

RBC

 With the
support of the
CCI of Russia

4/289
февраль
2025

АЛЕКСАНДР КИСЕЛЕВСКИЙ,
ГЛАВА VIDSPIRIT:

**«АУКЦИОНЫ СТАНОВЯТСЯ
ЗНАЧИМОЙ ЧАСТЬЮ
РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ»**



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

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

grig-04@mail.ru

<https://ps-grigart.ru>

ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ РЕДАКЦИИ RBG

RBG

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 Сергеевна Суворовская**

Заместитель директора по коммерческим вопросам:

Ирина Длугач

Редактор номера: **Александра Убоженко**

Дизайн/вёрстка: **Александр Лобов**

Дирекция развития и PR:

Юлия Колчева, Александра Логинова

Журналисты: **Дарья Бакарина,**

Вячеслав Колесников

Фото: **Андрей Волков, Эдуард Целуйко**

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР»,

г. Москва, ул. Электрозаводская, 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 RBG.

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

Адрес редакции и издателя: **143966, Московская**

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

E-mail: 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 № ФС77-70487

от 25 июля 2017.

RBG № 4/289 февраль 2025

Подписано в печать: **10.02.2025**

Дата выхода в свет: **17.02.2025**

Тираж: **15 000. Цена свободная.**

RBG

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 Suvorovskaya**

Deputy Marketing Director: **Irina Dlugach**

Managing Editor: **Aleksandra Ubozhenko**

Designer: **Alexandr Lobov**

Directorate for Development and PR:

Julia Kolcheva, Alexandra Loginova

Journalists: **Daria Bakarina,**

Vyacheslav Kolesnikov

Photo: **Andrey Volkov, Eduard Tseluiko**

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC, Moscow,

ul. Elektroavodskaya, 3, 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 RBG.

Materials are not reviewed and returned.

Address of the founder and publisher:

23-1-2 ul. Pobedi, Reutov, the Moscow region, 143966

E-mail: mail@b-d-m.ru

Tel.: +7 (495) 730 55 50, ext. 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 # FS77-70487 from July 25, 2017.

RBG № 4/289 February 2025

Signed to the press: **10.02.2025**

Date of issue: **17.02.2025**

Edition: **15 000 copies. Open price.**

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 – член исполнительного комитета (Правления),
директор по устойчивому развитию, РУСАЛ

КОМИТЕТ ПО ЖКХ

Наталья Викторовна Абросимова –
генеральный директор Ассоциации ЖКХ МО



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 Электроник»



КОМИТЕТ ПО АДВОКАТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Мария Александровна Федотова

КОМИТЕТ ПО ДОРОЖНОМУ СТРОИТЕЛЬСТВУ

Андрей Тимурович Соколов, компания «Асфальт-Качество»

СОДЕРЖАНИЕ

НОВОСТИ КУЛЬТУРЫ

4 **«УНИКАЛЬНАЯ РОССИЯ – 2025»**

ЛИЦО С ОБЛОЖКИ

6 АЛЕКСАНДР КИСЕЛЕВСКИЙ, VIDSPIRIT:
«АУКЦИОНЫ СТАНОВЯТСЯ ЗНАЧИМОЙ ЧАСТЬЮ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ»

ИСКУССТВО В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ. ТRENДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

12 ЕЛЕНА МАТВЕЕВА, «ЛЕНКНИГА»:
«СОБИРАТЕЛЬСТВО – НАСТОЯЩЕЕ ИСКУССТВО»

16 ARTCOLLECTION:
С ЧЕГО НАЧАТЬ И КАК ПРОДОЛЖИТЬ КОРПОРАТИВНУЮ КОЛЛЕКЦИЮ

18 КСЕНИЯ ГРИГОРЯН, ГАЛЕРЕЯ P.S. GRIG ART:
«ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГАЛЕРЕИ И ХУДОЖНИКА ДОЛЖНО СТРОИТЬСЯ НА ПРОЧНОЙ ОСНОВЕ ДОВЕРИЯ И ВЗАИМОПОНИМАНИЯ»

22 АУКЦИОННЫЙ ДОМ «МИНИАТЮРНАЯ СКУЛЬПТУРА ЯПОНИИ».
НЭЦКЭ: МИР НА ЛАДОНИ

26 REGARDS. **БИЗНЕС СО ВНИМАНИЕМ К ДЕТАЛЯМ**

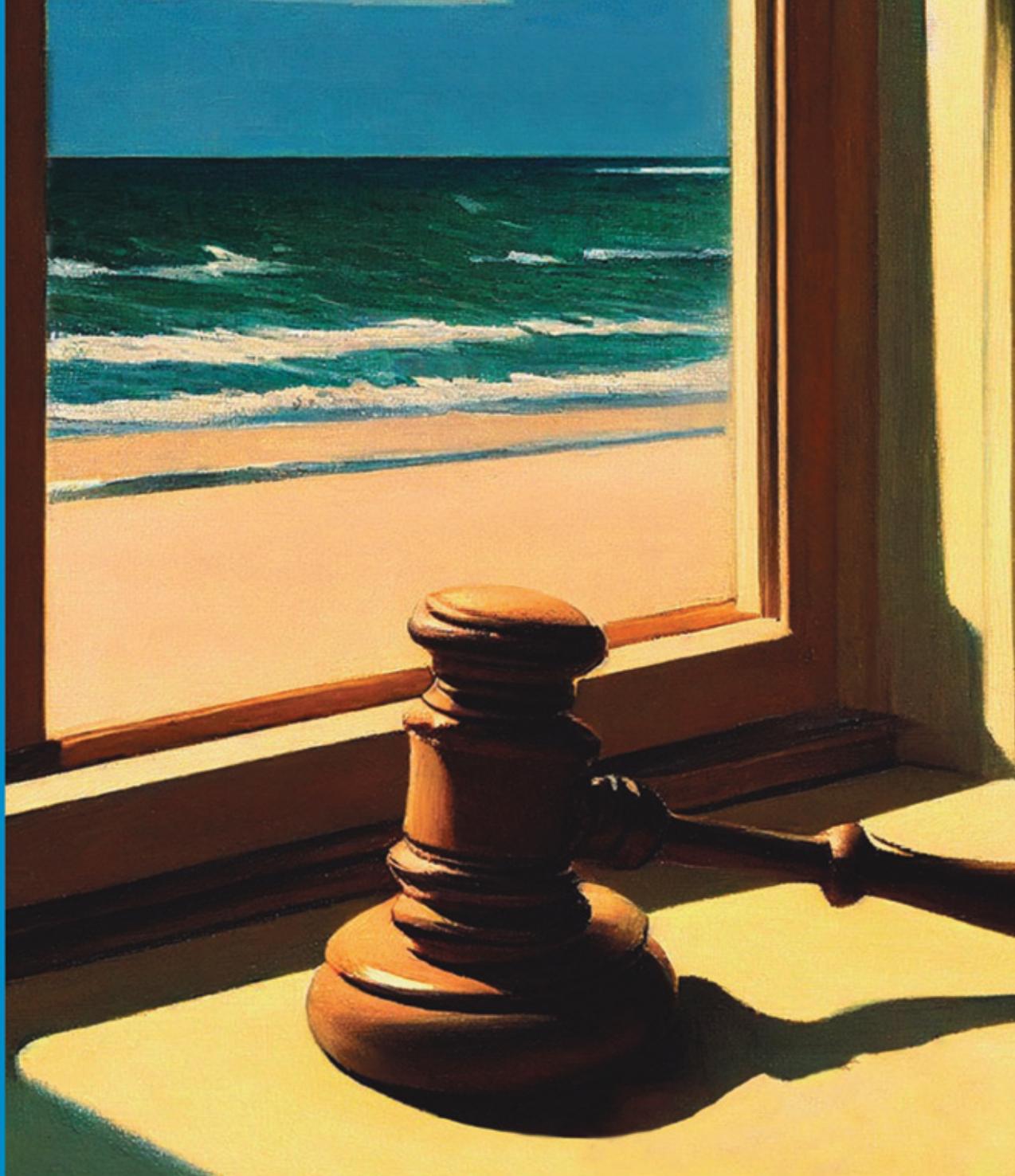
30 БЕСЦЕННЫЕ ДЕНЬГИ.
КАК КОМПАНИЯ «MS67» СПОСОБСТВУЕТ РАЗВИТИЮ НУМИЗМАТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

34 ВЛАДИМИР КУЗНЕЦОВ, АУКЦИОННЫЙ ДОМ СИНДИКАТ.РФ:
«ПРАВИЛЬНО ПОДОБРАННЫЙ ДОМЕН – ЭТО ИНВЕСТИЦИЯ, КОТОРАЯ БУДЕТ ПРИНОСИТЬ ПРИБЫЛЬ»

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

44 ДЯТЬКОВО: **ХРУСТАЛЬНЫЕ МЕЧТЫ СБЫВАЮТСЯ!**





BIDSPIRIT – ваш проводник в увлекательный мир онлайн-аукционов

Сайт: bidspirit.com

Почта: info-ru@bidspirit.com

Телефон: *1812 (бесплатно с мобильного)

Телефон и WhatsApp: +79175300840



больше
информации
здесь





«УНИКАЛЬНАЯ РОССИЯ – 2025»

С 23 января по 9 февраля 2025 года в московском Гостином Дворе прошла юбилейная, V художественно-промышленная выставка-форум «Уникальная Россия». Событие объединяет сотни художников, мастеров, дизайнеров, руководителей предприятий, представителей учреждений культуры и органов государственной власти, а также профессионалов и любителей истории и культуры со всего мира.

Выставка представляет собой платформу для демонстрации народного искусства и культурных ценностей, а также формирует обширную международную программу совместно с представительствами стран БРИКС. В 2025 году в мероприятии участвует более 70 регионов страны, включая Республику Крым, Татарстан, Башкирию, Бурятию, Якутию, Калининградскую, Нижегородскую, Рязанскую, Тюменскую области и др. В то же время посетители также наглядно могут познакомиться здесь с культурой, традициями и бытом таких экзотических стран, как Индонезия, Шри-Ланка, Индия и другие. В 2025 году «Уникальная Россия» формирует обширную международную программу совместно с представительствами стран БРИКС+ и других дружественных стран.

Самая крупная выставка традиционных искусств «Уникальная Россия» в этом году отмечает 5-летний юбилей. За четыре года выставка-форум зарекомендовала себя как площадка, транслирующая глубокие смыслы народного искусства, вечные ценности нашей культуры, которые лежат в основе развития России будущего.

«Уникальная Россия» сегодня – это значимый национальный бренд, живое наследие России, пространство для презентации лучших проектов страны.

Пятый, юбилейный год стал событием особенным. Объединяя и укрепляя связи между творческими союзами, общественными организациями, интеллигенцией, представителями бизнеса и власти, «Уникальная Россия» ярко транслирует и укреп-

ляет культурный код страны, формирует туристическую привлекательность России, создавая благоприятный инвестиционный климат для расширения возможностей выхода на мировую арену российским творческим проектам и бизнесу, знакомя гостей как с традициями, уходящими в глубь веков, так и с инновациями в области креативных индустрий, в частности на стыке искусства и IT-технологий, робототехники, что привлекает к проекту молодёжь.

В рамках исторической части выставки были представлены две центральные экспозиции. Первая из них посвящена 325-летию Пробириной палаты России и ювелирному искусству страны. Посетители могли увидеть репродукции работ известных ювелиров, таких как К. Фаберже и



П. Овчинников, а также современные изделия российских ювелирных компаний.

