

**ВИЛЯТ  
МАТВЕЕВ,**  
бренд Matveev & Co:  
«СОЗДАЁМ  
СЕМЕЙНЫЕ  
РЕЛИКВИИ»

**ИнтерЮвелир-  
2024**





Matveev & Co<sup>®</sup>  
JEWELRY BRAND

## Ювелирный центр Matveev&Co

Изготовление ювелирных изделий премиального  
класса, сервисное обслуживание, магазин



Санкт-Петербург, ул. Савушкина 131

+7 800 201 09 58

Gold958.ru

Russian Business Guide

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

Деловое издание, рассказывающее о развитии, отраслях, перспективах, персоналиях бизнеса в России и за рубежом.

12+

Учредитель и издатель:

**ООО «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»**

при поддержке ТПП РФ

Главный редактор:

**Мария Суворовская**

Заместитель директора по коммерческим вопросам:

**Ирина Длугач**

Редактор номера:

**Екатерина Золотарева**

Дизайн/вёрстка:

**Александр Лобов**

Дирекция развития и PR:

**Юлия Колчева, Екатерина Цындук, Ольга Иванова**

Журналисты: **Дарья Бакарина, Екатерина Иванова,**

**Вячеслав Колесников, Разиля Салаватова,**

**Елена Александрова**

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР»,

г. Москва, ул. Электrozаводская, д. 20, стр. 3.

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА»,

публикуются на правах рекламы. Мнение

авторов не обязательно должно совпадать с

мнением редакции. Перепечатка материалов и их

использование в любой форме допускается только

с разрешения редакции издания «Бизнес-Диалог

Медиа».

**Рукописи не рецензируются и не возвращаются.**

Адрес редакции: **143966, Московская область,**

**г. Реутов, ул. Победы, д. 2, пом. 1, комн. 23.**

E-mail: [mail@b-d-m.ru](mailto:mail@b-d-m.ru)

Тел.: **+7 (495) 730 55 50 (доб. 5700).**

**Издатель: ООО «Бизнес-Диалог Медиа».**

*Зарегистрировано Федеральной службой по надзору в*

*сфере связи, информационных технологий и массовых*

*коммуникаций. Свидетельство о регистрации*

*средства массовой информации ПИ № ФС77-65967*

*от 6 июня 2016.*

**Russian Business Guide № 20/265 июль 2024**

Дата выхода в свет: 05.07.2024.

Тираж: **30000. Цена свободная.**

Russian Business Guide

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

Business publication about development, industries, prospects, business personalities in Russia and abroad.

12+

Founder and publisher:

**BUSINESS DIALOG MEDIA LLC**

with the support of the CCI of Russia

The editor-in-chief:

**Maria Sergeevna Suvorovskaya**

Managing Editor: **Ekaterina Zolotareva**

Deputy Marketing Director:

**Irina Vladimirovna Dlugach**

Designer: **Alexandr Lobov**

Directorate for Development and PR:

**Julia Kolcheva, Ekaterina Tsynduk, Olga Ivanova**

Journalists: **Daria Bakarina, Ekaterina Ivanova,**

**Vyacheslav Kolesnikov, Razilya Salavatova,**

**Elena Alexandrova**

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC, Moscow,

ul. Elektrozavodskaya, 20, building 3.

Materials marked R or "ADVERTISING" are published

as advertising. The opinion of the authors does

not necessarily coincide with the editorial opinion.

Reprinting of materials and their use in any form is

allowed only with the permission of the editorial office

of the publication Business-Dialog Media.

Materials are not reviewed and returned.

Address: **23-1-2 ul. Pobedi, Reutov,**

**the Moscow region, 143966.**

E-mail: [mail@b-d-m.ru](mailto:mail@b-d-m.ru)

Тел.: **+7 (495) 730 55 50, доб. 5700.**

**Publisher: Business-Dialog Media LLC.**

*Registered by the Federal Service for Supervision of*

*Communications, Information Technology, and Mass*

*Media. The mass media registration certificate*

*PI # FS77-65967 from June 6, 2016.*

**Russian Business Guide № 20/265 July 2024**

Date of issue: 05.07.2024.

Edition: **30000 copies. Open price.**

## ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ РЕДАКЦИИ Russian Business Guide

### КОМИТЕТ ПО ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Генеральный директор ООО «РУСИНОКС»

Сергей Валерьевич Шкедин



### КОМИТЕТ ПО АПК

Анастасия Геннадьевна Романовская – руководитель

отдела маркетинга и экспорта компании «Листерра»



### КОМИТЕТ ПО ESG

Наталья Борисовна Починок – управляющий партнёр Digital ESG компании IBS,

председатель Комиссии по социальной политике Общественной палаты РФ

Елена Александровна Мякотникова –

директор «СИБУРа» по климатическим инициативам и углеродному регулированию

### КОМИТЕТ ПО ЖКХ

Наталья Викторовна Абросимова –

генеральный директор Ассоциации ЖКХ МО



АССОЦИАЦИЯ  
РЕГИОНАЛЬНОЕ ОТРАСЛЕВОЕ  
ОБЪЕДИНЕНИЕ РАБОТОДАТЕЛЕЙ  
«СОЮЗ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖИЛИЩНО-  
КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА  
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ»

### КОМИТЕТ ПО ТУРИЗМУ

Этнографический парк-музей «ЭТНОМИР»

### КОМИТЕТ ПО ИНДУСТРИАЛЬНЫМ ПАРКАМ

Олег Васильевич Карцов –

генеральный директор компании «Парк Ногинск»



### КОМИТЕТ ПО ЛОГИСТИКЕ

Компания «Точные Поставки»

### КОМИТЕТ ПО НАЛОГАМ И ФИНАНСОВОМУ СОПРОВОЖДЕНИЮ БИЗНЕСА

Антон Александрович Левдонский – старший менеджер

по финансовому консультированию ГК «Мариллион»



### КОМИТЕТ ПО ЦИФРОВОЙ МАРКИРОВКЕ ТОВАРОВ

Сергей Андреевич Ватажицын, ООО «Вайландт Электроникс»



### КОМИТЕТ ПО АДВОКАТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Мария Александровна Федотова

### КОМИТЕТ ПО ДОРОЖНОМУ СТРОИТЕЛЬСТВУ

Андрей Тимурович Соколов, компания «Асфальт-Качество»

СОДЕРЖАНИЕ

**ОТРАСЛЕВЫЕ ТРЕНДЫ**

---

- 4 **ВЛАДИМИР ЗБОЙКОВ:**  
«ОТСУТСТВИЕ КОМФОРТНОЙ БИЗНЕС-СРЕДЫ ПРЕПЯТСТВУЕТ  
РАЗВИТИЮ ЮВЕЛИРНОЙ ОТРАСЛИ!»
- 

**ЛИЦО С ОБЛОЖКИ**

---

- 6 **ВИЛАЯТ МАТВЕЕВ, БРЕНД MATVEEV&CO:**  
«СОЗДАЁМ ВЕЩИ, КОТОРЫЕ СТАНОВЯТСЯ СЕМЕЙНЫМИ  
РЕЛИКВИЯМИ!»
- 

**ИЗ РОССИИ – С ЛЮБОВЬЮ И РОСКОШЬЮ**

---

- 12 **NADJA AZENET:**  
НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ  
ИЗ НАТУРАЛЬНЫХ КАМНЕЙ
- 

- 16 **СОЛОНОВЬ – ИГРАТЬ КРАСИВО!**
- 

- 18 **ДЯТЬКОВО: ХРУСТАЛЬНЫЕ МЕЧТЫ СБЫВАЮТСЯ!**
- 

- 22 **КИСЛОВОДСКИЙ ФАРФОР:**  
«ЛЕПИМ» УЮТ ДЛЯ ДОМА И СОЗДАЁМ НАСТРОЕНИЕ
- 

- 26 **ЭЛИТНЫЕ ПОДАРКИ REGARDS:**  
ПРЕДМЕТЫ, КОТОРЫМ НЕТ АНАЛОГОВ!
- 

- 30 **АЛЕКСАНДР КИСЕЛЕВСКИЙ, VIDSPIRIT:**  
«МЫ ЯВЛЯЕМСЯ ЦЕНТРОМ ВСЕЙ АУКЦИОННОЙ РОССИЙСКОЙ АРЕНЫ»
- 

- 34 **ИНТЕРНЕТ-АУКЦИОН МЕШОК:**  
ПОРТАЛ В МИР КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ И РЕДКИХ ВЕЩЕЙ
- 

- 36 **КСЕНИЯ ГРИГОРЯН, ВЛАДЕЛИЦА ГАЛЕРЕИ P.S. GRIG ART:**  
«ИСКУССТВО – ЭТО НЕ ХИМИЯ, А АЛХИМИЯ!»
- 

- 40 **ИРИНА КОГАН:**  
«ЗАНЯТИЕ ЖИВОПИСЬЮ – ЭТО НЕВЕРОЯТНОЕ  
ОЩУЩЕНИЕ ЭЙФОРИИ»
- 

- 42 **АЛЕКСАНДР ШИЛОВ:**  
«ЧЕЛОВЕЧЕСТВО БУДЕТ ДЕРЖАТЬСЯ НА ДЕТЯХ-ТВОРЦАХ,  
А НЕ НА ДЕТЯХ-ПОТРЕБИТЕЛЯХ»
- 





# Выставка «ИНТЕРЮВЕЛИР» – драгоценный алмаз России!

**С 17 по 21 июля в Сочи состоится выставка «ИнтерЮвелир-2024», которая проводится вот уже более двадцати лет. С первого года своей работы мероприятие стало главным событием года в мире ювелирной моды на юге России.**

Выставка неизменно проходит при поддержке Пробирной палаты России, Ассоциации производителей бриллиантов России, Донской государственной инспекции пробирного надзора, Гильдии ювелиров ЮФО, Торгово-промышленной палаты Краснодарского края и Торгово-промышленной палаты г. Сочи, администрации г. Сочи.

Ежегодно на выставку приезжают признанные лидеры отрасли и те, кто только выходит на рынок и хочет сразу громко и весомо заявить о себе. Они представляют в Сочи большой выбор ювелирных украшений из золота, серебра, с драгоценными и полудрагоценными камнями, жемчугом и янтарём; бижутерии; антиквариата; столовых приборов и посуды, высокохудожественных предметов интерьера и др.

Выставке присвоен знак РСВЯ (Российский союз выставок и ярмарок).

Свою продукцию на выставку привезут более 100 производственных и золотодобывающих компаний из всех регионов России (Урала, Якутии, Крайнего Севера, Северного Кавказа, Центрального региона, Калининградской области и др.), из стран СНГ (Казахстана, Узбекистана, Армении, Прибалтики), а также представители компаний из Италии, Израиля, Чехии, США.



Ценность для участников выставки – это широкий круг потенциальных покупателей; возможность принять участие и получить заслуженные награды на международном конкурсе ювелиров «Сочи-ИнтерЮвелир» по оценке качества исполнения ювелирных изделий и дизайна; возможность поработать максимально эффективно с клиентами любого уровня и масштаба; наладить новые каналы сбыта в южном регионе, заключить договоры о сотрудничестве.

Ценность для посетителей-специалистов – представителей крупных, мел-

кооптовых и розничных компаний, дистрибьюторов, руководителей ювелирных магазинов и салонов – это возможность непосредственно на выставке заключить прямые договоры и произвести оптовые закупки, найти новых деловых партнёров для долгосрочного сотрудничества; гарантия оригинальности и высокого качества представленных изделий; широкий выбор новых коллекций, отражающих актуальные направления ювелирной моды.

Ценность для индивидуальных покупателей – это широчайший выбор ювелирных изделий и драгоценных камней во всех ценовых категориях; возможность совершить достойные покупки и даже исполнить свои заветные мечты и маленькие капризы; ежедневные розыгрыши и лотереи с призами от участников и партнёров выставки и многое другое.

Посетители-специалисты и жители города Сочи очень ценят «ИнтерЮвелир» за богатый выбор и разнообразие представленных на выставке изделий, за их гарантированно высокое качество и добросовестность продавцов, за возможность получить лучшую цену непосредственно у производителя и всегда активно участвуют выставку для совершения покупок и заключения долгосрочных договоров.

## **ВЛАДИМИР ЗБОЙКОВ:** **«ОТСУТСТВИЕ КОМФОРТНОЙ БИЗНЕС-СРЕДЫ ПРЕПЯТСТВУЕТ РАЗВИТИЮ ЮВЕЛИРНОЙ ОТРАСЛИ!»**



**А**ссоциация «Гильдия ювелиров России» – некоммерческая организация, объединяющая различные по масштабу и специфике бизнеса компании национальной ювелирной отрасли, нацеленные на ведение цивилизованного и социально ответственного предпринимательства. Сегодня своей основной задачей представители Ассоциации видят взаимодействие и конструктивное сотрудничество с государственными структурами, осуществляющими регулирование в сфере обращения драгоценных металлов и драгоценных камней. О насущных вопросах и проблемах, волнующих профессиональное сообщество единомышленников, мы поговорили с исполнительным директором Ассоциации Владимиром Збойковым.



– **Владимир Александрович, более ста лет назад историческим предшественником Гильдии ювелиров России был Союз ювелиров России. Ещё в 1912 году его учредители ставили перед собой цель заниматься решением важных для отрасли вопросов путём объединения мастеров, то есть через сообщество заинтересованных лиц. Исходя из исторической справки, можно сделать вывод, что им это хорошо удавалось! С тех пор прошло несколько десятков лет, прежде чем идейное профсообщество вновь возобновило свою деятельность. Расскажите читателям Russian Business Guide о современной истории и успехах Ассоциации, вашей миссии, целях и задачах.**

– Ещё десять лет назад Ассоциация «Гильдия ювелиров России» старалась заниматься вопросами ювелирного искусства, технологий, маркетинга. Но всё это в прошлом. Непрерывный процесс нормотворчества, в который вводят всё новые и новые обязательные требования, привёл к тому, что отраслевая общественная организация стала структурой, занимающейся противодействием введению избыточных мер госрегулирования ювелирной отрасли. В свою очередь, данные новации зачастую вызывают серьёзные трудности в работе и развитии российских ювелиров.

Для понимания ситуации достаточно сказать про два эпохальных отраслевых события: запрет на применение специальных налоговых режимов субъектами малого и среднего бизнеса при производстве ювелирных изделий и торговле ими, а также про введение в отрасль так называемой ГИИС ДМДК – Государственной интегрированной информационной системы прослеживаемости оборота драгоценных металлов и камней на всех этапах. Впрочем, новая вводная регулирования ювелирной отрасли может оказаться ещё сложнее – это маркировка складских остатков ювелирных изделий непосредственно по поверхности металла.

Что же касается достижений Ассоциации по прошествии лет, то они лежат в той же самой экономико-юридической плоскости.

– **Летом 2023 года вы вступили в должность исполнительного директора Ассоциации. Какими реализованными проектами в рамках работы объединения вы особенно гордитесь? Какие новые задачи ставите сегодня перед собой?**

– В Ассоциации я работаю с 2011 года, до лета 2023 года был в должности эксперта, а в Комитете ДМДК Общероссийской общественной организации «Деловая Россия» – в должности исполнительного

директора комитета. Так что особенно в моей жизни ничего не изменилось.

Что же касается достижений, то главное из них – нам удалось вернуть право на применение специальных налоговых режимов в производстве и торговле ювелирными изделиями, правда, только для тех, кто работает с серебром. Но и это немалое достижение в нынешних условиях...

– **Какое количество членов насчитывает Ассоциация? Какие предприятия преобладают в их числе: крупные ювелирные заводы и компании или среди единомышленников есть достаточное количество представителей среднего и малого бизнеса? Какова их география?**

– Ассоциация – это организация, защищающая интересы, прежде всего, участников производителей массовых ювелирных изделий и торговли. В Ассоциации сегодня порядка 90 членов. Их структура и масштаб отражают рынок в целом. Более 90% – это компании малого бизнеса: производственные и торговые. География наших членов также отражает распределение ювелирного бизнеса по стране: больше всего представителей Костромской области, Санкт-Петербурга, но есть и компании из других регионов России.

– **Какие проблемы ювелирной отрасли сегодня стоят особенно остро? Что препятствует её развитию? С помощью каких инструментов вам удаётся справляться с этими трудностями?**

– Как говорил выше, проблемы – это избыточное, часто совершенно неприемлемое для бизнеса нормативное правовое регулирование со стороны государства. Обязательных требований столько, что вряд ли какой юрист в состоянии их все перечислить даже за день. Естественно, всё это сильно препятствует развитию, сохранению конкурентоспособности на внешних рынках. Российские ювелирные изделия не проигрывают зарубежному массмаркету по качеству, но проигрывают в цене. И это, увы, происходит в том числе и на внутреннем рынке, так как исполнение обязательных требований – это всегда затраты. Крошечный экспорт и солидный импорт ювелирных изделий – тому доказательство. Эксклюзивные изделия мы не обсуждаем – это в основном не наша тема, хотя у нас в членах есть и такие производители. Им также приходится трудно от регуляторной политики государства...

– **Одним из последних отраслевых мероприятий, в котором Ассоциация «Гильдия ювелиров России» приняла**

**участие, стал Форум ювелирного мастерства в Якутске. Поделитесь вашими впечатлениями об этом событии и расскажите о главных темах, которые поднимались в рамках данного мероприятия.**

– Как и на любом другом мероприятии, проходящем в стенах учебного учреждения, на этом форуме первостепенными были вопросы, связанные с подготовкой кадров. Это правильно, но, конечно, сильно отличает подобные мероприятия от «обычных» круглых столов и совещаний, на которых обсуждаются бизнес-проблемы.

Преподавательский состав университета прекрасно осознаёт, что отсутствие комфортной бизнес-среды препятствует развитию ювелирной отрасли, а значит, со временем не будет и спроса на подготовку кадров. Мы уже почти полностью потеряли специалистов по огранке драгоценных камней: число гранильных предприятий за последние два десятилетия сократилось многократно. А Якутия – как известно, алмазный регион. Так что все проблемы гранильной отрасли для Якутии близки и понятны. Но коллектив университета оптимизма не теряет, молодцы!

– **Какова стратегия работы Ассоциации на ближайшее время? Какие рабочие планы вам бы хотелось воплотить в жизнь?**

– Стратегия работы Ассоциации – это добиваться принятия нормативного обязательства Министерства финансов Российской Федерации заниматься развитием сферы драгоценных металлов и драгоценных камней, увеличением доли глубокой переработки сырья ДМДК. В это трудно поверить, но тем не менее сегодня ни Минфин России, ни иной орган федеральной исполнительной власти не несёт обязанности и ответственности за развитие отрасли. Основной задачей министерства в сфере ДМДК сегодня является выработка единой государственной политики в области производства, переработки и обращения драгоценных металлов и драгоценных камней. Но что такое «государственная политика» в этой сфере – не раскрыто. На практике мы видим лишь бесконечное ужесточение условий ведения бизнеса, что вряд ли может быть полезно для государства, иначе число субъектов малого и среднего бизнеса, работающего в этой сфере, не сократилось бы в два раза всего за шесть последних лет.

Из области мечтаний – хотелось бы, чтобы административная нагрузка на ювелирный бизнес в России была бы примерно такой же, какая она есть во всём остальном мире.

**ВИЛАЯТ МАТВЕЕВ,  
БРЕНД MATVEEV&CO:  
«СОЗДАЁМ  
ВЕЩИ, КОТОРЫЕ  
СТАНОВЯТСЯ  
СЕМЕЙНЫМИ  
РЕЛИКВИЯМИ!»**

В 2024 году юбилей профессиональной деятельности отмечает Вилаят Матвеев – основатель бренда, президент ювелирного центра Matveev&Co. 25 лет – хороший повод для подведения промежуточных итогов работы и постановки новых целей и задач. Создатель уникальных украшений «премиум-класса», признанных в России и мире, рассказал Russian Business Guide о своём профессиональном пути, истории создания ювелирного бренда и вехах его развития.



– Виляят Виляатович, в начале беседы, безусловно, хотелось бы вернуться к истокам. Поделитесь историей зарождения ювелирного бренда: как и когда он появился?

