и Cartier применяли эту заправку только на корундах (рубины сапфиры, твердость по Моосу 9). Но лишь



«ГРИНГОР». Реликварий с частичкой мощей святителя Николая Чудотворца. Частная коллекция





**ГРИНГОР**  
St. Petersburg

*Мода проходит —  
драгоценное вечно*



**СЕРЕБРО С БРИЛЛИАНТАМИ**



**ПОСТАВЩИК РОССИЙСКОГО  
ИМПЕРАТОРСКОГО ДОМА**

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

Тел.: (812) 318-18-99, 318-19-39

[www.грингор.рф](http://www.грингор.рф)

первую коллекцию. Это была необычная коллекция – мы первыми представили на рынок серебро с бриллиантами. Должен признать, вход в рынок был очень сложен. Думаю, многие бизнесмены помнят те времена, когда безденежье, кредитование и прочие «радости» огорчали, но не мешали творить. Вывод принципиально нового продукта на рынок – дело непростое. Прежде я сделал теоретические расчеты, данные которых затем вошли в кандидатскую диссертацию «Обеспечение конкурентоспособности продукции ювелирного производства». В ней я представил решение задачи, имеющей существенное значение для ювелирной отрасли. А именно: вывода на рынок новую продукцию, необходимо закладывать, как минимум, три с половиной года до того момента, когда можно будет работать на воспроизводство. Другими словами, это самый краткий путь от рождения идеи и ее воплощения до признания конечным покупателем. Жизнь подтвердила правоту моих теоретических исследований. Мы представили серебро с бриллиантами, впервые применив технологию родирования, тем самым кардинально изменили рынок. В этом нам помогла «Ювелирная торговля Северо-Запада» в лице Сергея Владимировича Богомолова и Александра Михайловича Царенкова. Они, пожалев «молодого предпринимателя», заключили с нами Договор на поставку партии нового товара, в который, по их признанию, не верили. Кстати, многие коллеги крутили пальцем у виска, когда речь заходила о моей продукции. А я, на самом деле, просто свел воедино «тренды» того времени: дефолт 1998 года, когда большая часть населения не могла позволить себе большие денежные траты на украшения с одной стороны, и моду на белые металлы, особенно золото, с другой. Мы нашли изящный выход из этой ситуации. Повторюсь, жизнь все расставила по своим местам: спустя десять лет, всемирно известные фирмы Tiffany&Co и Cartier, вслед за нами, выпустили свои коллекции из серебра с бриллиантами.

В 2000-м году мы создали первую в мире коллекцию с синтезированными алмазами и представили ее на выставке в Сокольниках, где коллекция произвела определенный фурор. Напомним, что в пост-дефолтное время на рынке было достаточно депрессивное состояние, но коллекция была распродана в короткий срок. Заявив о своем первенстве в этой области, мы никогда более не работали с синтезированными алмазами, принципиально переключили на «природу» и очень



*МО «Русские самоцветы», камнерезные изделия (подсвечники) с инкрустацией. Из каталога Внешторгиздата за 1988 г.*

интересно продолжаем работать.

Хочу поделиться еще одной интересной страницей жизни предприятия, это освоение производства изделий из тугоплавких металлов. В начале двухтысячных на Северо-Западе никто не мог работать с металлами палладиевой группы. «ГРИНГОР» освоил литье не только платины, но и палладия, создавая уникальные коллекции с этим непростым в работе металлом.

### ПРИЗНАНИЕ

25 апреля 2012 года за «заслуги в деле сохранения и развития традиций русского православного церковного ювелирного искусства» ЗАО «ГРИНГОР» было удостоено почетного звания «Официальный поставщик Российского Императорского Дома». Компании также вручена Патриаршая грамота – знак особой благодарности за сохранение духовных православных ценностей. Я горжусь тем, что классическое малое предприятие, которым является «ГРИНГОР», удостоилось столь высоких наград. Мы вносим посильную лепту в развитие современного ювелирного искусства России.

Вспоминая прошлое, сравнивая с настоящим, скажу, что, несмотря на трудности и сложности, все изменилось к лучшему. В ювелирной области «перестройка» началась в 1981 году и конца ей не видно. Мы же постоянно учились – создавать, управлять и продавать – понимание тонкостей оптового бизнеса дает компании реальное преимущество. Думаю, каждый российский ювелир может описать историю своего успеха как результат «удачи и выживания». А фактор «выживания» дает мощный толчок к развитию, как бы странно это не прозвучало. Возьмем самый свежий пример – внедрение ГИИС ДМДК, закончился лишь первый этап, и уже ясно, что «трясти» будет всех ювелиров, поскольку ГИИС предполагает дополнительные расходы, дополнительное администрирование. Получается, что мы не создаем сам продукт – в больших количествах, а заняты тем, что этот продукт обмеряем, описываем и оцениваем. От этих действий продукции больше не станет. Что делать для выполнения государственного задания? Набраться терпения и приложить русскую смекалку!



# РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ

— с 1912 года —

## НАСТОЯЩИЕ СЕМЕЙНЫЕ ТРАДИЦИИ

РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ  
MARKET.RUSSAM.RU

RUSSAM.RU | MARKET.RUSSAM.RU  
+7 (812) 448 65 88 | 8 (800) 555 09 80

📷 russamocvet



# ГИИС ДМДК с весной в сени к нам летит

Уткин Эдуард Юрьевич,  
генеральный директор ассоциации  
«Гильдия ювелиров России»



Приветствую всех участников «JUNWEX Москва»! По уже устоявшейся традиции вместе с редакцией журнала «Русский ювелир» мы решили опубликовать текст на злободневную, как говорят в таких случаях, тему. В нашей отрасли вряд ли найдётся человек, который не согласится с тем, что «злободневнее» внедрения ГИИС ДМДК сейчас трудно что-либо придумать.

Следующий за всеобщей инвентаризацией остатков этап внедрения ГИИС ДМДК наступает 1 марта 2022 года. Это важный этап ввода системы в полноценную эксплуатацию. С этого дня на всех ярлыках или бирках ювелирных изделий в обязательном порядке должен быть указан УИН как цифрами в десятичной системе исчисления, так и в виде двумерного штрихового DataMatrix кода. Такое требование четко прописано в пункте 11 постановления Правительства РФ № 270 от 26 февраля 2021 г. и в утверждённых им «Правилах» (далее по тексту – Постановление и Правила).

Если на бирки новых изделий с 1 марта 2022 года наносить десятичный УИН и DataMatrix код (содержащий УИН) будут производители, то на бирки изделий, имеющиеся в остатках на 1 января 2022 года, которые поступят с 1 января по 28 февраля 2022 года, наносить маркировку должны торговые организации. Причем, согласно пункту 10 Постановления, сделано это должно быть до 1 сентября 2022 г.

То, что все запускаемые в оборот произведенные или ввезенные в Россию ювелирные изделия с 1 марта 2022 года **должны иметь** на бирках УИН в виде десятичного числа и в виде DataMatrix кода – прямо указано в Постановлении. Однако с 1 марта 2022 года вводится еще одно важнейшее требование к участникам рынка. Именно 1 марта 2022 года станет той датой, начиная с которой в обязатель-

ном порядке **любой оборот ювелирных изделий** должен сопровождаться **передачей данных об этом обороте** в ГИИС ДМДК.

## КАКИЕ ДАННЫЕ УЧАСТНИКУ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ НУЖНО БУДЕТ ПЕРЕДАВАТЬ В ГИИС ДМДК?

Перечень данных, передаваемых в ГИИС ДМДК при вводе продукции и ювелирных изделий в оборот, изложен в пункте 20 Правил. Это (применительно именно к ювелирным изделиям):

- а) артикул изделий (при наличии);
- б) наименование ювелирного изделия;
- в) количество ювелирных изделий в партии;
- г) страна происхождения в соответствии с «Общероссийским классификатором стран мира»;
- д) название изготовителя (импортера) и адрес предприятия-изготовителя (импортера) (при наличии);
- з) масса ювелирного изделия;
- и) проба ювелирного изделия и проба входящих в него составных частей;
- к) дата производства ювелирного изделия (за исключением данных, представляемых ломбардами, скупками, комиссионными и импортерами в части ввезенных ювелирных изделий, ювелирных изделий, заявленных как остатки). При отпуске ювелирных изделий для реализации на внутреннем рынке из Государственного фонда драгоценных

*Fresh*  
JEWELRY

PEKTIAMA

Great  
Authentic  
Unique  
Due  
Innovative



*Gaudi ring*



*Gaudi earrings*

freshj.ru

металлов и драгоценных камней Российской Федерации, государственных фондов драгоценных металлов и драгоценных камней субъектов Российской Федерации дата производства ювелирного изделия указывается при ее наличии;

л) цифровые фотографии ювелирного изделия (при этом цвет вставок недрагоценных камней может отличаться от описания, внесенного в ГИИС ДМДК) в добровольном порядке;

м) сведения об объектах учета продукции, которые были израсходованы при производстве (изготовлении) продукции, ювелирных изделий, за исключением случаев повторного ввода в оборот ювелирных изделий (через скупки, комиссионные магазины, ломбарды), продукции (через обработку (переработку) лома и отходов), представляемые в соответствии с подпунктами «е» и «ж» настоящего пункта.

Стоит обратить внимание на два важных момента:

– неупомянутые выше подпункты «е» и «ж» относятся не к ювелирным изделиям, а только к продукции (драгоценным металлам, драгоценным камням, сырьевым товарам, содержащим драгоценные металлы), т.е. расходным материалам для ювелирных производств. Причем подпункт «з» требует **передачи в ГИИС ДМДК не лигатурной массы драгоценного металла в ювелирном изделии, а только общей массы изделия;**

– в перечне данных, передаваемых в ГИИС ДМДК при вводе ювелирных изделий в оборот, вообще **не упоминаются вставки из недрагоценных материалов.**

Но приведенный выше перечень передаваемых в ГИИС ДМДК данных касается **ввода** ювелирных изделий в оборот. А при каждом факте (случае) оборота ювелирных изделий, представляемая в ГИИС ДМДК, помимо сведений, указанных выше, должна включать, согласно пункту 38 Правил, еще и следующее:

– наименование, дату, номер документа, подтверждающего факт (случай) оборота ювелирных изделий (договор, счет-фактуру, накладную, универсальный передаточный документ и т.д.);

– количество ювелирных изделий;

– единицу измерения (код);

– код ТН ВЭД ЕАЭС в случае ввоза ювелирных изделий на территорию Российской Федерации и (или) их вывоза с территории Российской Федерации;

– стоимость ювелирных изделий, имущественных прав с учетом налога на добавленную стоимость;

– ставку налога на добавленную стоимость либо отметку «без НДС»;

– сумму налога на добавленную стоимость.

В этом же пункте 38 Правил упоминается, что

**«Формат представляемой в ГИИС ДМДК информации, структура сведений, порядок формирования и получения подтверждения о ее принятии определяются Министерством финансов Российской Федерации».** Разработка и утверждение форматов предоставления информации в ГИИС ДМДК в настоящее время проходит завершающую стадию обсуждения (проект приказа Минфина России о форматах готов).

## КАК ЧАСТО УЧАСТНИКУ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПЕРЕДАВАТЬ ДАННЫЕ В ГИИС ДМДК?

Передача данных в ГИИС ДМДК должна осуществляться в случаях фактов **совершения оборота** ДМДК и изделий из них. Пункт 36 Правил гласит: *«Участники оборота продукции, ювелирных изделий направляют информацию по каждому факту (случаю) оборота продукции, ювелирных изделий в ГИИС ДМДК не позднее 3 рабочих дней со дня его возникновения».*

Что такое «факт оборота», в пункте 2 Правил прописано. Это покупка и продажа ювелирных изделий, их залог, приготовление сплавов драгоценных металлов для производства и производство ювелирных изделий, хранение, ввоз в РФ и вывоз из РФ ювелирных изделий.

Важно, что согласно пункту 2 Правил **«Не считается оборотом** продукции, ювелирных изделий *изменение физического состояния или содержания драгоценных металлов и драгоценных камней в любых веществах и материалах без передачи драгоценных металлов и (или) драгоценных камней третьим лицам, а также перевозка драгоценных металлов, драгоценных камней и продукции из них без привлечения третьих лиц».*

Из данного определения Правил следует, что если в ходе производства ювелирных изделий нет фактов передачи ДМДК третьим лицам, например, для изготовления ювелирных изделий или выполнения отдельных технологических операций по договору подряда, то никакого оборота в ходе собственно производства не происходит, ничего передавать в ГИИС ДМДК не требуется. Логично, что и перевозка ювелирных изделий **без привлечения третьих лиц** также не должна рассматриваться операцией. Это означает отсутствие необходимости передачи в данном случае сведений о перевозке ювелирных изделий в ГИИС ДМДК.

## КТО ЯВЛЯЕТСЯ УЧАСТНИКОМ ОБОРОТА?

Участником оборота продукции и ювелирных изделий является юридическое лицо или инди-



Северная  
Чернь

Модель: Мальцева Надежда

XVII Международная выставка  
ювелирных и часовых брендов

**JUNWEX**  
МОСКВА

РЕКЛАМА  
27 – 31 Октября  
2021 года

ВДНХ, павильон № 57,  
стенд № А-4



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

видуальный предприниматель, осуществляющие оборот продукции, ювелирных изделий и состоящие на специальном учёте.

### **КАКИМ ОБРАЗОМ УЧАСТНИКУ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПЕРЕДАВАТЬ ДАННЫЕ ОБ ОБОРОТЕ В ГИИС ДМДК?**

Согласно пункту 37 Правил, *«Информация по каждому факту (случаю) оборота продукции, ювелирных изделий представляется в ГИИС ДМДК участниками оборота в электронном виде путем использования личного кабинета и подписывается усиленной квалифицированной электронной подписью».*

Согласно пункту 39 Правил, при розничной продаже ювелирных изделий участники их оборота *«регистрируют информацию о реализации ювелирных изделий»* путем сканирования DataMatrix кода либо непосредственно с самого изделия, либо с бирки, ярлыка ювелирного изделия.

Последовательность действий при передаче данных в ГИИС ДМДК в случае розничной реализации ювелирного изделия или при любом другом факте оборота ни Постановление, ни Правила, не разъясняют. Согласно пункту 41 Правил, *«Представление информации участниками оборота продукции, ювелирных изделий в ГИИС ДМДК осуществляется с использованием установленных протоколов передачи данных и разработанных оператором интерфейсов электронного взаимодействия путем обмена электронными документами, формат которых определяется оператором и размещается на официальном сайте оператора в сети «Интернет».*

Из текста этого пункта следует, что формат передачи данных в ГИИС ДМДК должен разработать оператор ГИИС ДМДК, т.е. «Гознак». Форматы представления информации для ГИИС ДМДК разрабатывает Минфин России, а формат обмена данными с ГИИС ДМДК разрабатывает «Гознак». Пока официальной информации о ходе разработки формат обмена данными с ГИИС ДМДК от «Гознака» не поступало.