Вторая экспозиция посвящена 130-летию прославленного предприятия народных художественных промыслов «Торжские золотошвеи», где были представлены парадный мундир адмирала морского флота дореволюционного периода, копия платья Екатерины II, заказанного ею во время посещения Торжка, современный мундир президентского полка и мундир официального представителя МИД России Марии Захаровой.

На площадке «Уникальной России» ежегодно проходит множество культурных и деловых мероприятий. Это форумы, фестивали, показы дизайнерских коллекций одежды, выступления творческих коллективов, лекции и встречи с героями и ветеранами, международные мероприятия с участием посольств зарубежных стран. Среди мероприятий деловой и культурной программы нынешнего сезона – награждение лауреатов конкурсов «Уникальные мастера России» и «Золотые руки России», юбилей Творческого союза декоративно-прикладного искусства и Ассоциации «Наследие и традиции», 1-й всероссийский конкурс патриотических блогеров «Наше оружие – слово», Форум «809», направленный на реализацию Указа Президента РФ о сохранении нравственно-культурных ценностей нашей страны, и другие события.





**Александр КИСЕЛЕВСКИЙ, глава Vidspirit:
«АУКЦИОНЫ СТАНОВЯТСЯ
ЗНАЧИМОЙ ЧАСТЬЮ
РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ»**

Президент и совладелец международного агрегатора аукционов Bidspirit в интервью нашему изданию подробно рассказал о ключевых достижениях и вызовах прошедшего года, осветил потенциал развития арт-рынка в российских регионах и поделился с нами основными тенденциями аукционного рынка и планами на будущее.

– Александр, вы отмечали, что сезон-2023/2024 стал самым успешным за все 13 лет существования Bidspirit в России, несмотря на санкционные ограничения, которые коснулись и российско-го рынка искусства. Что способствовало этому успеху?

– На самом деле каждый новый сезон, как правило, оказывается более успешным, чем предыдущий. Это закономерность хорошего бизнеса, который стремится к росту. Каждый месяц на платформе Bidspirit появляются минимум две новые площадки, которые подписывают соглашение о проведении аукционов. Это могут быть галереи, магазины или аукционные дома. Статистика колеблется, но в целом процесс движется вперёд. База клиентов постоянно обновляется и расширяется, и каждый год в итоге оказывается лучше предыдущего, за исключением, пожалуй, 2022 года, когда на рынке царил паника. Однако все быстро адаптировалось к новым условиям, и бизнес продолжил свою работу.

Что касается закрытых границ, с одной стороны, это негативно сказалось на притоке новых материалов, которые ранее поступали к коллекционерам из-за рубежа, в том числе через западные аукционы и прямые покупки у дилеров. Теперь, когда российские организации находятся под санкциями, сотрудничество с ними на Западе стало рискованным, и количество доступных предметов резко сократилось во всех сферах коллекционирования: от живописи до нумизматики.

С другой стороны, эта ситуация привела к тому, что запасы, хранившиеся в коллекциях с 2000-х годов, стали доступны. Многие решили, что нет смысла ждать «лучших времён» и придержать свои коллекции, и начали выставлять на рынок то, что долго оставалось скрытым в запасах. Таким образом, несмотря на сложные геополитические условия, 2024 год оказался успешным для всего рынка, включая Bidspirit.

Более важный вопрос: что дальше? Если санкционная ситуация сохранится, то неминуемо произойдёт вымывание рынка. Трудно предсказать, когда именно это случится, но такая ситуация вероятна. Спрос на коллекционные предметы уже сейчас превышает предложение. К этому необходимо готовиться. Скорее всего, «средний» материал останется в достаточном количестве внутри страны, но количество шедевров значительно сократится.

– А как западные аукционные дома, лишившиеся притока участников из России, справляются с текущей ситуацией? Происходят ли какие-либо изменения в их подходе к взаимодействию с российскими коллекционерами, антикварами и галереями?

– Закрытие русских торгов стало серьёзным ударом для многих. Как и все нормальные коммерсанты, западные аукционные дома и галереи пытаются обойти санкции, переименовывая свои торги: например, не в «русские», а в «восточно-

**VIDSPIRIT ОКАЗАЛ
ЗНАЧИТЕЛЬНОЕ
ВЛИЯНИЕ НА
ОБЕЛЕНИЕ РЫНКА.
РАНЕЕ ДАЖЕ
РАЗРЕШЁННЫЕ
ТОРГИ ПРОХОДИЛИ
ПРИ «ЗАКРЫТЫХ»
ДВЕРЯХ И ДЛЯ ОЧЕНЬ
ОГРАНИЧЕННОГО
КРУГА ЛИЦ. МЫ
ДЕМОКРАТИЗИРОВАЛИ
ЭТОТ РЫНОК.**



европейские»; знаковые произведения русской культуры, такие как работы известных художников или предметы Фаберже, продолжают появляться на западных аукционах, но в контексте общего восточноевропейского искусства, так как аукционные дома стараются минимизировать упоминание России. Несмотря на все трудности, рынок продолжает функционировать, и на западной арене появляются произведения русского искусства. Однако, безусловно, ситуация стала значительно более сложной, и российским коллекционерам всё труднее приобретать произведения искусства за рубежом, и им нередко приходится обращаться за помощью к посредникам.

– В связи с этим вопрос: легко ли сегодня работать на российском рынке? Насколько я знаю, на Bidspirit даже оказывается давление, чтобы он ушёл из России, но вы не уходите...

– Сегодня на нас приходится около 95% онлайн-торгов российским искусством. Без ложной скромности могу сказать, что Bidspirit фактически и создал аукционный рынок в России. Когда после успешного запуска в Израиле Bidspirit пришёл в Россию 13 лет назад, в стране не было рынка онлайн-торгов. И как же мы можем отказаться от присутствия в России, отказаться от того, что сами создавали?

Надо сказать, что многим нашим западным коллегам и ранее не нравилось, что

Bidspirit так активно развивает аукционный рынок в России, так как многие из них хотели бы занять наше место, но в своё время им не хватило решимости, не хватило осознания мощного потенциала страны, а сегодня они уже лишены этой возможности. И на нас, конечно, оказывается давление. Часто оно проявляется в форме хакерских атак. Но поскольку аукционная площадка Bidspirit – это в первую очередь технологии, то и все акционеры, и все члены команды, включая меня, имеют отношение к информационным технологиям и отлично разбираются в вопросах кибербезопасности, и нам удаётся без значительных потерь отбивать все хакерские атаки.

Есть и такие игроки, которые под знаменем «импортзамещения» пытаются повлиять на уход Bidspirit из России, применяя нечистоплотные методы борьбы, пытаясь опорочить репутацию, но мы защитили своё имя в российском суде, который полностью встал на нашу сторону.

– Притом что около 4 тыс. аукционных домов из разных стран пользуется платформой Bidspirit для рекламы и проведения своих аукционов, не проще ли было в «турбулентное» время поставить развитие российского рынка на паузу?

– С определённой точки зрения, конечно, проще, но я не помню, чтобы в своей жизни я когда-либо искал простых решений. Меня не привлекает простота; мой мотиватор, то, что двигает меня

и наше дело вперёд, – интерес к самой жизни... И именно поэтому мы сегодня имеем настолько развитый аукционный рынок в России. Повторюсь, что в 2012 году, когда мы зашли в Россию, здесь было лишь с десяток разрозненных аукционных домов. А сегодня аукционный рынок – активный участник экономической российской арены. Поэтому простой жизни мы не ищем.

Можно сказать, что я свою жизнь положил на развитие аукционного рынка России, поэтому не собираюсь ничего уступать без боя. Ну и к тому же нас активно поддерживают все наши клиенты, которые не мыслят сегодня своей деятельности без нас.

Против же добросовестной конкуренции мы ничего не имеем, но пока у нас даже в мире немного конкурентов – всего около пяти международных аукционных агрегаторов. Время от времени в новостях появляются сообщения о новой технологической платформе, которая претендует на звание отечественного конкурента Bidspirit. Однако живут они год-два и исчезают с рынка. Причина в том, что создатели таких платформ не осознают, что основным приоритетом должны быть именно технологии, а не просто увлечение искусством. Bidspirit же – это не объединение знатоков искусства, это чисто высокотехнологическая компания, которая активно развивается в области информационных технологий.



– Тогда ещё немного о технологиях: какие же технологические преимущества обеспечивает Bidspirit для своих пользователей?

– Наши краеугольные камни – это надёжность, высокоточность, алгоритмы реального времени и, конечно же, все вопросы, касающиеся кибербезопасности.

И мы находимся в постоянном совершенствовании платформы – постоянно вводим новые модули в систему. Например, один из новейших – модуль по борьбе с мошенничеством. С его помощью можно в режиме реального времени отслеживать подозрительные ставки, а также заблокированных ранее пользователей, которые пытаются зарегистрировать новые аккаунты, даже если человек меняет IP или пытается другими, более совершенными способами «замести» следы. Модуль, как следопыт, отслеживает таких пользователей и блокирует их. Безопасность – это один из важнейших аспектов нашей технологии, поэтому мы уделяем ему там много внимания. И сами пользователи, понимая, насколько с нами безопасно работать, всё более и более охотно к нам присоединяются.

Конечно, крупные международные аукционные агрегаторы тоже постоянно совершенствуют свой функционал. Но мы, в отличие от них, ещё и развиваем сам рынок аукционов: занимаемся развитием площадок, ездим по городам и весям, подробно рассказываем, объясняем и призываем начинать аукционную деятельность. И как легко убедиться и по нашим показателям, и по развитию рынка онлайн-торгов в России – весьма успешно это делаем.

– Реально ли сегодня быть своеобразным «мостом» между Западом и Россией в условиях, когда значительная часть российских коллекционеров забанена на международных аукционах?

– Мы действительно всегда были своеобразным связующим звеном между западным и отечественным рынками. Ситуация сейчас непростая, и в современных реалиях главное – уметь находить компромиссы. Как я уже упоминал, несмотря на то, что сегодня нет российских торгов, предметы искусства из России появляются на аукционах. И по-прежнему западные аукционисты заинтересованы в том, чтобы российские покупатели так или иначе участвовали в торгах. Удобнее всего это делать через Bidspirit.

Точно так же и западные покупатели ищут возможности участвовать в российских аукционах. И мы даём такую возможность. Так что по нашему «мосту» идёт двустороннее движение.

И скажем честно: если бы наши западные партнёры не видели успешность российского рынка через Bidspirit, то они и не хотели бы на него вернуться. А они



НЕ СЕКРЕТ,
ЧТО СЕГОДНЯ
КОНКУРЕНЦИЯ В
НАШЕЙ СФЕРЕ – ЭТО
В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ
БОРЬБА ТЕХНОЛОГИЙ.
И У BIDSPIRIT ЕСТЬ
ТЕХНОЛОГИЧНОЕ
НУУ-ХАУ, КОТОРОЕ
ДАЁТ НАМ ОЩУТИМОЕ
ПРЕИМУЩЕСТВО.

прекрасно осведомлены о возможностях российского рынка искусства и хотели бы ими воспользоваться. Поэтому на сегодня ищем компромиссные решения, а в дальнейшем, я надеюсь, возвращаемся к полноформатному взаимодействию: никто не хочет терять Россию ни как продавцов, ни как рынок сбыта.

– Какая категория пользователей Bidspirit сегодня преобладает?