– Как правило, история любого успешного проекта начинается с идеи, которая будоражит ум и не даёт покоя человеку, фанатично преданному своему делу. Matveev & Co не стала исключением: идейным вдохновителем ювелирного бренда, как нетрудно догадаться, был я – молодой ювелир-камнерез, начавший свой профессиональный путь на стыке веков, в 1999 году.

С большой благодарностью вспоминаю то время, когда в самом начале карьеры моим наставником и педагогом, обучившим основам ремесла, стал настоящий мастер, не побоюсь применить слово «мэтр», Владимир Борисович Тихвинский. Без тени сомнения могу сказать, что горд тем, что обучался у него.

Тогда же, в 1999 году, я впервые принял участие в международной ювелирно-часовой выставке, проходившей в центре Санкт-Петербурга, в центральном выставочном зале «Манеж». Конечно, мне, новичку, участие не принесло высоких наград, но зато дало стимул для роста. По прошествии двадцати пяти лет работы и профессионального признания именно этот момент я считаю точкой отсчёта на пути к созданию собственного ювелирного бренда.

Спустя всего три года, в феврале 2002 года, на выставке «Петербургский ювелир», проходящей всё в том же центральном выставочном зале «Манеж», я стал победителем конкурса за лучшую камнерезную работу. В этом же году поступил в Художественно-профессиональный лицей имени Карла Фаберже, где обучался на протяжении четырёх лет. Итогом этих лет стал долгожданный диплом ювелира.



Далее в течение года я проходил стажировку на одном из лучших ювелирных предприятий России.

В 2007 году я сделал первые шаги в предпринимательской деятельности, открыв вместе с коллегой ювелирную мастерскую по ремонту украшений. В 2009 году мы смогли расширить её до небольшой компании ООО «ВиллиРосс», где трудилось уже три ювелира.

Спустя некоторое время стремление расти над собой натолкнуло меня на мысль о том, чтобы пройти повышение квалификации. В 2011 году я поступил в МГУ, получив дополнительно профессию геммолога, затем стажировался в Израиле.

Позже начатое дело переросло в совместное предприятие, носившее имя ООО «Невская ювелирная компания», ра-



**Matveev & Co**<sup>®</sup>  
JEWELRY BRAND

«Ювелирное изделие – это эмоция! А эмоция, заключённая в роскошь, – самая лучшая инвестиция в настроение каждого дня!»



«Я рад, что наши украшения становятся свидетелями ценных моментов в жизни людей! Являются символом радости, пережитых эмоций, которые приятно носить с собой».



ботающее на два крупных города: Санкт-Петербург и Москву; а число ювелиров компании увеличилось до семи человек.

С 2011 года предприятие стало постоянным участником профессиональных выставок, на которых мы демонстрировали свой опыт и мастерство.

В это же время я вернулся в Художественно-профессиональный лицей имени Карла Фаберже, но уже в новом статусе: начал преподавательскую деятельность. Обучал студентов технологии производства и ремонту ювелирных изделий, преподавал минералогию. Приятно вспомнить, что моя работа была высоко оценена, тогда я получил государственную благодарность за успешную подготовку молодых ювелиров. Многие талантливые ребята, мои ученики, в будущем стали частью команды нашего предприятия.

2014 год стал особенно важным для меня и моих мастеров: на международной выставке в ОАЭ (Абу-Даби) мы получили первое место за кольцо «Сила любви». Изделие и авторские права были выкуплены, что означало не просто успех, а мировое признание!

В 2017 году нас ждали перемены: в нашу компанию была принята Анна Само-

делова – коммерческий директор, проделавший большую работу по реорганизации предприятия. В течение следующего года ООО «ВиллиРосс» и ООО «Невская ювелирная компания» были объединены в новое предприятие – ООО «Матвеев и Ко», президентом которого я являюсь. Тогда же мы зарегистрировали свой ювелирный бренд – Matveev&Co.

Если говорить в цифрах, то начиная с 2018 года компания произвела более 5000 ювелирных изделий «люкс-» и «премиум-качества». Мы создали на заказ для наших клиентов более 1000 украшений. Приятно осознавать, что многие из них работают с нами с 2007 года. Также за время работы мы отремонтировали и возвратили владельцам более сорока шести тысяч ювелирных изделий.

Кроме того, за последние шесть лет компания Matveev&Co была экспонентом и участником свыше семидесяти выставок – как международных, так и российских. Нас хорошо знают и ценят в таких российских городах, как Санкт-Петербург, Москва, Казань, Иркутск, Новосибирск, Красноярск, Ростов-на-Дону, Волгоград, Сочи, Ессентуки.





Компания Matveev&Co стала призёром большого количества наград. Мы побеждаем в конкурсах ювелиров России и являемся лауреатами международного конкурса Junwex.

**– Почему в качестве дела всей своей жизни вы выбрали именно ювелирное искусство?**

– Ювелир – это призвание. С первого дня работы в этой области я получаю огромное удовольствие от тех положительных эмоций, что испытывают покупатели при виде ювелирных изделий, созданных ранее мной или выполненных мастерами компании.

Важно понимать, что каждое украшение являет собой символ того или иного события в жизни человека: ювелирные изделия приобретаются к помолвке, свадьбе, рождению детей, юбилею и другим важным моментам. Их основная цель – быть напоминанием о прекрасно прожитом дне, а может, и стать талисманом. Отраднo видеть, что изделия Matveev&Co сопровождают наших постоянных клиентов на протяжении всей жизни. Как приятно проследить цепочку событий в жизни наших клиентов, для которых мы стали «семейным ювелиром»: сначала – помолвочное кольцо, затем – обручальные кольца, через время – серьги маме за рождение первенца, ложечка на первый зуб, а после – первые серьги для любимой доченьки.

**– Слоган компании Matveev&Co звучит так: «Благородство в каждой грани, изящество в каждой линии». И всё-таки: что конкретно выделяет ваше ювелирное производство? В чём уникальность ваших изделий?**

– Слоган компании, созданный нашим коммерческим директором Анной Самоделовой, как нельзя лучше отражает всю многогранность профессии ювелира, которая всегда сопряжена с благородством и служением во имя эмоций и счастья клиентов.

Но, конечно, не стоит забывать, что бренд Matveev&Co отличает ещё и высочайшее качество исполнения, ведь наша главная задача – создать вещи, которые станут настоящими семейными реликвиями!

**– Ювелирные изделия Matveev&Co ориентированы в основном на женскую аудиторию или вы производите и мужские украшения? Каков полный ассортимент производства?**

– Matveev&Co производит в основном ювелирные изделия для женской аудитории, но под заказ мы всегда готовы изготовить ювелирные изделия и для мужчин. Также мы производим корпоративные подарки и сувениры, имеем благословение для изготовления предметов культа.

**– Как часто вы обновляете ассортимент ювелирных изделий? Какие на рынке ювелирных украшений сегодня существуют тренды? Что наиболее востребовано и модно?**

– Модельный ряд бренда постоянно обновляется, мы часто привносим в линейку изделий что-то необыкновенное: изменяем огранку камней, используем редкие минералы, такие как александриты, цветные сапфиры, гелиодоры, шпинель. Работаем с золотом 750 и 958 пробы, а также со сложными благородными металлами: платиной, палладием.

Тренды в нашем понимании – вещь достаточно изменчивая, в своей работе мы руководствуемся принципом: «Каждая женщина достойна золотой розы!» Для нас важны эксклюзивность, премиальное качество изделий, которые обязательно найдут свою хозяйку и сделают её образ ярче!

**– Расскажите подробнее о той нише, в которой вы работаете.**

– Бренд Matveev&Co имеет свой индивидуальный путь развития, который опирается на собственный опыт и профессионализм.

В целом могу сказать, что сегодня ювелирный рынок Российской Федерации разделён на пять основных сегментов: авторские изделия из серебра, изделия для массмаркета, «доступный премиум-класс», изделия в категории «люкс-премиум» и «бренд-премиум».

Компания Matveev&Co специализируется на производстве изделий сегмента «доступный премиум», а также «люкс-премиум».

Если говорить о разнице между основными сегментами, то ювелирные украшения для массмаркета, как правило, изготавливаются из меньшего количества драгоценного металла. Они производятся с помощью быстрой конвейерной сборки и по однотипным моделям. «Доступный премиум» отличают качественная сборка изделий, максимальный срок службы украшений, драгоценные или уникальные вставки, а также лимитированная коллекция, принадлежность к товарному знаку и доступность в приобретении. Категория «люкс» подразумевает эксклюзивность, уникальность ювелирного изделия.



«Тренды – вещь достаточно изменчивая, для нас важны эксклюзивность, премиальное качество изделий, которые сделают образ ярче!»

«Бренд-премиум» – это признание ювелирными домами мира.

– **Поговорим непосредственно о создании украшений. Из каких этапов состоит процесс производства? Расскажите о техническом оснащении предприятия и вашей команде.**

– На сегодняшний день наше производство оснащено современным высокотехнологичным оборудованием, а профессиональная команда мастеров способна воплотить любой ювелирный шедевр в жизнь.

Отмечу, что процесс изготовления ювелирного изделия достаточно сложен. На первом этапе производится закупка благородных металлов и драгоценных камней. Нашими основными поставщиками являются Красноярский завод цветных металлов имени В. Н. Гулидова, мировой лидер по добыче и производству бриллиантов – компания ALROSA DIAMONDS. Цветные драгоценные камни к нам поставляются с аукционов США, Бразилии, Бангкока.

Пока металл и камни находятся в пути, модельеры разрабатывают дизайн будущего ювелирного изделия. После наступают один из наиболее сложных процессов: фрезеровка модели в воске с последующей отливкой в золоте. Затем ювелир-монтажник собирает «полуфабрикат» из золотых элементов и готовит его к закреплению ювелирных вставок. Далее готовое ювелирное изделие отправляется на государственный контроль, где проводят его соответствие с ГОСТом, проверяют легальность и происхождение драгоценных металлов и камней. По завершении долгого и скрупулёзного контроля на украшение наносится государственная проба и шифр предприятия (товарный знак) – Matveev&Co или его сокращённая версия. После присваиваются двумерный матричный штрихкод и уникальный идентификационный номер (УИН). Затем изделие возвращается обратно на предприятия для

завершения всех предпродажных работ: полировки, печати бирки (паспорта изделия). Только после всех этих этапов ювелирное украшение отправляется на витрину магазина ждать своего покупателя.

Конечно, всё это было бы невозможно без грамотной работы специалистов компании:

– Самоделова Анна Ивановна – коммерческий директор и специалист системы ГИИС;

– Пучкин Михаил Феликсович – начальник службы безопасности;

– Анисим Евгений Юрьевич – технический директор и модельер;

– Кузовлев Александр Сергеевич – начальник производства, ювелир-закрепщик высшего разряда;

– Юркевич Игорь Владимирович – закрепщик высшего разряда драгоценных камней I категории;

– Зайцев Юрий Александрович – мастер-ювелир высшего разряда;

– Крылова Ирина Александровна – мастер-ювелир высшего разряда;

– Сюнский Артём Эльсович – геммолог, ювелир высшего разряда;

– Кумачева Наталья Борисовна – ювелир-огранщик высшего разряда;

– Курбанов Сайдамир Кудратуллоевич – IT-специалист;

– Иванов Михаил Владимирович – специалист по промоушену.

Также мне бы хотелось поблагодарить за сотрудничество наших партнёров: специалиста по связям с общественностью, директора ювелирной компании «ЮВИС» Сергея Витальевича Белоликова и его коммерческого директора, главного консультанта по выставочной деятельности Ларису Владимировну Васильеву; ООО «Ангелика».

– **Как происходит реализация готовых ювелирных изделий? С какими ювелирными центрами вы сегодня работаете?**

– Реализация товаров происходит по трём основным направлениям. Это опто-



вая продажа ювелирным магазинам, реализация в розницу при производстве и продаже на выставках.

Третье направление для меня – самое интересное, ведь именно на таких мероприятиях я могу лично пообщаться с покупателями, получить обратную связь, оценить их реакцию на новую продукцию бренда, дать совет и помочь в приобретении ювелирного изделия.

**– Кто вдохновляет вас на рост и развитие, кто поддерживает?**

– Моя любимая семья: супруга Анна и дочь Елизавета!

**– Виляят Виляатович, в завершение беседы нельзя не затронуть тему планов и перспектив. Какова стратегия развития вашего предприятия?**

– Самым важным в работе для меня всегда останутся впечатления покупателей. Я рад, что наши украшения становятся свидетелями ценных моментов в жизни людей! Являются символом радости, пережитых эмоций, которые приятно носить с собой.

Цель компании на ближайшие годы – выход на рынок Китая и Казахстана, продвижение ювелирного бренда на мировых площадках. В ближайших планах также – участие и победа в ювелирном конкурсе «Россия. XXI век», который проходит с целью популяризации отечественного ювелирного искусства, сохранения традиций российского культурного наследия. Конкурс проводится при поддержке Гохрана России и Министерства культуры Российской Федерации.

В завершение интервью я хочу пожелать читателям Russian Business Guide, чтобы каждый яркий момент в их жизни сохранялся в блеске драгоценного металла, а радостные события были подчёркнуты игрой драгоценных минералов. Благодарю за беседу и буду ждать новой встречи!

*Подготовила Дарья Бакарина*



*На Надежде: бусы и арканы из жемчуга, серьги из золота 750 пробы с бриллиантами, жемчугом и изумрудами, кольцо из золота 750 пробы с бриллиантами, жемчугом и перламутром*

**NADJA AZENET:**

**НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ ИЗ НАТУРАЛЬНЫХ КАМНЕЙ**

**Nadja Azenet** – неповторимые украшения ручной работы, выполненные из полудрагоценных и драгоценных камней. В поисках аутентичного дизайна и разработки уникального стиля основатель ювелирного бренда, художница Надежда Бойко изучила сочетания и природную силу минералов, а также переосмыслила ювелирные «коды» изделий из натуральных камней. Благодаря тонкому восприятию мира и безупречному вкусу её художественное видение мгновенно обрело внимание и любовь ценителей редких дизайнерских изделий. О чарующей силе природы, заключённой в ювелирные украшения изысканного бренда Nadja Azenet, мы узнали из первых уст.

– Надежда, украшения вашей ювелирной галереи восхищают и завораживают! В них так смело сочетаются современный дизайн и естественная природная красота минералов. Расскажите о том, как вам удаётся сохранять этот баланс и открывать новые совершенные грани в мире ювелирного искусства?

– Благодарю за вопрос! Каждое украшение Nadja Azenet разрабатывается мастерами вручную в небольшой ювелирной студии в Санкт-Петербурге. Особая гордость – впечатляющий выбор минералов из разных стран и регионов, благодаря которым создаются разнообразные и изысканные по сочетанию форм и оттенков изделия.

Полностью ручная работа и огромное внимание к деталям – одна из основных ценностей бренда. Все украшения совершенствуются до тех пор, пока каждый член команды не захочет обладать ими.

Камни проходят строгий отбор. Изделия тщательно продумываются с точки зрения эстетики и эргономичного подхода. В производстве для нас важна каждая деталь: огранка, палитра, природные свойства минералов, особенности крепления, конструкция, сочетание длины и веса...

– В чём заключается основная концепция вашего ювелирного бренда? В каком сегменте вы работаете?

– Моя идея – создание акцентных украшений, в основе которых – гармония, сочетающая природное происхождение минерала и его естественную палитру. Я люблю максимализм и хочу показать, как это может быть эстетично, самодостаточно и наполнено энергией. Мои эклектичные украшения прекрасно подходят и к базовому гардеробу, и к сложным образам.

Наша цель – создавать лучшее! Эта идея легла в основу философии и воплотилась в двух направлениях. Первая – кутюрная линия Nadja Azenet: представляет собой ювелирные шедевры из драгоценных металлов и редких природных минералов. Каждое украшение – единственное в своём роде благодаря тому, что каждый самоцвет неповторим. Во второй линии Nadja Azenet Beads представлены базовые украшения из натуральных камней, сочетающие эклектичность и вневременную стилистику. Они будут смотреться одинаково уместно как с вечерним платьем, так и с джинсами и биркенштоками.

Надежда в мастерской за работой



На модели: бусы из жемчуга, аркан из жемчуга, кольцо камей из золота 750 пробы

Бусы из коралла, жемчуга и лазурита



На Надежде: Колье-цепь из шпинели, бусы из шпинели и хризолита, серьги из золота 750 пробы с янтарем и желтыми сапфирами



Аркан из клубничного кварца и жемчуга



Аркан из розового кварца



Аркан из коралла и жемчуга

**– Какие достоинства отличают Nadja Azenet от других ювелирных брендов?**

– В первую очередь это наша миссия, которая подразумевает искренность и чистую природную красоту для истинной радости. Если говорить о ценностях, то для Nadja Azenet важны мастерство ручного труда, эстетика, аутентичный дизайн, связь с природой, бережное отношение к миру и наследию, преемственность, искусство, самодостаточность.

Более того, мы – за осознанный подход, что соответствует моим жизненным взглядам. Nadja Azenet рады дарить вторую жизнь изделиям из натуральных камней. Мастера могут собрать новый рисунок и создать украшение из уже существующих бусин.

**– С чего началась ваша любовь к натуральным минералам?**

– Я всегда видела в них магическую и неповторимую красоту. Природные самоцветы невероятно притягательны. В них сочетаются асимметричность формы и есте-

ственный рисунок, цветовая палитра... Всё это чудесным образом превращается в совершенство! В камнях природа уже создала гармонию. Я же стараюсь максимально подчеркнуть её через своё видение: подбор формы, размера, оттенка. Работа над изделиями бесконечно вдохновляет меня!

Когда я создаю украшения, то думаю о том, какую радость они принесут обладательнице, как у неё поднимется настроение, как на неё будут обращать внимание. Уверена, что эстетичные вещи имеют явный положительный терапевтический эффект. Моя миссия и миссия нашей компании – дарить красоту и радость!

**– Кто ваша основная целевая аудитория? Кто ваши партнёры в продвижении ювелирных изделий?**

– Nadja Azenet – своего рода стейтмент-украшения, которые создают настроение. Они яркие и эклектичные, созданные для самодостаточных и уверенных в себе женщин и девушек, которые ценят высокое

качество, индивидуальный подход, харизму и эмоции.

Сегодня среди поклонников галереи Nadja Azenet есть известные бизнесвумен, представительницы модного комьюнити и арт-сообщества, а в числе партнёров – мы гордимся сотрудничеством с модным домом Татьяны Парфёновой.

**– Каким вы видите дальнейшее развитие своего проекта?**

– Nadja Azenet – российский бренд, вдохновлённый историей своей страны и ищущий вдохновение в культуре своего народа. Наши современные украшения преисполнены традиционными национальными мотивами. В будущем мы хотим сохранить позицию одного из лучших ювелирных брендов России, предлагающего изысканные изделия с натуральными камнями!

**nabeads.ru**

Беседовала Дарья Бакарина

На модели:  
бусы из жемчуга,  
кулон  
каменя из золота 750  
пробы



Колье из аметиста



На модели:  
бусы из перламутра,  
кахолонга и агата



# СОЛОНОБЛЬ – ИГРАТЬ КРАСИВО!

**Ч**еловечество всегда предпочитало проводить свободное время за интеллектуальными играми. Среди них – Солонобль (Solonoble). В своё время игра была очень популярной в среде французской аристократии, и, хотя она допускает участие двух игроков, чаще в неё играли в одиночку.



Игровой набор  
«Галактика»,  
ясень, самоцветы

## ИЗ ГЛУБИНЫ ВЕКОВ

Игра Солонобль была особенно популярной при Людовике XIV во Франции. Затем аналоги игры появились в Великобритании и Соединённых Штатах, где она была известна как Solitaire (пасьянс) или Peg solitaire – колышковый пасьянс, так как в наборах использовалась игровая доска с отверстиями, а в качестве игровых фишек были колышки. В других игровое поле представляло собой доску с углублениями для шаров. Ещё один вариант названия игры – мадагаскарские шашки. Он появился, когда французские колонисты завезли её на остров Мадагаскар, где впервые колышки заменили шарами из самоцветов.

Как-то особенно учиться играть в Солонобль не требуется. Правила просты, стоит лишь начать, как процесс вас неминуемо затянет. Суть игры в том, чтобы медитативно переставлять шары, пока их не останется на игровом поле. Играть можно и в парные игры: «Лиса и гуси» и «Асальто».