В ожидании появления нормативного документа, регламентирующего технические способы и порядок электронного обмена данными участников рынка ювелирных изделий с ГИИС ДМДК и между собой, совершая сделки можно лишь предполагать о возможных путях такого обмена. Наиболее вероятно, что при каждой операции с ювелирными изделиями будет требоваться сканирование DataMatrix кода с ярлыков (бирок) каждого изделия. А в каких-то случаях и непосредственно с самих изделий. При розничной реализации изделий сканирование DataMatrix кода с бирок каждого из изделий неизбежно (согласно «Правилам»).

Взаимодействие участника рынка ювелирных изделий с ГИИС ДМДК, вероятно, будет осуществляться в двух вариантах: ручном (через личный кабинет на сайте ГИИС ДМДК) и автоматизированном, путем использования программного комплекса автоматизации учета ювелирной компании. Работа над такими программными продуктами идет.

Если организация уже использует программные комплексы автоматизации учета ювелирного предприятия, то есть большая надежда на то, что апгрейд такого программного продукта позволит в автоматическом режиме передавать из учетной системы все необходимое в ГИИС ДМДК. Но если организация программные комплексы автоматизации учета ювелирных изделий не использует, тогда набирать все придется «руками», посредством неких форм ввода на сайте ГИИС ДМДК в личном кабинете.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В заключении стоит привести пункт 50 Правил: *«Ответственность за полноту, достоверность и своевременность направляемых в ГИИС ДМДК сведений (информации) несут участники оборота продукции, ювелирных изделий, представляющие эти сведения (информацию)».*

Передача сведений об обороте в ГИИС ДМДК – это обязательное требование, а за невыполнение обязательного требования предусмотрена административная ответственность по действующим статьям 15.46 и 15.47 КоАП.

Анастасия Фадеева,  
генеральный директор консультационного  
центра «ДРАГМЕТКОНСАЛТ»



Завершился первый этап внедрения системы ГИИС ДМДК – постановка на специальный учёт в системе. Вроде бы простой этап, но не все прошли это испытание.

## Ученье — свет, а неученье — тьма!

Одни ювелиры вообще не слышали о необходимости регистрации в ГИИС. Другие прекратили деятельность в период пандемического кризиса. Третьи зарегистрировались в ГИИС (открыли личный кабинет) и, предположив, что в этом и состоит вся регистрация, заявление о постановке на спецучёт не подали. При этом многие ювелиры с большим трудом работают на компьютере, а для работы в ГИИС вынуждены проделывать непосильные для них манипуляции.

А впереди новый этап – подача через личный кабинет на сайте ГИИС заявлений и документов на выдачу лицензий.

Согласно Федеральному закону № 282-ФЗ юридического лица и ИП, осуществлявшие деятельность:

- по обработке (переработке) лома и отходов ДМ;
- по скупке у физических лиц ювелирных и других изделий из ДМ и ДК, лома таких изделий,

обязаны получить лицензию на осуществление этих видов деятельности, либо прекратить их осуществление не позднее 01.01.2022.

В соответствии с порядком лицензирования, утвержденным постановлением Правительства РФ от 12.09.2020 № 1418, лицензионными требованиями, предъявляемыми к соискателю лицензии, а также к лицензиату являются в том числе наличие:

- не менее одного работника, имеющего высшее или среднее профессиональное образование по направлению подготовки «Технологии материалов» или дополнительное профессиональное образование по программе повышения квалификации (не менее 72 часов) в области лицензируемой деятельности (переработка ЛОДМ) или имеющего стаж работы в области лицензируемой деятельности не менее одного года;

- не менее одного работника, имеющего высшее образование по направлению подготовки «Товароведение», или среднее профессиональное образование по направлению подготовки «Товароведение и экс-

пертиза качества потребительских товаров», или дополнительное профессиональное образование по программе повышения квалификации (не менее 72 часов) в области лицензируемой деятельности (скупка) или имеющего стаж работы в области лицензируемой деятельности не менее одного года;

- системы учета, хранения и обеспечения сохранности ДМ.

А вы готовы к лицензированию? Ваши сотрудники имеют необходимый уровень образования? У вас разработана Инструкция, регламентирующая порядок учета, хранения и обеспечения сохранности ДМ?

Консультационный центр ДРАГМЕТКОНСАЛТ приглашает на вебинары по программам повышения квалификации:

- «Технологии материалов. Свойства и применяемость ДМ. Источники образования ЛОДМ на предприятиях в зависимости от технологий их применения. Организация работ по переработке ЛОДМ»;

- «Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров. Экспертиза ювелирных изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней».

**ДРАГМЕТКОНСАЛТ также предлагает разработать Инструкцию под специфику вашей работы.**

**Подробные программы вебинаров, даты их проведения, а также полный перечень услуг вы найдёте на нашем сайте <https://dmetconsult.ru/>**

**Справки по тел. (911)92-92-095.**



# ЕАЭС: об успехах ювелирной интеграции на внутренних и внешних рынках

Повестка Евразийского экономического союза (ЕАЭС) активно насыщается вопросами развития ювелирного рынка стран-участниц интеграционного объединения с учетом тех мировых трендов, которые сегодня сформировались на глобальном ювелирном рынке. К ним можно с уверенностью отнести цифровизацию ювелирной отрасли, которая включает в себя регистрацию и отслеживание движения драгоценных материалов, маркировку, рост электронной торговли ювелирными изделиями, увеличение доли брендовой ювелирной продукции... Все эти мероприятия помимо прочего, способствуют кооперации отрасли.

**Б**лагодаря характеру, качеству и темпам восстановительной посткризисной динамики, международная торговля стремительно меняется по своим объемам, структуре и направлениям. Евразийская экономическая комиссия, отвечая на вызовы времени, формирует свою повестку с учетом формирующихся глобальных трендов и вызовов.



*Ильина Мария Юрьевна,*

Повестка ЕАЭС в ювелирной сфере включает два важных направления развития отрасли – формирование полноценного внутреннего ювелирного рынка ЕАЭС для всеобъемлющей реализации его потенциала, а также наращивание экспорта нашей ювелирной продукции на глобальном рынке.

В каждом из этих направлений уже достигнуты определенные результаты.

## ВНУТРЕННИЙ РЫНОК

Следует отметить, что по линии внутреннего рынка у нас 24 мая 2021 года вступило в силу «Соглашение об особенностях осуществления операций с драгоценными металлами и драгоценными камнями в рамках ЕАЭС». Данный документ позволяет обеспечить свободное перемещение ювелирных изделий в странах ЕАЭС. Для участников евразийского ювелирного рынка будут созданы условия для взаимного признания пробирных клейм во взаимной торговле ювелирными изделиями. Вопрос взаимного признания клейм очень важен для бизнеса, он давно ждет его решения. Вместе с тем, следует признать, что это непростой вопрос с точки зрения защиты добросовестных производителей и потребителей от контрафактной продукции. Для того чтобы стало возможным взаимное признание пробирных клейм, прежде необходимо обеспечить сближение требований к государственному пробирному надзору, а также выработать общие подходы к ответственности за нарушения в сфере производства и обращения ювелирных изделий.

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

Выставка «JUNWEX-Москва», ВДНХ, пав. 57, стенд А-214 (2 этаж)

+7 (985)767-81-51

Для этого нашим международным договором предусмотрен механизм обзорных визитов для ознакомления с работой национальных пробирных инспекций. Делегация стран ЕАЭС активно проводит такие обзорные визиты, которые должны быть завершены до конца 2021 года. Специалисты уже посетили Армению, Беларусь, Казахстан. На очереди – Кыргызстан и Россия.

Что касается того, как скоро будет обеспечено взаимное признание пробирных клейм, здесь все зависит оттого, как оперативно страны внесут соответствующие изменения в свои национальные законодательства. По итогам каждого обзорного визита страны члены делегации формируют (при необходимости) свои рекомендации. Они нацелены на то, чтобы привести в соответствие национальное законодательство с требованиями ЕАЭС в части опробования, анализа и клеймения, так же, как Госконтроля. Можно сказать, что взаимное признание пробирных клейм в ЕАЭС будет обеспечено тогда, когда все страны «евразийской интеграционной пятерки» получат так называемые положительные оценки, что позволит подтвердить факт соответствия национальных систем пробирного надзора евразийским требованиям.

Для реализации механизма обзорных визитов Евразийской экономической комиссия (ЕЭК) в 2021 году утвердила и приняла все необходимые документы второго порядка к Соглашению. Это и Заключение, которое подтверждает исполнение странами положений Соглашения, то есть некий перечень требований, которым должны соответствовать национальные системы госконтроля, это и методика расчета оценки качества реализации в странах пробирного надзора. Это и состав обзорной группы из представителей стран ЕАЭС и ЕЭК.

Чтобы создать условия для запуска функционирования общего рынка ювелирных изделий странами и ЕЭК был пройден долгий и непростой путь, который уже сегодня позволяет открывать для отрасли новые возможности и создавать все необходимые условия для совместного экспорта евразийской ювелирной продукции.

## ЭКСПОРТ ЮВЕЛИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

В 2019 году премьер-министры пяти государств евразийской интеграции (Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана и России) утвердили План мероприятий по продвижению ювелирной продукции государственных членов ЕАЭС на рынки третьих стран. Этот документ касается совместного выхода производимых в ЕАЭС ювелирных украшений на мировой рынок за счет операции отрасли, создания совместных брендов и учреждения Евразийского ювелирного экспортного бюро.

2021 год для евразийской ювелирной отрасли, можно сказать, стал знаковым – в июле этого года было учреждено Евразийское ювелирное экспортное бюро

на базе Международного финансового центра «Астана». Принятая в июне этого года вице-премьерами стран ЕАЭС Концепция созданию Евразийского ювелирного экспортного бюро сделала возможным его создание.

Основной целью Бюро является продвижение ювелирной продукции ЕАЭС на глобальном рынке и повышение эффективности экспорта евразийской ювелирной продукции за рубежом.

В свою очередь, чтобы отвечать на вызовы трансформации международной торговли и потребительского поведения, Россия и Беларусь совместно с Фондом цифровых инициатив Евразийского банка развития начала проработку проекта цифровой торговли ювелирными изделиями. Проект направлен на создание цифровой инфраструктуры торговли для совместной организации экспорта евразийской ювелирной продукции на рынки третьих стран. Проект позволит сократить транзакционные издержки для ювелирной отрасли ЕАЭС и реализовать ее экспортный потенциал.

Выстраивая стратегию продвижения ювелирной отрасли ЕАЭС, следует не забывать о ее роли, в том числе в формировании культурного имиджа ЕАЭС. Ведь страны интеграционной «пятерки» имеют не только экономические конкурентные преимущества, но и исторические, которые формировались на протяжении многих лет, объединенные общими ценностями. В Армении – это школа огранки и дизайна, также как имеющее мировое признание ювелирное дело армянских мастеров. В Беларуси – современные производственные технологии и история известного завода «Гомельский Кристалл». В Казахстане – аффинаж драгоценных металлов. В Кыргызстане – добыча золота. А Россия занимает 30% мирового алмазного рынка, обладает производственными мощностями, кроме того российское ювелирное искусство внесло существенный вклад в формирование мировых ювелирных брендов и известных ювелирных домов.





Владимир Михайлов

ООО «МОНАРХ» 191011, Санкт-Петербург, Невский проспект, д. 32-34, литер А, помещение 72-Н, комнаты 3-10 ОГРН: 1089947175263



Охранные кольца  
«ВИНОГРАДНАЯ ЛОЗА»  
Золото 585<sup>0</sup> «зелёное»

МОСКВА — САНКТ-ПЕТЕРБУРГ — ЕКАТЕРИНБУРГ — КРАСНОДАР — КАЗАНЬ — БАДЕН-БАДЕН  
МОСКВА: ул. Большая Дмитровка, 16 «Галерея Михайлов» | Кутузовский пр., 2/1 Отель «Рэдиссон»  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: ул. Михайловская, 1/7 Гранд Отель Европа | ул. Большая Конюшенная, 10 «Галерея Михайлов»  
8 800 505 69 31 | WWW.VMIKHAILOV.COM



# Драгоценные знания для индустрии драгоценностей

Становление и развитие цивилизованной индустрии драгоценностей создает спрос на профессиональное образование и профессиональные компетенции. Эти вещи взаимосвязаны, и в этой статье мы хотим поговорить о том, как меняется ювелирная индустрия, и что нужно, чтобы быть в ней успешным. Мы будем делать акцент на драгоценных камнях и связанных с ними геммологических компетенциях, не умаляя при этом роль ювелирных и других компетенций.

Геммологический Центр МГУ  
к.г.-м.н., руководитель ГемЦентра МГУ,  
Шелементьев Юрий Борисович  
к.э.н., директор по развитию ГемЦентра МГУ,  
Алексеева Анна Александровна



**М**ногие десятилетия наша страна в промышленных масштабах занималась эксплуатацией недр, в том числе добычей драгоценных металлов, алмазов и других камней. Все это было в интересах государства. По сути, страна была добывающей. В какой-то момент советские министры поняли, что можно гранить и опрашивать камни из наших недр, создавать ювелирные украшения, и что на них будет внутренний спрос. Была попытка наполнить рынок дешевыми ювелирными изделиями из 583 пробы с синтетическими корундами. Именно с тех пор в сознании людей термин «корунд» ассоциируется с подделкой, хотя на самом деле это название минерала, разновидностями которого являются любимые многими сапфир и рубин.

В нашей стране за десятилетия советского периода, при отсутствии свободной экономики, культура потребления драгоценностей была утрачена. После распада СССР, в момент перехода от плановой эко-

номики к рыночной, начинается становление общества потребления и возникает рынок.

За 30 лет существования рыночной экономики в нашей стране сформировалась индустрия ювелирных изделий. Она проходила разные стадии становления, об этом мы писали в предыдущей статье журнала Русский Ювелир в январе 2021. Чтобы эта индустрия достигла текущего уровня, ее участники проделали большой путь, воссоздав ювелирный рынок прак-





стоимости за счет своей красоты и редкости. Зачастую создание ювелирного изделия начинается от камня. Именно камень становится его центральной и главной частью. Он обуславливает высокую стоимость. Разнообразие камней очень велико, и в нем довольно сложно разобраться. Помимо множества терминов – названия минералов, их разновидностей, торговые «имена», камни характеризуются различными свойствами. Причем одни свойства являются диагностическими и используются при определении камня, другие – определяют возможное применение определенных методов облагораживания, третьи свойства обуславливают технологию их огранки, четвертые – диктуют правила их ношения и хранения. Также нужно не забыть и о том, какие именно свойства обуславливают стоимость того или иного камня и влияют на выбор потребителя. Обширные знания о камнях накапливает геммология: и поскольку камни проходят долгий путь от месторождения до потребителя, геммологические знания необходимы на каждом этапе этого «кампровода».