– Сегодня на Bidspirit работает около 220 площадок. Из них только 40 – это аукционные дома, то есть организации, которые существуют исключительно за счёт проведения аукционов и более ничем не занимаются. Остальные – это галереи, антикварные магазины и салоны, кураторские группы. Иными словами, те компании, которые ранее не были напрямую связаны с аукционами и которым Bidspirit фактически дал возможность вести самостоятельную аукционную деятельность, став дополнительным каналом продаж. Однако для многих – и я бы даже сказал: для 70% участников – это стало основным источником дохода. Прежде всего – галереи, которые традиционно существовали в физическом пространстве, начали активно переходить в онлайн. В дальнейшем они стали использовать онлайн-аукционы не только как инструмент продаж, но и как средство рекламы. Когда галерея выставляет предметы искусства на аукцион, а коллекционеры или дилеры, участвующие в аукционе, видят эти предметы, у них возникает желание посетить галерею и увидеть эти произведения вживую.

– Какие категории предметов искусства сегодня наиболее популярны среди дилеров и коллекционеров?

– Наиболее популярным видом коллекционирования в России традиционно является нумизматика. Причём как среди людей среднего и старшего возраста, так и среди молодёжи. В настоящее время она находится на пике своего развития, и цены на монеты, особенно инвестиционные, неуклонно растут.





В течение 10 лет заметно увеличился сегмент антикварной книги: стоимость антикварных книг возросла на 30% – это серьезные показатели.

Хочу отметить, что новое поколение, известное как поколение Z, сегодня проявляет слабый интерес к антиквариату. В этой связи институции современного искусства, активно работающие в России, тем более оказавшись в условиях ограничений, начали ориентироваться на молодёжную аудиторию. Они стремятся не только воспитать эстетический вкус, но и пробудить интерес к инвестициям в современное искусство.

Отчасти это удаётся, но в этом сегменте есть проблемы: в России до сих пор не сформирован рынок вторичного современного искусства. Приобретая произведения у художников или галерей, покупатель не имеет уверенности в том, что в дальнейшем сможет выгодно их перепродать. Но сейчас этот рынок как раз активно формируется.

– Если говорить в целом о развитии арт-рынка в России... Например, сегодня некоторые аукционные дома начали открывать офисы в регионах. Означает ли

это, что региональный арт-рынок будет подрастать?

– Москва и Санкт-Петербург в любом случае будут играть первую скрипку. В столице самая высокая покупательная способность. Около 70% наших покупателей – из Москвы, 20% – из Петербурга, и лишь 10% приходится на регионы.

Но... если мы посмотрим на географию Bidspirit – зайдём в список аукционных домов, галерей и сделаем фильтрацию по городам, – то мы увидим совершенно фантастическую, на мой взгляд, картину: от Москвы до самых до окраин – аукционы в Перми, Тюмени, Астрахани, Владивостоке. Это то, о чём раньше мы могли только мечтать. Галереям, антикварным магазинам, салонам нет необходимости везти предметы искусства в Москву, они могут успешно реализовывать их на месте, что способствует развитию коллекционирования и аукционной деятельности в регионах. Не уверен, что открытие офисов аукционных домов в регионах себя оправдывает, так как это не увеличивает количество произведений на местах. Но усилия, предпринимаемые Bidspirit для развития небольших аукционов в регионах, вдохновляют малые организации, занимающиеся антиквариатом, нумизматикой, современным искусством, влиться в аукционный бизнес. Это направление развивается весьма активно: почти половина новых площадок, открывающихся на Bidspirit ежемесячно, – это галереи, музеи, аукционные дома из регионов.

– Поясните, а почему вы не открываете доступ к выставлению лотов частным лицам?

– Действительно, частные лица не могут торговать на нашей площадке. Мы не модераторы, мы инженеры, математики и должны быть уверены, что те, кто к нам приходит, действительно существуют, что это организация, имеющая физическое пространство, то есть территорию магазина, галереи, салона и так далее. Организация должна вызывать доверие. Если у конечного покупателя появляется какая-то претензия, то к частному лицу с ней гораздо сложнее обратиться, чем к организации, которая ведёт торговую деятельность, умеет работать с клиентами, у которой есть некая мера ответственности, и она готова отвечать за свою продукцию и деятельность.

Но у любой организации, будь то маленький магазин или большой аукционный дом, на нашей платформе одинаковые права, и начать работать очень просто.

– К слову, о доверии: как бы вы сегодня оценили прозрачность российского арт-рынка?

– Не будем забывать о том, что западная аукционная культура насчитывает

более 350 лет. Россия же ещё в начале этого пути. Мы хорошо знаем, что после 1917 года большинство коллекций было передано в музейные фонды, да и какое-то время после распада Советского Союза любой арт-дилер считался практически спекулянтом, всё продавалось на чёрном рынке. И такая ситуация продолжалась фактически до начала двухтысячных годов. Даже сегодня аукционная деятельность в основном ведётся людьми, которые родились в СССР. И выход из чёрного сначала в серое, а затем и в белое пространство происходит, но очень постепенно. Могу сказать, что именно Bidspirit оказал значительное влияние на обеление рынка. Ранее даже разрешённые торги проходили при «закрытых» дверях и для очень ограниченного круга лиц. Мы демократизировали этот рынок, сегодня фактически любой может принять участие в торгах, видеть результаты; конечно, анонимность покупателя сохраняется – это главное. Но сама аукционная деятельность стала гораздо прозрачнее и благодаря этому становится значимой частью российской экономики.

– Какие у вас есть планы по развитию Bidspirit на ближайшие несколько лет? Как на международной арене, так и в России.

– Начнём с международной арены. Bidspirit расширяет своё влияние, продвигаясь из Европы в Азию. Например, индийский аукционный рынок демонстрирует активное развитие. Мы возлагаем большие надежды на китайский рынок. Однако здесь существуют определённые трудности, в основном технологического характера: поскольку интернет в Китае изоли-

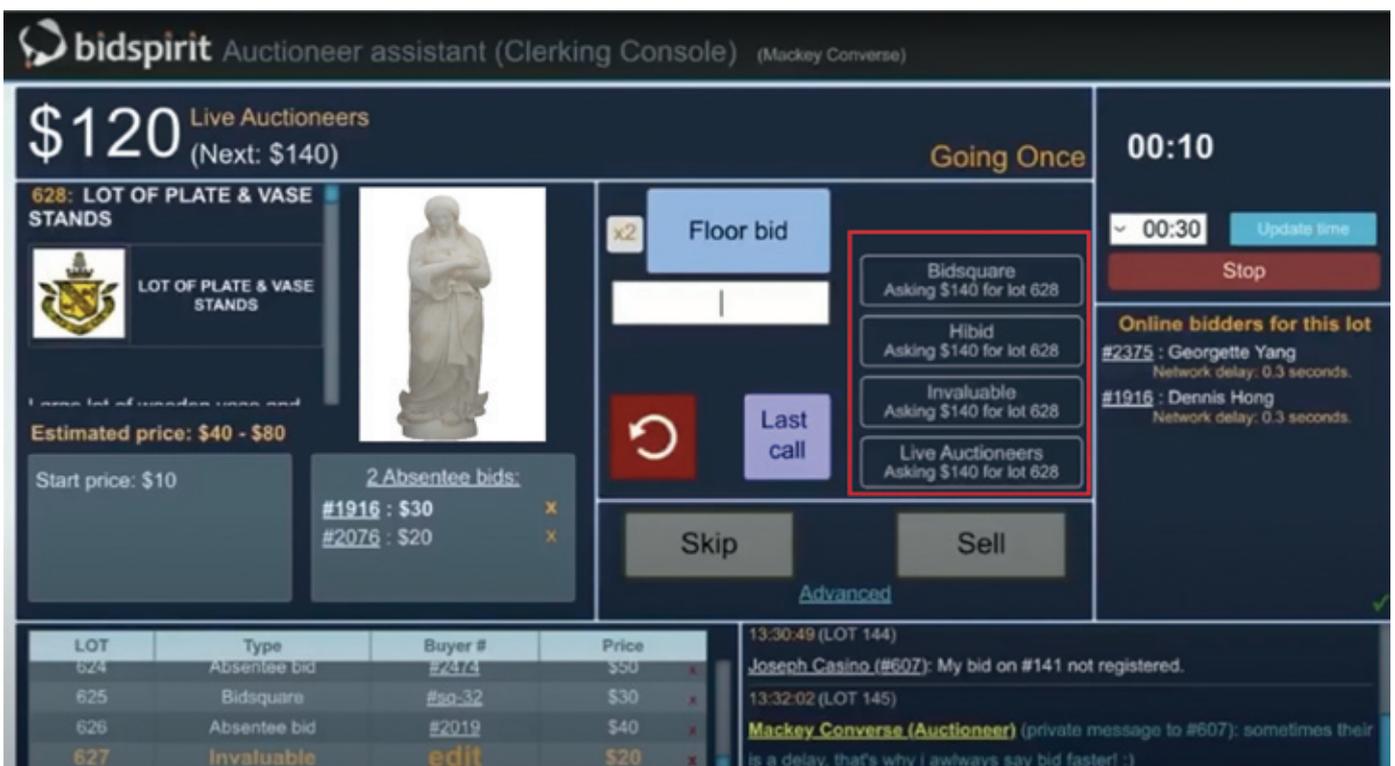
рован, то Китай фактически заперт внутри самого себя, и работать можно только при подключении VPN, что осложняет работу; и пока мы находимся в поиске решения этой проблемы, при этом продолжаем контакты и попытки сотрудничества, и это, без сомнения, тот рынок, на который мы будем выходить в будущем.

Разумеется, экспансия будет продолжаться по всему миру, в том числе и в Европе, где мы конкурируем с другими международными агрегаторами. Не секрет, что сегодня конкуренция в нашей сфере – это в первую очередь борьба технологий. И у Bidspirit есть технологичное ноу-хау, которое даёт нам ощутимое преимущество. Это технология мультиклеркинга, которая позволяет на одном экране одного компьютера синхронизировать все известные аукционные агрегаторы во время аукционных торгов. Это значительно экономит человеческие ресурсы и аукционные дома, которые проводят аукционы на нескольких мировых платформах, используют всего одного сотрудника для синхронизации торгов таких платформ; один человек может управлять всеми аукционными ставками, всем процессом.

А если говорить о стратегии развития на российском рынке, то мы продолжим развивать аукционную деятельность в регионах, чем мы сейчас уже активно занимаемся. Будем привлекать всё больше организаций, которые имеют коллекционный товар для участия в торгах.

И конечно, развитие Bidspirit в России, как и во всём мире, не только географическое, но и технологическое, поэтому будем развивать все новые сервисы для российских пользователей нашей платформы.

МОЖНО СКАЗАТЬ, ЧТО Я СВОЮ ЖИЗНЬ ПОЛОЖИЛ НА РАЗВИТИЕ АУКЦИОННОГО РЫНКА РОССИИ, ПОЭТОМУ НЕ СОБИРАЮСЬ НИЧЕГО УСТУПАТЬ БЕЗ БОЯ. НУ И К ТОМУ ЖЕ НАС АКТИВНО ПОДДЕРЖИВАЮТ ВСЕ НАШИ КЛИЕНТЫ, КОТОРЫЕ НЕ МЫСЛЯТ СЕГОДНЯ СВОЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЗ НАС.



«ЛЕНКНИГА» – торговая площадка антиквариата из Санкт-Петербурга, основанная в 2019 году. Ею руководит Елена Матвеева – член крупнейших библиофильских клубов Москвы и Санкт-Петербурга: Национального союза библиофилов (НСБ), Секции книги и графики Дома учёных им. М. Горького РАН, «Бироновы конюшни» при Всероссийском музее А. С. Пушкина. С 2006 года она занимается комплектацией частных и государственных библиотек, является составителем каталогов частных собраний.