## ВОЗРОЖДАЯ ТРАДИЦИИ

Российская компания под брендом Solonoble предлагает премиальные игровые наборы, изготовленные из благородных материалов, достойных внимания самого взыскательного покупателя. По сути, они совмещают в себе интерьерный декор и игру, способную в свободное время занять всё ваше внимание.

При производстве игрового поля используется натуральная древесина – основательный дуб и лёгкий, изящный ясень, американский орех и красное дерево: сипа и сапели. А игровые шары выполнены из натуральных полудрагоценных камней. Это позволяет набору с успехом украсить интерьер, придать вашему дому элегантность и аристократический лоск.

Дерево для игрового поля обрабатывается вручную настоящими мастерами, влюблёнными в своё дело. Натуральный камень, прежде чем обретёт форму шара для игрового набора, тщательно подбирается по фактуре и рисунку. Тёплое дерево и холодный камень-самоцвет образуют идеальный ансамбль – уникальный и неповторимый предмет декора.

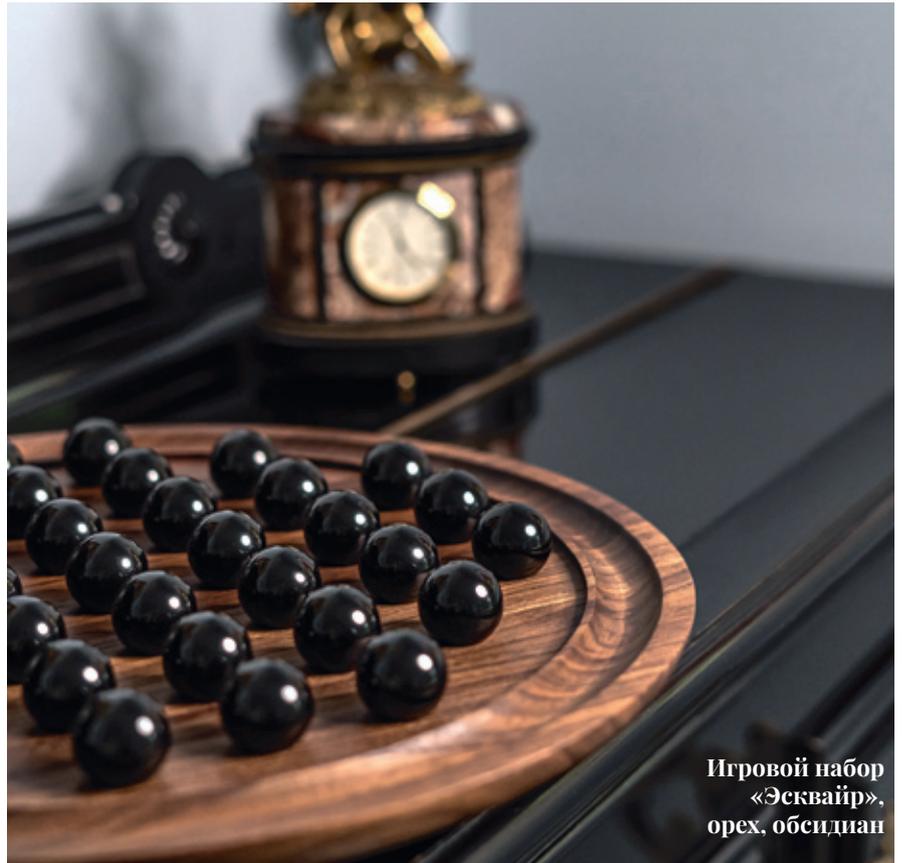
## УНИКАЛЬНЫЙ ПОДАРОК

Солонобль – это необычный, интеллектуальный и невероятно красивый подарок, подчёркивающий тонкий вкус дарителя и глубокое уважение.

Он наверняка оценит его интеллектуальную составляющую в сочетании с изяществом, мастерством исполнения и уникальностью искусной ручной работы. Таким человеком может быть ваш деловой партнёр, руководитель или коллега: подарок будет ко времени в честь окончания совместного проекта, в качестве благодарности за стойкость в достижении результата и желание день за днём двигаться к общей цели. Наставник или учитель по достоинству оценит интеллектуальный игровой набор как знак благодарности за уделённое вам внимание, проявленные мудрость и терпение в процессе обучения. Как признательность за подаренные вам тепло, любовь и заботу, поддержку на жизненном пути примут от вас набор Солонобль ваши родители.

Словом, кем бы ни был тот, кому вы подарите этот изысканный подарок, он по достоинству оценит его благородство и уникальность.

*Подготовил  
Вячеслав Колесников*



Игровой набор  
«Эсквайр»,  
орех, обсидиан

**Игровой набор Солонобль –  
это идеальный подарок для выражения  
тёплых чувств к людям,  
которые оставляют след в вашей жизни.**



Игровой набор  
«Монарх»,  
ясень, малахит



Наведите камеру телефона,  
чтобы узнать подробности





Город Дятьково в Брянской области и Дятьковский Хрустальный завод связывает более двухсот лет общей истории. Но второе десятилетие XXI века едва не стало последним для старейшего предприятия города. Буквально спас его от закрытия, а затем дал новую жизнь и превратил в процветающую с широкими перспективами компанию руководитель другого градообразующего предприятия – мебельного концерна «Катюша» – **Сергей Александрович Авдеев**.

Сейчас Дятьковский Хрустальный завод известен уникальностью и качеством своей продукции по всей России и за рубежом. Более того, часть прибыли от работы обоих предприятий вкладывается в социальное развитие города Дятьково, который за последние годы заметно преобразился и готовится стать туристической Меккой благодаря реализации проекта «Хрустальный город».

## ДЯТЬКОВО: ХРУСТАЛЬНЫЕ МЕЧТЫ СБЫВАЮТСЯ!



– **Сергей Александрович, мебельное производство – дело выгодное и предсказуемое. Почему вы выбрали ещё и такой вид деятельности, как хрустальное производство – рискованное, требующее дополнительных хлопот и вложений?**

– Всё достаточно просто. Дятьково – это мой родной город, и я не представляю себе Дятьково без его старейшего предприятия – Хрустального завода. На нём работали поколениями жители, передавая опыт мастерства своим детям, внукам и правнукам. Нельзя было допустить, чтобы эта связь поколений прервалась с закрытием завода. Мы все видели, как предприятие теряло свои позиции, как люди, для которых оно стало вторым домом, уникальные специалисты, теряли работу, уезжали из города. А ведь Хрустальный завод – это не просто какие-то технологии, оборудование, это ведь и двести сорок лет истории, в которых не только Дятьково, но и вся Россия. Нельзя было допустить, чтобы Хрустальный завод перестал существовать, как и хрустальное производство в целом. Поэтому было принято такое решение, и спустя годы мы видим, что оно было верным.

– **Расскажите подробнее о самом Хрустальном заводе: чем примечательна его история?**

– Хрустальная фабрика, тогда ещё в деревне Дятьково, была открыта в 1790 году династией промышленников Мальцовых для расширения принадлежащего им производства. При императоре Александре I, в связи с запретом ввоза

стеклянной продукции из-за рубежа, был создан «режим наибольшего благоприятствования» для таких мануфактур. Грех было этим не воспользоваться. Мальцовы завезли из Богемии мастеров: хрусталь из тех краёв считался в Европе эталонным, и производство фабрики вышло на новый уровень.

В 1829 году дятьковский хрусталь получил Большую Золотую Медаль на первой Всероссийской выставке мануфактур в Санкт-Петербурге. В дальнейшем изделиями из дятьковского хрусталя сервировали стол Его Императорского Величества. Производцией фабрики торговали в Москве, Санкт-Петербурге, Киеве и других городах. Имелся и собственный большой павильон на Нижегородской ярмарке. Хрустальный завод был, по сути, одной из визитных карточек династии Мальцовых. После революции предприятие было национализировано. Но и при Советском Союзе Дятьковский Хрустальный завод оставался одним из крупнейших заводов по производству изделий из высокосортного стекла и хрусталя. Так что по истории завода можно читать историю России.

– **Как чувствует себя предприятие сегодня, что и в каких объёмах производит, какими мощностями обладает?**

– Ещё в 2012 году на заводе работало пять тысяч человек. Потом Хрустальный завод долгое время находился на грани банкротства, а невостребованные изделия, которыми были забиты склады, продавались по цене ниже китайского стекла.



Сам хрусталь был не востребован, потому что его делали как можно проще, как можно дешевле и, как следствие, очень плохого качества.

Поэтому, когда было принято решение возродить производство, мы поняли для себя, что самое основное, что у нас есть, – это люди, которые владеют искусством производства хрустальных изделий. Мы сохранили основную костяк специалистов – порядка ста пятидесяти человек. Это, прежде всего, выдувальщики и алмазчики, мастера с отточенными навыками, гарантирующими безупречность качества и высокохудожественный уровень изделий. Именно качество должно было стать нашей самой сильной стороной. А обновлённый завод получился компактным, с оптимальным балансом энергоёмкости и производительности. Мы для себя взяли очень высокую планку – составить конкуренцию ведущим компаниям мира, таким как французские производители хрустала Vassarat, Lalique. Такую задачу перед собой поставили, глобальную.

На тот момент, когда мы только начинали, имидж российского хрустала был весьма подпорчен. Бывало такое, что обращаемся в коммерческий магазин и интересуемся: не хотите ли хрусталём торговать? Да не против, отвечают. Но уточняют: а чей он? Россия, говорим. Тогда вы его лучше и не показывайте нам, вот такое было отношение. Это надо было исправлять.

Понимая, какие большие вложения нужны в модернизацию предприятия, мы

начали производство малыми силами, но на более высоком уровне, стали делать не массовый ширпотреб, а индивидуальные вещи ручной работы. Так появился бренд Avdeev Crystal. И потихоньку, за несколько лет, нам удалось сформировать совершенно другое отношение к нашему бренду. Главное – мы провели масштабную модернизацию производства, запустили новую печь, которая даёт стекломассу безупречного качества. В технологии производства хрустала жёстко соблюдаются все стандарты качества.

Сегодня мы очень много работаем на заказ силами всего 150 человек. Да, предприятие небольшое, оно больше работает на эксклюзивы, поэтому говорить о мощностях и объёмах неуместно. Дело в том, что всё зависит от определённых задач, которые мы решаем. Для корпоративных клиентов – одни задачи, для частных клиентов – другие. Но по-прежнему мы делаем упор на качество. Оно в приоритете.

**– Какова география сбыта изделий?**

– В основном это Россия. Но потихоньку выходим и на международный уровень: например, в Арабские Эмираты. Пока мы только начинаем экспортную торговлю и сейчас готовим новый проект, цель которого – увеличение объёмов производства. К этому мы готовимся уже года полтора-два. Мы понимаем, кто является нашими основными клиентами – это состоятельные люди, которые готовы платить за уникальность и качество. Ну и наконец-то сегодня

**Хрустальный завод в Дятьково – это 240 лет истории России**



## «ХРУСТАЛЬНЫЙ ГОРОД» В ДЯТЬКОВО – УНИКАЛЬНЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ КЛАСТЕР:

-  музей хрусталя, превосходящий по богатству собрания многих музеев мира;
-  хрустальное производство;
-  храм-памятник «Неопалимая Купина» с единственным в мире хрустальным иконостасом;
-  поклонный хрустальный крест;
-  действующий фонтан XVIII века и др.

## Бренд Avdeev Crystal – безупречное качество хрусталя



уже никто не говорит, что российский хрусталь хуже качеством или дизайном. Мы видим устойчивую тенденцию роста имиджа бренда, люди начали воспринимать наши изделия, оценили по достоинству вложенный в них труд. Это очень радует.

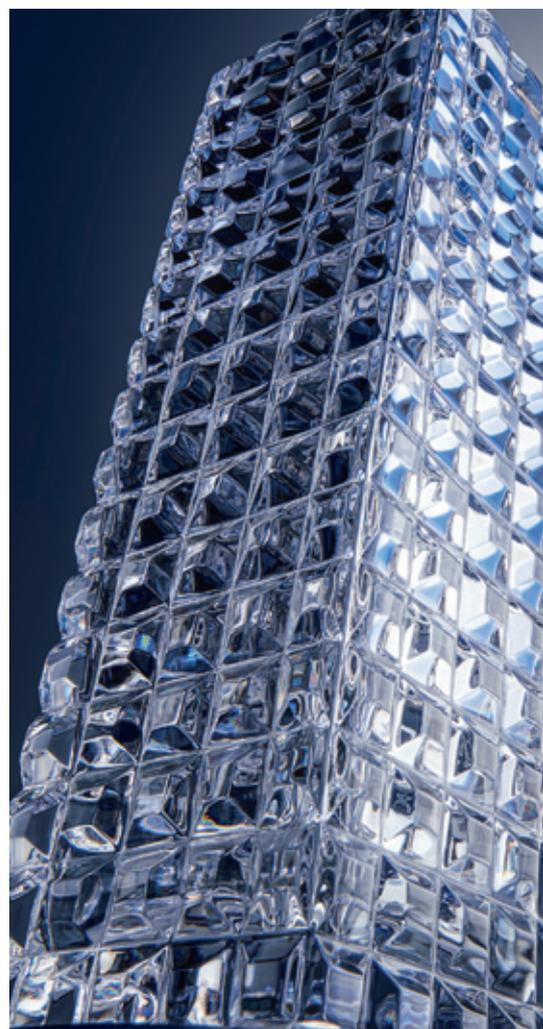
**– Подготовка мастеров, тем более для такого сложного, как у вас, производства, – задача не из лёгких. Где вы берёте специалистов?**

– У себя пока воспитываем. Растим их самостоятельно, прямо на предприятии, опытные мастера передают свои секреты молодым. Но сейчас – при расширении производства – встанет задача привлекать работников со стороны. В регионах есть небольшие компании, в которых ещё остались специалисты нужного нам профиля. Или из той же Белоруссии. Мы для этих целей планируем открыть такой холстел, где людям можно будет жить. Приезжать на две недели, поработать и уехать. Но самое главное – чтобы у них была возможность где-то в комфортных условиях остановиться.

**– Давайте поговорим о таком проекте, как «Хрустальный город». Как появилась сама идея этого проекта?**

– У нас в компании на мебельном производстве работает около трёх тысяч человек. И понимая, что мы сегодня являемся градообразующим предприятием, я вижу свою задачу в том, чтобы город жил, чтобы отсюда люди не уезжали и чтобы у них были хорошие условия не только для работы, но и для отдыха, спорта. Многие возвращаются в Дятьково, потому что видят, насколько их родной город изменился к лучшему. В этом и есть суть идеи. Этот проект – «Хрустальный город» – даёт возможность привлечь сюда ещё больше людей, в том числе, конечно, и туристов. Уже сейчас в Дятьково ежегодно приезжает около 30 тыс. туристов. Когда кластер заработает на полную мощь, желающих полюбоваться на местные достопримечательности, познакомиться с традициями мастеров хрустального дела станет в несколько раз больше.

На сегодня мы уже прошли две стадии реализации проекта, сейчас входим в третью. Уже открыт отель «Третьяков», он находится в старинном здании. Очень достойная получилась реставрация, выполненная с любовью, уважением к прошлому. Теперь там стильно, современно, комфортно. Любой, кто придёт в кафе при отеле или решит поселиться в одном из номеров, получит большое удовольствие. Для меня это вообще знаковое место, я в этом здании учился в начальной школе. Несколько лет я жил в Прибалтике, и больше всего мне там понравилось именно уважительное отношение к историческому наследию. Поэтому, вернувшись в Дятьково, первым делом я приобрёл для реставрации сгоревший, практически утраченный старин-



ный дом. А теперь он – украшение исторического центра города. За последние годы благодаря вниманию губернатора Александра Богомаза нашими общими усилиями сделано очень много. В Дятьково появились современный бассейн и ледовая арена, благоустроены многие общественные пространства.

Мы своими силами построили большой торговый центр на двадцать тысяч квадратных метров, который стал местом притяжения всех жителей окрестных населённых пунктов. И общий охват у нас получается около 400 тыс. человек. Сейчас там у нас два кафе, размещены кинотеатры, детские игровые комнаты, фитнес-центр.

В этом году, если мы, даст Бог, выиграем конкурс, нам будет оказана от Министерства строительства РФ помощь в сумме около 90 млн рублей, чтобы построить Хрустальную площадь. Это будет одно из знаковых мест, скажем так, где люди могут отдыхать, посещать концерты под открытым небом. Согласно проекту, площадь будут обрамлять отреставрированные исторические здания и новый выставочный центр. Он уже практически готов, внутренняя отделка завершена, остался фасад, поскольку я внёс в его дизайн изменения. Теперь он будет открытым, чтобы в вечернее время экспонаты были красиво подсвечены и видны с улицы.

Площадь со временем пополнит список уникальных «хрустальных объектов» нашего города. Здесь запланированы переливные фонтаны, а по периметру установим эксклюзивные светильники из хрустала, которые будут светиться полностью, от самого основания. Их сделают мастера нашего хрустального производства. У нас масса таких идей, задумок, которые мы можем сделать. Пока что мы реставрируем старые здания, которые будут окружать Хрустальную площадь.

**– Чьими силами осуществляется проект, кто выступает в роли подрядчика: местные строительные организации или привлекаются со стороны?**

– Мы очень много сегодня сами инвестируем, а рабочие силы берём у подрядчиков. Это и местные строительные организации, и со стороны, потому что всё невозможно сделать самим. Поэтому где-то мы ведём проекты самостоятельно, выступаем в роли генподрядчика, планируем всё, следим за качеством. А площадь будет на конкурсе, мы за неё не отвечаем, там будет подрядчик, который выиграет тендер.

**– Каким вы видите будущее Хрустального завода? Поделитесь планами.**

– Что касается завода, мы сегодня ведём новый проект, года через полтора мы его осуществим. Это будут совершенно другие объёмы производства, как в настоящем бизнесе. Тогда у нас будут планы не только по дальнейшему развитию предприятия, но и по проекту туристического кластера «Хрустальный город». Это потянет за собой и развитие фирменных магазинов бренда Avdeev Crystal по всей стране. Наша продукция будет представлена в городах-миллионниках, а может, и с населением от полумиллиона и выше. И также мы планируем выходить за рубеж. У нас всё для этого есть.

Кроме того, мы планируем построить офис Хрустального завода. По замыслу, туристы смогут посетить выставочный зал, познакомиться с нашими дизайнерскими разработками, потом осмотрят производство: смотровая площадка, откуда можно видеть все процессы изготовления хрустала, уже действует. И в конце экскурсии гости окажутся в нашем фирменном магазине, где смогут приобрести хрустальную продукцию бренда Avdeev Crystal. Развитие туристического бизнеса – это вклад в развитие экономики региона и создание новых рабочих мест, поэтому мы уделяем ему самое серьёзное внимание.

*Подготовил Вячеслав Колесников*

## ФИРМЕННЫЕ БУТИКИ AVDEEV CRYSTAL

### БУТИК НА ТВЕРСКОЙ

ул. Тверская, д. 6, стр. 1  
Есть бесплатная парковка. Для бронирования места необходимо позвонить в бутик

+74952490574

Ежедневно: 10:00 – 22:00

### ТЦ «ВРЕМЕНА ГОДА»

Корнер Avdeev Crystal – 1-й этаж  
Кутузовский проспект, д. 48  
м. «Славянский бульвар»

+79850316421

Ежедневно: 11:00 – 22:00

### ТЦ «СМОЛЕНСКИЙ ПАССАЖ»

Корнер Avdeev Crystal – 1-й этаж  
Смоленская площадь, д. 3  
м. «Смоленская»

+79803301568

Ежедневно: 11:00 – 22:00

### ФЛАГМАНСКИЙ БУТИК CASA RICCA EXPO

Casa Ricca – 1-й этаж  
Рублёвское шоссе, 52а  
м. «Крылатское»

+79192904219

Ежедневно: 10:00 – 22:00

### ТРК «РИГА МОЛЛ»

Новорижское шоссе, 23-й  
километр, вл. 2, с. 1  
5 км от МКАД

+79107330492

Ежедневно: 10:00 – 22:00

### ФИРМЕННЫЙ БУТИК В ДЯТЬКОВО

Брянская область, г. Дятьково,  
ул. Ленина, 184  
8 (800) 350-96-17

Ежедневно: 9:00 – 19:00

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



В России 2024 год объявлен Годом семьи, и это подчёркивает важность семейных ценностей и традиций. В стране есть множество успешных семейных бизнесов, которые доказывают, что сотрудничество и взаимопомощь близких людей могут привести к успеху. Один из таких примеров – «Дельта-Х», семейный бизнес, созданный в Кисловодске Александром Любкиным в 1992 году. Сегодня на предприятии работает четвёртое поколение семьи, руководит им сын основателя Дмитрий Любкин.