тически с нуля, заимствуя подходы, которые на мировом рынке используются давно. Нужно отдать должное ювелирам: сегодня российскому потребителю предлагают камни практически со всего мира.

Мы считаем, что само понятие «ювелирный рынок» пора заменить на понятие «индустрия драгоценностей». Слово «ювелирный» отсылает скорее к тому способу, как изготавливаются вещи, в то время как понятие «драгоценный» ассоциируется с главным фактором, притягивающим потребителей. Любовь человека к камням прошла через тысячелетия, взлет и падение цивилизаций и смены эпох. Люди по-прежнему любят украшать себя и накапливать драгоценности. Индустрия драгоценностей привлекает своим блеском не только покупателей. Многие хотят войти в эту индустрию, стать ее частью. Но вот как туда попасть и какие компетенции для этого нужны – понимают не все. Развитие индустрии привело к появлению спроса на профессиональные компетенции: геммологические, ювелирные, рекламные, организаторские и другие.

Органичной частью драгоценностей являются драгоценные камни. Не только те, что относятся к драгоценным по закону, но и многие другие, достигшие высокой

В последнее время бурно развивается индустрия образования, появляются учебные центры во всех сферах. Ювелирная отрасль не стала исключением. Причем компетенции в этой сфере настолько разные, что и центры эти специализируются на различных направлениях. Добыча, огранка, дизайн, эскиз, 3D-моделирование, литье, монтировка, гальваника, ювелирные обозреватели (блогеры)... Мы можем наблюдать, как возникают новые профессии, о появлении и особенно о востребованности которых никто ранее не задумывался.

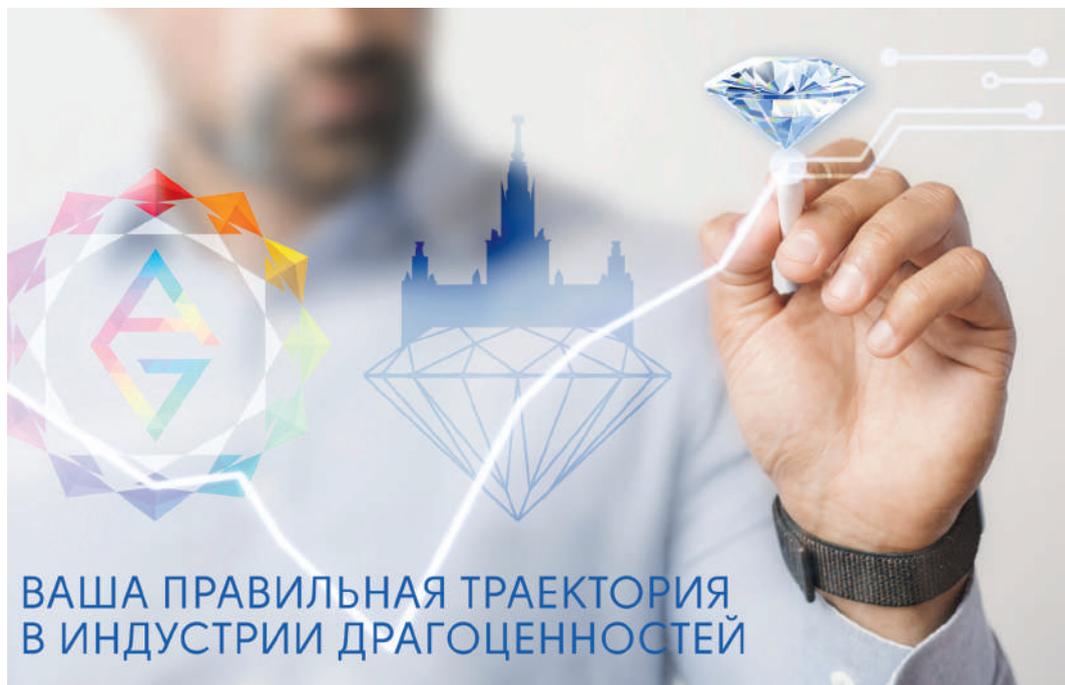


Геммология в нашей стране за последние 30 лет также прошла большой путь. Раньше, до появления рыночной экономики, камни изучались как кристаллы, как минералы, как сырье для извлечения химических элементов, как лазерные материалы и абразивы... как угодно, но только не как драгоценные объекты. Камни не воспринимались как предметы роскоши, как концентрация огромной стоимости в малом объеме, несмотря на то, что по законам того времени они считались валютными ценностями и накапливались в подземных хранилищах как стратегический запас. И когда в нашей стране возникли геммологические институты и лаборатории, многое было заимствовано из зарубежного опыта. Далее предстояло пройти долгий путь интеграции в ювелирную индустрию, получить в ней признание и занять ту нишу, которую институты и лаборатории занимают на развитых рынках.

Сегодня можно сказать, что этот путь пройден, российские геммологические институты признаны ювелирным сообществом. Российское геммологическое образование вышло на уровень, сравнимый с мировым, и при этом учитывает специфические для России стандарты. Когда возник Гемцентр МГУ, в нашем портфолио было всего две учебные программы. На сегодняшний день их два десятка: курсы по бриллиантам, цветным камням, алмазному сырью, специализированные программы по ювелирному эскизу, 3D-моделированию, тренинги для ритейла, кастомные программы для ведущих ювелирных ком-

паний, бизнес-программы. Программы разделяются на уровни: одни для новичков, другие для более опытных слушателей. Такое многообразие, с одной стороны, отражает разнообразие задач и запросов нашей индустрии, а с другой стороны, при таком количестве разных программ людям становится трудно ориентироваться во всем этом многообразии.

Поэтому возникло понятие как «индивидуальная образовательная траектория». Мы, по сути, открываем дверь в индустрию драгоценностей, для тех, кто хочет в нее войти и занять свое место. И перед тем, как слушатель выбирает ту или иную учебную программу, мы консультируем его, не просто рассказывая, чему посвящен тот или иной курс, а принимаем во внимание бэкграунд слушателя, его индивидуальные особенности и личный опыт, его нацеленность на то или иное направление, в какой-то мере его потенциал. При планировании индивидуальной образовательной траектории, зачастую, нужна не одна, а больше учебных программ, и в правильной последовательности. Есть случаи, когда после прохождения базового курса выпускник идет работать в индустрию, и после такой практики снова приходит на курсы, но уже на специальные, или более углубленные. Мы также организуем поездки на месторождения, рынки, международные выставки, и мыслим их как продолжение обучения. Мы проводим также курсы, посвященные планированию и организации бизнеса, что в совокупности с геммологическими программами позволяет создавать добавленную стоимость, получать



PREMIUM  
gemstones™

ОНЛАЙН КАТАЛОГ

# МУАССАНИТ

САМЫЙ БЛЕСТЯЩИЙ КАМЕНЬ НА ЗЕМЛЕ

Лабораторные бриллианты

# 100%

БРИЛЛИАНТЫ



## PREMIUM ZIRCONIA

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



8 800 200 22 28  
www.crystalit.ru

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





прибыль и находить в индустрии свое место. В свою очередь, наши выпускники, имеющие свою историю успеха и практический опыт, приходят на наши курсы в качестве приглашенных участников рынка и делятся своим опытом.

Такая система позволяет увеличить эффективность обучения и сблизить его с практической работой на рынке. Мы подбираем для каждого слушателя такую траекторию обучения, которая отвечает задачам его бизнеса, и это позволяет воплощать самые амбициозные планы и мечты. Индустрия драгоценностей, традиционно закрытая и консервативная, когда все компетенции передавались от отца к сыну и от деда к внуку, получает приток новой крови, новых идей и новых талантов. Таким образом, от этого выигрывают все.

Специализированные курсы вместе с новым подходом в обучении резко сокращают то время, которое необходимо для получения профессии. И есть еще одна важная составляющая. Если консультант, работающий с клиентами, не владеет предметом, не является экспертом, не может грамотно рассказать о товаре, то клиенты это видят и теряют доверие к такому «консультанту», уходя от него без покупки. Профессиональное обучение позволяет повышать уровень продавцов и консультантов, позволяет им выглядеть экспертами своего дела и, в свою очередь,

заниматься расширением знаний потребителей. И таким образом, все участники рынка могут сообща работать над возрождением культуры потребления драгоценностей.

Спрос на осознанное потребление приводит к появлению учебных программ для потребителя. Важно понимать, что образовательные продукты, созданные для профессионалов, не подойдут конечному потребителю. Когда мы видим, какие свойства бриллианта делают его привлекательным товаром, мы создаем отдельные учебные программы на тему «как продать бриллиант», рассчитанную на дилеров, ювелиров и консультантов. И, помимо этого, создаются программы «как выбирать и покупать бриллианты», в которых те же свойства камня подаются полезным и понятным для потребителя способом. Люди любят драгоценности, но прошло то время, когда покупки делаются без понимания, спонтанно. В современном мире все очень быстро меняется: сама индустрия, рынок, потребитель. И в условиях этих изменений важно быть в потоке – повышать свою квалификацию, улучшать свой продукт, завоевывать доверие к своему бренду. Значит, пришло время для еще одной важной компетенции – способности жить в меняющемся мире, способность видеть эти перемены, получать новые знания и использовать их для роста и развития.

**gem-center.ru**

# Художественно-профессиональный лицей Санкт-Петербурга имени Карла Фаберже



Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Художественно-профессиональный лицей Санкт-Петербурга имени Карла Фаберже» основано в 1945 году на базе ювелирного предприятия «Русские самоцветы».

Более чем за 70-летнюю историю существования, образовательное учреждение прошло путь от «Художественного ремесленного училища № 24» до лицея, который с гордостью носит имя прославленного ювелира Карла Фаберже.

Художественно-профессиональный лицей находится в центре всех изменений, проводимых в сфере среднего профессионального образования и ведёт подготовку по таким востребованным на рынке труда профессиям, как:

1. Ювелир, с присвоением двух квалификаций «Ювелир» и «Огранщик вставка для ювелирных и художественных изделий»;
2. Графический дизайнер;
3. Дизайн (по отраслям);
4. Продавец, контролер–кассир (для ювелирного магазина).

За многие годы своей деятельности лицей завоевал репутацию одного из лучших учебных заведений художественного профиля, который обеспечивает рабочими кадрами ювелирные предприятия Санкт-Петербурга и России.

Обучающиеся лицея – постоянные участники районных и городских выставок, конкурсов профессионального мастерства и олимпиад, среди которых имеются призы и победители конкурсов профессионального мастерства World Skills, «Абилимпикс».



Многолетняя дружба лицея с ювелирными предприятиями даёт возможность нашим обучающимся в начале своего профессионального пути пройти производственную практику на заводах и предприятиях ювелирной отрасли. Нашими партнерами являются ИЮЗ «Русские самоцветы», ООО «Циркон-С», ООО «Грингор», ООО «Невский-СПб», ООО «ВИП-2000», ООО «Елизавета», ООО «ФИТ», ООО «Ювелирная компания «Арина», ООО «АРТ-НЕВА СПб», ООО «Miestilo», ООО «ЮК СПб 2», ООО «Ювелирная симфония», ООО «Росювелирторг» и т.д.

Мы уверены, что наши выпускники реализуют себя в жизни и станут высококвалифицированными специалистами, успешными и конкурентоспособными.

Сергей Владимирович Куколевский,  
президент общественной организации  
«Серебряный Совет»

Узнав об изменениях в сообществе петербургских ювелиров, в состав которого входят именные компании «Циркон С», «Вега», «Невский-Т» и FILLART, мы встретились с президентом объединения «Серебряный Совет» Сергеем Владимировичем Куколевским, с тем, чтобы узнать, что стоит за обновлением названия.



## ... И все — за одного!

– Сергей Владимирович, объясните, почему спустя десятилетие широко известный на профессиональном рынке «Серебряный клуб» решил изменить свое название?

– Как говаривал известный древнегреческий философ Гераклит из Эфеса: «Все течет, все меняется». В 2011 году ведущие петербургские компании, работающие в серебряном секторе, решили объединиться в «Клуб ответственных производителей серебряных изделий». Это была своего рода декларация того, что мы со всей ответственностью гарантируем качество каждого изделия, выпущенного нашими компаниями, и сосредоточены не на краткосрочной прибыли, а на долгосрочной перспективе. Второй этап преобразований – переименование в «Серебряный клуб». И в том и в другом случае ключевым словом в названии было «клуб». Я недаром привел в начале слова древнегреческого философа. Клубы, как идея организации людей с общими интересами берет начало в античности. Клуб – это некая закрытая «каста», в собраниях которой разрабатываются и принимаются решения, максимально продуктивные для всех членов клуба. На этом этапе нам нужно было выработать механизмы успешного взаимодействия, напомним, что Клуб был образован владельцами успешных компаний, каждый из которых построил свой собственный бизнес, имеет свои взгляды на его

ведение, стратегию развития и так далее. Результативно преодолев этот этап «строительства», мы готовы двигаться дальше.

Мы – директора крепко стоящих на ногах предприятий, со всей ответственностью заявляем, что готовы поделиться своими знаниями и опытом с теми, кто готов развивать российскую ювелирную промышленность. И это не пустой звук. С особой торжественностью заявляю, что наш преобразованный «Серебряный Совет» открыт к приему новых членов, согласных, что бороться с трудностями лучше сообща, а сотрудничество обеспечивает прочный каркас для достижения великих результатов...

– Какую практическую пользу дает объединение членам Совета?

– Есть немаловажный материальный аспект – общая маркетинговая политика. С одной стороны, каждое предприятие, входящее в Совет – как самостоятельная единица, имеет свою линию поведения не только в бизнесе, но и в рекламной политике. С другой стороны, объединив ресурсы, мы проводим гораздо более эффективные рекламные кампании, выставочный маркетинг. В одиночку компаниям это не потянуть. В-третьих, одна голова хорошо, а пять – лучше. На наших совещаниях поднимаем острые злободневные вопросы, которые волнуют всех ювелиров, ищем консолидированное взвешенное решение.

**– Происходит ли производственная кооперация среди членов Совета?**

– В какой-то мере, да. Каждое из предприятий – самостоятельная организация полного производственного цикла, каждое имеет свой бюджет, наработанную клиентскую базу, которыми мы особенно не делимся. Но случаются разные ситуации, знакомые каждому бизнесмену. К примеру, кто-то столкнулся с «плохим» клиентом, – от этого никто, увы, не застрахован. В этом случае в первую очередь все члены Совета предупреждаются об исходящей от этого клиента угрозе. Порой возникают перебои с какими-то материалами (это не касается материалов, подлежащих строгой отчетности): камнями, инструментами, расходными материалами... Мы помогаем друг другу. Если кто-то из персонала приболел – закрепщики, монтировщики, мы на взаимовыгодных условиях производим эти операции. Иногда художники одного предприятия создают модель, которая не приживается или выбивается из ассортимента ряда – даже хорошая модель может «повиснуть», и мы тогда делимся дизайнерами, давая украшению вторую жизнь.