С 2017 по 2019 год Елена работала в качестве эксперта антикварной книги в аукционном доме «Город муз» в Москве. За это время многие отечественные коллекции были обогащены редкими и ценными изданиями, автографами и рукописями, а также живописными полотнами и другими произведениями искусства. За годы работы глава «ЛЕНКНИГИ» со своими собраниями неоднократно принимала участие в выставках частной художественной галереи KGallery в Санкт-Петербурге. Сегодня «ЛЕНКНИГА» проводит аукционы на платформе Bidspirit, что позволяет привлекать внимание коллекционеров к уникальным предметам и расширять горизонты коллекционирования. Елена Матвеева рассказала нашему изданию о современном состоянии антикварного рынка, о том, как создаются коллекции, и о тех редкостях в собрании «ЛЕНКНИГИ», которым радуется душа истинных коллекционеров.

ЕЛЕНА МАТВЕЕВА:

«СОБИРАТЕЛЬСТВО – НАСТОЯЩЕЕ ИСКУССТВО»





НОВАЯ ЭРА СОБИРАТЕЛЬСТВА

Времена меняются – и вместе с ними трансформируется антикварный рынок, адаптируясь под современных собирателей. Некогда, когда существовало всего два-три аукционных дома, а практически все коллекционеры знали друг друга в лицо, обмен книгами происходил до и после аукционных торгов и был настоящим таинством, а сообщество собирателей можно было сравнить с масонской ложей – закрытым обществом со своими правилами, ритуалами, куда допускались лишь посвящённые лица.

«Чужаков» встречали настороженно, но с любопытством – «а может, у него есть что-то интересное», – а если человек проходил «обряд посвящения», его «учили» (подсовывая дефектные экземпляры) собирательству; кого-то наставляли, что в создании собрания важно не просто продать-купить, а существует множество нюансов. Нужно было пройти курс молодого бойца, который потом очень помогал. Коллекционеры из старой гвардии оставались верны своим традициям и принципам, но, увы, их число сильно сократилось. Последний из мастодонтов этой эпохи покинул нас в 2023 году.

Сейчас новая эра в собирательстве. В основном современные собиратели – это инвесторы, но всё же есть и знатоки своего дела, которые понимают тонкости и разбираются в том, что собирают. Это обнадеживает и вселяет надежду, что традиции «старой школы» собирателей будут продолжать это дело.

Конечно, современные реалии привнесли и новейшие технологии в сферу собирательства. Так, с появлением платформы Vidspirit стало проще приобретать и расставаться с предметами искусства, хотя и чёрный рынок никуда не делся. Тем более что для некоторых собирателей сохранение полной приватности важно до сих пор.

Из негативных моментов, которые сегодня тревожат многих истинных соби-

рателей коллекций, отмечу, что далеко не все современники понимают ценность и значимость того наследства, которое им достаётся. Так, «ковидное время» унесло несколько коллекционеров, оставив наследников, желающих получить наследство в виде кредитной карты. Криминальные «talанты» тоже не дремлют и пытаются поживиться на коллекциях после почившего собирателя. Но это отдельная тема, и, увы, всё чаще этого не избежать. На уговоры и мольбы составить посмертно каталог и наклеить экслибрис, дабы увековечить собрание и самого собирателя, мы встречаем махания рук и ответ: «Ни за что! Нам это не нужно, а ему уже и подавно». Хотя для библиофильского сообщества это жизненно необходимо – знать провенанс. Поэтому каждый уважающий себя книголюб бережно заказывает себе экслибрис, трепетно наклеивает его сам!

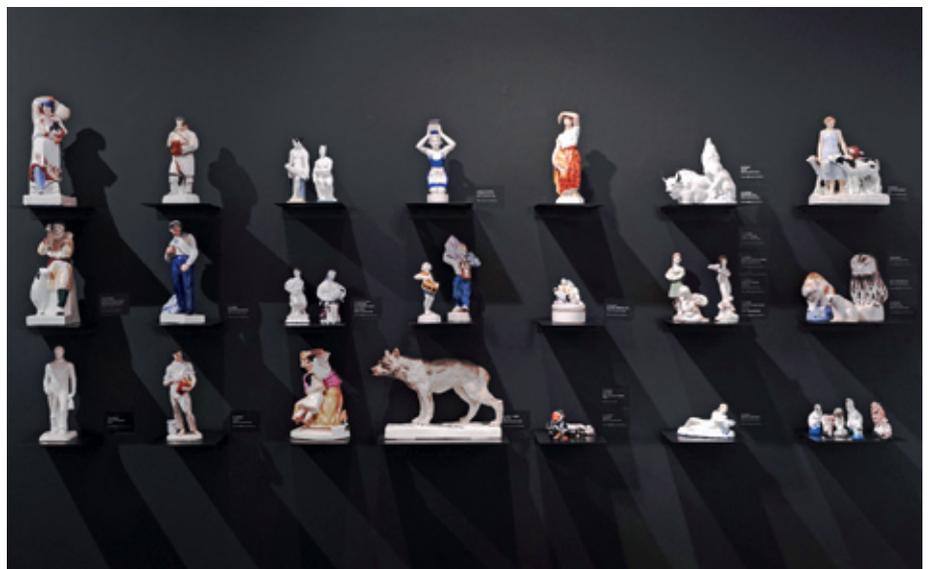
Однако далеко не каждый коллекционер готов составить каталог и описать свою коллекцию: «Я же ещё не собрал до конца. Вот когда соберу, тогда и опишем».

Вопрос – до какого конца... На практике мы видим, что книги переживают своего владельца. Поэтому призываю наклеивать хоть маленький шрифтовой экслибрис – необязательно художественный в виде офорта или литографии – и вести список книг, хотя бы «в стол». Например, легендарный московский библиофил Алексей Венгеров публиковал собранные им книги, потом с некоторыми из них расставался уже безболезненно. Он показал «книжному миру», как грамотно составлять свою коллекцию и что список – не препятствие к тому, что можно с чем-то и проститься, купив другой раритет.

ВСТРЕЧИ С ПОДЛИННЫМ ИСКУССТВОМ

Собирательство – настоящее искусство, которое позволяет проникнуть и познать мир истинных шедевров.

Например, в Санкт-Петербурге был собиратель фарфоровых статуэток (помимо других увлечений антиквариатом). После того как статуэтки частично перешли в дру-



Экспозиция с выставки фарфора в KGallery «Рождённый революцией. Шедевры агитационного фарфора из частных собраний». СПб, 2023 г.



Фарфоровая скульптура «Мальчик на санках», ЛФЗ, 1930-е годы

гое собрание, стало возможным сделать выставку в KGallery «Рождённый революцией. Шедевры агитационного фарфора из частных собраний», которая произвела фурор.

Несмотря на то, что некоторые статуэтки остались за кадром, а многие были реализованы почти мгновенно, удалось увековечить хотя бы малую часть этой коллекции и продемонстрировать посетителям, как выглядит подлинное произведение искусства. Прикасаясь к оригиналам, понимаешь, что некоторые статуэтки, выдаваемые за «настоящие» на антикварных салонах, вызывают лишь снисходительность, не говоря уже о желании их приобрести. Всё познаётся в сравнении.

Зачастую собирательство приносит новое, неизведанное, этот мир полон открытий.

Например, месяц назад принесли на реализацию, на первый взгляд, просто милую статуэтку маленького размера (в 6 см) – мальчик на санках, – которую,

как выяснилось, никто никогда не видел. Несомненно было, что эта статуэтка относится к 1930-м годам, а на дне её можно увидеть штамп – «ЛФЗ» (Ленинградский фарфоровый завод). Конечно, не сравнить с фарфоровыми статуэтками Анны Ахматовой, выпущенными ЛФЗ в 1924 году (роспись – Е. Я. Данько), но история статуэтки оказалась не менее захватывающей.

Например, статуэтка «Анна Ахматова» только через «ЛЕНКНИГУ» дважды проходила, а этот «малыш» был обнаружен только в госкаталоге Государственного Эрмитажа. «Малыш» получил неофициальное название «Ванечка на саночках» и сейчас ждёт окончания исследования над ним, чтобы обрести своего владельца. Нужно было услышать мнение специалиста, чтобы понять, что же это за Ванечка такой. И когда Наталья Сергеевна Петрова, старший научный сотрудник и хранитель отдела «Музей Императорского фарфорового завода» Эрмитажа, взяла статуэт-

ку в руки, она воскликнула: «Откуда она у тебя?! Да она абсолютно подлинная!» В ходе дальнейшего расследования выяснилось, что в 1941 году эту статуэтку в дар Эрмитажу принесла женщина, сопроводив её дарственной бумагой. Теперь предстоит поднять архивные документы, чтобы получить больше информации об истории «Ванечки». В каталоге Эрмитажа указано, что статуэтка была создана в 1941 году, но на самом деле этот год соответствует времени её поступления в музей; сама же статуэтка датируется примерно 1937 годом. Имя скульптора пока остаётся загадкой. Увы, «Ванечка на саночках» был нам передан недавно и поэтому не попал в каталог выставки. На данный момент этой статуэтки нет ни в одном из каталогов. Пока нет.

Конечно, как собирателю, мне со многим приходится расставаться скрепя сердце. Мне больше нравится покупать в кол-



В. Е. Маковский «Портрет А. С. Пушкина». Бумага, карандаш, 1910-е гг.



лекцию, нежели продавать из неё. Когда комплектуешь собрание, каждая вещь навеивает какие-то воспоминания, эмоции, а потом наступает время реализовывать собранное. Это порой навеивает грусть, но, с другой стороны, понимаешь, что для кого-то то, что мы собрали, будет подлинной радостью – значит, всё не зря...

Но каждое собрание – это своё, особое воспоминание. Так, летом 2023 года, в юбилейный год, посвящённый 225-летию со дня рождения А. С. Пушкина, мне принесли на реализацию портрет поэта, созданный рукой Владимира Маковского. Графика всегда была мне ближе, чем живопись, и в этом случае звёзды словно сошлись. Теперь этот портрет занял своё



В. Е. Маковский «Мальчики с лукошком».
Бумага, карандаш, акварель, 1912 г.

место в кабинете библиотеки. В настоящее время на продажу выставляется архив известного художника, в котором представлены и работы Владимира Маковского. Качество этих произведений варьируется от эскизов до завершённых подписных работ, что даёт возможность выбрать именно то, что наиболее привлекает.

С живописью всё намного сложнее. Столько известных историй о махинациях в этой сфере деятельности, перед некоторыми даже снимаю шляпу. К сожалению,



Церемониальный альбом «Описание священного коронования их императорских величеств государя императора Александра Третьего и гос. имп. Марии Феодоровны всея России 1883 г.»