## ФАРФОР «ДЕЛЬТА-Х» ИЗ КИСЛОВОДСКА: «ЛЕПИМ» УЮТ ДЛЯ ДОМА И СОЗДАЁМ НАСТРОЕНИЕ

– Дмитрий, расскажите, с чего началась история вашего предприятия? Почему вы выбрали для себя именно эту нишу?

– У нас семейная компания, которой уже 32 года. Примерно в 1988 году появилось первое пробное изделие. А компания «Дельта-Х» была основана в 1992 году. Основатель и учредитель компании мой отец – Александр Любкин, под его руководством на предприятии трудится уже четвёртое поколение семьи.

За 32 года существования из увлечения одного человека компания превратилась в семейный бизнес, о нас пишут мировые журналы, а продукция не только пользуется спросом у отдыхающих Кавказских Минеральных Вод, но и известна на бескрайних просторах России и востребована во многих странах мира.

А начиналось всё с того, что мой папа – инженер по образованию – Александр Любкин в свободное от основной работы время сажал цветы, выращивал грибы, создавал цветные витражи, выжигал по дереву, отливал изделия из камня и в один прекрасный день решил собрать дома печь для обжига фарфора. И это несмотря на очень непростое для страны время: начало 90-х годов минувшего столетия. Но лиха беда начало, подумал наш Александр Юрьевич и взялся за дело. С этого момента начинается история компании «Дельта-Х».

В первое время Александр Любкин весь технологический процесс по созданию изделий – от литья до готового изделия – выполнял сам. Это сегодня компания располагает восемью печами, а тогда была всего одна маленькая печь для обжига. Когда на изделия появился спрос, в помощь был нанят первый мастер. В дальнейшем сотрудники нанимались по профессиональным навыкам и соответствующему художественному образованию. В расчёт, прежде всего, брались желание заниматься любимым делом, «горящие глаза» творческого человека. Шло время, качество изделий изо дня в день становилось выше; соответственно, увеличивался спрос на изделия, расширялся ассорти-





гали с самого раннего возраста во многих производственных процессах. К тому же в семье о бизнесе говорят и за ужином, и за завтраком – в общем, всё время. Строятся планы, разрабатываются стратегии, решаются проблемы. Так что я просто занял официальный пост, а руководим мы всей семьёй, каждый отвечает за своё направление.

**– Но работают на предприятии не только члены семьи? Что для вас значит коллектив?**

– В настоящее время на предприятии работает 16 человек – в одной цепочке от сырого до надглазурного оформления каждого изделия. Потому что из механической техники на производстве всего лишь фарфоровый барабан для перемешивания фарфоровой массы с водой. А изготовление моделей, гипсовых форм, литьё, оправка, лепнина, глазурование, надглазурный декор – всё это ручной труд.

Мы стараемся нанимать людей с «горящими глазами», которые любят свою работу, а не просто пришли заработать денег. У нас нет текучки кадров. Мы все – одна большая семья, все стараемся развиваться в профессиональном плане и болеем за наше дело, за наши изделия, все вносим свои предложения для улучшения. И, говоря «мы», я имею в виду всех сотрудников нашего предприятия, где каждый имеет возможность самовыражения.

При этом мы стараемся найти индивидуальный подход к каждому сотруднику. Не обижаем сотрудников в зарплате. У нас чётко прописано: кто, за что и

сколько получает. Чем больше сделал, тем больше получил. Естественно, у сотрудников есть трудовые обязательства, они всегда помнят об этом, стараются и никогда не подводят.

Несколько человек работают здесь более 20 лет. Все сотрудники – люди творческие, настоящие профессионалы своего дела, и даже период пандемии не сломил их волю.

**– Кстати, как ваше предприятие пережило это нелёгкое время?**

– Пандемия на какое-то время приостановила наш бизнес, но вместе с тем кризис заставил нас задуматься над поиском путей дальнейшего развития. В частности, отсутствие покупателей показало, что пришло время реализовать планы об онлайн-торговле, которые вынашивались несколько лет, но заняться этим вопросом всё не хватало времени. Плюс в период пандемии сотрудники «Дельта-Х» освоили новую фарфоровую массу «Париан», из которой орхидеи, сирень, ландыши получаются почти живыми. Начали также производить костяной фарфор.

Результатом проделанной работы стал рост выпуска изделий в 2021 году более чем в четыре раза. География поставок продукции охватила территории от Калининграда до Камчатки, а также страны СНГ, Европы и Америки.

мент.

**– Какие изделия сегодня выпускает ваша компания?**

– «Дельта-Х» производит авторский фарфор признанного художественного достоинства федерального значения и является членом Ассоциации «Народные художественные промыслы России». Мы производим шахматы, электрические самовары, светильники, вазы, чайные, кофейные сервизы и многое другое. Визитной карточкой предприятия являются лепка цветов и ручная роспись.

Хочу отметить, что наша продукция хранит тепло рук, и, наверное, именно этой энергетикой притягивает покупателей.

Все покупатели и заказчики знают, что главная особенность нашего производства заключается в том, что все фарфоровые изделия выполняются вручную. Первоначально предприятие выпускало подарочные вазы, шкатулки, конфетницы, декорированные лепными цветочными композициями; позже ассортимент расширился, усложнились формы изделий, стали использоваться новые техники декорирования.

Сегодня «Дельта-Х» выпускает ежегодно от 3 до 7 тыс. единиц продукции.

**– Было ли предпринимательство вашей детской мечтой или вы пришли к этому постепенно?**

– Сначала я решил попробовать свои силы в той области, где получил образование, но вскоре понял, что семейный бизнес привлекает меня больше.

Тем более что мы с детства участвовали в жизни предприятия, посильно помо-



**«Дельта-Х»**

**производит шахматы, электрические самовары, светильники, вазы, чайные, кофейные сервизы и многое другое. Визитной карточкой предприятия являются лепка цветов и ручная роспись.**

**– Кто является основным покупателем и как часто «выходите в мир»?**

– Основными покупателями фарфоровых работ являются оптовые компании, на них приходится 80% всех продаж. Мы также часто изготавливаем изделия на заказ, по желанию клиентов изделия оформляются портретами, репродукциями известных картин, семейной геральдикой и символикой компаний. Частные заказчики, соответственно, обеспечивают 20% продаж.

Сейчас мы активно развиваем направление опта, так как в планах – выход на зарубежные рынки. В 2021 году впервые разместились на международной платформе Etsy, ориентированной на покупателей из Европы и США.

О том, сколько составит доля продаж на онлайн-площадках, пока не готовы ответить. Надо посмотреть, как это будет начинаться, очень важно продумать логистику, так как изделия хрупкие, и время производства у нас ограничено. Интерес со стороны зарубежных покупателей есть давно. Изделия по заказу отправлялись в Азербайджан, Казахстан, Латвию, Англию, Канаду, США. Мы рассчитываем сделать поставки в другие страны более регулярными. В планах – выход на рынки Ирана и Китая.

**– Как вы решаете вопросы продвижения продукции компании, помимо работы с маркетплейсами?**

– С целью расширения и реализации географии изделий компания «Дельта-Х» активно участвует в художественных выставках в России. Мы являемся лауреатами всероссийской программы-конкурса «100 лучших товаров России», «Покупайте российское», премии «Семья России» в номинации «Семья года». Продукция предприятия удостоена Золотого Знака каче-

ства XXI века на международной выставке «Всемирная марка», а сам завод награждён дипломом «Лидер качества Ставрополя», «Золотой Меркурий» и многими другими наградами. С 2010 года продукция ООО «Дельта-Х» относится к изделиям народных художественных промыслов признанного художественного достоинства федерального значения.

**– Какова ценовая политика вашей компании?**

– Стоимость изделий, в зависимости от сложности работы, варьируется от 1 тыс. рублей до 300 тыс. рублей. Средний чек составляет 50-150 тыс. рублей. Чем больше мы тратим времени и ресурсов на изготовление изделий, тем, естественно, выше цена. Самое дорогое проданное изделие – шахматы стоимостью около 700 тыс. рублей. Размер мраморной доски составил 65 на 65 см. А сами шахматные фигуры выполнены из фарфора, с надглазурной росписью и росписью препаратом жидкого золота, платины. Заказчик также приобрёл эксклюзивный футляр для

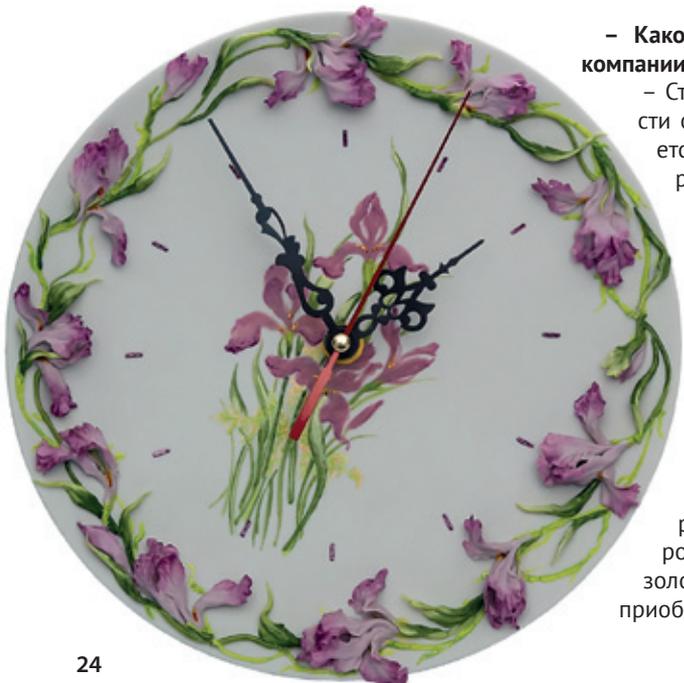
хранения фигур - это само по себе произведение искусства, которое также может быть изготовлено на заказ.

**– В наши дни мы наблюдаем жёсткую конкуренцию во всех отраслях экономики. Как вы относитесь к конкуренции?**

– К конкуренции мы относимся положительно, считаем, что она помогает не стоять на месте, развиваться и двигаться вперёд.

**– Как отразилось влияние санкционных мер в отношении России на работе компании?**

– Основу нашего производственного цикла составляет сырьё из Германии и Англии. Только эти фарфоровые массы позволяют лепить такие живые и красочные цветочные композиции на наших вазах, часах, панно и сувенирной продукции. Только на них можно добиться такой белизны изделий. К сожалению, на территории России нет производств фарфоровых масс европейского уровня – заменить их нечем. А российские комплектующие мы используем для наших фарфоровых самоваров, светильников, чайников – это обязательное условие для сертификации на территории ЕАЭС. Да, стало дороже и сложнее закупать зарубежное сырьё и до-





## «Дельта-Х»

выпускает ежегодно  
от 3 до 7 тыс.  
единиц продукции

это творчество. Когда видишь результат своего труда, это ещё больше вдохновляет, и, сам того не замечая, ещё больше отдаёшься работе-творчеству.

**– Какие цели сегодня стоят перед вашей командой? Каким вы видите дальнейший вектор развития?**

– Планов очень много; и работы – тоже. Будем стараться и расширяться. На достигнутом точно останавливаться не собираемся. В ближайших планах «Дельта-Х» – расширение производства в технологическом плане, привлечение к творческой работе на предприятии молодого поколения художников, поиск талантов и обучение их работе с фарфором. И конечно, дальнейшая популяризация бренда компании с последующим выходом на новые рынки и освоением новых каналов продаж.

Будем и дальше совершенствовать свой продукт, улучшать его качество, создавать новые изделия и разнообразное оформление для них. В планах – выйти на новые рынки, расширять предприятие и продолжать развивать свой бренд. Любовь к своему делу помогает нам развиваться, расти и собирать команду увлечённых и любящих свою профессию людей. Мы с уверенностью можем сказать, что мы «лепим» уют для дома и создаём настроение!

*Подготовила Разиля Салаватова*

ставлять его на производство. В сложившейся ситуации мы, естественно, стали пробовать сырьё других производителей. В настоящий момент у нас частично используется китайское и корейское сырьё. Очень надеюсь, что в скором будущем на российских рынках появятся свои фарфоровые массы, не уступающие по качеству зарубежным.

**– Расскажите, что вдохновляет вас на разработки новых идей, где черпаете вдохновение?**

– Мы живём и работаем в очень живописном и уникальном регионе. Поэтому черпать вдохновение можем на каждом шагу. Начиная от камней (несколько форм так и называются «Камень» и «Камень Кавказа»), заканчивая пейзажами, флорой и фауной, которые нас окружают. Если ты любишь своё дело, то и думаешь о нём круглосуточно, идеи могут прийти даже во сне. Или смотришь на что-то, что привлекло твоё внимание, и думаешь, как бы эту вещь доработать, чего в ней не хватает, как её можно использовать. Вдохновение можно черпать и в путешествиях по горам, где, наблюдая за их красотой и величием, великолепными пейзажами, нарисованными самой природой, удаётся расслабиться. Именно в эти мо-

менты сама природа подсказывает новые идеи, которые впоследствии переносятся на фарфор.

В разработке новых изделий и новых видов оформления принимает участие весь коллектив «Дельта-Х».

**– Что вам больше всего нравится в вашей работе?**

– А вы знаете, я не чувствую, что я работаю. Потому что работа для меня –





**Т**олько представьте, что у вас дома или в офисе есть не просто интересный предмет интерьера, а фрагмент величия, вещь, имеющая уникальный дизайн, выполненная в единственном экземпляре, или настоящий исторический артефакт. Приобрести эти невероятные изделия и экспонаты в подарок себе или близким вполне реально, и таких предметов у компании Regards более трёх тысяч! Компания занимается продажей самых разных подарков премиум-класса, относящихся к искусству, игровой тематике, электронике, мебели, часам, ювелирным изделиям, аксессуарам и многому другому. Каждая вещь не имеет аналогов, изготавливается в единственном экземпляре или небольшими сериями. Среди восхищённых обладателей этих предметов – уже множество знаменитостей: первых лиц государств различных стран, политиков, бизнесменов мирового уровня, людей искусства и спортсменов! О том, как создавался уникальный в своём роде проект, его специфике, эксклюзивности и мастерах, производящих удивительные предметы, уже вошедшие в историю, мы поговорили с основателем компании Александром Городецким.

# Элитные подарки

## REGARDS:

### ПРЕДМЕТЫ, КОТОРЫМ НЕТ АНАЛОГОВ!

– Александр Геннадьевич, Regards – компания, объединяющая мастеров, создающих уникальные предметы и аксессуары, которые удивляют. Вы основатель и владелец поистине уникальной компании элитных подарков! Этим вещам нет аналогов в мире, они само совершенство! Расскажите читателям Russian Business Guide о том, как вы пришли к идее столь неординарного проекта?

– В начале пути, конечно, у нас не было такого разнообразного и уникального ассортимента изделий. Были более простые и уже известные товары на рынке. Однако мне хотелось сделать свою компанию непохожей на тех игроков, которые есть на рынке. В то время данная ниша выглядела достаточно консервативно, а хотелось чего-то необыкновенного, премиального, современного.

Я отталкивался от идеи, связанной с тем, что у людей с высоким уровнем дохода сильно развито чувство эстетики, особенно у тех, кто много путешествует. Именно на эту целевую аудиторию и рассчитывал, поставив перед собой задачу – собрать ассортимент, который действительно удивит искушённых клиентов.

Сейчас мы предлагаем уникальные товары, недоступные в обычных магазинах. Вся продукция является искусством, лимитированной серией, созданной с особым вниманием к деталям, что делает каждую покупку особенной и неповторимой. Наше преимущество – в сочетании мастерства ручной работы и передовых технологий, а также в обеспечении высоких стандартов качества и современного дизайна.

– Какой философии вы придерживаетесь в работе?

– Главной философией является стремление к совершенству и качеству во всём, что предлагает компания Regards. Мы тщательно подходим к выбору материалов и дизайна, чтобы создавать подарки класса премиум, которые будут радовать клиентов и оставлять неповторимые впечатления.

Верим, что дарение подарков – это не только проявление внимания и заботы, но и мощный стимулятор для эмоционального состояния. Сам процесс вручения подарков не только приносит радость в момент дарения, но и имеет долгосрочные психологические выгоды, связанные с выделением гормона счастья.

Научные исследования доказывают, что дарение подарков может стимулировать выработку гормона окситоцина в организме человека. Окситоцин называют гормоном любви или гормоном доверия, он играет ключевую роль в регулировании настроения и социального поведения человека.

Когда мы дарим подарок, особенно если это делается от сердца и с искренним желанием порадовать другого человека, то уровень окситоцина в нашем организме повышается, что приводит к улучшению психологического состояния, снижению уровня стресса.

Несколько исследований подтверждают связь между дарением подарков и уровнем счастья у людей, например:

- исследование, проведённое в Университете Британской Колумбии, показало, что люди, которые тратят больше денег



на подарки для других, сообщают о более высоком уровне счастья и удовлетворённости жизнью;

- опрос, проведённый Gallup, выявил, что люди, которые проводят больше времени в поиске и выборе подарков для других, чувствуют себя счастливее и испытывают радость;

- согласно исследованию, опубликованному в журнале Science, дарение подарков активизирует определённые области мозга, связанные с удовольствием и удовлетворением. И таких примеров множество!

**– Ваша область относится к высококонкурентной, за рынок сражаются не только проекты, подобные вашему, но и мировые бренды, производящие дорогие изделия, которые люди с высоким уровнем дохода приобретают своим друзьям, близким, партнёрам в качестве подарков. За счёт каких инструментов вы остаётесь «на плаву»? Какой бизнес-стратегии придерживаетесь?**

– Безусловно, конкуренты присутствуют, но и рынок разделён на различные сегменты: ценовые категории, дизайн и формат подарков.

Мы существенно отличаемся благодаря ассортименту. Некоторые изделия мы сами разрабатываем и производим, также у нас есть партнёры и закрытые мануфактуры, чьи изделия мы реализуем. Если изделие не нашего производства, а партнёра, то у нас есть принцип единой цены, то есть мы продаём по стоимости производителя. Мы не стремимся к созданию огромных товарных матриц с 40 000 позиций, вместо этого наша стратегия нацелена на создание небольшого ассортимента в размере от 3000 до 4000 вариантов, где каждый из них является эксклюзивным. Скажу честно, что мы отказываем в партнёрстве чаще, чем принимаем запросы на сотрудничество, так как тщательно подходим к выбору изделий и исполнителей.

**– Расскажите подробнее о количестве мастерских, их направленности и технологиях работы. Как организовано производство этих эксклюзивных вещей? Кто ваши партнёры?**

– Дело в том, что наша модель работы несколько отличается от стандартной. Мы сотрудничаем с мануфактурами-партнёрами, предлагающими свои собственные линейки изделий. Кроме того, у нас есть закрытые мануфактуры, чьи работы не публикуются и доступны только по запросу. Это очень дорогие вещи в единственном экземпляре.

Бывает, что к нам обращаются с запросами на поиск определённого товара с высокой стоимостью, и благодаря нашей репутации и опыту мы легко можем найти и доставить его клиенту. У нас обширная



сеть контактов – и не только в России, по всему миру; и мы можем доставить конкретный предмет до двери клиента.

Что касается бизнес-партнёров, то среди них есть производитель, который известен на весь мир своими кастомными аксессуарами, и это российская компания. Есть и мануфактуры, чьи работы были представлены в Лувре в Париже. Они получили высокую оценку, но самое интересное – это единственная отечественная мануфактура, которая была представлена на таком уровне.

На нашем сайте можно встретить множество изделий, которым нет аналогов в мире, мы постоянно ищем новые тенденции, вдохновение для создания прекрасного, и нашим российским мастерам есть чем удивить аудиторию даже на международной арене.