**– Каким образом принимаются решения в Совете?**

– Вопросы решаются достижением полного консенсуса. В тех случаях, когда какая-то компания не желает принимать участие в той или иной совместной акции, это означает лишь, что в конкретном мероприятии не будет присутствовать реклама данной компании. Но вся информация о компании – члене Совета будет представлена. Замечу, что это случается крайне редко. В 99% случаев мы принимаем 100% решение.

**– Что должна предпринять компания, желающая вступить в «Серебряный Совет»?**

– Все очень просто. Необходимо заранее нас известить о своем стремлении и на очередном заседании Совета мы рассмотрим заявку – вначале кулуарно, а затем вместе с претендентом. И если мы сочтем, что компания достойна и руководитель – стоящий человек, то будем рады предоставить право стать частью нашего сообщества. На первом этапе мы предоставляем ассоциативные членство, а затем, по истечении испытательного срока, проводим повторное голосование. Мы приглашаем вступить в наш семейный круг, где все за одного и один за всех. Это наш главный принцип, я бы даже сказал, философия нашего Совета, и мы не намерены от нее отступать.

**– Какие еще есть преимущества у вашего объединения?**

– У нас есть уникальная возможность тестировать новые идеи, воплощенные в коллекциях, общаясь

напрямую с покупателями. Несколько лет назад компании «Циркон С» и «Вега» открыли свой магазин, расположенный в центре города, на канале Грибоедова, 18, в котором широко представлены как экспериментальные, так и тиражные коллекции всех членов «Серебряного Совета». Также в магазине «Сезон серебра» представлены работы известных петербургских компаний «Грингор» и «Яспис», а также ряда небольших предприятий. Участвуют и несколько иногородних компаний. Объединяет их тот факт, что руководители всех марок, представленных в магазине – наши добрые друзья, за которых мы готовы поручиться, как за самих себя.

**– Очень интересная и необычная структура – с одной стороны она формальна, с другой – неформальная по своим человеческим качествам.**

– В скором времени мы официально зарегистрируем наш Совет как некоммерческое партнерство. Активно развиваем сотрудничество с другими общественными объединениями ювелиров: «Гильдией ювелиров», членами которой мы все являемся, клубом «Российская ювелирная торговля», «Союзом ювелиров Северо-Запада». Мы открыты для общения с петербургскими предприятиями, работающими не только в серебряном ассортименте. Дело в том, что одна из задач, которая стоит перед Советом – сделать все, чтобы звание ювелирной столицы России навеки вернулось в Санкт-Петербург и никто не смог бы это звание оспорить. Нисколько не принижая значение ювелиров из других регионов – есть прекрасные, уникальные ювелиры и в Якутии, и на Урале, в Магадане, Москве, Костроме... Перечислять города и регионы можно долго. Но так уж исторически сложилось, что именно в нашем городе на протяжении веков находился крупнейший в стране ювелирный центр фундаментальных исследований, я бы сказал – «фундаментальная ювелирка».

Так что, если вам близка философия нашего Совета и вы разделяете всецело наши принципы – вступайте в Совет единомышленников!



**НЕВСКИЙ-Т**  
ЮВЕЛИРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО



**РУССКИЙ ЮВЕЛИР**  
ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО

Антон Сергеевич Куколевский вступил в должность генерального директора компании «Циркон С» в пандемийном 2020 году. Время, когда казалось, мир «схлопнулся», затаившись в карантине, и никто не мог предугадать, что преподнесет день следующий... Спрос на ювелирные украшения, как товары далеко не первой необходимости, упал на 90%, рост стоимости драгоценного сырья из-за возросшего валютного курса увеличил стоимость ювелирных изделий на 20%.



## В новую жизнь с новой силой и уверенностью

**И** вот время вынужденного анабиоза закончилось, жизнь вновь вступила в свои права. Мы беседовали с Антоном Сергеевичем о планах компании в новых условиях развития ювелирной отрасли, новых направлениях и персональной ответственности...

**«Циркон С» – один из крупнейших российских заводов, успешно работающий уже 27 лет. Скажите, что Вы чувствовали, возглавив компанию, лидера рынка серебряных украшений?**

– Прежде всего, это интересно. Я и до назначения меня директором работал в «Цирконе», занимался производством, досконально изучил все нюансы ведения бизнеса, успешность которого в конечном итоге заключается в способности руководителя решать стратегические задачи. В этом мне помогает наработанный практический опыт и понимание процессов, происходящих в ювелирной отрасли. В конечном счете, мне очень нравится заниматься этим. Успех бизнеса, а, следовательно, и благополучие сотрудников компании в первую очередь зависит от вовремя принятых эффективных управленческих решений, это очень стимулирует. И приятно осознавать, что результат деятельности предприятия зависит в первую очередь от меня.

**– Какие ключевые задачи стоят сейчас перед ювелирным бизнесом?**

– «Циркон С» состоит в ассоциации «Гильдия ювелиров России», мы регулярно участвуем в заседа-

ниях, на которых обсуждаются горячие темы и проблемы отрасли. На мой взгляд, самая насущная задача, стоящая перед ювелирным сообществом – создание условий для завоевания внешних рынков, тем более для этого сложилась очень удачная ситуация. С точки зрения технологий, дизайна, цены мы абсолютно конкурентоспособны в сравнении с любой страной и нужно воспользоваться этим преимуществом. Ювелиры готовы, но зарегулированность отрасли тормозит этот процесс. Речь идет об упрощении таможенных процедур и введении заявительного режима вывоза украшений и при отправке экспортных партий и при вывозе-ввозе экспонатов на различные международные выставки. Выход на внешние рынки позволит ювелирной промышленности России существенно повысить объемы производства, обороты и доходы – как работников отрасли, так и государства в целом. Для страны, безусловно, важны не только дополнительные доходы, но и ее престиж. Ювелирное изделие – овестьественная и заметная часть художественной культуры, следовательно, выход на внешние рынки позволит российским ювелирам познакомить мир с нашими ювелирными идеями, продемонстрировать возможности и укрепить имидж страны. Россия – страна, богатая талантами и сегодня мы можем это доказать.

**– Ваша компания осуществляет экспортные поставки?**

– Да, мы работаем на экспорт в течение нескольких лет, но способны поставлять гораздо большие объемы. Поэтому сейчас мы налаживаем канал сбыта с помощью брокерской компании, прорабатывая контракты на поставку нашей продукции в Европу.

– **ГИИС ДМДК – еще одна горячая тема. На Ваш взгляд, внедрение этой системы стратегически выгодно для отрасли?**

– Считаю, что да, выгодно. Система, безусловно, перспективная, вопрос в том, как ее будут использовать и когда ее, наконец, наладят. Сегодня складывается странная ситуация: вводится новая система, но не отменяются прежние инструкции, и происходит дублирование функций. Следовательно, приходится вести двойной учет, что никому не нравится. Остается надеяться, что государственные органы понимают странность возникшей ситуации и примут в конечном итоге разумное решение. Если же все операции будут осуществляться с помощью ГИИС ДМДК, это упростит в конечном итоге жизнь ювелиров, а рынок станет более прозрачным.

В ювелирном сообществе и в прессе регулярно появляется мнение, что серебро планируют исключить из списка драгоценных металлов, подлежащих специальному учету. Если это действительно произойдет, то для нашей компании отпадет множество вопросов по учету ДМ, в том числе и ГИИС ДМДК.

– **«Циркон С» – лидер отрасли в сегменте ювелирных изделий из серебра с полудрагоценными и поделочными камнями...**

– Должен отметить, мы используем в работе полудрагоценные камни, однако наш основной материал – поделочные натуральные камни. Одно из наших призваний – расширить каменную палитру. Мы внедряем и популяризируем большое количество разнообразных природных камней, которые прежде редко использовались в традиционном ювелирном деле. Не секрет, что каждый хочет выделяться, самовыражаться, быть узнаваемым. И наши украшения призваны помочь их обладательницам создать свой уникальный образ.

При создании дизайна, на мой взгляд, есть две крайности: оставаться полностью сосредоточенным на своих идеях или, наоборот, заглушив внутренний голос, идти в направлении того, что диктует рынок. Так вот, моя цель – установить диалог, чтобы эти крайности, взаимодействуя, создавали синергический эффект.

– **Планируете расширять свои позиции или выходить за рамки своего сегмента?**

– Да, это наша первоочередная задача. Она стоит передо мной, как руководителем, и перед всей нашей командой – ювелирами, дизайнерами, производством. В ближайших планах – переход в молодежный сегмент, как более активный, готовый к экспериментам и раз-



личным новшествам. Для этого мы занялись расширением модельного ряда, внедрением современных технологий. Готовимся в скором времени представить обновленный «Циркон С» с широкой ассортиментной матрицей, в которой будут учтены как вкусы наших традиционных покупательниц, так и тех, кого именуют «поколением Z».

– **Как рождаются ваши коллекции?**

– Это очень сложный вопрос. Они рождаются как в головах руководителей – моей, Сергея Владимировича, так и в головах наших сотрудников. Одно могу сказать точно: за каждым произведением стоит мысль, идея, у каждого украшения – своя история...

– **Какое место занимают эксперименты с материалами? Ваши коллекции «Деним» и «Дриада» можно ли рассматривать, как первый шаг в направлении привлечения молодого поколения?**

– Как известно, «Даже путь в тысячу ли начинается с первого шага». Так и коллекции с применением джинсовой ткани и дерева – наша первая попытка отойти от стандартных канонов. Возможно, это не шаг, но совершенно точно, взгляд в нужном направлении. Создавая эти экспериментальные коллекции, мы понимали, что создаем нишевый продукт. Но отмечу, что это успешный эксперимент: коллекции живут, получили признание ведущих искусствоведов, завоевав призы на конкурсах ювелирного искусства и пользуются спросом. Он не столь глобален, как на серебряные украшения с традиционными камнями, но свои ценители появились, и они ждут развития этих коллекций.

– **Какой вы видите компанию спустя десятилетие?**

– При условиях внешней стабильности я рассчитываю существенно нарастить обороты и создать международную компанию, которая будет успешна как в России, так и за ее пределами. Подчеркну – производственную компанию. Сосредоточимся на этом.

# ПОЙМАТЬ СОЛНЕЧНЫЙ ВЕТЕР



Пойманное солнце  
в комплекте РОКОКО



Лидия Рожкова  
владелец и руководитель  
компании ВЕГА



украшений, очевидное предназначение которых — ловить и сохранять солнечный ветер.

Волны солнечного ветра, накатывающие на нашу голубую планету, невозможно увидеть (за исключением тех счастливых, имеющих возможность наблюдать северные сияния), но их можно упрятать в прозрачных кристаллах, чтобы использовать в качестве палитры, которой легко расцветить неизбежный сезонный холодный монохром наших северных широт.

Осень и начало зимы — бархатный сезон ювелирного мира. Уходит палящее солнце, появляется понятие вечера, когда можно надеть украшения с крупными камнями, собравшие в свои причудливые грани свет и цвета прошедших летних дней.

И этот набор красок можно не экономить — запасенной энергии наверняка хватит до следующего лета.



Композиция ГРАФ  
с голубыми топазами



PROSREBRO.RU

ПРЕДСТАВЛЯЕТ

<http://vega-serebro.ru>

# В ДЕРЕВНЮ! В САВАННУ!

Студия ФИЛЛАРТ любит путешествовать сама и не забывает приглашать в эти путешествия ценителей серебряно-эмалевого творчества. Мы уже переосмысливали музейное пространство, успели обручиться с петербургскими мостами, примерить маски венецианского карнавала и даже поучаствовали в поисках новых планет.



Лариса ФРОЛОВА  
и Филипп КОЛОНИЦКИЙ —  
две неразрывные составляющие  
бренда ФИЛЛАРТ

Однако все громче звучал призывающий рокот тамтамов, который в итоге привел нас в экзотическую деревню САВАННА и познакомил с ее жителями. А народ там — примечательный, тамтам звучал не зря.

**БАМБОРО** — весельчак и силач, однажды завязал узлом питона, который залез в гамак его жены. Питон, когда распутался, выводы сделал, свои выводы сделала и мужская половина деревни.

**МИОНА** — жена Бамборо, особа хозяйственная и энергичная, верховодит в семье, помыкает своим жизнерадостным мужем, но тот по легкости своего характера проблемы из этого не делает. Кстати, одновременное ношение масок Мионы и Бамборо очень помогает решать семейные проблемы.

**КУАЙЯ** — очень мечтательная девушка, обожает бездельничать и сочинять истории о своих приключениях, в основном любовных. Постоянно подсматривает за плясками деревенского шамана **ОКОНГИ**, что в будущем приведет к неоднозначным событиям...

**ОКОНГА** — это шаман Саванны. Непрерывно общается с духами, из-за чего пропускает не только обеды, но и ужины, оттого такой худой. К этой маске очень уместно кольцо **ТАМТАМ**, их соединение открывает для владельца путь к освоению колдовских ритуалов.

Не уходите далеко, скоро нам предстоит беседы в вождь племени (ну куда же без вождя), деревенским поэтом и даже соседом-инопланетянином.

И обратите внимание — серьги из этой коллекции продаются по одной, оцените широкие возможности для собственного творчества, ворожбы и других магических практик.



МИОНА,  
БАМБОРО  
и кольцо  
ТАМТАМ



КУАЙЯ  
и ОКОНГА

  
**Fillart**  
<http://filart.su>

**PROSEREBRO.RU**  
ПРЕДСТАВЛЯЕТ

Наталья и Татьяна Тарасовы – именитые питерские художницы, работы которых с неизменным триумфом выставляются на ювелирных выставках по всему миру. Сестры обладают удивительным даром облекать актуальные философские идеи в лаконичную форму ювелирных украшений, создавать яркие, запоминающиеся вещи, обладающие неповторимой индивидуальностью.



*Объект «Радуга»; серебро, цветная бумага. 2019*

## Украшения с душой и смыслом



*Серьги «Танец»; серебро, цветная бумага. 2021*

**В**иртуозно комбинируя самые разнообразные материалы: драгоценные и поделочные камни, металл, дерево, бумагу, изделия из которой давно стали визитной карточкой мастеров, они создают украшения, наполненные и душой, и смыслами – настоящие произведения ювелирного искусства, по праву входящие во многие музейные и частные коллекции.

2021 год запомнится сестрам участием сразу в нескольких знаковых выставках, на которых ювелиры смогли продемонстрировать весь диапазон своего творчества.

Так на всероссийском конкурсе дизайнеров ювелирных украшений «Образ и форма», проходившем в рамках выставки «JUNWEX Петербург», они удостоились первого места в номинации «Фантазия» за серьги «Танец». Выполненные из бумаги в уникальной авторской технике, серьги наполнены цветом, ритмом, динамикой, оставаясь при этом вполне утилитарным предметом, задача которого – привлечь внимание и украшать.