со сменой руководства Государственного Русского музея закрылся отдел экспертизы при ГРМ. После запрета М. Б. Пиотровского проводить экспертизу в Государственном Эрмитаже оставался только Государственный Русский музей. Теперь культурная столица лишилась и этой возможности. Разумеется, разбирающимся собирателям это и не нужно, тем более когда знаешь провенанс той или иной картины. Но мне известны лишь два таких коллекционера,

у кого глаз-алмаз и многолетний опыт за плечами. Но не всегда провенанс известен – а это бывает гораздо чаще, – тогда нужно мнение музейных специалистов. Нельзя исключать и теневой бизнес в области проведения экспертиз. Тут надежда на химико-технологическое исследование экспертов при музее. При судебных оценках наследственного имущества пришлось сталкиваться с откровенными подделками с подписями художников с мировыми име-



Бенжамен Патерсон «Полицейский мост чрез Мойку на Невском проспекте», 1811 год. Бумага, акварель, белла



Подносной переплёт из библиотеки Её Величества Принцессы Елены Саксен-Альтенбургской

нами, приобретёнными за несколько миллионов рублей. В каком состоянии человек приобретал данные работы – непонятно. Хочется верить, что ему их просто подарили. Именно поэтому раньше к любой картине прикладывалось две экспертизы музеев Питера и Москвы.

Про книги и книжные истории можно писать бесконечно, но это не тематический журнал, поэтому приложу фотографии некоторых позиций для украшения страниц и которые пока ещё находятся в «ЛЕНКНИГЕ».

Из своего многолетнего общения с коллекционерами хочу подытожить, что коллекционирование – это заболевание. Не самое плохое. Люди погружены в процесс, где эмоции борются со здравым смыслом. Часто побеждает первое. И пока такие люди есть, собирательство не умрёт, а значит, впереди много работы и новых впечатлений.

ARTCOLLECTION: С ЧЕГО НАЧАТЬ И КАК ПРОДОЛЖИТЬ КОРПОРАТИВНУЮ КОЛЛЕКЦИЮ



ARTCOLLECTION – одно из крупнейших частных собраний предметов искусства в России. В нём насчитываются десятки тысяч уникальных экспонатов разнообразных эпох и стилей. В коллекции можно найти как русскую, так и европейскую живопись, бронзовые скульптуры и утончённый фарфор. Команда высококвалифицированных искусствоведов, экспертов и аналитиков ARTCOLLECTION также оказывает помощь в формировании корпоративных коллекций. Об истории корпоративного коллекционирования, о том, как и зачем создаются корпоративные коллекции, рассказывает владелец ARTCOLLECTION, академик Виктор Георгиевич Карцев.

– Одно из направлений деятельности частного собрания и Аукционного дома ARTCOLLECTION – помощь в создании корпоративных коллекций. Расскажите, как появилась идея создания бизнес-коллекций?

– История корпоративного коллекционирования насчитывает почти вековую историю.

В 50-е годы прошлого столетия начала формироваться первая банковская коллекция (ставшая впоследствии одной из крупнейших). The Chase Manhattan Bank во главе с Дэвидом Рокфеллером обратил пристальное внимание в сторону искусства. Приобретения делались осмысленно в соответствии с чётко разработанным планом закупок. Ведь важным было вписать искусство в архитектуру банков.

А десятилетие спустя шотландский банк Robert Fleming & Co решил украсить стены нового офиса в центре Лондона, что стало стартом большой корпоративной коллекции. И даже после завершения деятельности банка его богатейшее собрание национального искусства представлено в Лондоне, на Беркли-сквер.

Далее традиции коллекционирования стали развиваться очень активно. Как рассказывала куратор коллекции Deutsche Bank, в 80-90-х годах многие корпорации покупали искусство. Это было модно и статусно и в Европе, и на Западном полушарии.

К слову, Deutsche Bank формирует коллекцию уже более 30 лет, сегодня она насчитывает свыше 60 000 произведений (в числе которых живопись, графика, тиражная графика и даже принты), большей частью коллекции декорировано более 900 офисов по всему миру.

Банк владеет собственными выставочными пространствами и сыграл важную роль в учреждении и поддержке Музея Гуггенхайма в Берлине, а также финансово поддерживает мировые арт-ярмарки.

Ещё один знаменитый инфлюенсер – компания Microsoft, чья коллекция была основана в 1987-м. На сегодня около 5000 избранных работ украшает почти 200 офисов компании по всему миру.

– А как формировалась традиция корпоративных собраний в нашей стране?

– Отечественная история корпоративного коллекционирования началась со становления российской экономики в 90-е годы XX века. Сначала представители крупных структур, а позднее и средний и даже малый бизнес осознали имиджевое и инвестиционное значение создания собственных коллекций.

Первыми игроками стали банк «Московия», Инкомбанк, Столичный банк сбережений, компания «Ринако» и другие.

Многие из нас помнят залы косметического гиганта-ритейлера «Арбат-Престиж»,

украшенные оригинальными полотнами эпохи соцреализма, которые составляли центральную часть собрания.

Интересно, что, в отличие от западных корпораций, российские компании-коллекционеры особое внимание уделяли не современному альтернативному искусству, а традиционной академической живописи. Помимо первых имён (Шишкин, Айвазовский, Репин...), коллекции стали пополняться произведениями художников-реалистов конца XX – начала XXI вв. Для нас, ARTCOLLECTION, это особенно приятно, поскольку наше собрание изобразительного искусства представляют преимущественно произведения реалистического направления, высокохудожественный фигуратив.

– Насколько значимо участие ARTCOLLECTION в создании корпоративного арт-мышления и непосредственно коллекций?

– Наше собрание формировалось на протяжении более 40 лет. И сейчас мы готовы делиться сотнями избранных полотен и целыми тематическими, именными, жанровыми подборками с индивидуальными коллекционерами и, безусловно, корпоративными клиентами.

Картины, подобранные консультантами ARTCOLLECTION для корпоративных заказчиков, украшают столичные отели, элитные рестораны, парк-отели, банковские офисы,

Экспозалы топовых логистических и торговых компаний.

Коллекционирование живописи и предметов декоративно-прикладного искусства стало для бизнес-компаний не просто модой, но и взвешенным шагом в сторону культурного и социального влияния.

– Какие события культурной жизни играют роль в развитии корпоративной арт-культуры?

– Помимо всем известных ежегодных ярмарок «Арт-Москва», «Антикварный салон», Cosmocosw и др., где консультанты, кураторы, да и сами коллекционеры «разыскивают» предметы для коллекций, важной площадкой становятся онлайн-аукционы. Многих своих партнёров, которые основали и расширяют бизнес-коллекции, мы встретили именно в эфире наших аукционов на Bidspirit.ru.

В отдельных случаях компании организуют собственные выставки и арт-мероприятия, куда приглашают партнёров (галереи, аукционные дома, персональные коллекции) с целью вжиться в предметы искусства, примерить их в своём пространстве и в результате оставить особенно отозвавшиеся в своём собрании.

Таким событием стало недавнее событие в Москве – Первая Арт-ярмарка реалистического искусства на территории закрытого культурного центра и коллекции «АРТ-Форсаж». Несколько знаковых работ, привезённых нами, осталось в собрании «Форсажа».

– С чего стоит начать корпоративную коллекцию?

– С того, что нравится – это главное! Это может быть небольшая картина или серия, а может быть особенно ценное, инвестиционно значимое полотно – важно, чтобы у руководителя-коллекционера создалось желание продолжать и пополнять экспозицию офисов или арт-архив компании.

Важным сектором корпоративной коллекции, как правило, становится подарочный фонд. Солидные подарки для партнёров и коллег. Всегда можно обратиться к собственной коллекции и подобрать то, что поистине удивит и приведёт в восторг.

– Какие корпоративные коллекции бывают?

– Как уже было сказано, в первую очередь туда попадают те произведения, которые импонируют руководителю, правлению; бывает, что решение принимается коллегией сотрудников. Мы в этом всегда готовы помочь, учитывая интересы, вкус и предпочтения заказчика.

Не секрет, что отраслевая тема бывает ведущей: так, один из игроков нефтяной отрасли заказывал у нас картины на тему горной промышленности, представитель текстильного бизнеса приобрёл ряд работ, посвящённых истории костюма, и т. д.

Хотя бывало, что компания-партнёр коллекционировала определённые имена (в том числе современных авторов), в таком случае мы представляли персональную выставку художника в архиве ARTCOLLECTION для выбора полотен.

Сейчас мы готовим интересный проект в духовной тематике «Дорога к храму» и экспозицию живописи именитых художников-женщин «Женский взгляд» для большой партнёрской компании.



2025 год объявлен президентом Годом 80-летия Победы. В связи с чем около 50 полотен будет представлено в рамках подборки «Ветер Победы» на нашем аукционе и на очной партнёрской корпоративной выставке в мае.

От лица ARTCOLLECTION желаю в новом году открыть удивительный процесс создания бизнес-коллекции, которая не просто украсит офисные пространства и повысит статус компании, но и увеличит эффективность работы, ведь работать в среде высокого искусства – это большое удовольствие.

Ну и как говорят корпоративные коллекционеры со стажем: «Наш бизнес зарабатывает деньги, а созерцая искусство и делясь этим с миром, мы находим отдохновение и гармонию!»

Аукционный Дом ARTCOLLECTION:

8-925-615-60-30

**ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ
К НАШИМ АУКЦИОНАМ**





Галереи всегда занимали важное место в жизни художников. Галерист, как искусный проводник, развивает деятельность художника, направляет его, открывает и являет миру. Галереи создают целые миры, где каждое произведение находит своего зрителя. Наш мир стремительно меняется, в жизнь приходят передовые технологии, в искусстве появляются новые течения и жанры, меняются художники и меняются галереи. Как? О тенденциях развития современного искусства, о роли галерей в этом процессе, о традициях, культурных кодах и многом важном – в интервью с Ксенией Григорян, владелицей галереи P.S. Grig Art.

КСЕНИЯ ГРИГОРЯН: «ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГАЛЕРЕИ И ХУДОЖНИКА ДОЛЖНО СТРОИТЬСЯ НА ПРОЧНОЙ ОСНОВЕ ДОВЕРИЯ И ВЗАИМОПОНИМАНИЯ»

– Ксения, какие ключевые тренды, на ваш взгляд, сегодня влияют на рынок искусства? И какое влияние они оказывают на роль галерей?

– Искусство – это динамичная и эволюционирующая сфера, которая откликается на реальность. Одна из важнейших тенденций современности – демократизация рынка искусства. Соцсети прочно вошли в нашу жизнь и в том числе стали площадкой как для демонстрации работ художников, так и для торговли искусством. Авторы, продающих свои творения через интернет, становятся всё больше, их привлекает «прямой доступ» к клиентам. Конечно, этот тренд не мог не сказаться и на нас, галеристах. На прошлой выставке ART RUSSIA я сама интервьюировала художников на тему того, какими они видят отношения между собой и галереями, и была крайне разочарована тем, что 7 из 10 человек ответили, что не хотят связывать себя отношениями с галереями, чтобы не попадать от них в зависимость.

Налицо непонимание того, что галерея может сделать для художника. И если мы сегодня не выстроим правильные отношения между галереей и художником, то мы не построим цивилизованный рынок искусства и, увы, останемся в положении не очень развитого арт-рынка, где есть искусство, но нет самого рынка.

– А что же именно может дать галерея художнику?

– Фактически галереи занимаются продвижением авторов. Например, P.S. Grig Art существует на рынке уже 24 года, и для начала я предоставляю художникам своё имя, свой бренд, который хорошо узнаваем и уважаем в сфере искусства. Конечно же, это участие в разнообразных выставках: все художники P.S. Grig Art регулярно выставляют свои работы на знаковых выставках как в России, так и за рубежом. И это немалые финансовые инвестиции, но только таким образом создаются имя автора, провенанс его работ, которые влияют на их цену. Конечно, галеристы ведут большую работу над тем, чтобы познакомить людей не только с произведениями, но и с самими художниками. Например, на всех выставках, вернисажах я стараюсь организовать интервью для каждого из них: художник должен иметь возможность делиться своими мыслями и взглядами. Это не только способ самовыражения, но и реклама. Будет ли он работать со мной в будущем – это вопрос открытый, но я уже сделала его узнаваемым, и это результат моей работы.