Среди товаров присутствуют поистине уникальные экспонаты: это дорогие предметы для интерьера или вещи известных людей – к примеру, рисунок с автографом Николая Гоголя, ноты с подписью Пет-

ра Чайковского, рукопись Наполеона I и тому подобное.

Ещё мы предлагаем различные услуги, ведь подарить можно не только вещь, но и самые невероятные впечатления. В том числе, получить поздравление с МКС или именное подписание футболки Лионелем Месси, поздравление от Роя Джонса или Анатолия Карпова; у нас очень много разных направлений, каждый найдёт для себя что-то уникальное и неповторимое.

**– Насколько сложно в условиях экономического кризиса последних лет поддерживать столь высокий уровень работы компании? Были ли препятствия на вашем пути?**

– Действительно, в определённый момент и у нас возникли сложности, особенно в области логистики. Ранее наша доставка по всему миру была быстрой, но теперь сроки увеличились. Мы заметили сокращение числа иностранных покупателей из Европы, США и других стран. Однако спрос на подарки в России, Казахстане, Беларуси и некоторых других странах остаётся значительным. Также мы видим увеличение продаж в арабские страны и Китай.

Если взглянуть на структуру продаж компании, то около 30% покупателей приобретает вещи Regards для себя. Например, большой популярностью пользуются уникальная игровая тематика, включающая в себя нарды, шахматы и домино в различных стилях, а также картины, которыми наши клиенты украшают свой интерьер. Среди клиентов компании есть состоятельные люди, любящие коллекционирование уникальных предметов, они считают важным инвестировать средства в эти предметы, ожидая со временем их роста в цене. Для других покупателей важно иметь вещи, которые могли бы стать наследием и передавались бы из поколе-





ния в поколение, сохраняя и приумножая семейные традиции и ценности.

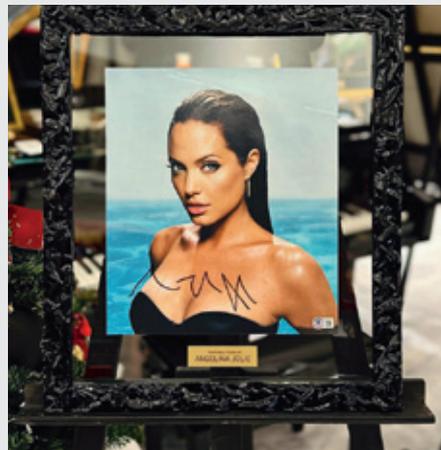
В целом мне кажется, что кризис не сильно изменил наш рынок – скорее, поменялись предпочтения в дизайне и материалах.

**– Наверняка из всего изобилия направлений, в которых работает Regards, есть вещи, к которым вы питаете особую любовь... Какие товары вас вдохновляют?**

– На самом деле непростой вопрос, мне нравится всё, что у нас представлено, однако расскажу о некоторых товарах чуть подробнее.

У нас в ассортименте есть различные панно, созданные из янтара возрастом 40-55 миллионов лет и дерева редких пород, таких как морёный дуб, его возраст датируется от 2000 до 4000 лет. Ещё его называют «чёрным золотом». Есть изделия, созданные из карельской берёзы, тинео или королевского ореха. Уникальные панно собираются вручную, иногда число фрагментов достигает 11 000 мельчайших деталей. Качество подобных вещей сравнимо с музейными экспонатами, и они, безусловно, уникальны, не имеют аналогов. Работы данной мануфактуры признаны ценными и представлены в музеях Калининграда, Мюнхена, Нью-Йорка, Санкт-Петербурга, Парижа и других городов мира.

Есть артефакты возрастом несколько миллионов лет. Только представьте, как такие вещи будут выглядеть в интерьере! Например, зубы мегалодона или уникальные растения, метеориты, моллюски, вымершие виды рыб и рептилий – они абсолютно



точно создадут неповторимый стиль и атмосферу в доме или офисе.

Не могу не рассказать про ещё одно интересное направление – персональные вещи знаменитых людей с их автографами. Например, футболка с надписью Криштиану Роналду или перчатка с автографом Майка Тайсона, письмо Владимира Маяковского, эксклюзивный выпуск журнала TIME с автографом Мухаммеда Али, займ Натана Майера Ротшильда, связанный с Российской империей.

Мы также создаём и аксессуары для гаджетов. Это своего рода кастомизация аксессуаров в уникальном дизайне. Работы просто восхитительны, и их нужно видеть своими глазами, словами не передать! Всё перечисленное – далеко не полный список уникальных предметов, о которых можно довольно долго беседовать...

**– Было бы интересно узнать о том, кто из знаменитых людей уже является владельцами уникальных изделий.**

– У нас обширный список клиентов, включающий в себя известных личностей, которые приобрели не один и не два, а значительно большее количество наших товаров. Среди клиентов компании вы узнаете руководителей мировых корпораций, успешных бизнесменов и даже высших должностных лиц различных государств! Наши мастера выполняли заказы для публичных людей, чьё имя широко известно, но их заказы обычно оформляются в рамках договора о конфиденциальности.

В нашем арсенале имеются и персонализированные изделия, о которых мы также не можем раскрывать информацию. Мы рады, что наши мастера создавали изделия таким людям, как Илон Маск – основатель компаний SpaceX и Tesla, – для него мы изготавливали кастомный телефон. Среди клиентов есть премьер-министр Объединённых Арабских Эмиратов Мохаммед ибн Рашид ибн Саид Аль Мактум, популярный чемпион UFC Конор Макгрегор, американский музыкант и режиссёр Фред Дёрст, наиболее известный как основатель и вокалист группы Limp Bizkit. В числе российских клиентов Regards также имеется множество известных звёзд шоу-бизнеса, бизнесменов и политиков.

**– Уверена, что товары Regards не раз завоёвывали множество наград! Поде-**



**литесь информацией о ваших победах и признании.**

– У нас представлены изделия, уникальность которых навсегда останется в истории – например, некоторые из них:

- лучший люксовый телефон по версии Mail.ru;
- 2018 г. – первый телефон с турбийоном, механизм CVR ELT3350A Tourbillon с ручным заводом.
- 2021 г. – самый высокий кальян Burj Khalifa (2,06 метра) стоимостью 210 млн руб.;
- 2021 г. – iPhone 13 Pro с зубом тиранозавра;
- 2022 г. – самый дорогой iPhone 14 Pro Max в мире, стоимостью 36 млн руб., украшенный алмазной подвеской Graff и 510 бриллиантами.

**– Как вы считаете, что делает Regards успешным? Какой стратегии вы придерживаетесь в развитии? Каковы ваши дальнейшие планы?**

– Мы первые в России, а может, и в мире, кто сумел начать продавать дорогие товары и подарки в формате онлайн и до двери клиента. Бизнес-модель заключалась в сохранении единой цены с производителями. Я искал похожую модель работы у иностранных компаний, но не смог найти.

В начале пути я понимал, что сразу переходить на уровень суперпремиальных товаров, где у нас будут большие затраты, тяжело. Нужно было завоевать доверие аудитории, достичь некой намотренности, что мы и делали постепенно, этапами, меняя товарную линейку.

В период пандемии COVID-19 я основательно пересмотрел стратегию развития бизнеса, параллельно продавая всё, что



было на тот момент самым дорогим. В этот период мы сработали в плюс. Все конкуренты отключили рекламу, мы – нет. Показатели эффективности интернет-рекламы были довольно хорошими в сложившейся ситуации. Все заказы доставляли до двери. Этот период стал ключевым в постановке новых целей.

Сейчас мы довольно известные в нашей нише, что, безусловно, радует. В перспективе хотели бы охватить рынок и в офлайн-формате, но не в стандартном видении. На сегодняшний момент есть много вопросов, требующих детальной проработки. Мы понимаем тенденции и хотим увеличить производство уникальных товаров, производимых лимитированными сериями, идей довольно много. Наш проект даёт не только возможность созерцать и приобретать красивые вещи, но и расширять кругозор. В наших ближайших планах – запуск шоурума в Дубае, нам нравится этот рынок; и нам есть чем удивить аудиторию! Впереди много интересной работы!



Отсканируйте, чтобы перейти на сайт

Беседовала Дарья Бакарина

# АЛЕКСАНДР КИСЕЛЕВСКИЙ, Bidspirit: «Мы являемся центром всей аукционной российской арены»



Более **3600**  
аукционных  
домов разных  
стран использует  
платформу  
Bidspirit

Уже 12 лет Bidspirit успешно развивает российский аукционный рынок. Президент и совладелец глобального агрегатора российских и мировых аукционов Bidspirit Александр Киселевский рассказал нашему изданию о тенденциях в аукционном бизнесе, наиболее востребованных услугах и перспективах рынка в целом.

– Александр, расскажите, что сегодня собой представляет платформа Bidspirit?

– Сегодня платформа Bidspirit, как, впрочем, и 12 лет назад, представляет собой глобальный агрегатор аукционов, работающий по всему миру. Более 3600 аукционных домов разных стран использует платформу Bidspirit для рекламы и проведения своих аукционов.

Изначально платформа давала возможность аукционному дому, стандартно проводящему свои аукционы офлайн, в закрытом ограниченном пространстве, синхронизировать происходящее в зале с бесконечным пространством интернета. Таким образом, аукцион уже не ограничивался несколькими десятками участников, пришедших в зал, а давал возможность для участия из любой точки земного шара. Некоторые наши клиенты участвуют в аукционах даже во время полёта в своих личных самолётах.

Со временем порталом заинтересовались антикварные салоны, галереи, магазины, специализирующиеся на продаже коллекционных товаров, и Bidspirit дала



им возможность развития своего аукционного бизнеса как дополнительного канала продаж. Очень скоро для многих наших клиентов этот дополнительный канал превратился в основной. Гораздо интереснее, азартнее и в большинстве случаев выгоднее приобретать предметы в ходе онлайн-аукциона, не посещая физическое пространство галереи или магазина. Таким образом, многие аукционы стали проходить не только в гибридном режиме (офлайн плюс онлайн), но и полностью в онлайн-режиме.

**– Расскажите подробнее, как проходит онлайн-аукцион?**

– Говоря об онлайн-аукционе, мы подразумеваем торги в реальном времени. В определённый день в назначенный час игроки собираются за экранами своих устройств – от смартфона до телевизора – и становятся активными участниками аукциона. При этом интерфейс Bidspirit устроен так, что участник сразу же визуальнo и психологически погружается в атмосферу торгов. Все создатели и сотрудники Bidspirit – это ИТ-специалисты со стажем в десятки лет. Их колоссальный опыт и знания были заложены в основу платформы, ведь этот бизнес – это не просто красивые и дорогие предметы, аукционист с молоточком, антураж и эпатаж. Чтобы в торгах могли комфортно участвовать сотни удалённых участников, система должна осуществлять алгоритмы real-time,

когда поддерживается гарантированный уровень реагирования устройства в течение миллисекунд или микросекунд на каждое событие с моментальным ответом на него.

Сегодня набор инструментов Bidspirit не просто позволяет осуществить лёгкий выход аукционного дома на аукционную арену, но и предоставляет своим клиентам полный функционал для ведения и контроля их бизнеса: от складского учёта до систем бухгалтерского и транспортного контроля.

Кроме того, сотрудники Bidspirit круглосуточно отслеживают подозрительные транзакции, чтобы минимизировать риски наших клиентов – аукционных домов, которые иногда сталкиваются с недобросовестными покупателями.

Вообще, отдыхаем мы мало, функционал платформы постоянно обновляется и расширяется, хотя это не всегда заметно нашим клиентам. Bidspirit работает надёжно и точно, как швейцарские часы. За 12 лет мы не «завалили» ни одного аукциона. При этом для статистики: на российском портале Bidspirit проходит в среднем 100 аукционов в месяц. Технологий с таким уровнем отказоустойчивости на рынке очень мало.

В итоге мы выполнили наше обещание рынку: привлечь для аукционных домов, магазинов, галерей тысячи новых участников из интернета. И онлайн-аукционы на платформе Bidspirit оказались





## На российском портале Bidspirit проходит в среднем **100** аукционов в месяц

настолько эффективны, функциональны и удобны, что мы практически полностью увели участников из аукционных залов, за что в какой-то момент нас даже назвали «троянским конём». Но «троянский конь» оказался не ловушкой, а подарком: разработанный нашими специалистами инструмент проведения онлайн-торгов спас антикварный и коллекционный рынок в период пандемии коронавируса, когда проведение онлайн-торгов было невозможным.

**– Александр, какие тенденции в российском аукционном бизнесе вы наблюдаете в последние годы?**

– В годы пандемии, как я уже сказал, практически весь аукционный бизнес ушёл в онлайн, причём это была абсолютно интернациональная тенденция. Даже такие гегемоны, как Сотбис и Кристис, начали проводить свои аукционы в онлайн-режиме. Разумеется, то же самое случилось и в России. За годы пандемии аудитория онлайн-участников аукционов в России удвоила своё количество. То же самое произошло и с галереями, магазинами, антикварными салонами, т. к. мы перестали физически их посещать, они перешли в систему онлайн-аукционов на Bidspirit.

Разумеется, на аукционный российский бизнес влияет и современная геополитическая ситуация. Вот уже больше двух лет российский аукционный и антикварный рынок замкнут в самом себе. Западные партнёры не допускают участия российских граждан в своих аукционах; соответственно, приток материала для российского рынка резко сократился.

Но есть и много положительных моментов. Начали раскрываться закрытые с 2010-х годов «закрома». На аукционном рынке стали появляться шедевры, которые ждали повышения своей стоимости уже более 10 лет, томясь в хранилищах анти-

кваров и галеристов. Когда стало понятно, что нужно жить сегодняшним днём, внутренний рынок удивил сам себя, и вдруг на аукционах появились шедевры Айвазовского, Шишкина и Поленова. Полотна Коровина по стоимости продаж обошли рекорды на известнейших мировых аукционах. Разумеется, эта ситуация дала толчок развитию и появлению новых аукционных домов, которые, благодаря Bidspirit, очень плавно зашли на уже устоявшийся российский рынок.

**– Какие преимущества вы можете отметить у российского аукционного рынка сегодня?**

– Пожалуй, главным преимуществом российского рынка, конечно, является присутствие Bidspirit. Это шутка, но, как мы знаем, в каждой шутке всегда есть доля правды.

Bidspirit была и остаётся единственной профессиональной мировой платформой (а таких сегодня в мире шесть), плотно сотрудничающей с Россией. Более того, Россия является любимым регионом Bidspirit, связано это, прежде всего, с тем, что у меня российские корни и я искренне люблю Россию. В своё время я, как президент компании, настоял на том, чтобы после успешного запуска в Израиле Bidspirit была масштабирована в Россию. Сегодня трудно представить, как оно тогда было без Bidspirit. Не без гордости могу сказать, что Bidspirit вот уже 12 лет успешно развивает российский аукционный рынок, мы являемся центром и связующим звеном всей аукционной российской арены. И сегодня у каждой новой аукционной площадки есть преимущество плавного выхода на эту арену с помощью Bidspirit, основанной на многолетнем опыте развития рынка.

**– Мир меняется ежедневно. Многие сферы прочно уходят в онлайн. Как вы считаете, какие технологии и инновации в**

**области аукционного бизнеса могут изменить отрасль в ближайшем будущем?**

– Волею судьбы я ещё и провожу в России, как приглашённый аукционист, наибольшее количество аукционов. Часть из них – очно в зале, часть – онлайн. Так вот: самый успешный на сегодняшний день в России аукционный дом «Литфонд» предложил сделать мою говорящую голограмму – на тот случай, если меня не станет. Ну, времена такие. Это, конечно, шутка, но идея интересная. Кстати, на Bidspirit в формате автоматического онлайн-аукциона есть фигура классического аукциониста, который выдаёт сообщения о ставках, подбадривает онлайн-участников и бьёт молоточком.

В 2020 году Нобелевскую премию по экономике вручили Полу Милгрому и Роберту Уилсону за разработку теории аукционов, которая позволяет выигрывать лот с наибольшей выгодой. То есть аукционная тема привлекает не только разработчиков типа Bidspirit, но и серьёзных экономистов-теоретиков. Таким образом, возможно, в недалёком будущем ставки за нас будет делать искусственный интеллект, оптимизирующий эффективность покупки.

Кроме того, конечно, появятся аукционные интерфейсы в пространстве дополненной виртуальной реальности, которые ещё больше приблизят нас к реальной атмосфере зала, где можно будет до шедевра дотронуться рукой и потом быть выведенным из этого зала виртуальным охранником. Ну и можно будет виртуально покрывать «Хамы, хамы!»

**– А какие категории товаров или услуг наиболее востребованы на российских аукционах сегодня?**

– Мы не зря считаемся самой читающей нацией, количество участников на аукционах антикварной книги исчисляется тысячами. Цены на прижизненные издания наших классиков permanently растут. Мы говорим с вами о десятках миллионов рублей.

Если говорить о топовых лотах, то первые имена в живописи – это Айвазовский, Поленов, Шишкин, авангард, но все только с самой серьёзной экспертизой, иначе не продать, это уже многие десятки миллионов.

В русской нумизматике это один из самых редких и таинственных раритетов – пробные серебряные монеты 1845 г. с портретом императора Николая I. Автор – знаменитый художник-медальер Яков Рейхель. Недавно одна такая монета разыгрывалась в аукционном доме «Редкие монеты».

Филателия – это отдельная категория. Профиль типичного коллекционера: мужчина старше 60 лет. Мы все собирали марки в детстве, но даже не могли представить, что некоторые из них могут стоить сегодня миллионы рублей.

**– Каково ваше видение будущего российского аукционного рынка через 5-10 лет?**

– Трудно предсказать. С приходом Bidspirit аукционные торги перестали быть развлечением элит. Наша платформа во многом демократизировала подход к аукционам, ведь раньше, кроме небольшой группы из нескольких десятков человек, запершихся в зале, никто про аукционы не знал. Сегодня уже трудно представить массовое возвращение в аукционные залы.

Ехать к 19:00 в центр Москвы по пробкам, провести три часа на торгах и не дай бог не выиграть – и опять по пробкам домой.

Поэтому сегодня участник торгов сидит в удобной обстановке за экраном ноутбука, смартфона или телевизора, с бокалом вина, занимается своими делами в ожидании своего лота. Кроме того, торги стали прозрачнее. Рынок вышел из чёрно-серой зоны в серо-белую. Мы на правильном пути. Чуть-чуть поддержки в законодательстве, чуть-чуть изменений к лучшему в геополитике, и российский рынок будет если не в авангарде, всё-таки европейцы занимаются этим бизнесом почти 300 лет, то на пути к авангарду.

**– Как вы считаете, какие стратегические партнёрства могут быть полезными для дальнейшего развития вашего бизнеса?**

– Стратегические партнёрства всегда полезны. Нужно отдавать себе отчёт в том, что международный агрегатор Bidspirit является абсолютно независимой платформой, не аффилированной ни с одним аукционным домом, не владеющей ни одним аукционом, не имеющей отношения к экспертным организациям или выставочной деятельности. Отчасти в этом и секрет успеха Bidspirit. Мы не конкурируем с аукционными домами или антикварами, не говорим им, как вести их бизнес, не даём преимущества тем или другим, мы только помогаем всем. Таким образом, мы не мо-

жем сотрудничать с участниками рынка, так как возникнет конфликт интересов, и фактически мы дадим партнёру преимущество перед другим нашим клиентом.

Независимость и безопасность информации наших клиентов, будь то аукционный дом или покупатель, – это главные принципы ведения бизнеса Bidspirit. Поэтому партнёрство, которое может поставить под сомнения эти постулаты, невозможно представить.

Не секрет, что примерно раз в год на рынке вдруг появляется «нечто», что называет себя конкурентом Bidspirit. Начинается всё всегда помпезно: пресс-конференции, банкеты, громкие статьи в СМИ. В какой-то момент оказывается, что это «нечто» принадлежит либо какому-то аукционному дому, либо организации, атрибутирующей предметы для рынка, либо ещё какому-либо участнику рынка. Технически такие решения нежизнеспособны, т. к. написаны «на коленках» каким-то наёмным программистом или куплены у стороннего производителя, то есть, в отличие от Bidspirit, не могут обеспечить быстрое и постоянное техническое сопровождение, высокотехнологичную поддержку. Так или иначе, доверия рынка к таким «недопродуктам» нет.