Чудесный объект «Радуга» был включен в экспозицию выставки Русского музея «Пей-



Серьги «Глаза города».  
Металл, древесина, янтарь; 2021



«Невский-Т».  
Кольцо из коллекции «Сигны»



«Невский-Т». Серьги  
из коллекции «Узоры»



«Невский-Т». Кольцо из коллекции  
«Мелгур всегда прав»

«Невский-Т».  
Кольцо из коллекции  
«Классика»



заж в скульптуре. Скульптура в пейзаже», кураторы которой высоко оценили мастерство сестер Тарасовых и их узнаваемый творческий почерк.

Минувшим летом художницы стали лауреатами проходившего в Калининграде Пятого всероссийского конкурса авторского ювелирного и камнерезного искусства. В номинации «Лучшее произведение из янтаря» жюри отдало первое место работе Натальи и Татьяны, представившим на конкурс серьги «Глаза города». Это украшение – своего рода собирательный образ родного для сестер Петербурга, глядящего на горожан своими глазами-окнами. Эти окна видели многое и многих, немало скрывали, но частенько давали и возможность заглянуть украдкой, а то и проникнуть как кошка, в чужой мир через приоткрытую створку.

Творческий потенциал сестер Тарасовых настолько велик, что им хватает идей для создания не только коллекционных ювелирных шедевров, но и интересных серийных изделий – семейное предприятие «Невский-Т» славится нетривиальными серебряными украшениями, выполненными по эскизам Натальи и Татьяны. Изделия выпускаются небольшими партиями и привлекают разнообразием стиливых решений, отвечающих запросам современной ювелирной моды.

Увидеть эксклюзивные украшения и изделия масс-маркет от сестер Тарасовых можно на стенде компании «Невский -Т» в павильоне 57, место А 211. тел.: +7 921 416 2662, tarasova\_tanya@mail.ru



Материалы раздела  
подготовил руководитель  
проекта «PROSEREBRO»  
О.Подгурский



## СЕЗОН СЕРЕБРА. ПЕРИОД ОРАНЖЕВОГО ОПТИМИЗМА

В каноническом романе Льва-нашего-Николаевича есть эпизодический, но яркий персонаж — капитан Тушин, который, слышав нарастающий рокот артиллерийской канонады, взволнованно бормотал про себя: «Задышала, опять задышала!». Если бы этот герой был ювелиром, то те же слова он бы произнес, глядя на события российского ювелирного мира.

СЕЗОН СЕРЕБРА делает календарики на 2022 год. Казалось бы, этот факт не тянет на повод для публикации. Но это только на первый взгляд. Ковидный год изрядно проредил строй предприятий ювелирного сектора. Те, кто остались на плаву, вынуждены были

отмерять свои действия не семь положенных раз, а все семьдесят. Процесс обретения новых и возврата старых покупателей напоминал намывку золотого песка, когда каждая крупинка считалась добрым предзнаменованием будущей богатой жилы. Разговоры о планах всегда содержали массу оговорок — сначала выживем, потом вспомним слово «перспектива». Итак, линейки с мельчайшими делениями отброшены, решения приняты, двадцать второй год утверждён в планах жизни. Коллекции не потускнели, новинки радуют креативом, в улыбках продавщиц все меньше тревоги, а из рекламных материалов изгнан цвет петербургского сплина и утвердился оранжевый оптимизм.

Убедиться в этом можно, открыв дверь в магазин-музей «СЕЗОН СЕРЕБРА» (наб.канала Прибоедова, 18, аккуратно по правую руку памятника М.И.Кутузову).

Вам понравится))).



PROSEREBRO.RU

Оранжевый оптимизм разделяет не только серебряный кот от ВЕГИ, но и романтичная кукла-талисман Сильвия и ее кот, естественно, рыжий.



# ЮВЕЛИЯ

ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ



РЕКЛАМА

[www.juvelia.ru](http://www.juvelia.ru)  
8 (921) 941-41-33

# «Ювелирочка» расширяет горизонты



ЮВЕЛИРОЧКА

«Ювелирочка» первой в стране запустила направление международных продаж ювелирных изделий потребителям для частного пользования. Этот путь был пройден в сложных условиях отсутствия подобного опыта на российском ювелирном рынке. Идея проекта родилась в мае 2018 года после издания президентского указа «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» (Указ № 204), предполагающего развитие экспортного потенциала страны, в том числе в сфере несырьевых неэнергетических товаров, к которой относится ювелирная продукция. Заручившись поддержкой Гильдии Ювелиров России и Министерства финансов Российской Федерации, «Ювелирочка» почти два года готовила необходимую правовую базу, чтобы претворить свой амбициозный план в жизнь.

В 2019 году Министерством финансов при участии Федеральной таможенной службы и Федеральной пробирной палаты был запущен пилотный проект. (Приказ № 202 от 31.10.2019 г. «О проведении эксперимента по оптимизации порядка прохождения процедуры государственного контроля при вывозе ювелирных и иных изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней в виде вставок»). Экспериментальный проект был признан исключительно успешным.

Осуществляя точечные продажи и доставки клиентам в США, Канаду, Израиль, страны Евросоюза и ближнего зарубежья, «Ювелирочка» планомерно наращивала собственную международную клиентскую базу. Первым партнёром компании по международному вещанию выступал провайдер Kartina. TV – глобальный теледистрибьютор, нацеленный на русскоязычную аудиторию по всему миру. Общий охват международной аудитории телезрителей оценивается в 22 250 000 человек. Включая телевещание в России, суммарная аудитория телезрителей составляет более 140 000 000 человек, что выводит компанию в мировые лидеры ювелирного телеритейла. В настоящий момент – это фактически единственный в своем

В прошлом году крупнейший российский телеритейлер «Ювелирочка» запустил новое направление по оформлению международных B2C отправок ювелирных изделий конечному потребителю для личного пользования. Компанией накоплен беспрецедентный опыт в сфере международной логистики, которым она делится с ювелирными производствами России, имеющими собственную клиентскую базу за рубежом.



роде телеинтернет-магазин ювелирной продукции с возможностью доставки товаров по всему миру.

За время работы направления международного экспорта «Ювелирочка» осуществила 3 500 доставок в 24 страны мира. Тем, кто готов стать частью глобального проекта, специалисты компании «Ювелирочка» подготовили ответы на основные вопросы отрасли к оказываемым компанией услугам.

**Что необходимо учитывать производителю, чтобы воспользоваться фулфилментом и отправить свою продукцию физическим и юридическим лицам за рубеж?**

- Услуги компании рассчитаны на экспорт российских ювелирных компаний, как производителей, так и розничных игроков. На иностранных контрагентов и импорт услуга не распространяется.

- Клиенту необходимо иметь собственную иностранную базу покупателей. В рамках оказываемых услуг Ювелирочка не предоставляет международные каналы сбыта.

- Наличие электронно-цифровой подписи АльтСофт. Она выступает доверенностью для подачи декларации посредником (Ювелирочкой) от имени заказчика.

- Клиент должен быть зарегистрирован в ГИИС ДМДК и поставлен на специальный учет в Федеральной пробирной палате.

- Отправка грузов осуществляется из Москвы. Приемка, проверка партии и спецификаций, отправление грузов осуществляется из московского офиса компании, куда необходимо доставить отправляемые изделия.



## Ювелирочка: В2В и В2С экспорт

Более 55 000 км доставки

**Как отправить запрос в компанию:**

1. Отправьте запрос на почту [fulfillment@ves-media.com](mailto:fulfillment@ves-media.com). Контактное лицо: руководитель отдела ВЭД Юлия Марошкина

*В запросе следует указать:*

- юридическое лицо компании-отправителя;
  - описание груза;
  - получателя груза – физическое или юридическое лицо;
  - страну назначения;
2. Получите консультацию по отправке груза и необходимой документации;
3. Пришлите стандартный пакет уставных документов для заключения договора.

*Для отправок физическим лицам имеется ограничение – до 10 изделий в 1 отправке. Количество отправок не ограничено.*

*Для отправок юридическим лицам:*

- в страны ЕС – стоимость 1-й отправки не должна превышать 650 000 рублей. Количество отправок не ограничено.
- в другие страны – 1 отправка не должна превышать 5 000 евро по стоимости и 5 кг по весу. Количество отправок не ограничено.

*Стоимость услуг по ведению процедуры В2В экспорта (1 отправка груза) составит 10 000 рублей. Дополнительно заказчиком оплачивается стоимость доставки груза, а также пошлина и НДС, уплачиваемые на границе перевозчиком с дальнейшим выставлением счета заказчику.*

*Стоимость услуг по ведению В2С экспорта изделий в отправлении – от 3 000 до 8 600 рублей за отpravку.*

*В эту стоимость уже включены затраты по доставке груза. В случае отправок физическим лицам оплата пошлин и НДС может перевыставляться как на территории России непосредственному продавцу товаров, так и в стране получения покупателем товара, в зависимости от выбора конкретного перевозчика.*

**ПО ВОПРОСАМ СОТРУДНИЧЕСТВА:**

**Марошкина Юлия Вячеславовна –  
Руководитель отдела  
внешнеэкономической деятельности  
Почта: [fulfillment@ves-media.com](mailto:fulfillment@ves-media.com)  
Тел.: 8 (903) 167-78-54**



# ГРАНТ НА КРАСОТУ



Станислав МАЗУРЧИК  
владелец и идеолог бренда ГРАНТ

**Е**диноного рецепта красоты, как и общих правил для достижения счастья — нет, да и искать их, видимо, бессмысленно.

Однако и в бушующем море мнений, споров и тенденций можно найти, а точнее — создать «островочки», ориентируясь на которые легче проложить курс к собственному стилю. Пухлолицая блондинка и тонкая хрупкая брюнетка имеют одинаковые права на внимание и восхищение окружающих. Это — аксиома для мастеров компании ГРАНТ.

Помимо романтических устремлений, есть и прагматические соображения. В художественные решения наших коллекций заложен рациональный элемент: на изысканные украшения может рассчитывать покупательница с кошечкой любой толщины, ведь современные технологии позволяют сделать так, чтобы изделия выглядели достойно, какая бы цена не стояла в бирке.

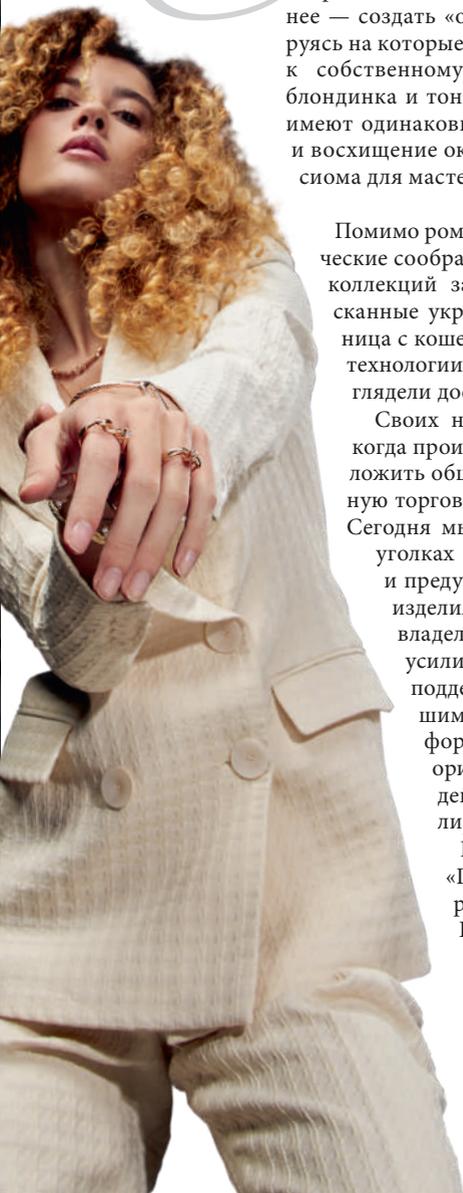
Своих не бросаем! Уходит в прошлое практика, когда производственные компании стремились переложить общение с конечным покупателем на розничную торговлю, ограничиваясь оптовыми поставками. Сегодня мы изучаем предпочтения людей в разных уголках страны, стремимся не только угадать, но и предугадать мнения тех, кто будет носить наши изделия. Момент, когда украшение обретает свою владелицу — результат совместных творческих усилий ювелиров и мастеров продаж. ГРАНТ поддерживает партнеров, работающих с нашими изделиями, организует совместные информационные акции, целевые мероприятия, ориентируя и стимулируя интерес главных действующих лиц рынка — ценителей ювелирного искусства.

Имя — обязывает. Назвав компанию «ГРАНТ», мы задали уровень креативных решений и качества наших украшений. В этом легко убедиться, начав партнерские отношения, разочарованным не уйдет никто.

материал подготовил  
Олег Подгурский



<http://grant-gold.ru>



# КАК НАЧАТЬ РАБОТАТЬ НА GOLDNET.MARKET

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

## Кто есть кто:

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

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

## Ответы на самые распространенные вопросы:

### Как создать ЛК (личный кабинет)?

1. В браузере зайти на страницу <https://goldnet.market>;
2. Нажать кнопку «Вход для партнеров» в нижнем левом углу;
3. На странице «Вход» кликнуть на строку «Хотите стать партнером? Зарегистрируйтесь»;
4. На странице «Регистрация партнера» выберете роль: если вы продаете изделия, выбираете «Поставщик», если покупаете (оптом), то «Ритейлер»;
5. Следует форме заполнения и создаете ЛК.

### Как это работает?

1. Продавец добавляет изделия на платформу, зарегистрировав прежде личный кабинет;
2. Goldnet показывает изделия в оптовом и розничном каталоге;
3. Покупатель оформляет заказ;
4. Продавец получает заказ в личный кабинет и на e-mail;
5. Продавец и Покупатель самостоятельно заключают договор.

### Как поместить изделия на платформу?

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

**Какие есть возможности по продвижению своего бренда на платформе Goldnet.market? Важно: Разместить максимально полную информацию о своей компании. Помните, что**

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

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

9. В разделе «Документы» для облегчения документооборота с оптовиками загрузите уведомление о постановке на спецучет, карточку предприятия, бланки договоров и пр.

**Каким образом совершаются сделки на платформе, проводятся ли транзакции?**

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

**Нужен ли личный кабинет розничному покупателю?**

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

**Для чего нужен личный кабинет оптовому покупателю (магазину)?**

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

ширенному функционалу для более эффективных оптовых закупок;

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

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

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

**Для кого создана платформа?**

1. Для всех, кто работает в ювелирной индустрии (сектор b2b);

2. Для обычных покупателей мы предоставляем доступ к большому выбору уникальных, разнообразных по стилистике и материалам ювелирных украшений от надежных компаний.