Одной из ключевых функций галерей всегда была экспертиза. Галерист выступает в роли знатока для коллекционера. В тех же социальных сетях ежедневно по-

являются работы всё новых художников, и коллекционеры без поддержки галеристов окажутся в затруднительном положении, поскольку далеко не каждый может определить ценность и значимость представленных произведений. Художники, не поддерживаемые галереями, неизменно сталкиваются со сложностями при определении цены произведений искусства. Для её подтверждения понадобятся эксперты, музеи, провенанс работ. Логистика и каталогизация, поддержка при осуществлении проектов, переговоры и формирование пула коллекционеров вокруг авторов – это огромная работа, которую делают галереи и которую крайне сложно осуществить самостоятельно. Художник должен в первую очередь творить.

– Как же, с вашей точки зрения, должно строиться идеальное взаимодействие галереи и художника?

– Ничего нового нам изобретать не нужно, все эти механизмы давно существуют. Я считаю, что те крупные галереи, которые успешно работают, должны строить свои отношения с художниками на эксклюзивных правах. Эксклюзивность – это ключевой элемент. Это логично и справедливо, ведь галеристы инвестируют значительные средства в развитие творчества художника. Подобный подход не только укрепля-



ет отношения, но и создаёт условия для творчества и успеха обеих сторон. Важно определить детали этой модели. Например, художник может сотрудничать с галереей в течение определённого времени, предположим – одного года, и в этом случае галерея обязана обеспечивать ему финансовую поддержку, чтобы он мог сосредоточиться на творчестве.

При этом все работы художника, находящиеся как в галерее, так и в его мастерской, должны иметь единую цену. Сотрудничество должно строиться на прочной основе доверия и взаимопонимания, и если в своей мастерской художник будет в обход галереи продавать свои работы, то такого доверия не будет. Это необходимо, поскольку я, как галерист, занимаюсь продвижением его творчества и создаю условия для его успеха.

На сегодня это никак не закреплено на законодательном уровне, всё основано на доверии. Судебные разбирательства и конфликты не для меня; я не хочу тратить время на выяснение отношений или упреки в адрес художника. Я ценю долгосрочные отношения и стремлюсь к тому, чтобы люди доверяли друг другу.

– Звучит логично и справедливо, но почему же так не происходит?

– К сожалению, некоторые из молодых художников ориентированы в первую очередь на быстрые продажи.

Я понимаю их стремление к немедленным результатам, но в галерейной практике так не бывает. Для успешных про-

даж необходимо время, чтобы художник стал известен, его творчество обрело признание и его работы начали привлекать внимание, а люди стали понимать их ценность.

К тому же для успешных продаж необходимо понимание рынка и ценообразования. У покупателя всегда возникнет вопрос: «А почему такая цена?» Стоимость должна быть обоснована.

Например, картина, которая выставилась и имеет провенанс, автоматически стоит гораздо выше, чем работа, которая нигде не была представлена; даже если она условно «лучше», но куплена у художника в мастерской, стоимость будет значительно ниже, поскольку никто её не видел, и, возможно, лишь единицы смогут оценить её по достоинству. Если мне кто-то приносит такую работу и просит выставить её для продажи, то я обычно отвечаю, что в этом нет смысла. Имеет смысл продавать те картины, которые уже имеют провенанс. Например, мы в этом году, как и в прошлом, повезли художников на арт-выставку в Нижний Новгород, и там продаются их работы, пусть для начала они не очень дорогие, но находят своих покупателей и постепенно, как я вижу на своих графиках, растут в цене. Это подтверждает, что рынок требует не только высоких цен, но и адекватной оценки работ.

К тому же на сегодняшний день, к сожалению, наш пул коллекционеров и покупателей не сформирован должным образом; он был разрушен за долгое время хаотичного подхода.

– А какой потенциал вы видите в современном искусстве и его развитии, в том числе и на международном рынке?

– На сегодняшний день, как вы, вероятно, знаете, международный рынок искусства предлагает довольно ограниченное количество выставок, где художники представлены самостоятельно, но их немного. Арт-ярмарки, выставки, особенно международного уровня, играют огромную роль и в стоимости работ, и в целом в карьере художника, а принять участие в наиболее значимых можно только в рамках сотрудничества с какой-либо галереей.

Я считаю это правильным. Например, мы, как галерея, принимали участие в той же выставке ART MIAMI в США, люди возвращались к нашим стендам на следующий год, уже зная нас, работы, художников. Они уже не просто хотят купить картину – они ищут связь с галереей и понимают, что художник получает поддержку, что отражается на цене. Это создаёт доверие и интерес к творчеству.

Есть выставки, где молодые художники представляют себя сами, пытаются привлечь интерес к себе, поскольку на такие выставки приходят галеристы и коллекционеры, которые ищут новые имена. Я сама часто посещаю такие мероприятия, чтобы открыть для себя талантливых художников. Однако проблема в том, что у нас отсутствует чёткое разделение подобных выставок. Не хотелось бы звучать слишком категорично, но, на мой взгляд, такие выставки современного искусства, как ART RUSSIA, Cosmoco, которые считаются своеобразными законодателями мод, должны представлять более статусных художников, работать с галереями, уже имеющими вес на рынке. А вот, например, Blazar, ярмарка для молодых художников, – заниматься более молодыми художниками, которые пока находятся в поиске «своей галереи». У нас же пока... «всё смешалось».

– Вы упомянули, что нередко посещаете выставки, чтобы открыть для себя талантливых художников. Много ли удаётся найти талантов?

– Знаете, я придерживаюсь такой позиции, что галерист не должен сегодня представлять одного, завтра – другого художника, если по каким-то причинам на данный момент работы первого не продаются. Это создаёт нестабильность. Теряется глубина взаимоотношений галериста и творца. Я стараюсь избегать подобного подхода в своей практике.

Например, я работаю с художником Данилой Жировым более 30 лет. Он уникален, новые работы появляются не так часто, но мне интересно сотрудничать с ним, мы развиваемся вместе, обсуждая новые темы.

И у любого автора может быть творческий кризис, но, с моей точки зрения,

истинный галерист, если сложился тандем с автором, должен запастись терпением, подождать. У меня есть художники, с которыми я работаю долго и плодотворно, и это для меня гораздо важнее, чем частая смена авторов.

Конечно, на горизонте искусства появляются таланты, и я иногда принимаю новых авторов. И здесь на первый план выступает самобытность автора. К сожалению, сегодня на тех же арт-ярмарках, выставках достаточно много «вторичного», подражания западным образцам. А для меня крайне важно, чтобы за каждой работой стояло нечто большее – нечто, что вызывает восхищение. Это уникальность, это дух, который излучает картина; это представляет собой совершенно особую энергию, неповторимую и волнующую. В работах моих художников я чувствую эту энергию, прорастающую как росток.

Я считаю, что наше русское искусство – одно из самых прекрасных: наши мастера, наши школы. И конечно, русское – это не только кокошники и сарафаны, хотя и они важны и занимают особое место в нашей культуре. Но есть и нечто большее, что пробуждается в некоторых художниках. Это своего рода общерусский культурный код, который находит своё выражение в современном контексте. Например, Мария Семенская, одна из моих художниц, недавно создала абстрактную работу, и, когда я попросила её написать анонс для выставки, она отметила, что в её творении заключены определённые энергии наших сказок.

Или, например, две молодые художницы – Варя Штерн и Елизавета Надеждина. Такие разные, и в то же время есть один аспект, который их роднит. Обе часто изображают так называемые «азиатские» лица.

Но это не корейцы, не китайцы, это нечто загадочное и трудно поддающееся объяснению. Это ощущение переключается с концепцией евразийства по Гумилёву. То, что заложено в нас, в наше подсознание и проявляется не только в визуальных образах, но и в абстракциях.

Такие самобытные работы – они уникальны, в них жизнь. Энергия картины и сама суть художника заключаются в том, чтобы делиться своим творчеством с миром. Это самый близкий путь к Богу, потому что в каждой картине мы находим ту идею, ту маленькую частичку, которая резонирует с нашей душой.

– В последнее время галерея P.S. Grig Art поддерживает мастеров нового цифрового направления. Как вы относитесь к росту цифрового искусства, использованию искусственного интеллекта в творчестве?

– Работа с использованием цифровых технологий, искусственного интеллекта – это совершенно новый вид техники, который вызывает множество споров. Некоторые искусствоведы утверждают, что вскоре «живое» искусство может исчезнуть. Однако я не разделяю эту точку зрения. Всё, что мы закладываем в искусственный интеллект – это наше собственное творчество.

Да, искусственный интеллект способен учиться и адаптироваться, но в конечном итоге он генерирует результаты на основе человеческого творчества и той информации, которую мы ему предоставляем. И лишь немногие творцы умеют чувствовать ту грань, где их творчество не скатывается в плоскость банальности, эстетики и гармонии, которая должна присутствовать в работах, чтобы картина оставалась «живой», несла в себе энергию, оставалась творчеством.

Например, не так давно я познакомилась с произведениями потрясающего турецкого художника, который работает с искусственным интеллектом. Он не является традиционным художником, но его картины, созданные с помощью ИИ, действительно впечатляют. Скажем, его картина с лошадей. Потрясающий, живой взгляд – можно было сделать что-то простое, но он улавливает характер и индивидуальность, передавая их в своих произведениях.

Можно использовать любые технологии, но они не заменят талант. Я, как галерист, давно работаю с Константином Худяковым, первым цифровым художником России. Его стереокартины, интерактивные панели и цифровые полотна созданы с помощью самых передовых цифровых технологий, но они поражают своей творческой энергией.

– Вы упомянули о том, что работы художников, представленных галереей P.S. Grig Art, участвуют в международных выставках и конкурсах, в то время как параллельно мы слышим об «отмене» российского искусства за рубежом...

– Отчасти такая проблема действительно есть. Но, например, мой опыт в Катаре, где в прошлом году я была послом русского искусства, показал, что, несмотря на все геополитические разногласия, искусство объединяет. Я была просто поражена тем, как тепло встречали нашу делегацию.

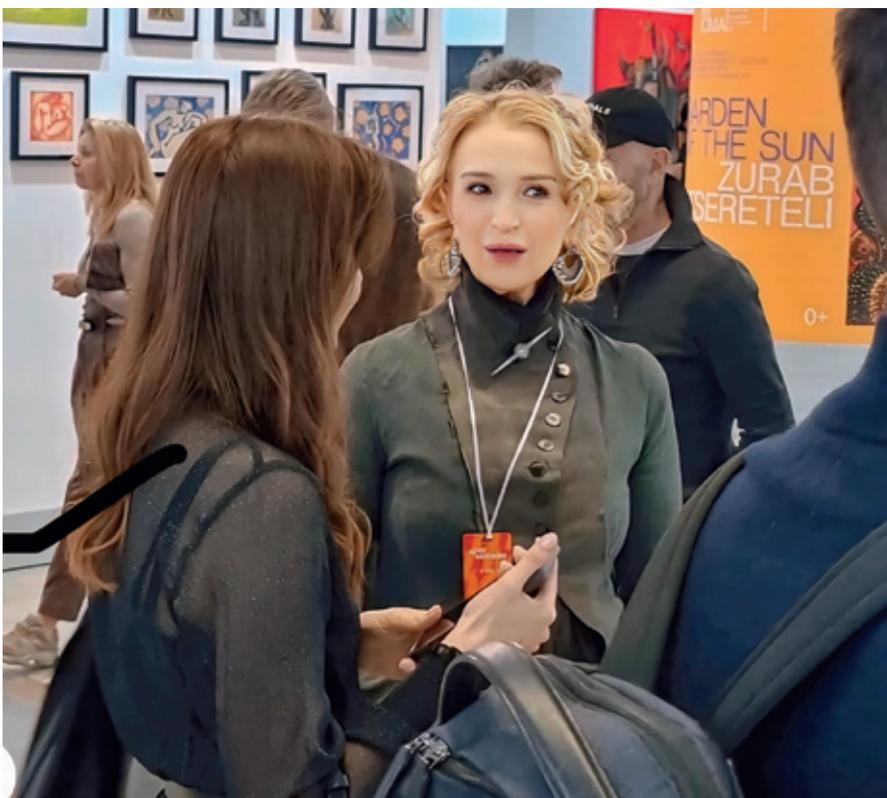
На выставке в Катаре мы все вместе составляли дружную команду из 350 человек. Рядом с нами располагались представители Франции, напротив – Бельгии, немного дальше была Италия. Все общались и поддерживали друг друга, не было никакой враждебности.