Поэтому Bidspirit развивает партнёрские отношения исключительно с ИТ-компаниями, которые обогащают функционал.

**– Александр, какие преимущества представляет ваша компания партнёрам и клиентам на рынке аукционов?**

– Самые главные преимущества – это технологическое превосходство перед теми участниками рынка, которые используют разнообразные самописные или непрофессиональные системы торгов. Мы разрабатываем и внедряем функционал на основе опыта более 3600 клиентов



по всему миру. Bidspirit поддерживается 24 часа в сутки профессиональными инженерами. Нет такой технологической проблемы, которую мы не можем решить.

Но главное преимущество заключается в том, что новый аукционный дом получает все возможности для плавного выхода на рынок, даже если у организаторов нет никакого предыдущего опыта в проведении аукционов.

Каждый новый аукционный дом, регистрируя участника, который приходит к нему на торги от Bidspirit, получает не просто контактные данные, а досье о предыдущем его участии в аукционах. Эта информация помогает аукционному дому решить, как поступить с новым клиентом: либо зарегистрировать, либо ограничить определённой суммой на первый аукцион, либо вообще заблокировать. В Европе и США мы также проверяем и кредитную историю участника. В России эта опция пока не работает.

Если у вас востребованный товар, конкурентоспособные цены и серьёзное желание заниматься аукционным бизнесом, Bidspirit обеспечит вам успех.

**– Какие социальные или экологические инициативы присутствуют в деятельности вашей компании и какие планы на будущее есть в этом направлении?**

– Мы очень часто поддерживаем общественные фонды, в основном связанные с медицинским направлением, ориентированным на помощь больным людям и инвалидам. В этом смысле наша помощь бесценна, так как сами организаторы обычно очень плохо разбираются в аукционной тематике, и мы консультируем их по всем вопросам.

Развитие современного российского аукционного бизнеса я считаю моей личной миссией, в рамках которой я периодически читаю лекции в высших учебных заведениях и экспертных организациях. В прошлом году мои лекции, посвящённые аукционному рынку, состоялись в МГИМО, RMA, Екатеринбургском музее изобразительных искусств.

Совсем недавно на Патриарших прудах ко мне подошла молоденькая девушка и, приветливо улыбаясь, обратилась по имени. Мозг математика мгновенно обработал различные варианты и теории, но, к своему стыду, девушку я не вспомнил. «Возраст», – с грустью констатировал я. Всё оказалось на редкость прозаично: девушка слушала мою лекцию в МГИМО и хотела узнать, будет ли продолжение. Это та слава, которая мне особенно приятна: быть узнаваемым молодыми людьми, которые жаждут получить информацию о необычной, увлекательной и новой для них области, которая со временем может перерасти в призвание.

*Беседовала Екатерина Иванова*



## ИНТЕРНЕТ-АУКЦИОН МЕШОК – ПОРТАЛ В МИР КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ И РЕДКИХ ВЕЩЕЙ!

**На** данный момент Мешок – это самый масштабный интернет-аукцион в России, вызывающий интерес у коллекционеров, ценителей антиквариата и любителей винтажа. Здесь, среди миллионов лотов, пользователи сервиса могут найти и приобрести самые разные и редкие вещи, а ещё узнать много интересного о старинных и необычных предметах. О том, как создавался проект, его развитии и преимуществах мы поговорили с командой популярного интернет-ресурса.

*Соковыжималка Christofle, 19 век.  
Сервиз чайный «Барыня»,  
Дулёвский фарфоровый завод, 1957 год.  
Мыло «Дивный ландыш», «Брокеръ и Ко», 1896 год*

– Расскажите об этапах развития проекта: как давно существует интернет-аукцион Мешок? Насколько популярным стал ресурс за эти годы?

– Мешок был основан в Санкт-Петербурге в 1999 году, и он довольно быстро стал популярным среди местных коллекционеров. Затем неспешно, но стабильно набирал обороты. В 2015 году с рынка ушёл московский интернет-аукцион «Молоток». В связи с этим сместился фокус внимания аудитории: интерес к нашему сайту стал расти, и этот процесс продолжается до сих пор.

– Какие задачи стояли перед основателями интернет-аукциона на момент его организации?

– Появление Мешка вдохновлено знакомством с иностранным ресурсом eBay, но в целом это был проект, который нам просто нравилось развивать. Начало 2000-х гг. – довольно увлекательное время с точки зрения повсеместного развития интернета и зарождения самых разных сервисов. Мешок – как раз такой проект, хотя сначала это было просто хобби.

– Насколько сегодня сервис удобен и безопасен? Какие требования вы предъявляете к продавцам? На каких условиях они могут реализовать свои товары?

– Выставить предметы на продажу можно после регистрации аккаунта на сайте meshok.net, проверки адреса электронной почты и номера мобильного телефона. Однако для того, чтобы продавать лоты дороже 300 рублей в другие города и страны, необходимо пройти проверку документов, чтобы удостовериться, что профиль создан реальным человеком старше 18 лет.

Считаем, что сервис достаточно безопасен благодаря существующей системе рейтингов и отзывов. Конечно, периодически мошенники проявляются, но это единичные случаи: примерно один инцидент на каждые десять тысяч сделок.

Мы, конечно, активно развиваем сайт и постоянно взаимодействуем с аудиторией. Прислушиваемся к её пожеланиям по улучшению сервиса, добавляем различные опции. Насколько удобен сервис, наверное, можно судить по отзывам наших пользователей.



**– Что представляет собой система рейтинга? И за счёт чего его можно повышать?**

– Тут всё довольно просто. По завершении каждой сделки покупатель может написать отзыв и поставить оценку. За счёт этого рейтинг продавца меняется: при получении положительных отзывов он растёт, а при отрицательных – снижается. Опытными и внушающими доверие продавцами становятся пользователи с рейтингом в несколько сотен или даже тысяч пунктов. Они понимают, что для поддержания рейтинга на должном уровне необходимо предоставлять качественный сервис.

Также оценить можно и покупателей. У недобросовестных пользователей быстро снижается рейтинг, если они не выкупают лоты или медлят с оплатой. И в определённый момент они теряют возможность совершать покупки.

Не скроем, бывают случаи, когда пользователи пытаются искусственно нарастить рейтинг и положительные отзывы, однако подобные действия мы оперативно пресекаем: для этого у нас имеются специальные механизмы отслеживания.

**– Каков прирост лотов? Сколько в среднем проводится сделок?**

– Сейчас на нашем интернет-аукционе выставлено более 27 миллионов товаров. Ежемесячно к нам заходит более двух миллионов посетителей, каждый день совершается порядка 20 тыс. сделок.

**– Какие редкие лоты находили своих новых обладателей при помощи вашего ресурса?**

– Наши пользователи – это не только коллекционеры, собирающие предметы определённой тематики, но и просто ценители красивых и редких вещей, а также дизайнеры, приобретающие вещи для интерьера клиентов. Разумеется, среди лотов разных сегментов встречаются довольно редкие предметы. За время работы портала были проданы десятки миллионов лотов, поэтому самые интересные не упомянуть уже и не перечислить.



*Коллекция флаконов одеколона «Северный», период от 1911 года до СССР*

**На интернет-аукционе Мешок выставлено**

**27** МИЛЛИОНОВ  
ТОВАРОВ

При этом различные раритеты могут встретиться в абсолютно любой категории аукциона. Например, некоторые из них представлены на фотографиях. Но уникальные предметы также встречаются и среди ёлочных игрушек, кукол, мебели, марок, предметов техники и других категорий.

**– Уточните, пожалуйста, в чём же ваше преимущество по сравнению с другими сервисами по продаже вещей?**

– Наш ресурс удобен, прозрачен, к его преимуществам можно отнести следующие:

- гибкая система правил торговли, позволяющая продавцу самостоятельно регулировать порядок оплаты и доставки товара;
- одинаковые условия для всех продавцов во всех категориях товаров;
- система рейтингов, оценок и отзывов не только о продавцах, но и о покупателях;
- отсутствие ограничений на количество выставляемых товаров;
- стабильные условия и тарифы для продавцов на протяжении многих лет. Низкий размер комиссии за продажу лота;
- современный удобный дизайн;
- большое количество опций для эффективных продаж и покупок;
- мобильное приложение для Android и iOS;
- оперативная служба поддержки.

**– Какую роль в продвижении вашего проекта играют социальные сети и мессенджеры?**

– В социальной сети ВКонтакте у нас есть довольно крупное сообщество, стена которого является не только «витриной» для лотов, но и ресурсом, где можно узнать историю самых разнообразных предметов, в том числе необычных, порой странных и непонятных. Зачастую сами пользователи дополняют посты интересными сведениями, и это довольно увлекательный процесс.

Одной из важных составляющих сообщества является его чат. Именно там можно атрибутировать/оценить предметы и получить советы от опытных продавцов. В целом постоянный круговорот полезной информации, живого человеческого общения, получения знаний в сообществе, конечно же, положительно влияет и на работу интернет-аукциона, и на его востребованность.

**– Поделитесь информацией о сотрудничестве с благотворительной организацией Помогите.орг: какую помощь пользователи сервиса могут оказать людям, состоящим в фонде?**

– Мы сотрудничаем с Помогите.орг с 2016 года. Целью данной программы является материальная помощь больным детям, нуждающимся в средствах для выполнения дорогостоящих операций. Часть средств от продажи лотов направляется в благотворительную организацию, которая распределяет их на конкретные нужды. После завершения сделок накопленная за месяц сумма переводится в фонд. Если говорить о конкретных цифрах пожертвования, то, к примеру, в апреле этого года удалось собрать более трёхсот двадцати тысяч рублей. Участниками сбора стали шестьсот семьдесят шесть человек.

**– Какой стратегии развития проекта вы придерживаетесь? Каких целей сегодня стремитесь достичь?**

– Цель проекта довольно постоянна – продолжать оставаться удобным сервисом и при этом внедрять различные высокотехнологичные решения. Нашу стратегию можно охарактеризовать сразу двумя крылатыми фразами: «Лучшее – враг хорошего!» и «Семь раз отмерь, один раз отрежь!». На площадке работают продавцы с самой разной маржинальностью, и мы стараемся отталкиваться от тех, у кого невысокие доходы. Ведь их, судя по всему, большинство. Поэтому мы действуем аккуратно и не гонимся за быстрыми результатами. С технической точки зрения поддержка ресурса довольно сложна и сравнима с любым гораздо более масштабным проектом типа Uber или Netflix, но нам это нравится. Планируем и дальше заниматься делом, которое приносит удовольствие. И конечно же, всегда рады новым пользователям!

*Беседовала Дарья Бакарина*

**Интернет-аукцион Мешок:**  
 более **2** миллионов посетителей ежемесячно;  
 около **20** тыс. сделок ежедневно



## КСЕНИЯ ГРИГОРЯН, ВЛАДЕЛИЦА ГАЛЕРЕИ P.S. GRIG ART: «ИСКУССТВО – ЭТО НЕ ХИМИЯ, А АЛХИМИЯ!»

Галерейное дело за полтора столетия существования прошло большой путь. Художественные течения, положившие начало тому, что мы называем современным искусством, уже с «Салона отверженных» 1863 года были связаны со свободным рынком: художник-новатор творил не для определённого заказчика, а в конкурентной среде, где для поиска покупателей требовались невиданные ранее способы. Арт-дилеры тогдашней столицы искусств Парижа стали единомышленниками авангардистов, передавая посетителям свою убежденность в ценности нового искусства.

С каждым кругом мастеров был связан свой маршан, и, непохожие друг на друга, все они стали частью истории всемирного искусства. Поль Дюран-Рюэль, Амбруаз Воллар, Даниэль-Анри Канвейлер, Поль Гийом... Неизвестно, удалось ли бы без них занять своё место в лучших музеях мира и в сердцах миллионов почитателей Моне и Ренуару, Сислею и Писсарро, Сезанну и Гогену, Пикассо и ещё многим великим...

Творчество перечисленных гениев давно стало классикой, но роль галериста в формировании художественного вкуса общества велика по-прежнему. Об этом и многом другом мы поговорили с Ксенией Григорян, владелицей галереи P.S. Grig Art.

– Ксения, почему ваша галерея называется P.S. Grig Art? К слову Art нет вопросов, Grig – это, как я понимаю, намёк на авторство, начало вашей фамилии, а Post Scriptum-то почему? «После конца» – не очень оптимистично... P.S. – обычно что-то коротенькое и завершающее, а ваша галерея успешно живёт с 1996 года... Есть какая-то история?

– Есть, конечно: до образования P.S. было ещё две галереи, в которых я участвовала как учредитель и директор. Я в галерейной деятельности с начала 90-х гг. Но первые две галереи как-то «не пошли», я была сильно расстроена этим и всерьёз задумывалась: заниматься ли мне вообще этим делом? Поделилась своими сомнениями с сотрудницей, а она: «Слушай, ты столько времени и сил на это потратила, у тебя образование, ну чего ты?» Я говорю: «Да вот сомневаюсь, что мне всё же что-то удастся в этом деле вот так, постскриптум...» А она: «Вот так и назови свою новую галерею!» Так и случилось, что я пишу свой «постскриптум» с середины 90-х гг.

А вообще, я этой темой заинтересовалась с середины 80-х гг., ещё будучи студенткой. Так случилось, что я дружила с сотрудницами западногерманского телевидения ARD. У них была такая передача-пятиминутка о московской культуре, о жизни художников. А я в художественной среде давно, знаете: золотая молодёжь того времени. Мне нравились художники, эта особая творческая атмосфера и, естественно, хотелось им как-то помочь. И я немецких журналистов водила по мастерским, знакомила. В то время очень много было коллекций работ соцреализма, которые, по сути, здесь тогда никому не нужны были. А я приведу западных журналистов, они что-то купят, вот и помощь какая-то автору. Долго я это делала совершенно бескорыстно. А потом подумала: мне же это нравится? Ну вот и организую галерею. Первая моя галерея была скульптурной, в её рамках я работала с Виктором Корнеевым, Дмитрием Тугариновым, Михаилом Дроновым, они все академики теперь. Я с ними тогда начинала и сейчас продолжаю сотрудничать.

– А как вы выбираете художников, которыми будете заниматься? По каким критериям?

– Я уже давно на этом рынке, естественно, дружу со многими художниками и отсматриваю очень много работ: в мастерских, «ВКонтакте» и «Инстаграм», в каталогах, на выставках, в том числе и зарубежных, где тоже часто выставляются хорошие российские мастера. Очень много пишут на почту моей галереи, присылают фотографии картин. Я внимательно слежу за тенденциями мирового искусства. Так что возможности выбора очень широкие.

Что до критериев отбора, безусловно, я руководствуюсь собственным вкусом, и эмоциональный фактор присутствует, но я давно работаю, и со временем «чистая эмоция» всё больше

уходит на третий план. Есть определённые критерии, по которым делаю выбор. Я считаю, что художник должен опираться на школу, у него должна быть поставлена рука. Школа может быть академическая или не совсем, но она должна быть.

Второе: на этой профессиональной базе, которую художник имеет, он должен открыть себя, свою неповторимую творческую индивидуальность. Мне очень интересно видеть, как мастер ищет свой путь, развивается, оттолкнувшись от своей изначальной базы. Я смотрю, как это происходит, чем он руководствуется: своей фантазией, наблюдениями, размышлениями? Или тем, что в этот момент что-то модно и прекрасно идёт на рынке?

Я делю искусство на два направления: логическое и духовное. Ни одно из них не хуже и не лучше другого, но первое творчество возникает «от ума», из логики, второе – когда человек пишет из души, душой.

**– А кстати, вы работаете с людьми, которые пишут «на рынок»?**

– Практически нет: «декоративное» искусство меня не интересует.

**– Но ведь «на рынок» можно работать не только в декоративном, но и в любом виде искусства? Просто человек делает что-то либо потому, что не может этого не делать, либо потому, что считает: это хорошо продается...**

– Я просто называю подобное искусство «декоративным» по ассоциации с декорациями театра, подыскав для себя вот такое необходимое определение, хотя вообще-то декорации – в смысле работ театрального художника – тоже могут быть очень высокого уровня. «Декоративное» (в этом моём определении) искусство – то, что, как декорации в театре, очень быстро меняется, примеряясь, как к очередному действию на сцене, к свежим рыночным тенденциям. Я пытаюсь избегать оценок: «Это – хорошо, а вот это – плохо». Ведь судить просто, ну а судеб художников много довольно сложных, неповторимых. Взять хотя бы Катю Медведеву, она в 40 лет пришла в искусство, а стала одной из самых известных русских наивных художниц. Я с ней работала и поэтому знаю про её жизнь. Хотя в Советском Союзе, надо сказать, были и другие отличные наивные художники. К сожалению, многие их работы просто погибли. А Кате повезло: её творчество открыл крупный немецкий журналист Норберт Кухинке, тот самый, что сыграл у Данелии в «Осеннем марафоне» профессора Билла Хансена. Норберт купил очень много её работ, благодаря чему Катю узнали в Германии и Америке.

**– А вы наивным искусством занимаетесь?**

– В начале деятельности занималась. Конкретно вот с Катей работала. В молодости бесстрашно всё делается. Помню, приехала в Мюнхен, зашла в какую-то галерею (я даже не знала, что это одна из самых крупных галерей наивного искусства в Европе), спрашиваю: «Не хотите ли посмотреть мою художницу?» Хозяйка галереи оказалась очень милой, посмотрела фото, говорит: «Хорошая, очень интересная. Есть с собой её работы? У нас через неделю открывается выставка, принесите!» Я принесла пять работ. Открылась выставка, и все пять сразу купили. Позже мы с Катей как-то разошлись, хотя и по-хорошему. С художниками вообще довольно сложно: это яркие индивидуальности, у каждого свои амбиции, характер. По молодости мне иногда было трудно какие-то моменты принимать. Лёгкость пришла с опытом.

Катиних работ я когда-то очень много продала, и мы остались прекрасными друзьями. У меня вообще дружественные отношения с художниками: стремлюсь, чтобы галерея стала для них большой семьёй.

**– Кажется, мы не договорили о критериях, по которым вы проводите отбор?**

– Чтобы заниматься художником, я должна считать: то, что он делает, – талантливо, уникально, и это не стыдно показать людям. И я выбираю людей, работающих в разных стилистиках. Много картин в одном жанре будет выглядеть скучно даже на крупной выставке и друг другу мешать. А вот если сделать даже самый большой вернисаж моих художников, их работы будут друг друга поддерживать.

**– Можете назвать топ-20 «ваших» художников?**

– Боюсь, двадцать я не наберу: галерейное дело – «штучное». Меня часто просят взять ещё кого-то, но это значит, что я должна с кем-то из нынешних проститься: больше какого-то количества персоналий – это уже «поток», это не про галерейное дело в принципе. Если я начинаю работать с художником, мне интересно его провести по тем выставкам, которые я считаю значимыми, организовать публикации, широко познакомить с ним публику.

О «моих» авторах: среди них – например, Константин Худяков, первый цифровой художник России. В нём столько энергии, он фонтанирует идеями. Это замечательный человек, он столько делает для художников и для России! Я сотрудничаю с очень известными дизайнерами Алексом Петуниным и Тарасом Машталиром. То, что делает Тарас Машталир, – совершенно новое направление в искус-

стве: интерактивная скульптура. Сейчас она представлена в Музее архитектуры. Это было значительное событие для столицы, выставку открывал главный архитектор Москвы Сергей Кузнецов.

**– А что представляет собой интерактивная скульптура?**

– Это в качестве основы определённая форма, которую мы называем «телом скульптуры», условно говоря, стела. Она может быть стеклянной, а та, что сейчас представлена в Музее архитектуры, – из специального пластика. Но главное – интерактивная скульптура отвечает на прикосновение человека, резонирует и реагирует на подходящего: светом, музыкой, звуками.

**– По-своему на каждого нового человека?**

– Да, по-разному на каждого. У нас было несколько интересных исследований по этому поводу с медиками и их приборами, а до этого – с физиками, потому что одна такая скульптура стоит в павильоне атомной энергии. Они измеряли биополе зрителя до и после взаимодействия с интерактивной скульптурой и выяснили, что поля после этого общения выходили в значения гармонии. Это было значимое исследование, никто никогда ещё этим не занимался.