**На каких условиях я могу зарегистрироваться и работать на платформе?**

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

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

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

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

**Приглашаем к сотрудничеству.**

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

*Влад Шмаков, Санкт-Петербург. Комплект «Лугезарный полдень». Материалы: мельхиор, медь, фианиты, искусственный жемчуг.*



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

Ежегодно на крупнейшей в России интернет площадке «Типичный ювелир» проводится международный конкурс ювелирного и камнерезного искусства. Конкурс приобрел мировой статус. Организатором и координатором конкурса является Дмитрий Татауров, основатель площадки «Типичный ювелир».

## Международный ювелирный онлайн конкурс «Битва ювелиров»



*Организатор и координатор конкурса  
Дмитрий Татауров*

Сегодня, благодаря ковидным ограничениям, весь бизнес устремился покорять просторы интернета, ювелирное дело не исключение. Участие в подобных мероприятиях – это дополнительная возможность мастеру заявить о себе. Тем более, что для самого участия требуется: желание творить, побеждать и никаких дополнительных финансовых затрат.

В этом году конкурс приобрел международные масштабы: для участия в 17 номинациях конкурса было подано 450 заявок от ювелиров из 36 стран мира со всех континентов. В конкурсе приняли участие мастера из России, стран ближнего зарубежья, а также США, Канады, Австралии, Израиля, Франции, Италии и Великобритании, славящихся своими ювелирами. Молва о конкурсе разлетелась по всему земному шару – мастера из Нигерии, Бразилии, ЮАР, Мексики и Кубы представили свои работы. Авторы-ювелиры получили оценку заслуженных и уважаемых членов жюри.

Главной задачей конкурса «Битва ювелиров» является объединение на одной площадке представителей разных школ ювелирного, камнерезного искусства. Необходимо

**4·7**  
**НОВАБРЯ** 2021

# БАЙКАЛЬСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ САЛОН



**Серебряный Бабр**

ФЕСТИВАЛЬ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
КОНКУРС КАМНЕРЕЗНОГО И  
ЮВЕЛИРНОГО МАСТЕРСТВА

Мероприятие, которое собирает лучших производителей ювелирной отрасли в одном месте. Это многоцелевой маркетинговый инструмент, который отражает рынок ювелирной отрасли, в конкретном месте и в конкретное время, собирая вместе поставщиков, покупателей, специалистов.



РЕКЛАМА

**ИРКУТСК**

Байкальская, 253А  
+7 (3952) 35-29-00

**SIBEXPO**  
CENTRE

выявлять новые яркие имена и поддерживать талантливых авторов, молодых мастеров. Также важно демонстрировать новые тренды, течения в мире ювелирного искусства. Наконец, нужно задавать новые направления, стандарты и художественные требования к современному ювелирному дизайну и изделиям из камня.

Все работы были созданы в период жесткого карантина и ограничений. В красоте данных творений чувствуется буря эмоций, жажда свободы и непринятие рамок. Творчество нельзя посадить под замок.

Работы конкурсантов обсуждали в социальных сетях и на сайте «Типичный ювелир». В этом году состав жюри был очень профессиональный: от именитых ювелиров, до сотрудников Государственного Эрмитажа. Это искусствоведы, члены Союза художников России, также представители других стран: Ильгиз Фазульзянов, Роман Каракуркчи, Лариса Золотова, Елена Денисова, Татьяна Михайлова, Акико Шинзато, Марк Терн, Галина Трубицина, Наталья Рухленко, Дмитрий Медведев, Татьяна Белякова.

Поэтому победить в таком конкурсе очень престижно.

Оргкомитетом конкурса были учреждены следующие призы: дипломы, сертификаты на покупку в интернет-магазине ювелирного инструмента и оборудования «Типичный ювелир», а также предоставлены места для обучения 3Д моделированию в школе Виталия Каваз-оглы, и фирменные сувениры.

## ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА:

Победительница в номинации «Эмаль» – Светлана Лузанова, Санкт-Петербург. Материалы: серебро, горячая витражная эмаль, жемчуг культивированный, латунь, палисандр. Филигрань, выпилровка, эмалирование, оксидирование, закрепка, резьба по дереву.

Победительница в номинации «Ювелирные изделия из золота» – Рита Бриали, Санкт-Петербург. Брошь «Мак» – булавка. Материалы: золото 14 карат, каркас позолочен, резной цитрин, жемчуг пресноводный, хрусталь. Холодный альтернативный полимерный витраж, роспись кистью. Тычинки – холодная эмаль.

Победитель в номинации «Скульптурная пластика малых форм» – Ян Михайлов, Санкт-Петербург. Темлячная бусина «Слоник». Материалы: серебро, рог буйвола (глаза), бивень мамонта (бивни). Размеры: 22 мм.

Победитель в номинации «Ювелирные изделия студентов» – Влад Шмаков, Санкт-Петербург. Комплект «Лучезарный полдень». Материалы: мельхиор, медь, фианиты, искусственный жемчуг.



*Светлана Лузанова, Санкт-Петербург. Материалы: серебро, горячая витражная эмаль, жемчуг культивированный, латунь, палисандр. Филигрань, выпилровка, эмалирование, оксидирование, закрепка, резьба по дереву.*



*Ян Михайлов, Санкт-Петербург. Темлячная бусина «Слоник». Материалы: серебро, рог буйвола (глаза), бивень мамонта (бивни).*

# PROXXON



## Помощник на все случаи жизни - FBS 240/E.

Теперь можно с легкостью фрезеровать, шлифовать, полировать, зачищать, удалять ржавчину, гравировать и резать.

В комплект входят 43 расходных инструмента высокого качества и удобный пластиковый футляр.



## Технические характеристики:

- Питание 220-240 В, максимальная мощность 100 Вт
- Плавная регулировка скорости 5.000 - 20.000 об/мин
- Высококачественный сверлильный патрон 0,3-3,2 мм, цанговый патрон(доп. оборудование)
- Кнопка блокировки для быстрой смены инструмента
  - Система охлаждения с вентилятором
  - Система посадки Proxxon 20 мм
  - Изоляция по 2 классу
  - Длина около 200 мм
  - Вес около 450 гр.



Официальный представитель в РФ - компания «Снабжение РФ»  
снабжение.рф +7 (812) 319-17-20

Мы есть на  
**WILDBERRIES**

**СНАБЖЕНИЕ.РФ**  
Поставщик инструментов и оборудования



*Юлия Гоголь, Санкт-Петербург.  
Материал: кварц, металл (сварка,  
порошковая окраска)*

Победитель в номинации «Гравировка» – Владимир Симонов, Санкт-Петербург. Часы Rolex milgauss. Ручная гравировка с инкрустацией: чистого, красного, зелёного золота, серебра.

Победитель в номинации «Изделия из камня» – Юлия Гоголь, Санкт-Петербург. Материал: кварц, металл (сварка, порошковая окраска). Размеры: 700 мм. Камень: В-220, Ш-130, Д-150. Подставка: В-680, Ш-210, Д-210.

#### ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ О КОНКУРСЕ:

Мария Гусарова: «Недавно я участвовала в конкурсе, в номинации «Видеопрезентация ювелирных украшений» и заняла почетное 1 место, чему очень рада! Благодарю Дмитрия и его команду за проведение такого масштабного онлайн-конкурса! Более 400 участников со всего мира – это невероятно! Желаю всем творческого развития и покорения новых вершин!»

Аркадий Роговской: «Хочу поблагодарить «Типичный Ювелир» за такой приятный момент в моей жизни. Для кого-то это мелочь, а для меня это прям в кайф. Я нигде не учился, никаких других грамот, дипломов не имею. Это мой первый конкурс. Я с радостью вешаю диплом за 2 место на стену в мастерской, и пусть он говорит мне, что я иду в верном направлении».



*Владимир Симонов, Санкт-Петербург. Часы Rolex milgauss. Ручная гравировка с инкрустацией: чистого, красного, зелёного золота, серебра.*

Семен Флери: «Спасибо всем организаторам и участникам сообщества «Типичный Ювелир», и, в особенности, Дмитрию Татаурову за многолетний труд в проведении оригинального конкурса! Всем кто любит мое творчество – отдельный низкий поклон! Чтобы я так жил, как вы за меня голосуете!»

Работы победителей конкурса выставлены на сайте «Типичный ювелир». Там вы сможете оценить масштаб и разнообразие мастеров ювелирного дела и камнерезного искусства. «Типичный ювелир» приглашает ювелиров, партнеров, спонсоров и неравнодушных к искусству людей к сотрудничеству.

Шансы у всех участников были равные. Борьба за победу была достойной, все участники с огромным уважением отнеслись к работам друг друга. Конкурс «Битва ювелиров» оригинальный по подаче и наполнению, где каждый может заявить о себе, не боясь быть неоцененным по достоинству.

Номинаций было достаточно, как для мастеров, кто работает с золотом, серебром и драгоценными материалами, так и для студентов, начинающих любителей, кто только пробует себя в ювелирном деле, для тех, кто осваивает 3D-моделирование, эскизы.

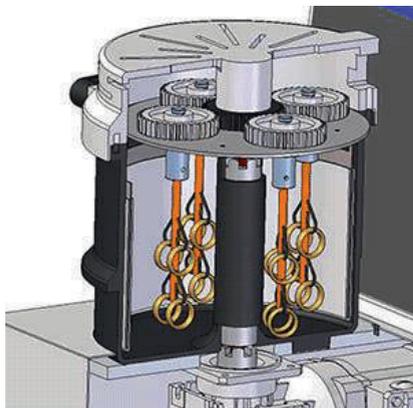
Предлагаем поддержать конкурс «Битва ювелиров»: участвуйте, голосуйте.



*Рита Бриали, Санкт-Петербург. Брошь «Мак» – булавка. Материалы: золото 14 карат, каркас позолочен, резной цитрин, жемчуг пресноводный, хрусталь. Холодный альтернативный полимерный витраж, роспись кистью. Тычинки – холодная эмаль.*

# ПОЛИРОВКА ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ

## EPAG Smart – умное решение от компании ОТЕС



**570 x 350 x 610 мм**

**35 кг**

**230 В / 50 Гц**

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

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



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

**Установка электрохимической полировки ОТЕС EPAG Smart, Артикул 17114**



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



[www.промтехспб.рф](http://www.промтехспб.рф)

8-800-777-17-46



 **FAOR**<sup>®</sup>  
ITALIAN FINDINGS

РЕКЛАМА

[www.промтехспб.рф](http://www.промтехспб.рф)  
8-800-777-17-46



# Женщины – художницы.

## Ученицы Рисовальной школы Императорского Общества поощрения художеств – исполнители заказов Кабинета Его Величества

Творческое сотрудничество Кабинета Его Величества и Императорского общества поощрения художеств практически не изучено. Проф. Е. А. Боровская в своей монографии впервые вводит в научный оборот факты такого сотрудничества, цитируя фрагменты из неизданной и незавершенной работы Н. П. Собко, которую он, как секретарь Общества поощрения художеств готовил к выпуску в свет в 1889 г., к 50-летию школы.



*Ольга Воронцовна Георгиевна. Победоносца*

Собко пишет, что «В 1887 г. композиционный класс в Школе был почти все время занят исполнением рисунков для Высочайшего двора», в том числе «проектов различных изделий из твердых камней – по заказу Кабинета Его Императорского Величества для отсылки на разные казенные заводы – Кольванский, Екатеринбургской и проч., с целью исполнения по ним самих предметов», а также других престижных заказов» [1, 29].

В Отчете Общества поощрения художеств за 1889 г. отмечено исполнение в младшем отделении Рисовальной школы «эмалированных табакерок (в мае, 13 рисунков), резных шкатулок (в ноябре, 17 рисунков), лампы для электрического освещения по заказу Его Императорского Величества (в декабре, 23 рисунка). В старшем отделении – «...стеклянная чаша в серебряной оправе для холодного пуанша (в марте, 5 рисунков), люстра для электрического освещения по заказу Его Императорского Величества» [1, 36–37]. Таким образом, ученики и выпускники Рисовальной школы уже имели опыт работы по заказам Кабинета.

17 октября 1911 г. Кабинет Его Величества обращается к директору Рисовальной школы Императорского Общества поощрения художеств [далее ОПХ – В.С.] Рериху с просьбой организовать конкурс среди учащихся на создание проектов подарков из Кабинета Его величества.

«... было бы желательно просить директора Рисовальной Школы объявить у себя в Школе три последовательных конкурса на составление проектов серебряной настольной вещи, в виде кубка, братины или енды.

Конкурс первый был бы: «Приз конских состязаний»; возможный мотив композиции, однако, не обязательный, – конь или кони, всадник или всадники. Срок – 1 октября с.г.

Конкурс второй: «Приз для гонок автомобилей или яхт»; желательно символизировать понятие



Морозова (класс Билибина). Икона

«скорость», возможно изображение ладьи, парусного судна, для приза морских лодок. – Срок – 1 Декабря с.г.

Конкурс третий: «Приз стрелковый», на меткость стрельбы; здесь возможно ввести в композицию стрелы, ружья, стреляющего или стреляющих воинов, но не охотников.

В ноябре 1912 г. заведующий Камеральной частью Новосельский спрашивает разрешение у Заведующего Кабинетом генерала Е. Волкова на уплату художницам Рисовальной школы ОПХ: Марии Лебедевой, Варваре Вознесенской и А. Брускетти, каждой по 100 руб. за выполненные три проекта – рисунок: двух братьев и одного кубка, одобренных Е. Волковым.

В декабре того же 1912 г. по заказу Камеральной части ученицы исполняют проекты – рисунки брошей: А. Брускетти – 2 проекта (гонорар 10 руб.), Варвара Вознесенская – 4 (20 руб.), Мария Евгеньевна Солнцева и Евгения Васильевна Соснина – по 5 (по 25 руб. каждой). Ученица Офросимова 11 ноября 1912 г. исполняет икону Феодоровской Божией матери, записана на приход Кабинета в 40 руб.

В январе 1913 г. по заказу Камеральной части ученицы Школы ОПХ Попова, Кузьмина и Сухотина за три рисунка – проекта вещей получили гонорар по 50 руб. каждая. Счет в Кабинет подписал директор Школы академик Н. Рерих. [2, 18]

Письмо от 15 января 1913 г. Заведующего Камеральной частью Управляющему Кабинетом Его Величеству Е. Волкову:

«Ученицами Школы ОПХ Поповой, Кузьминой и Сухотиной изготовлены три рисунка – проекта изделий. Испрашивается разрешение Управляющего Кабинетом уплатить 150 руб. для выдачи ученицам [2, 36]

В мае 1913 г. уплачено художнице Н. Ф. Блуменфельд и художнику В. Г. Орлову – гонорар по 150 руб. каждому «за исполнение, согласно полученным распоряжениям, первой – лепной модели кубка, второму – проект в рисунке серебряной чеканной братины, в натуральную величину с эмалевыми или костяными вставками, а также мастерской Д. Бройдо – за гипсовую отливку модели художницы Блуменфельд – 30 руб. [2, Л. 41].