И должна сказать, что наша команда оказалась самой большой на выставке: я, как галерист, привезла 20 потрясающих художников. В результате наша галерея заняла первое место и была отмечена множеством наград.

Конечно, есть и другие примеры. Например, на заявку на участие в арт-выставке в Art Stage Singapore я получила отказ, в котором прямо говорилось, что нас, к сожалению, не могут принять в связи с текущей геополитической ситуацией.

Сегодня некоторые русские художники участвуют в выставках под эгидой иностранных галерей. И я могла бы тоже представить работы на стендах американской, турецкой или любой другой галереи, но мне важнее представить имя галереи, нашу страну, потому что я отвечаю за тех художников, которых продюсирую, для меня важно сохранить репутацию своего бренда.

– Ксения, наверное, вы уже распланировали участие галереи в выставках на ближайшее время?

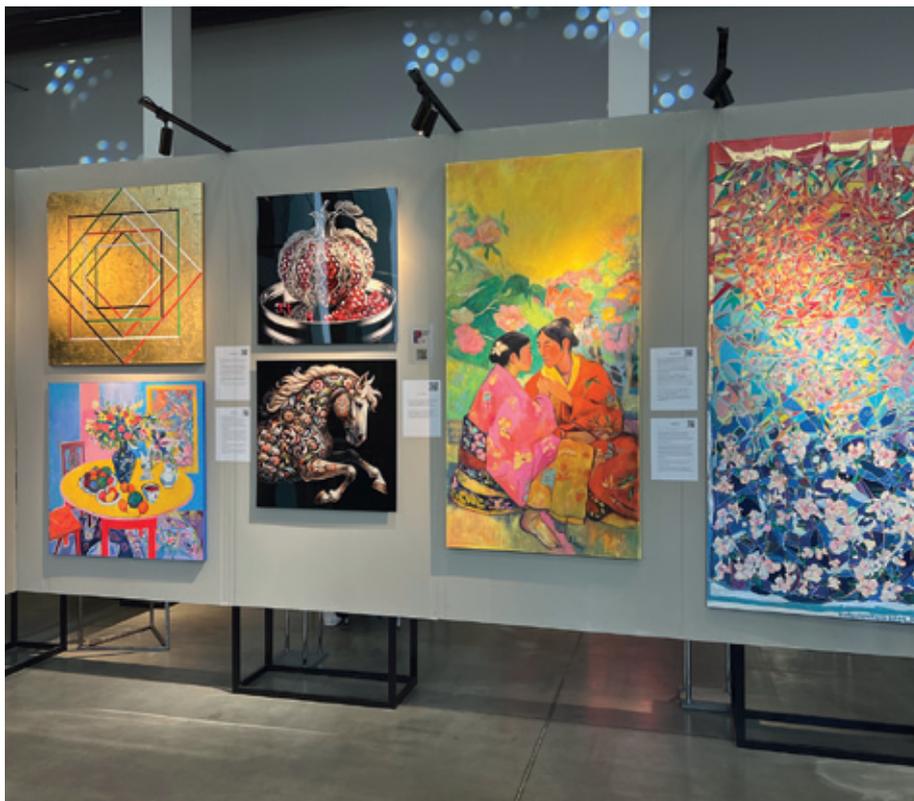


– Всегда немного опасаясь озвучивать конкретные планы, но только до мая месяца у нас 6-7 выставок как в России, так и за границей. И, помимо выставок, ещё в планах и несколько крупных и значимых для нас проектов. Например, в этом году мы начинаем новый проект в сфере образования на тему формирования корпоративных коллекций. Искусство должно окружать человека, в том числе и в офисах, в рабочем пространстве.

– А будут ли готовы компании привнести в свои офисы, рабочие пространства произведения искусства? Тем более на волне популярности минимализма...

– Действительно, минимализм по-прежнему остаётся популярным стилем. Однако, как показывает практика, жить в таком окружении комфортно лишь непродолжительное время. Затем люди начинают обращаться к дизайнерам, которые обустроили их жильё в минималистическом ключе, и задают вопрос: «Не могли бы вы добавить к этому дивану красную подушку?» Почему так происходит? Это связано с нашей психологией, природой и даже генетикой. Мы живём в ярком, красочном мире, где меняются времена года, переливаются краски. Почему мы стремимся на море? Это отдых не только для тела, но и для глаз. Какая там природа, какое многообразие цветов и оттенков, какое преломление света!

Мы отдыхаем и расслабляемся только тогда, когда наш взгляд может свободно перемещаться от одного предмета к другому. Представьте себе команду айтишников, работающую в офисе, оформленном в минималистичном стиле, где вокруг лишь однообразные компьютеры. А если в этом



пространстве появится хотя бы одна картина? Она даст энергию, вдохновит людей, находящихся с ней в одном пространстве, и создаст атмосферу, способствующую творчеству.

И ещё один наш будущий благотворительный проект связан с лошадьми.

– Неожиданно...

– Почему же? Многие люди испытывают любовь к лошадям и готовы тратить на их содержание значительные суммы, однако «за кадром» остаётся жизнь «пен-

сионных» лошадей, которые уже не могут участвовать в соревнованиях в силу травм или возраста. Многие из них страдают без должного ухода и медицинского обслуживания. Эта проблема актуальна для всего мира. Мы хотим взять на себя ответственность и помочь таким «пенсионерам», поднять эту важную тему, предлагая на продажу тематические художественные работы – в жанре анималистики. И часть средств, полученных от продажи произведений искусства, будет направлена на помощь «пенсионным» лошадям.

Произведения могут быть самыми разнообразными: не только картины, но и такие предметы, как седла, повозки и другие атрибуты, которые подчёркивают красоту и искусство, связанное с миром лошадей.

Честно говоря, у меня самой дух захватывает от тех масштабов, которые мы задумали. Это уникальный проект мирового уровня, который мы хотим реализовать не только в России, но и за её пределами.

Мы хотим, чтобы эта выставка стала платформой для обсуждения и демонстрации всех аспектов жизни лошадей, включая уход и заботу. Это будет не просто выставка, а целая концепция, охватывающая разнообразные аспекты, связанные с этими благородными животными.

И мы открыто говорим о том, что ищем спонсоров и единомышленников, готовых поддержать наш проект. Это инициатива, которая до сих пор не имела должного внимания, но, надеюсь, у нас всё получится!



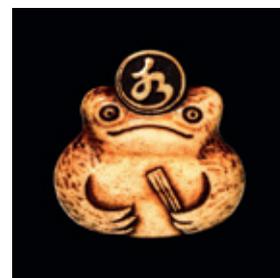
Бык и спящий
погонщик,
Томотада



НЭЦКЭ: МИР НА ЛАДОНИ

«Миниатюрная скульптура Японии» – аукционный дом из России, специализирующийся на аутентичных нэцкэ из Японии.

Основатели аукционного дома видят свою миссию в том, чтобы открыть для жителей нашей страны удивительный мир японского декоративно-прикладного искусства и обеспечить доступ к предметам музейного уровня по разумным ценам. Об истории создания аукционного дома, о том, как маленькие статуэтки покорили целый мир, о прошедших и предстоящих аукционах рассказывает представитель аукционного дома Аркадий Резник.



КТО МЫ? ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ

Мы являемся активными коллекционерами российского филиала Международного общества нэцкэ, известного как International Netsuke Society (INS). Каждый из нас посвятил много лет изучению миниатюрной скульптуры Японии, погружаясь в её богатую историю. Искреннее увлечение этой сферой, те знания и опыт, которыми мы обладаем, позволили нам стать экспертами в мире японского декоративно-прикладного искусства Страны восходящего солнца. И, как его истинные поклонники, мы стремимся не только к расширению собственных коллекций, но и к популяризации японской миниатюры, делясь своим увлечением с другими.

Сегодня не так просто стало пополнять коллекции или начинать коллекционировать нэцкэ. В связи с известными мировыми событиями многие коллекционеры из России столкнулись с трудностями при покупке предметов для своих коллекций на западных аукционах.

Всё это и побудило нас создать первый аукционный дом в России, специализирующийся на предметах декоративно-прикладного искусства Японии.

В октябре 2024 года мы основали Аукционный дом «Миниатюрная скульптура Японии», а уже в декабре провели первый в России аукцион «Нэцкэ из частных российских и европейских коллекций»! На нём мы представили предметы музейного уровня, неподписанные работы мастеров XVIII века и произведения известных

резчиков прошлых столетий: Harumitsu, Masanao, Mitsusada, Masamine, Tomochika, Minko, Nakuryu II.

Хороший старт проекта показал, насколько сегодня высок интерес людей к японской миниатюрной скульптуре.

В наших планах – проводить аукционы четыре раза в год, и ближайший из них пройдёт 7 марта 2025 года.

ЧТО НАС ОТЛИЧАЕТ?

Во-первых, это ассортимент. Мы гордимся тем, что на сегодня являемся аукционным домом в России, где собраны только подлинные предметы декоративно-прикладного искусства Японии. Коллекционеры, а это особенно важно для начинающих, могут быть уверены, что приобретают аутентичное изделие, а не китайскую копию, выдаваемую за японское нэцкэ.

Все наши лоты проходят атрибуцию и оценку экспертной группой коллекционеров российского филиала INS, что гарантирует защиту от подделок.

Наконец, если по масштабу мы пока гораздо скромнее, чем многие именитые галереи искусств Старого и Нового Света, обладающие значительными коллекциями, то по качеству представленных предметов нам также есть что показать.

Можно говорить, что благодаря нашим усилиям Россия получает аналог престижных западных аукционов мирового уровня. Конечно, крупнейшие аукционы включают в себя отделенные японского искусства со множеством товарных катего-

рий. В отличие от них, мы сосредоточены на более узком сегменте, и нэцкэ – наше флагманское направление. Но и мы постепенно расширяемся. Так, на предстоящий аукцион мы вводим две дополнительные категории, которые не были представлены на предыдущих торгах: окимоно и цуба.

СТАТЬ КОЛЛЕКЦИОНЕРОМ

Фактически мы предоставляем людям уникальную возможность продолжать своё увлекательное хобби или же погрузиться в мир коллекционирования, если они ранее не имели такого опыта.

Коллекционирование нэцкэ – процесс сложный, но крайне увлекательный.

А что же побуждает людей начать собирать коллекции?