внутренний и внешний космос. Когда я в первый раз к нему попала в мастерскую на Пятницкой, была ошеломлена: просто «нет стен» – сплошные картины, абстракции, и все такие разные!

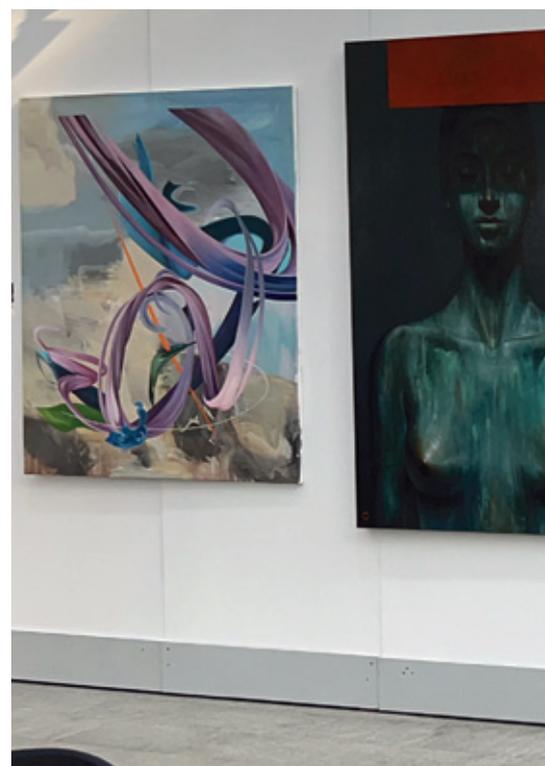
Ирина Асаева, художница из Санкт-Петербурга. Её поиски мне очень нравятся: она и театральный художник, и прекрасно вышивает, работает в смешанной технике вышивки и живописи, что само по себе очень необычно.

Анна Семененко из Ростова, она полностью вышивает свои картины в очень сложной технике, которую называет нитяной живописью. На выставке в Дубае я получила множество отзывов, что больше этого никто не делает, совершенно новое течение. При этом очень живая, энергичная техника, видно, что не машинная вышивка, человек вложил душу свою.

Юлия Волконская – сильный художник, её многие знают, она член-корреспондент Международной академии культуры и искусства, лауреат премии РАХ Церетели. У меня в галерее она недавно, но знакома я с её творчеством давно...

**– Ваша галерейная деятельность заключается в организации участия авторов в самых разных выставках, а собственное выставочное пространство у вас есть? В собственно галерее P.S. Grig Art на Язской, дом 5, вернисажи проходят?**

– Есть, и проходят, но, честно говоря, редко: на сегодня это малоэффективно – на такие «галерейные» выставки приходят «свои». А с января этого года у меня каждый месяц крупные выставки в разных точках мира, поэтому галерейным вернисажем я просто не успеваю занять-



**– Я думаю, если измерить биополе не только после общения с этой конкретной работой, но и с любой сильной скульптурой, живописью, будет нечто похожее?**

– Вполне возможно, просто этого пока не делали. Я всегда повторяю, что искусство – это энергия. Это не химия, а алхимия. Произведение искусства – не просто материальный объект, а нечто, что мы не можем пока до конца изучить и понять. Что, например, происходит, когда художник замешивает краски? Возьмите двух мастеров и одни и те же краски: у одного получится ярко, откуда-то возьмётся какой-то свет, у другого замес получится мрачным. Более того, и каждый зритель выберет в экспозиции «свою» картину. Как-то на выставке ART RUSSIA подходят ко мне пятеро мужчин и просят: «Расскажите нам вот про эту картину!» Это была картина Алишера Кушакова, я его уже лет семь как открыла для рынка. Алишер своим картинам не даёт названий, не считает нужным делать «подсказки» зрителю. Я говорю: «А давайте мы поступим по-другому – вы мне расскажете об этой картине? Я вам не хочу навязывать своё видение». И все пятеро рассказали абсолютно разное! Человек смотрит на картину, но на самом деле и картина смотрит на него и ждёт: «Когда же ты обратишь на меня внимание и я с тобой заговорю?» А что он «услышит» – зависит от его души, её индивидуального опыта.

Искусство – это всегда сотворчество художника и зрителя; и их обоих с Богом. И от зрителя оно тоже требует целенаправленной работы. Например, в картине тебе что-то не нравится, так задай себе вопрос: «А почему не нравится?» И обогатишь своё представление о себе и мире! Если применять такой подход, тогда

и наше понимание искусства станет другим, более глубоким, чем мы привыкли на уровне «нравится – не нравится».

**– Кого ещё из ваших персоналий вам хотелось бы отметить?**

– Это, например, две молодые художницы Варя Штерн и Елизавета Надеждина. Елизавета – потрясающая рисовальщица, окончила с красным дипломом Академию акварели и изящных искусств С. Андрияки и в свои 27 лет уже имеет множество наград и дипломов. Она из семьи художников, но и сама талант, у неё уникальный подход к картине: ощущение, что она не пишет её, а ведёт с ней диалог. Или Варя Штерн: она пять лет изучала творчество Рембрандта в музеях Европы, чтобы добиться тонкого, яркого света, который исходит изнутри картин. И вот Лиза и Варя: что у них общего? На поверхностный взгляд – ничего. Но вот один аспект я не сразу уловила. Они часто на своих картинах изображают, как говорят, «азиатские» лица. А я общалась по этому поводу с китайцами и корейцами, они говорят: «Нет, это не наши, это какие-то странные лица, неведомые...» Я долго думала: почему у девушек потребность писать именно такие? Сами они говорят: «Мы не знаем, просто всплывают». А мне кажется, дело знаете в чём? Они из подсознания достают наш древний-древний архетип, культурный код. В этих лицах есть что-то азиатское и в то же время европейское: «Да, скифы мы...» Вот эти внутренние и с трудом объяснимые словами факторы, которые для художника важны, для меня ещё важнее, потому что я считаю: это я открыла и хочу показать людям!

Или Алексей Ваулин. Его живопись – такая многослойная, сложная абстракция:

ся. Мне важно показать работы как можно большему числу самых разных зрителей.

Например, в апреле мы принимали участие в выставке «АРТ МОСКВА» в Гостином Дворе. У нас был большой стенд, и половину его занимала экспозиция картин Юлии Волконской. Это были работы, связанные с нашей страной, знаковыми событиями, эпохальными стройками. Юля ездит по этим местам, пишет с природы и по впечатлениям. Несколько таких работ уже создала, но мы хотим, чтобы их было больше. И что меня поразило? Молодёжи было очень много, от 15 до 20 лет, подходили, спрашивали: «А это что, наше?» И часто фотографировались с этими картинами. А ведь я совершенно не рассчитывала на эту категорию публики, думала, что этот проект, прежде всего, заинтересует людей 50+!

А ещё я недавно в первый раз была в Нижнем Новгороде на выставке «АРТ МИР», и надо сказать, что такое количество посетителей, стоявших на морозе 20 градусов в очереди на полкилометра, я видела только в Третьяковке или Эрмитаже в особых случаях. А тут они стояли на нашу выставку! Люди часто подходили и говорили: «Спасибо за то, что вы приехали к нам, показали, что происходит в искусстве!» Это было удивительно и ещё раз подтвердило: надо осваивать собственные культурные пространства.

Недавно мы сделали большую выставку в Красноярске, тоже с большим успехом.

Планируем выставки во Владивостоке, в Екатеринбурге. На следующий год запланированы персональные выставки Алексея Ваулина и Алишера Кушакова.



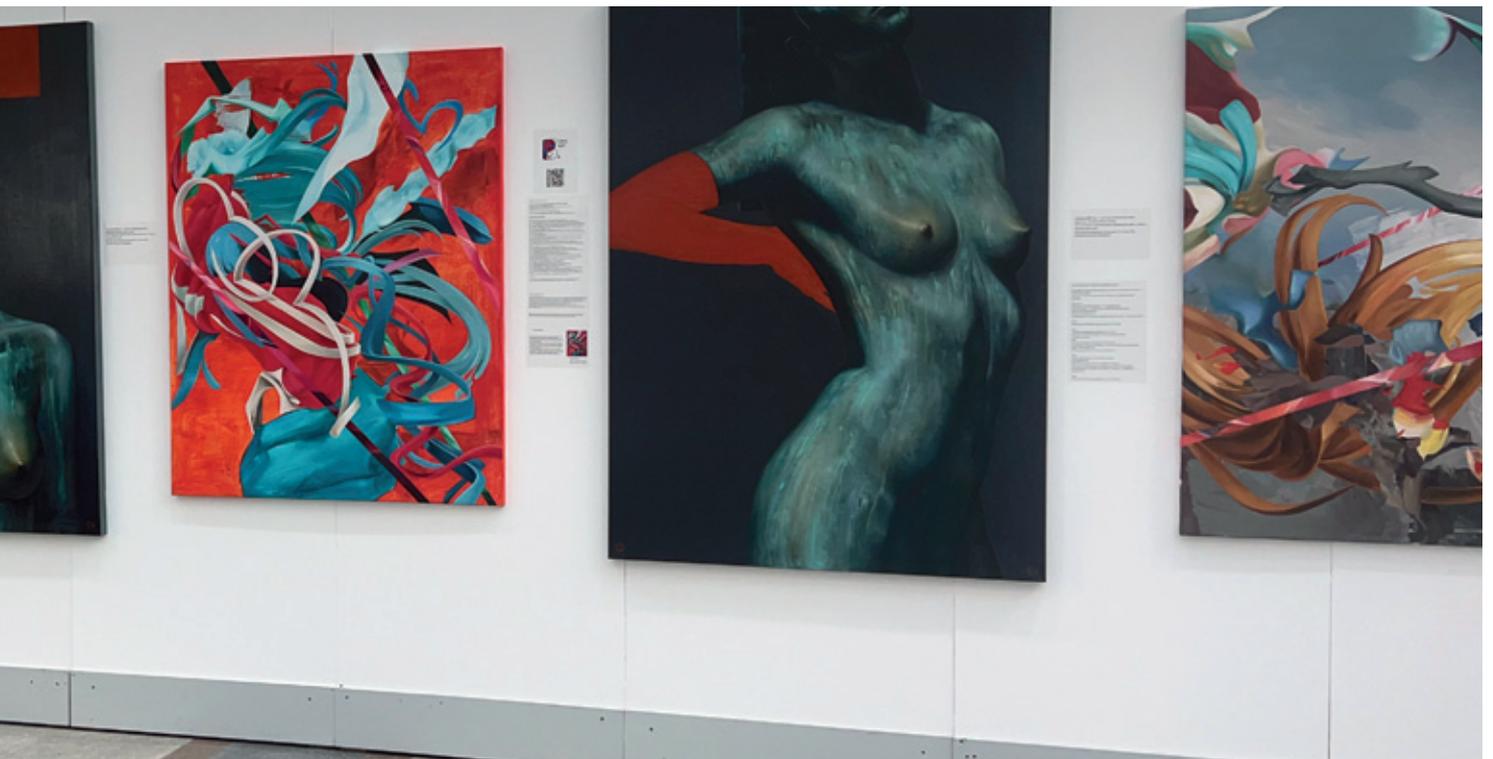
И конечно, нас интересует Восток: ОАЭ, Катар, Китай, Сингапур и т. д. Европа и США мне сейчас, честно говоря, неинтересны. Планы большие, но всё будет зависеть от ситуации.

**– Как бы вы сформулировали вашу миссию как галериста, ваши цели?**

– Я считаю, что русское искусство – одно из самых лучших, наши художники, школы... Но они «не в рынке», к сожалению. Мы должны построить наш, российский, упорядоченный рынок искусств. Мы движемся в эту сторону и в конечном итоге должны до него дойти. Я часто езжу по выставкам и, к сожалению, вижу очень

много вторичного, и очень обидно бывает, что оно порой считается уникальным, и за это платят деньги. В какой-то момент в истории России разошлись вкус и образование, помогающие человеку по достоинству оценить произведения искусства и деньги. Они оказались на разных полюсах и, увы, пока не хотят сходить. Но я считаю, что мы должны поддерживать наше русское искусство, потому что наши художники достойны этого, и строить цивилизованный рынок искусств, который поможет им достигать новых творческих вершин.

*Подготовила Елена Александрова*





Ирина Коган живёт и работает в Москве, в течение последних лет она плотно занимается живописью, хотя ещё 10 лет назад и не помышляла об этом.

Сегодня её картины находятся в частных коллекциях России, Белоруссии, Израиля, США, Канады и др. Ирина рассказала нашему изданию о том, какое место творчество занимает в её жизни, в каком стиле она предпочитает работать, и о своих дальнейших творческих планах.

## ИРИНА КОГАН:

### «Занятие живописью – это невероятное ощущение эйфории»

– Ирина, когда вы стали заниматься живописью? Что повлияло на ваш выбор?

– Творчество всегда присутствовало в моей жизни, но проходило не красной нитью, а как-то по касательной. В юности я увлекалась игрой на гитаре, любила изображать морские пейзажи и в целом рисовать в своём воображении разные истории, разные миры. В моей семье и окружении не было творческих людей, и поэтому не возникло среды, где могло бы сформироваться чёткое понимание своего пути в этом направлении. Со временем я решила для себя, что творчество – творчеством, а профессия должна быть «земная». И если бы мне лет 10 назад сказали, что я стану художником, я бы сильно удивилась. Как раз в 2016 году совершенно случайно я попала на мастер-класс к профессиональному художнику Софье Тихоновой, где написала свою первую картину в масляной технике – натюрморт с перцами. Я как сейчас помню то невероятное ощущение эйфории, сравнимое разве что с пресловутыми бабочками в животе, когда время буквально сжимается и все эмоции сконцентрированы на предвкушении результата работы. В общем, я поняла, что, наверное, я влюбилась (*смеётся*). Поэтому могу однозначно сказать: любовь к живописи у меня возникла внезапно. С тех пор будет ещё очень много разных работ, но именно с того первого касания с профессиональной средой и начался мой путь.

– Насколько для художника важно академическое образование? Или, наоборот, строгие рамки могут негативно повлиять на творчество?

– Безусловно, любому художнику необходимо понимание законов живописи, знание основ перспективы, закона света и тени, сочетания цветов и т. д. Тут я бы не стала давать категоричных оценок – помогает или мешает академическое образование. Потому что сразу возникает вопрос о других вводных данных: какой это художник, в какой стилистике он работает, какими материалами и т. д. Естественно, если художник пишет в реализме или гиперреализме, то без академического образования обойтись сложно. Но если мы говорим, например, про импрессионистов, а тем более об абстрактной беспредметной живописи, то мировая культура полна примеров гениальнейших художников, которые не имели художественного образования либо учились урывками. Это и Анри Руссо, и Поль Гоген, и Фрида Кало, и Винсент Ван Гог, и многие другие. В какой-то мере отсутствие жёстких академических канонов в практике даёт определённую свободу выражения.

– Как вы выработывали свой стиль? Как бы вы его охарактеризовали? В чём его особенности?

– Сначала я пробовала себя в разных стилях и направлениях. Рисовала пейзажи, цветы, фрукты, фигуры, натюрморты, сюрреалистичные сюжеты. Я очень люблю абстрактный стиль и стараюсь избегать фотографичности. Так я привношу в работу своё видение и идею. Для меня важно, чтобы при взгляде на картину у зрителя оставалось место для своих собственных интерпретаций, что, по сути, является неким актом сотворчества со мной. Конечно, мой стиль формировался и под влиянием моего педагога и насмотренности в искусстве в целом. В настоящее время в живописи меня вдохновляют женские образы в окружении растений, фруктов и цветов, которые транслируют состояние лёгкости, удовольствия, принятия жизни и себя самого. Мои картины позволяют почувствовать лёгкость, позитив и наслаждение моментом, ощутить состояние наполненности, которого обычно не хватает в повседневной рутине, и закрепить это «послевкусие», каждый раз испытывая его при взгляде на картину. В этой связи в моих работах, независимо от эмоционального окраса и содержания, ощущается чувство свободы, избавления и понимания того, что возможно ВСЁ. Что пространство возможного всегда БОЛЬШЕ того, что есть. Сейчас я пишу серию таких работ.

– Какое место занимает творчество сегодня в вашей жизни, что влияет на вдохновение?

– В творческом процессе я нахожусь непрерывно, даже когда не пишу картину, я постоянно вдохновляюсь и черпаю новые идеи для работ повсюду. Жизнь полна прекрасных вещей, надо только уметь их замечать. Хочу отметить, что в любой деятельности есть место для творчества, независимо от профессии человека. Это такое внутреннее состояние, а точнее – способ проявления себя.

Идеи картины приходят из внутреннего состояния, из того, что происходит в моей жизни сейчас, как я проживаю этот опыт. Своими работами я хочу показать, что, несмотря на внешние события, мы всегда можем выбирать, как нам относиться к жизни, и что нас окружают красивый мир и люди в нём. Я предлагаю направлять фокус внимания на позитивные моменты и замечать их. Тогда и в жизнь притянутся радость и гармония. Я часто получаю отзывы от покупателей своих картин, что в их жизни начинают происходить позитивные перемены: кто-то налаживает личную жизнь, кто-то растёт в финансовом плане. Я искренне этому рада.

« Я очень люблю абстрактный стиль и стараюсь избегать фотографичности. Так я привношу в работу своё видение и идею »

– В какой момент жизни вы написали самые красивые картины? Кстати, сколько всего их насчитывается на данный момент?

– Каждая картина для меня как ребёнок, и мне сложно выделить самую красивую. Это же часть меня. В момент написания картины она и есть самая красивая, наверное. А дальше уже зритель выбирает, что ему резонирует, что откликается. Мне сейчас вспомнилась цитата очень уважаемого мной искусствоведа Паолы Дмитриевны Волковой из её книги «Мост через бездну», где она описывает природу импрессионизма и рассуждает, красивы или нет картины Огюста Ренуара и Клода Моне: «Слово «нравится» категорически запрещено в искусстве. Нравиться может девушка или закуска к водке. А искусство – это вопрос подготовленности: насколько вы готовы к определённому уровню или насколько искусство готово к вашему восприятию». Я очень спокойно отношусь к тому, когда разные люди по-разному воспринимают мои работы, по-разному считывают эмоциональное содержание. Контекст картины не всегда может быть воспринят однозначно, каждая работа должна найти своего зрителя, у которого она будет прожитый опыт. Сколько за всё время было написано картин – я затрудняюсь сказать, сейчас их около 30.

– Есть ли у вас любимая часть творческого процесса? Какие материалы вас привлекают?

– Я люблю работать маслом, также использую мастихин, когда необходимы пастозные мазки. Это для меня как волшебство, когда после преодоления «страха чистого холста» рождается что-то. Когда из идеи приходит понимание, как это выразить образно на холсте. Если говорить непосредственно об этапах написания картины, то самая начальная стадия – подмалёвок –



мне очень нравится. Когда набрасываются общая идея, формы, цветовые пятна. Иногда бывает, что подмалёвок выглядит как вполне законченная абстрактная работа, и тогда думаешь: «А может, оставить так, ведь уже здорово» (смеётся).

– Как вы занимаетесь продвижением своих картин, есть ли у вас специальный агент, где представлены ваши работы?

– Агента по продвижению у меня нет. Мои картины представлены в социальных сетях: «ВКонтакте», также у меня есть телеграм-канал. Работы можно найти по нику @Ri\_Kogan. Я всегда открыта для общения и сотрудничества.

– Расскажите о дальнейших творческих планах.

– Мне хочется популяризировать искусство, доносить до людей его ценность и важность. Ведь многие не

задаются вопросом, зачем покупать живопись, и не осознают, насколько она может влиять на пространство, на настроение, обновлять эмоциональные смыслы. Взаимодействие с искусством помогает масштабно мыслить, достигать новых высот. В дальнейшем я планирую украшать картинами не только частные интерьеры, но и общественные пространства: рестораны, салоны, отели, бизнес-центры и т. д. Для этого я сейчас разрабатываю большую серию работ.