Сотрудничество Кабинета с Рисовальной школой Общества поощрения художеств продолжается. В октябре 1913 г. заведующий Кабинетом утверждает новое Положение о Конкурсе (бланк):

«Заведующий художественной частью на состоящих в ведении Кабинета Е. И. В. фабриках и заводах. 20 окт. 1913 г. Петербург.

Виза: Утверждаю Е. Волков 29 окт. 1913

Требуется составить проект серебряного кубка или братины или ковша жалуемых как призы Государем Императором для:

1 Конских состязаний 2. Морских гонок 3. Автомобильных состязаний 4. Авиационных состязаний 5. Стрелковых состязаний

Размер предмета, в зависимости от общей формы может колебаться от 5 до 12 вершков. Способ исполнения – главным образом – чеканка и примерная стоимость в исполнении 500–800 руб. и не выше 1000 руб. Возможно применение эмали и камней. Серебро может быть вызолочено. В каждом предмете должно быть размещено изображение государственного герба двуглавого орла. Отдельные виды состязаний могут быть характеризованы или всю форму предмета, или в мотивах орнамента введением изображений лошадей, всадников, мор-



Бабаева и Попова (класс Билибина). Гербы



А. Леонтьева. Братина

ских атрибутов, стрелков и орудий стрельбы, символов быстроты и полета для автомобилей и аэропланов. Можно оставлять места для надписей или иметь ее в виду, как вязь.

Желательно стиль русский, но не обязательно. Важно придание предмету характера пышного и торжественного». [2, 45–46-об.]

В феврале 1914 г. подведены итоги Конкурса и выставлен счет Кабинету. (На бланке Императорского ОПХ):

«В Кабинет Его Императорского Величества. 25 февраля 1914 г.

Канцелярия Императорского ОПХ имеет честь препроводить в Кабинет ЕИВ 14 рисунков (конкурс Кабинета Его Величества и Школы Общества, состоявшийся в декабре 1913 г.), из которых 12 рисунков получили нижеследующие премии: рисунок ученика Кобышева – 150 руб., рисунки учениц Сеферовой и Сосниной по 100 руб., рисунки учениц Брускетти, Воронца и Лебедевой по 75 руб. и учениц Щекотихиной, Ивановой, Евграфовой-Сабанцевой, Бакулиной, Бражниковой и Разумовской по 50 руб. Остальные два рисунка уч. Поповой и Аргамачевой были приобретены Кабинетом Е. В. по цене последней премии – 50 руб. [2, 47.]

Особый интерес представляет Сборник, выпущенный в 1914 году (выпуск IV), с рисунками Е. З. Земляничной, чьи способности рисовальщицы высоко ценил Н. К. Рерих и обложкой, исполненной ученицей А. Ма-



А. Плевако (Маковская) и В. Воскресенская. Два кубка

< Н. Блюменфельд. Кубок

ковской (Плевако). Заслуживают внимания рисунки учениц М. А. Бринк, О. Воронца [3], А. Я. Евграфовой-Сабанцевой. Как лучшие воспитанницы Школы, они были посланы в творческую командировку в Италию. [4]

Еще в 1910 г. художник и критик Александр Бенуа, анализируя работы учащихся Рисовальной школы ИОПХ перечислял достижения школы: «Еще определеннее сказывается дух, проникший в школу Общества поощрения [художеств – В.С.] в работах класса графики, руководимого И. Я. Билибиным, и в классах композиции талантливого, высококультурного архитектора В. А. Щуко и самого Рериха. Выделяется целый ряд учениц, относительно которых позволительно сказать, что они станут ценными художниками: Щекотихина, Лебедева, Блюменфельд, Вестфален и Земляничина. Эти молодые художницы поражают совершенством своей техники, вкусом и изобретательностью. Замечательна и разная стройность их... Некоторые их эскизы на заданные темы (класс Рериха) изумляют зрелостью и самобытностью творческой мысли. Особенно хороши эскизы на тему «Ковер – самолет» Лебедевой и Щекотихиной» [5].

Интересно отметить, что через несколько лет из Кабинета поступил заказ на разработку

likecompany.ru

ПРИГЛАШАЕМ  
ПОСЕТИТЬ НАШ СТЕНД!

№ А-240

ПАВИЛЬОН: 57, 2й этаж

Компания по производству ювелирной упаковки  
и выставочного оборудования

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ:

- Изготовление демонстрационного оборудования с возможностью брендинга
- Брендированная упаковка для ювелирных изделий
- Флокированная, пластиковая, деревянная, картонная упаковка для ювелирных изделий
- Ювелирная косметика и аксессуары
- Торговое оборудование

Единый телефон 8 (800) 707-5453

WhatsApp  8 (961) 707-5453

E-Mail  info@likecompany.ru

## МОСКВА



Шипиловский  
проезд, д.39, корпус  
2, офис 125



+7 (499) 110-54-53

## ЕКАТЕРИНБУРГ



улица Щорса, д.29  
(Бизнес-центр  
GOLDEN PARK),  
бутик №1



+7 (343) 287-54-53

# like

Бизнес с удовольствием  
likecompany.ru

ПАВИЛЬОН: 57  
2й этаж

СТЕНД: А-240

Время работы:  
11:00 - 20:00

Будем рады встрече с Вами!

 Постоянное наличие  
товара

 Собственное  
производство

 Уникальные  
модели  
демонстрационного  
оборудования и  
упаковки

 Разработка  
дизайна  
брендовой  
упаковки

 Разработка 3-D  
проектов  
выкладки  
ювелирных  
изделий



Vkontakte



YouTube



Instagram



Telegram



приза для авиаторов. К нему художницы Рисовальной школы уже были морально и технически готовы.

В ноябре 1912 г. заведующий Камеральной Частью Новосельский испрашивает разрешение у Заведующего Кабинетом генерала Е. Волкова на уплату художницам Рисовальной школы ОПХ: Марии Лебедевой, Варваре Вознесенской и А. Брускетти, каждой по 100 руб. за исполненные три проекта – рисунок: двух братин и одного кубка, одобренных Е. Волковым.

В декабре того же 1912 г. по заказу Камеральной части ученицы исполняют проекты – рисунки брошей: А. Брускетти – 2 проекта (гонорар 10 руб.), Варвара Вознесенская – 4 (20 руб.), Мария Евгеньевна Солнцева и Евгения Васильевна Соснина – по 5 (по 25 руб. каждой). Ученица Офросимова 11 ноября 1912 г. исполняет икону Феодоровской Божией матери, записана на приход Кабинета в 40 руб. В январе 1913 г. по заказу Камеральной части ученицы Школы ОПХ Попова, Кузьмина и Сухотина за три рисунка – проекта вещей получили гонорар по 50 руб. каждая. Счет в Кабинет подписал директор Школы академик Н. Рерих. [2, 18]

Письмо от 15 января 1913 г. Заведующего Камеральной частью Управляющему Кабинетом Его Величеству Е. Волкову:

«Ученицами Школы ОПХ Поповой, Кузьминой и Сухотиной изготовлены три рисунка – проекта изделий. Испрашивается разрешение Управляющего Кабинетом уплатить 150 руб. для выдачи ученицам [2, 36]

#### Литература.

1 Е. А. Боровская. Рисовальная школа Императорского общества поощрения художеств. К вершинам профессиональной зрелости. Астерион, Санкт-Петербург. 2012. – 240 с.

2 Российский государственный исторический архив. (РГИА). Фонд 468. Опись 8. Дело 1209. О конкурсе среди учеников Рисовальной школы Общества поощрения художеств на создание проектов вещей, жалующихся как призы. Тут же: об уплате за рисунки денег. 1912 г.

3. Воронец-Попова (рожденная Воронец) Кира Дмитриевна (1892 г. – 1978) – художница-прикладница; дочь генерала, в 1910–1917 гг. она училась в Школе ИОПХ, в 1916–1917 гг. там же преподавала вышивку; с 1915 по 1917 гг. работала на Петроградском фарфоровом заводе; в последующие годы работала в мастерских товарищества ИЗО, Художественно-промышленном техникуме и Доме моделей.



Кира (она же Ольга) Воронец



ПОМОГАЮ  
ИСПОЛНЯТЬ  
ВСЕ ЗАКОНЫ  
ЮВЕЛИРНОГО  
РЫНКА



МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ  
ЭКСПЕРТНЫЙ ЦЕНТР  
ФИНАНСОВОГО  
МОНИТОРИНГА

НАЦИОНАЛЬНОЕ  
ДОСТОЯНИЕ

## Важно для организаций и индивидуальных предпринимателей ювелирной отрасли

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

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



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



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



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

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

**8 (800) 550-2-115**

Звонок по России бесплатный

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

# ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА ЭКСКЛЮЗИВ

15-19 декабря 2021

ПРИМИТЕ УЧАСТИЕ В КРУПНЕЙШЕЙ ВЫСТАВКЕ  
ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ НА ЮГЕ РОССИИ!

Более **6 000** ЦЕЛЕВЫХ  
ПОСЕТИТЕЛЕЙ

**Высокий** уровень продаж

Более **80%** посетителей  
делают покупки на выставке

Ростов-на-Дону, пр. Нагибина 30

 (863) 268-77-95

[exclusiverostov.ru](http://exclusiverostov.ru)

 **ДОН**  
ЭКСПО  
ЦЕНТР



РЕКЛАМА



Рене Лалик,  
колье Noisettes;  
1899-1900  
и., золото,  
бриллианты,  
эмаль, стекло;  
Париж, Музей  
декоративного  
искусства;  
фото Jean-  
Pierre Dalvina

Художественные практики современности взрывают традиционные представления о возможностях и предназначении искусства. Сегодня недостаточно произнести словосочетание «предмет ювелирного искусства», чтобы быть понятым собеседником. Если хотите быть услышанным и верно понятым, необходимо как минимум, дополнить описание несколькими маркерами, указывающими, что вы говорите об искусстве: модернистском; современном, актуальном (contemporary art), не лишними будут уточнения: концептуальном, минималистском...

Беата Джевецка

## Modern vs Contemporary Art

Казалось бы, самый простой путь – разделить искусство на классическое и современное, авторское и коммерческое и далее вести беседу в рамках данных разграничительных понятий. Однако и тут не так все просто. К примеру, что вкладывается в понятие «современное искусство»? Модернизм (modern art), со всеми его –измами относится к современным направлениям или уже стал классическим? Современное искусство и contemporary art – это близнецы-братья, или же нет? В этой статье рассмотрим основные различия между modern и contemporary art и то, как можно их идентифицировать.

В чем разница между модернистским и современным искусством? Все просто: они охватывают два разных временных периода. Модернистское искусство создавалось с 1880-х по 1960-е годы, некоторые исследователи считают, что период modern art длился от начала XX в. до начала 50-х, когда поп-арт приступил к разрушению пафоса «высокого искусства», снимая флер необычности, оригинальности, который был раньше присущ искусству.

Так или иначе, бесспорно, знаковой фигурой этой эпохи

является Рене Лалик, один из выдающихся представителей модерна и модернизма. Он одним из первых ввел в украшения новые материалы: поделочные и полудрагоценные камни, стекло, кость, эмаль, тем самым осуществив переход ювелирного изделия от «изысканной оправы драгоценного камня» к многоплановому произведению искусства. У него все подчинено дизайну изделия, который оправдывает не столько стоимость, сколько его художественную ценность. В колье Noisettes («Фундук») Лалик виртуозно использует световые эффекты материалов. Благодаря, прямо скажем, не очень красивым стеклянным наростам, представляющим небо, и грубой эмали, эта работа передает личное впечатление Рене Лалика от ночной прогулки в сельской местности. Художник рассказывал, как он, подойдя к ореховому дереву, увидел лунный свет, проникавший сквозь листву орешника, падая на землю рассыпался миллионами искрящихся осколков, создавая таинственную атмосферу. Создавая колье, он хотел поделиться этим удивительным моментом, своими чувствами и пробудить зрительские ассоциации. Лалик использует изобретенную им технику

эмалирования: прикоснувшись к эмали, чувствуешь ее шероховатость, которая точно передает тактильные ощущения от прикосновения к лесному ореху. С определенной степенью уверенности можно говорить о том, что эта работа, созданная на рубеже XIX и XX вв. содержит приемы, характерные для художников более позднего времени. Лалик выступает в роли концептуалиста, настраивая коммуникацию со зрителем, который сможет достроить в своей голове произведение. Конечно же, Лалик не предтеча концептуализма, для него важна не только сила идеи, но и материала. И, тем не менее, именно его искусствоведы называют «отцом современного ювелирного искусства».

**Современным (contemporary)** называется искусство наших современников, но не все, а та его часть, в кото-



Юрий Бялков, кольцо на три пальца «Голубиная кровь» – оммаж на невидимую закрепку Van Cleef & Arpels. Медь, серебрение, уф-клеи, синтетические рубины (дар А. Фисенко).

Невидимая закрепка, невидимые судьбы... Автор размышляет о том, что когда-то эти камни являлись центральными частями украшений, которые дарились или приобретались по памятным событиям, их бергли, передавали по наследству, они хранились в семьях, как память по тем временам, когда покупка ювелирного украшения для целыми событием... Потом оказались в ломбарде, а затем, волею судьбы – у художника-ювелира, который не только «всел» в них новую жизнь, но и наполнил новыми смыслами, превратив предмет массового искусства в элитарное.



рой художники (в нашем случае – ювелиры), отка- зываясь от привычного зрителю художественно- го языка предлагают но- вые приемы, подвергают сомнению непреложные истины и намеренно провоцируют зрителя. Каждый предмет – своего рода манифест, голос автора в дис- куссии на социально значимую тему. Экология, по- литика, толерантность, личный опыт... Эти работы порой «анти-ювелирные», красота формы и ценность материалов в них не являются приоритетными. Ювели- ры экспериментирует с обычными металлами, а также в ход идут бутылочные пробки, коробки из под йогурта, винтажные пластиковые игрушки, и даже засушенным насекомым и рыбьей чешуе найдется свое примене- ние. Contemporary art зачастую представляет собой скорее дискуссию – разговор художника и публики. Художник говорит о том, что его беспокоит, создавая предмет с неоднозначным статусом, на полпути между украшением и арт-объектом, он соединяет в единое целое одну из старейших и одну из радикальных форм художественного выражения.

Софья и Витек Козубские, брошь «Сохраняйте молчание (женщина в патриархальном обществе). Действие = реакция. Анодированный алюминий, серебра, сталь.

Эти работы ставят под сомнение вопросы декора и ор- намента, но открывают новый взгляд на ювелирное из- делие в более широком отношении к телу и миру.



Вера Наумова, Брошь-объект «Траектория движения», 2021. Гран-при Пятого всероссийского конкурса авторского ювелирного и камнерезного искусства в Калининграде

# Добавьте магии!



РЕКЛАМА

Ювелирные перчатки, упаковка, демонстрационное оборудование

[www.kliogem.ru](http://www.kliogem.ru)  @kliogem

Москва  
+7(495) 252-03-45

Санкт-Петербург  
+7(812) 414-97-72

Кострома  
+7(4942) 344-233

# Art Deco. Стиль для избранных

Коллекция The Great Gatsby от Tiffany & Co как отражение эпохи в фильме База Лурмана «Великий Гэтсби», 2013



*Tiffany & Co. Браслет; платина, бриллианты, черный лак. Blue Book Collection 2013*

Роман Френсиса Скотта Фицджеральда «Великий Гэтсби» вышел в свет в апреле 1925 года. Ровно в тот год и даже месяц в Париже открылась Международная выставка декоративных искусств и художественной промышленности, где впервые отметили появление нового стиля, привычное нам название «ар-деко» который обретет гораздо позже, в 1966 году во время возрождения выставки в парижском Музее декоративных искусств.



Стиль ар-деко называют последним из больших европейских стилей. Ему был отведен небольшой временной срок – всего два десятилетия между двумя великими войнами, однако он создал такое количество образов и тенденций, что стал настоящей сокровищницей, из которой черпают вдохновение художники и дизайнеры современности. Дух эпохи как нельзя лучше отражен в романах Фицджеральда: надежды, авантюризм, цинизм и последний романтизм – все сплетено в них.

Картина «Великий Гэтсби» режиссера База Лурмана воссоздает бурлящую атмосферу, царившую в США,

на Восточном побережье в 20-х годах XX века, описанную в романе. Благодаря блистательной работе художника по костюмам Кэтрин Мартин в фильме великолепно передана гламурная атмосфера эпохи ар-деко. Платья для картины создавала Миучча Прада, мужские костюмы – Brooks Brothers, украшения – Tiffany & Co.

## БЕЗУПРЕЧНЫЙ ВЫБОР

Ювелирные украшения в кино достаточно часто становятся полноправными героями фильмов, но довольно редко для фильма готовится специальная коллекция. «Великий Гэтсби» – тот самый случай.



*« Ожерелье Дэйзи с кисточками из бриллиантов, пресноводного культивированного жемчуга и платины*

*Браслет из коллекции The Great Gatsby от Tiffany & Co. Платина, жемчуг, бриллианты*



*Миртл Уилсон  
в украшениях из бакелита*

Стоит отметить безупречный выбор авторами фильма ювелирной компании, работы которой будут представлены в фильме. Как известно, в 1837 году Чарльз Льюис Тиффани (1812–1902) открыл в Нью-Йорке небольшой магазин канцелярской и сувенирной продукции – Tiffany & Young, который за 20 лет превратился в одну из известнейших ювелирных компаний мира, существующую до сих пор – Tiffany & Co. Под руководством сына основателя, Луиса Комфорта Тиффани (1848–1933), компания достигла новых высот, к периоду действия романа (и фильма) ее бренд превратился в символ американского искусства и американской роскоши. Художник-постановщик фильма Кэтрин Мартин в архивах компании обнаружила переписку Фицджеральда с Тиффани, доказывающую, что писатель был клиентом компании. Легко предположить, что главные герои фильма Джей Гэтсби и Том Бьюкенен (муж Дейзи), существуя они в реальном мире, также заказывали бы драгоценности у Л. К. Тиффани.

Особенность сотрудничества заключалась и в разработке дизайна коллекции. В компаниях, создающих предметы высокого ювелирного искусства, очень строго относятся к выбору художника, разрабатывающего ту или иную коллекцию. Художнику по костюмам фильма Кэтрин Мартин не только позволили проникнуть в «святая святых» – мастерские ювелирного дома, но и привлекли к разработке дизайна коллекции.

Риск оказался оправданным, сотрудничество дало великолепный результат. На презентации коллекции Кэтрин Мартин отметила: «Мы работали два года, чтобы создать нужные драгоценности – так, например, сделали 10 вариантов кольца Гэтсби, прежде чем получить желаемое».

Помимо прочего, мы стали свидетелями редкого случая, когда коллекция драгоценностей, разработанная для фильма, легла в основу Blue Book Collection – ежегодной презентации новой тематической коллекции высокого ювелирного искусства. «Голубая книга» Тиффани выпускается с 1845 года.

### **ВСЮ ПРАВДУ РАССКАЖУ...**

Одним из важных достоинств представленной в фильме коллекции состоит в том, что каждое из созданных украшений помогает подготовленному и внимательному зрителю раскрыть характер героев. Они – точно расставленные акценты, которые, «ведут» зрителя на протяжении всего фильма.

В центре повествования – романтическая и трагическая фигура Джея Гэтсби (Леонардо ди Каприо), показанная глазами его друга Ника Каррауэя (Тоби Магуайр). Кэри Маллиган исполняет роль Дэйзи Бьюкенен.

Итак, вернемся к драгоценностям. Кольца Дейзи Бьюкенен и Джея Гэтсби, показанные в начале фильма рассказывают о героях фильма больше, чем реплики, которые актеры произносят по сценарию. Отдельно



*Шарнирный браслет с цветочным рисунком из черного оникса, бриллиантов и платины*



*Tiffany & Co. Кольцо Гэтсби из коллекции Zeigfeld; стерлинговое серебро, оникс, гравировка*

нужно обратить внимание на то, как тонко переплетена в аксессуарах история и современность.

Вступительная сцена, в которой мы знакомимся с Дейзи. Первый намек на присутствие главной героини – платиновое кольцо с двойным ободком, один из которых покрыт мелкими бриллиантами, другой венчает огромный бриллиант огранки «кушон». Несмотря на то, что маркетинговая компания компании Де Бирс «Бриллианты навсегда» стартует после окончания Второй мировой войны, в 1948 году, для современного зрителя бриллиант прочно закреплен в сознании как камень для помолвки. Размер бриллианта сообщает, что подарить его мог человек очень состоятельный, а вид огранки намекает на принадлежность дарителя к аристократии. Эта ассоциация рождается из следующего факта: разновидность огранки «кушон» документально зафиксирована в 1640 году, в те времена драгоценности имели право носить лишь представители высшего сословия. И, бесспорно, этот вид огранки – отсыл к знаменитому «Бриллианту Тиффани» весом 287,42 карта, приобретенному Ч. Л. Тиффани в 1877 году. Эта покупка закрепила за ювелиром репутацию «Короля бриллиантов». С тех самых пор фантазийная огранка «кушон» – «визитная карточка» Tiffany & Co. Впрочем, даже зрителю, не знакомому с историей компании, при взгляде на кольцо Дейзи становится ясно, что перед ним – представительница высшего общества, выросшая в роскоши, которой нет нужды думать о завтрашнем дне. Фицджеральд в романе так характеризует Дейзи Бьюкенен: «Она хотела устроить свою жизнь сейчас, сегодня; и чтобы решение пришло, нужна была какая-

то сила – любви, денег, неоспоримой выгоды, – которую не понадобилось бы искать далеко».

Не менее красноречивы ювелирные украшения главного героя, Джея Гэтсби:

Овальные запонки с монограммой-лабиринтом «JG» и кольцо с изображением маргаритки (daisy в переводе с английского означает «маргаритка»). Одержимая любовь Джея Гэтсби к Дейзи Бьюкенен – центральная тема фильма, поэтому мотив маргаритки в качестве символа этой любви повторяется на протяжении всего повествования. Маргаритка выгравирована на перстне, который носит Гэтсби, дизайн этого цветка встречается в различных воплощениях в его доме. Но главное – кольцо, которое на протяжении фильма ни один раз режиссер демонстрирует зрителю крупным планом. Оно выполнено из серебра со вставкой из оникса. Невозможно обойти вниманием довольно красноречивый факт. Кольцо Гэтсби легло в основу коллекции Тиффани, название которой – Zeigfeld отсылает нас к Флоренцу Зигфелду, судьба которого несомненно схожа с жизненным путем главного героя картины Джея Гэтсби.

Итак, вернемся к кольцу. Внешне его исполнение отвечает канонам ар-деко: шинка со ступенчатой окантовкой выполнена из белого металла. Не зная описания, логично было бы предположить, что кольцо выполнено из платины – любимого металла того времени. Но нет, оно изготовлено из серебра: это можно трактовать как намек на то, что Гэтсби лишь «играет» роль аристократа, не являясь таковым. Вставка из прямоугольного черного оникса с гравированной маргариткой, словно геральдический щит рыцаря-паладина, давшего обет вечного служения своей Прекрасной даме... Таким образом, главные украшения героев, «сопровожающие» их на протяжении всего фильма, подтверждают основную канву повествования.

Ник и Гэтсби живут в районе Уэст-Эгт, расположенном на северном берегу залива Лонг-Айленд. Это место, где покупают недвижимость нувориши, сколотившие состояния большей частью сделками по незаконной продаже спиртных напитков (бутлегерство). Напротив, на южной стороне залива находится Ист-Эгт – это место, где живут Дейзи и Том Бьюкенен – пристанище знатных семей, благосостояние которых проверено временем. Гэтсби нарочито демонстрирует свое богатство, в то время как Бьюкенены не столь экстравагантны в его выражении. Костюмы и аксессуары одного «слишком новые» и нарочито кричащие, у четы Бьюкенен – строго следуют современной моде, но стилистически безупречны. Они, скорее говорят не об огромном богатстве, а о легкости, с которой эти «беспечные люди» (по Фицджеральду) изнашивают свое богатство.

Не менее красноречивы и другие украшения, представленные в фильме, который можно уверенно рекомендовать в качестве пособия для студентов, изучающих ювелирное искусство.

# АЛЬТЕРНАТИВА РОДИЮ:

# PTLUX

РАСТВОР ПЛАТИНА — РУТЕНИЙ

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

РОДИЙ

**LEGOR**<sup>®</sup>  
plating

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

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

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

#### ОСОБЕННОСТИ PTLUX:

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



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

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

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

**8 (800) 250-08-44**

**ПРИМЕТЫ ВРЕМЕНИ**

Рассмотрим, какие инновации были разработаны в ювелирном деле в эпоху ар-деко и как эти инновации переданы в фильме.

1. Гранильщики разработали новые формы огранки драгоценных камней, добившись максимального выделения их игры и блеска. Одна из них, так называемая «огранка клинцами» позволяла ювелирам создавать мозаичные конструкции в драгоценных предметах. В фильме кольцо с составными треугольными танзанитами, окруженными россыпью мелких бриллиантов демонстрирует подруга Дейзи, известная гольфистка Джордан Бейкер. И вновь мы видим смешение старого и нового и тонкий отсыл к Тиффани: камень танзанит был открыт в 1966 году геммологом этой компании, а популяризации танзанита способствовала Элизабет Тейлор.

2. Возвращение платины. С началом Первой мировой войны в 1914 году во всех странах, участвовавших в конфликте, платина была объявлена «стратегическим металлом» и ее использование в ювелирном деле практически сократилось. В двадцатые годы двадцатого века платина триумфально возвращается. Высокая плотность этого благородного металла позволяет создавать прочные, воздушные конструкции, способные надежно удерживать драгоценный камень в закрежке. Все украшения Дейзи в фильме выполнены из этого металла.

3. Использование лака вместо эмали. Эта традиция помимо характерного для периода ар-деко увлечения культурой Японии и Китая, связана с Первой мировой войной. Лак на спиртовой основе, используемый для покрытия металла или дерева при добавлении оксидов железа или иных красителей приобретает довольно яркий цвет. В Древнем Китае довольно искусно использовали это свойство лака: традиция изготовления лаковой посуды существовала на протяжении веков. Во время войны китайские специалисты были приглашены в США для лакирования винтов самолетов. После войны они были задействованы в ювелирной промышленности для лакирования ювелирных изделий. В фильме эту восточную лакировку мы наблюдаем в запонках Гэтсби и широком браслете Дейзи с мотивом маргариток.

4. Развитие транспорта дало возможность путешествовать с комфортом, американцы и европейцы впервые получили возможность видеть мир своими глазами. Разумеется, многие отправились в Африку, где полным ходом шли раскопки египетских пирамид, к культовым памятникам древних цивилизаций Америки, Индии, на Дальний Восток. Традиционные элементы предметов этих цивилизаций стали обычными мотивами в украшениях интерьера, в предметах декора, в ювелирных украшениях и аксессуарах. В фильме наиболее ярко этнические мотивы воплощены в двух предметах Дейзи: индийские браслеты-панжа, состоящие из комбинации жемчужного браслета и бриллиантового кольца на палец,



*Кольца из коллекции The Great Gatsby. Платина, бриллианты, слева направо: танзаниты нестандартной огранки; танзанит изумрудной огранки с цаворитом; сапфиры нестандартной огранки*

которые соединяются между собой жемчужно-бриллиантовыми цепочками и медальоном со сверкающей кружевной маргариткой. И тиара-трансформер «Савой», форма которого отсылает нас к рouchу – головному убору индейцев.

5. В первом десятилетии 20 века запатентована техника культивируемого жемчуга, который приобрел в 1920-е годы необычайную популярность. Один из создателей метода, японец Микимото на Всемирной выставке 1926 года в Филадельфии продемонстрировал копию пятиэтажной пагоды, выполненную из 12 000 сверкающих культивированных жемчужин. Эта работа произвела большой успех у публики. В фильме представлено одно очень заметное украшение Дейзи – жемчужное ожерелье, которое, в соответствии с романом, должно было стоить 350 тысяч долларов.

6. Многочисленные украшения из пластика, которые мы видим на подругах Миртл Уилсон во время вечеринки. На самом деле украшения из пластика и других синтетических материалов стали использовать для имитации драгоценных камней, кости, дерева, и других «естественных» материалов чуть позже, в период Великой депрессии. Мировой экономический кризис резко уменьшил число богатых заказчиков, но дизайнеры нашли выход и быстро перестроились, заменив роскошные материалы на более доступные. Поскольку в предметах художники по-прежнему воспроизводили декоративные эффекты из 20-х, стиль сохранил свою репутацию «богатого»: даже вещи массового производства из 1930-х кажутся дорогими и роскошными.

Стиль ар-деко многолик, он органично вмещает в себя и фантастическую роскошь, и угловатый минимализм, и примитивизм, и авангард, и наследие античных эпох, и футуристические идеи, которым так и не довелось стать реальностью. В этой гибкости и пластичности скрыта главная тайна популярности ар-деко – он и сегодня на острие моды, вызывая восторг, стремление подражать, критику, насмешки – все что угодно, только не равнодушные.



**goldnet.market**

**Сканируйте QR  
и начинайте продавать!**



# IJA DAY

## Система **онлайн-обучения** ювелирных консультантов

Сделайте стажера консультантом,  
а консультанта экспертом с выгодой **в 10%**



Начните обучение сотрудников прямо сейчас:

+ 7 (999) 333-92-78

+ 7 (991) 463-56-76

[info@ija-academy.com](mailto:info@ija-academy.com)

[www.ija-academy.com/day](http://www.ija-academy.com/day)