« Меня вдохновляют женские образы в окружении растений, фруктов и цветов, которые транслируют состояние лёгкости, удовольствия, принятия жизни и себя самого »



<https://rikogan.tilda.ws/>



# Александр Шилов: «Человечество будет держаться на детях-творцах, а не на детях-потребителях»



Персональная выставка для художника – это в первую очередь, конечно же, возможность «себя показать». Для Александра Александровича Шилова, российского художника-пейзажиста, выставка «Наша Родина Россия», с которой он уже не первый год путешествует по стране, стала ещё и началом другого проекта – образовательного. Сразу в нескольких городах России готовятся сегодня к открытию его «именные» школы. Но школы эти будут не просто «названы в честь» академика Российской академии художеств, заслуженного художника Российской Федерации. Уроки в них будут проводиться по разработанной им программе, в том числе лично мастером. О том, как родилась идея и каких результатов ждёт автор от её воплощения, – в беседе с нашим корреспондентом.

**«ВСЕ МЫ РОЖДАЕМСЯ  
ЛЮДЬМИ,  
НО ЧЕЛОВЕКОМ  
СТАНОВИТСЯ НЕ КАЖДЫЙ...»**

**– Александр Александрович, всё начинается с идеи, давайте с неё начнём и наш разговор. Когда и как к вам пришла мысль о создании таких школ?**

– Прежде всего хочу сказать, что, когда я, просто как художник, ездил со своей выставкой «Наша Родина Россия» по городам и весям страны, старался я не только показать, что умею сам. Показать в виде уже готовых произведений. Мне давно уже хотелось что-то передать детям. Тем детям, которые приходили на выставку. Тем детям, которые уже занимаются художественным творчеством. Поэтому обязательной для меня частью этих поездок было проведение мастер-классов и открытых уроков. Чаще всего – прямо на природе.

Более того, я считаю, что каждый художник, если он что-то собой представляет, чего-то в своей жизни достигает, просто обязан передавать секреты своего мастерства подрастающему поколению. И этот процесс – передачи знаний, опыта – должен быть непрерывным. Потому что – и это самое главное – для того, чтобы ребёнок стал настоящим Человеком, кто-то другой, более опытный, должен хорошо потрудиться, должен открыть ему духовный мир.

Все мы вроде как рождаемся людьми, но!.. Человеком становится далеко не каждый из нас. А живопись, музыка – это как раз те инструменты, которые способны душу ребёнка «возделывать», «выращивать» из него Человека.

Проводя в поездках такие мастер-классы и открытые уроки, я как раз и даю некую возможность душе ребёнка соприкоснуться со смыслом её жизни, дать ей «пищу» для того, чтобы она начала развиваться, подниматься по духовной лестнице. То есть духовный путь у ребёнка в нашем случае начинается посредством живописи.

Кто-то другой может выполнять такую же работу с помощью музыки, кто-то – с помощью языка кинематографии. Чьё-то детскую душу затронет и поведёт её вперёд и вверх поэзия или литература в принципе. Но моё дело – живопись, и на своём примере я стараюсь раскрыть творческий потенциал ребёнка через краски, через холсты и бумагу, через изобразительное искусство. А что будет с ним дальше – останется ли он на этом пути или выберет другой – это уже его выбор. Но заложенный такими моими уроками «след» при нём, надеюсь, останется, и он всегда сможет к нему вернуться.

**– Этот проект остаётся пока в виде идеи или уже получил своё развитие, скажем так, на «официальном» уровне?**

– Есть такая Комиссия по вопросам патриотического и духовно-нравственного воспитания детей и молодёжи Совета при Президенте Российской Федерации по международным отношениям. Члены этой комиссии, посмотрев, как я провожу эти уроки, предложили, и комиссия приняла такое решение – открыть мои школы во всех субъектах федерации, а также за рубежом: в странах, где живут наши соотечественники. А стран таких насчитывается около ста.

**– Боюсь, при таком количестве вам будет не до собственного творчества...**

– Сто не сто, но пока добро на создание таких школ дали пять субъектов федерации, идёт подготовка к их открытию. Если быть до конца точным, то это будут четыре школы и один детский сад. В Ростове-на-Дону, в Ижевске, в Челябинске, в Петрозаводске... Я назвал те, которые уже готовы предоставить помещения.

Признаюсь, меня это очень радует, потому что чем большему числу детей я смогу раскрывать свои приёмы, рассказывать о своём видении творческого процесса и духовного мира в целом, тем больше у меня возможностей обрести, скажем так, своё продолжение...

**– Эти регионы, эти города дали своё согласие, потому что вы в них уже бывали и с вашим творчеством, с вами лично там уже знакомы?**

– Да, разумеется, я бывал там со своими выставками, проводил мастер-классы и так далее. Поэтому, когда в разговорах

были озвучены предложения об открытии моей школы, эти предложения очень быстро находили поддержку, и практически сразу же начинался поиск помещений. Помещений – из числа уже существующих, действующих художественных школ. Там не надо ничего особо переделывать, просто выделяется некая площадь, на которой будут проходить мои уроки. Разве что название поменяется...

**ЕСТЬ ЛИ ЖИЗНЬ НА «ЦИФРЕ»?**

**– И всё-таки представим, что регионов, желающих открыть на своей территории такие школы, станет больше. Сами вы бывать везде и лично проводить уроки, боюсь, не сможете чисто физически...**

– Разве что только объезжать да контролировать...

**– Но есть современные технологии, позволяющие вести обучение дистанционно. Насколько это, по-вашему, вообще удобно и, главное, эффективно?**

– Честно говоря, использовать при обучении живописи онлайн-технологии





– Нет, естественно, я считаю, что как бы ни было много желающих, школ таких нужно открывать не более десяти. И для каждой из них я буду готовить обучающий персонал. Сам, лично. Программа обучения тоже будет моя, авторская. При таком количестве школ вполне возможно не просто приезжать и контролировать работу, смотреть за уровнем, но и лично выступать перед детишками. Ведь важны не только уроки, но и простое общение. А может быть, для ребёнка общение и есть самое главное.

**«ДЕТЯМ ВАЖНО ЧУВСТВОВАТЬ, ЧТО ОНИ НУЖНЫ!»**

– У вас действительно уже есть хороший опыт общения с детьми, чему примером, безусловно, является состоявшийся в апреле в рамках международного марафона «Полёт над миром» первый космический фестиваль «Русский космос поздравляют дети мира и России».

– Да, гостей и участников этого фестиваля познакомили с виртуальной выставкой творческих работ победителей международного конкурса «Юрий Гагарин в России и мире», а на конкурс этот свои работы прислало более 6000 детей из 73 стран мира.

– **Цифры действительно впечатляющие... А впечатлили ли работы? Выявил ли конкурс среди участвовавших в нём детей действительно ярких и талантливых ребят?**

– Я абсолютно уверен: на самом деле все дети талантливые, просто надо уметь заметить, разглядеть, в чём конкретно, в каком виде деятельности у каждого из них этот талант ярче проявляется. Потому что направлений очень много даже в изобразительном творчестве: от графики и живописи до каких-то декоративных моментов.

Главное, что выявил, показал и доказал конкурс: детьми надо заниматься. К сожалению, в последние годы человечество, увлечёвшись погоней за материальными благами, очень сильно проигрывает в воспитании детей. Очень сильно. Да, все мы продолжаем на словах ратовать за хорошее, счастливое будущее. Но что это вообще такое – хорошее будущее? Когда оно возможно? А возможно оно в том случае, если мы вырастим поколение творцов, а не поколение потребителей. Нужно создавать, нужно растить детей-творцов – тех, кто будет готов свой труд, свои душевные силы, своё мастерство, свой талант, свой профессионализм направлять на служение людям в целом. Именно на это, на мой взгляд, должна быть направлена и государственная политика, и даже политика общепланетарная.

я бы не хотел. Есть чёткая формула: «Человеку нужен человек». Разве можно «по онлайн» обучать, например, балету?!

– **Не то что обучать, а даже смотреть балет на экране монитора, телевизора и вживую на сцене – две большие разницы!**

– Безусловно! Там же такая красота! Язык танца, язык движений... А цветовое решение, а световое?... Также бессмысленно, на мой взгляд, обучать онлайн игре на саксофоне, на фортепиано... Я вообще довольно скептически, если не сказать, «с подозрением» отношусь к «цифре».

Возьмём фотографию: люди, которые действительно разбираются, говорят, что «цифровая фотография не несёт жизни». На фотографии, сделанной с помощью плёнки, человек – живой: можно рассмотреть его проблемы, его недуги и так далее. Есть такие специалисты. А фотография цифровая, к сожалению, не несёт уже ничего.

То же самое могу сказать и о «цифровой» музыке. Она душу нашу не питает, эти звуки – искусственные. С чем сравнить? Есть, например, фианиты и есть бриллианты. Бриллиант – это живая музыка или то, что наносится на восковую либо плёночную поверхность. А «цифра» – это тот самый фианит... «Цифра» не несёт жизни.

Для меня самого это стало однажды большим открытием. А недавно я давал

людям послушать записи 80-х годов, модную когда-то британскую группу Depeche Mode. Когда они слушали записи на, казалось бы, обычной старенькой кассете, у них даже слёзы на глазах проступали. Так сильно эта музыка их «торкала». А скачайте эти же песни с интернета: ритмика, дёргания... – ничего больше не будет. Чувственность пропадает, жизнь пропадает. К сожалению, это так.

Изучать музыку по цифровому звуку можно, но второго Страдивари уже не будет.

– **Но совсем без интернета – как-то несовременно, нетехнологично... И спрос на такие уроки, скорее всего, будет.**

– Такие «видео – скажем так – уроки» могут пригодиться в начале обучения. И, основываясь на пожеланиях, мы их, конечно же, сделаем: «Как писать пейзаж?», «Как писать...» – ...море, реку, лес, степь, поля, луга, горы... То есть какие-то моменты, показывающие технологию, сам подход. Вот здесь онлайн-уроки – это, в принципе, нормально, потому что будут записываться как фильмы, а по фильмам мы очень много чему учимся. И в данном случае это «удобоваримо» и к тому же покрывает большое количество зрителей, учеников. Необязательно даже к человеку лететь, просто он берёт себе этот урок, смотрит, учится, пробует, задаёт вопросы, а ты ему по Сети рассказываешь. Но! Всё равно позже нужен визит, нужно личное общение.

– **Но, повторюсь, возможно ли оно при таком количестве школ?**

Самый главный момент: я считаю, что человечество должно стараться сохранить себя как вид. И именно на таких делах-творцах и будет держаться человечество, именно они сохраняют нам будущее. Поэтому все эти маленькие «капельки», «ростки», «семечки», которые я пытаюсь «вживлять» в души детей, тот культурный и духовный компонент, который стараюсь привносить в воспитательный процесс, – всё это даст, надеюсь, свои плоды. Уверен, что и всё общество – всё окружение этих детей – также должно способствовать прорастанию вот этих «семечек», заниматься «возделыванием» этих «культур».

Культура – как много значений у этого слова. И не зря. Я уже много раз говорил: без культуры нет нации. Налаживание культурного диалога – это залог мира на планете.

**– И всё-таки среди тех детей, с которыми в течение работы над проектом «Полёт над миром» довелось познакомиться, есть ли те, с которыми вам лично хотелось бы продолжать заниматься?**

– А я так и делаю! Они через различные мессенджеры присылают мне свои картины, я в переписке делаю какие-то замечания, высказываю пожелания, за что они меня обычно благодарят. Они реально счастливы, что они нужны! Понимаете: они нужны! Они это почувствовали.

Год назад у меня была поездка в Луганск, весьма рискованная, но я счёл нужным показать, что у художника тоже есть сила духа и он способен на подобные вещи. Я провёл там открытый урок для детей – возрастом до 15 лет. Он длился четыре с половиной часа. На открытом воздухе. Вместе со мной дети писали

природу. Они остались очень довольными, если не сказать – счастливыми...

Готовясь к этой поездке, мы наполнили 17-кубовую машину гуманитарной помощью, подарками детям, которые мы закупили в «Комусе». Возили мы с собой и мою выставку.

Самое интересное, что с собой в эту поездку я взял директора Суриковской школы-лицея, и он объявил о том, что для двух или трёх самых талантливых луганских детишек выделяют места для бесплатного образования в Москве. «Пожалуйста, учитесь!» Взял я туда и Владимира Гуторкина, президента Академии народного искусства, он всех этих детей принял в народную академию, вручил им удостоверения – серьёзные такие, хорошо и качественно сделанные... Но дело не столько в «корочках», а в том, что теперь у этих ребят и девочек есть возможность участвовать во всех конкурсах и выставках.

И опять же: дети были настолько счастливы! Потому что увидели: о них помнят, они нужны, они живут вместе со всеми. Понимаете, они почувствовали свою значимость! Это для них была такая сила! Какие же у них были счастливые лица! Глядя на них, трудно было сдержать слёзы. Но это были счастливые слёзы.

#### ЧЕМУ ВСЕ ВОЗРАСТЫ ПОКОРНЫ?

**– В заключение сменим тему, точнее – возраст тех, о ком будем говорить. В последнее время довольно часто можно встретить людей, которые, мягко говоря, в далеко уже не юные годы вдруг начинают заниматься художественным творче-**

**ством. И надо признать: у некоторых это довольно неплохо получается! Работаете ли вы со взрослыми учениками?**

– Никаких возрастных ограничений нет! Однажды в Домодедово я проводил мастер-класс, на который пришли 63 человека. Самому младшему его участнику было всего лишь четыре годика, а самому старшему – 91 год. Мы расположились вдоль речки. Урок продолжался целый день. Надо признать, что и организовано всё было просто здорово, в том числе и перекус. Все, слава богу, остались довольны. Но в любом случае целый день – это очень утомительно. Не только для меня, но и для участников, тем более если они, что называется, «в возрасте». Но, наверное, это и есть служение людям, служение культуре.

Пушкин когда-то написал: «Любови все возрасты покорны». Творчество, как и любовь, – это божественное явление, поэтому совершенно неважно, когда ты начал рисовать. Как неважно, когда ты полюбил. Главное, чтобы возникла, вспыхнула вот эта искра!..

Другой вопрос – умение, практика. Но для этого и существует учитель. И тут уж кому как и насколько с учителем повезёт...

**– Значит, учиться – в том числе и живописи – не поздно ни в каком возрасте?**

– Наоборот. Чтобы не стареть, надо всегда упражнять свой мозг: разгадывать кроссворды, изучать иностранные языки либо заниматься творчеством, рисованием, живописью...

*Беседовал Алексей Сокольский*



# КНИГИ И ПРЕДМЕТЫ ИСКУССТВА, которые передают ПО НАСЛЕДСТВУ

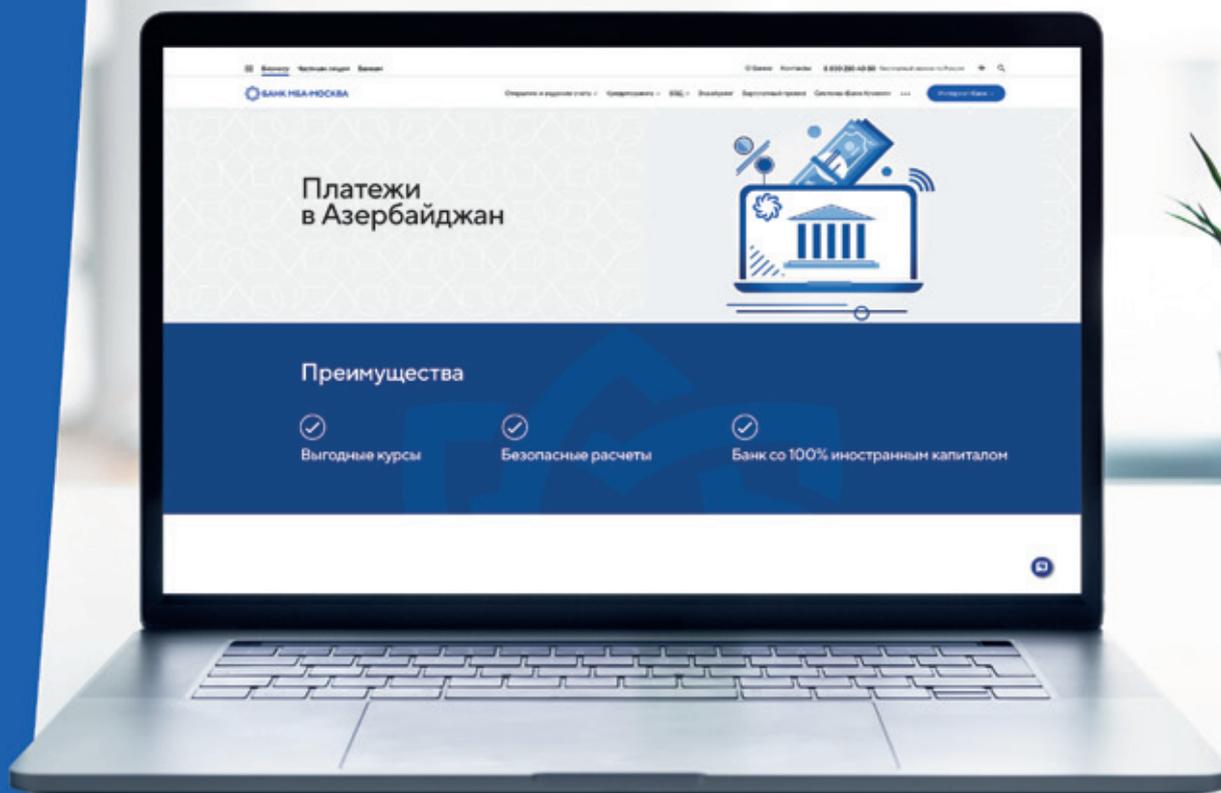


реклама

ЛИТФОНД  
аукционный дом

Москва: +7 (495) 792-48-92  
Санкт-Петербург: +7 (812) 372-77-78  
Екатеринбург: +7 (343) 287-02-92

litfund.ru info@litfund.ru



# ПЛАТЕЖИ ЗА РУБЕЖ

в Азербайджан, Киргизию, Таджикистан,  
Узбекистан, Грузию, Белоруссию,  
Китай, Турцию, Сербию  
для юридических лиц

8 800 250-40-50

ibam.ru

ard.moscow

«Банк «МБА-МОСКВА» ООО, 123022, г. Москва, ул. Рочдельская, д. 14, стр. 1, ОГРН 1027739877857 от 25.12.2002 года.  
Генеральная лицензия Банка России № 3395 от 30.01.2012 года.  
Предложение не является офертой.

В соответствии с действующими Тарифами «Банка «МБА-МОСКВА» ООО.

Реклама.

6+

 **БАНК МБА-МОСКВА**



Москва, ул. Яузская 5, БЦ «Яузская плаза»

+7-903-246-78-02, +7-985-762-23-77

[grig-04@mail.ru](mailto:grig-04@mail.ru)

<https://ps-grigart.ru>



# ПОДАРКИ, КОТОРЫЕ ВПЕЧАТЛЯЮТ

Скидка 5% по промокоду  
«Бизнес-Диалог-Медиа»

БОЛЕЕ 2500 ВАРИАНТОВ

- Дизайнерские нарды и шахматы
- Авторские покерные наборы
- Автографы знаменитостей со всего мира
- Большой выбор аксессуаров
- Уникальные картины и панно
- Коллекционные книги
- Золотые сувениры
- Уникальные скульптуры и статуэтки
- Элементы мебели
- Системы скрытого хранения и многое другое

Хотите подарить что-то особенное?  
Перейдите на наш сайт и получите 5% скидку по  
промокоду на лимитированные vip подарки!

Срок действия акции до 10.10.2024 г.



[www.regard-s.ru](http://www.regard-s.ru)

**17-21 июля, 2024**

г. Сочи, Гранд Отель «Жемчужина»

**XXIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА  
ЮВЕЛИРНОЙ ИНДУСТРИИ**

# ИнтерЮвелир

ПРИГЛАШАЕМ ВАС НА ГЛАВНУЮ ЮВЕЛИРНУЮ  
ВЫСТАВКУ ЮГА РОССИИ!

БОЛЕЕ 100 КОМПАНИЙ-ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ  
ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ НА ОДНОЙ ПЛОЩАДКЕ!

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР:



ВХОД СВОБОДНЫЙ  
**10:00-18:00**

ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ

**СОУД**  
СОЧИНСКИЕ ВЫСТАВКИ



+7(862) 262-31-79  
+7(918) 405-51-75



lena@soud.ru

открыта регистрация  
участников на сайте:

**GOLD.SOUD.RU**