Страсть к коллекционированию часто начинается с простого увлечения определённым предметом. Предположим, вам подарили нэцкэ, вам оно нравится, вы любуетесь им. Начинаете что-то читать о том, что же представляет собой это произведение, какова история появления этого жанра. И с течением времени любознательность может перерасти в желание собрать целую коллекцию, дополняя её новыми находками, перекликающимися по смыслу. В итоге коллекционирование становится не только хобби, но и способом самовыражения и самореализации.

Для того чтобы начать собирать свою коллекцию, вовсе не требуется значительных финансовых вложений. Порой старт собранию даёт неожиданная и совсем не

дорогая находка в антикварном магазине или предмет, полученный в подарок.

Можно рассматривать коллекционирование и как инвестиционные вложения. Как известно, некоторые предметы коллекции со временем могут значительно вырасти в цене. Однако мода на коллекционные предметы меняется, и то, что когда-то считалось ликвидным, модным, может и потерять в стоимости. Поэтому коллекционирование – это прежде всего хобби, которое помогает сохранению капитала, но в первую очередь оно должно приносить удовольствие, а не рассматриваться как средство для роста финансового благосостояния.

Сегодня декоративно-прикладное искусство из Японии вызывает живой интерес во всех уголках планеты. Для того чтобы полностью погрузиться в тонкости этого увлекательного мира, начинающим коллекционерам мы рекомендуем обращаться за консультацией к опытным специалистам. Мы подробно расскажем о каждом предмете, поделимся своим опытом. Ведь мир нэцкэ – это постоянный источник удивительных открытий.

НЕСКОЛЬКО СЛОВ О НЭЦКЭ

Традиционный японский костюм «кимоно» не имеет карманов. Поэтому необходимые в повседневной жизни вещицы, будь то кисет, личная печать или ключи, прикреплялись к широкому поясу оби при помощи шёлкового шнура. Все подвешиваемые предметы получили общее название «сагэмоно» («подвешенная вещь»). Противовесом для сагэмоно служило нэцкэ (нэ – «корень»; цукэ – «прикреплять») – миниатюрная скульптура обычно 3-5 см в длину или ширину со сквозным отверстием, куда продевался шнур.

Такой способ ношения предметов возник не одновременно с появлением кимоно, которое изначально в эпоху Хэйан

(784-1185) носили лишь аристократы, но гораздо позже был заимствован у ближайших соседей – китайцев. В конце эпохи правления династии Мин (1368-1644) в Китае появилась мода на коробочки для лекарств и печатей, кисеты для табака, футляры для очков и мешочки для благовоний, которые закрепляли на поясе при помощи шнура и миниатюрного брелока в форме плодов, растений, животных и предметов. Эти миниатюрные фигурки, называвшиеся «чжуй-цзы», и стали прототипом нэцкэ, недаром изначально их называли «тобори» («китайская резьба»).

Впервые японцы познакомились с китайскими поясными наборами во второй половине XVI века.

Заморские подвесные аксессуары быстро вошли в моду, поэтому их начали копировать японские ремесленники. Первые изделия были очень простыми по форме. Со временем японскими мастерами были выработаны оригинальные формы нэцкэ и приёмы резьбы, введены новые сюжеты и переосмыслены старые. Подражание необычным, но довольно грубым китайским брелокам оформилось в отдельное ремесло. Именно Япония превратила нэцкэ в искусство.

Они, сидящий на камне, без подписи



ЗОЛОТОЙ ВЕК НЭЦКЭ

Развитию нэцкэ как нового художественного направления способствовали драматические изменения на политической карте архипелага. В конце XVI – начале XVII вв. в Японии шла борьба знатных кланов за власть. Победу в ней смог одержать Токугава Иэясу. Объединив разрозненные провинции, в 1603 году Иэясу был провозглашён сёгуном – верховным правителем Страны восходящего солнца. Вся власть перешла к военному сословию, самураям были дарованы многочисленные привилегии. Для остальных трёх сословий – купцов, ремесленников и крестьян – был установлен строгий кодекс поведения, их права были ограничены. Так, в 1588 году власти провели операцию «катанагари» – «охоту за мечами» – с целью изъять у горожан и крестьян холодное и огнестрельное оружие. Привилегия на ношение мечей сохранилась только у сословия самураев. Таким образом, у большинства населения исчезла возможность привязывать необходимые вещи к эфесу меча, как это делалось ранее, и появилась необходимость носить вещи на поясе. Кроме того, к этому времени ранее носимое как исподнее кимоно стало верхней одеждой, поверх которой повязывался тканый пояс оби.

Начало правления военного правительства ознаменовало конец вековых междоусобных войн и совпало с бурным развитием городов, ростом внутренней торговли и промышленности, строительством дорог. Торговое сословие быстро богатело и старалось выставить своё материальное благополучие напоказ, что вызывало недовольство и сподвигло сёгуна ещё сильнее ограничить права иных сословий. «Указом против роскоши» простоям было предписано соблюдать принципы конфуцианства, вести скромный образ жизни; запрещалось ношение шёлковых кимоно, строительство больших домов.

Все эти запреты состоятельные жители городов – купцы, актёры, зажиточные ремесленники – успешно обходили. Они тайно обставляли дорогие дома, подшивали тканевые кимоно атласными подкладками,

Сильный капта поднимает огурец, Сергей Осипов





*Дарума за игрой в
камифучи, Сюкоку*

и Окатомо. Томотада являлся одним из самых прославленных мастеров своего времени, автор сборника «Сокэн Кисё» отмечал мастерство Томотада в резьбе фигурок быков, однако сумасшедшая популярность и востребованность его нэцкэ привели к появлению большого количества копиистов и подражателей, среди работ которых обнаружить настоящие произведения резчика представляется чрезвычайно сложной задачей. Его ученик Окатомо Ямагути вырезал нэцкэ в схожей манере, но меньшего размера. Ёсианага, помимо животных, вырезал нэцкэ, изображающие людей, особенно любимыми сюжетами были сэннины, Чжун Куй, дрессировщик обезьян.

В «Сокэн Кисё» приведены краткие сведения о семи эдоских резчиках. Дэмэ Уман, создававший маски для театра нё, ради удовольствия делал нэцкэ, повторяющие в миниатюре форму театральных масок. Рюса изготавливал брелоки на токарном станке и декорировал округлую, полую внутри форму сквозной резьбой.

В XIX веке прославились такие имена, как Отоман, Кокусай, Иккан, Иттан, Масанао из Ямада, Мицусада, Сангэцу, Тоэн, Сэссай, Бадзан, Хидэмаса, Рантэй, Хакурю, Хораку, Кагэтоси, Кохосай, Тококу и многие другие.

СЮЖЕТЫ

Тематику для своих работ резчики нэцкэ выбирали самую разнообразную: буддистских персонажей, синтоистских богов, святых и отшельников; изображали иностранцев и мифологических существ, легендарных исторических личностей и литературных персонажей; запечатлели сценки из повседневной жизни; обращались к объектам флоры и фауны; не обходили своим вниманием театр, актёров и театральные атрибуты.

Некоторые мастера использовали широкий спектр сюжетов, но нередко резчи-

заказывали у выдающихся мастеров аксессуаров, которые могли бы громко «кричать» о богатстве их обладателя. Таковыми стали комплекты нэцкэ с инро либо кисетами. Умелое сочетание фактур и сюжетов подобных вещей также говорило о хорошем вкусе и пристрастиях владельца.

Необходимость нэцкэ в качестве противовеса связана с возникшей в конце XVI века модой на ношение трёх предметов: коробочки-«инро», табачного кисета и мешочка для мелочей. Инро долгое время было аксессуаром высшего сословия, куда аристократы помещали личные печати и чернила. Затем инро стали использовать для ношения лекарственных снадобий и ароматических трав, аксессуар начали использовать все сословия. Табачный кисет также сыграл немаловажную роль в развитии спроса на нэцкэ. Японцы очень быстро пристрастились к курению, а необходимые для этого предметы – коробочки для табака, футляры с трубками, мешочек для огня – крепились к поясу с помощью нэцкэ.

Развитие искусства нэцкэ происходило в период Эдо (1603-1868) – эпоху процветания городской культуры, получившей название «Гэнроку». Расцвет затронул все стороны материальной и культурной жизни общества: развивались книгопечатание и изобразительное искусство, поэты и писатели создавали прекрасные произведения, ремесленники изготавливали предметы высокой художественной ценности. В стране возникли артели и профессиональные кланы резчиков нэцкэ.

ШКОЛЫ

Ранние авторы нэцкэ почти никогда не подписывали свои работы, так как изначально нэцкэ считались незначимым, почти кустарным производством. Лишь с популяризацией японских брелоков и появлением прославленных имён они получили право оставлять имя на своей продукции. Впрочем, подпись конкретного резчика не означает, что это изделие было сделано именно им. Его ученики даже после его смерти подписывали свои работы прославленным именем, если модель оказывалась удачной. Поэтому определить авторство и

датировку нэцкэ сегодня остаётся нетривиальной задачей, а в ряде случаев – невозможной.

Первые резчики нэцкэ начинают работать в промышленно развитых городах: в Киото и Осаке, Эдо. Так, в середине XVIII века мастерские Эдо были на пике процветания, там появляется мастер Мива I, чьё творчество оказало существенное влияние на производство нэцкэ. Его работы высоко ценятся коллекционерами. Он работал только с деревом и вырезал довольно крупные фигурки людей и животных размером до 10-11 см.

Первое упоминание о 55 резчиках нэцкэ, месте их проживания и особенностях их стиля появилось в седьмом томе сборника «Сокэн Кисё», изданном в 1781 году. Автор сообщал сведения о мастерах, преимущественно проживавших в Осаке.

Школу Осаки прославили два самобитных мастера – Охара Мицухиро (1810-1875) и Кайгёкусай Масацугу (1813-1892), творчеству которых были присущи ювелирная аккуратность отделки и склонность к декоративности.

Основателями киотской школы резьбы нэцкэ считают мастеров Томотада, Ёсианага



*Маска
демона Они,
без подписи*

ки славились созданием нэцкэ на определённую тему. Так, Масанао из Ямада и его последователи были известны своими работами, изображавшими крыс и лягушек. А наследием резчика Миядзаки Дзёсо (1855-1910), к которому примкнули многочисленные ученики, стала школа резьбы, получившая название «Со». Их излюбленным сюжетом было изображение повседневной жизни токийцев в реалистичной манере.

«ОБРЕТЕНИЕ» ЯПОНИИ

В конце XIX века, после долгой изоляции от других государств, Япония в силу целого ряда причин была вынуждена открыть свои границы и подписать договоры о дипломатических и торговых отношениях с США, Россией, Великобританией и Францией.

Вновь обретённая Япония очаровала западный мир. Появление совершенно новой эстетики породило жадность изучения восточной культуры. Уже в 1862 году в Лондоне, а затем в 1867 году в Париже проходят выставки японского искусства. Увлечение искусством Японии стало считаться признаком человека модного и утончённого.

В этот период начинают формироваться первые европейские коллекции нэцкэ.

Можно вспомнить первого крупного французского коллекционера нэцкэ – Шарля Эфрусси, хозяина литературного салона, который мечтал об экзотических предметах из Японии и был счастлив приобрести у владельца лавки, специализирующейся на произведениях японского искусства, Филиппа Сиселя коллекцию из 264 нэцкэ. Только в 1874 году Сисель отправил из Йокогамы в Париж сорок пять контейнеров с пятью тысячами предметов.

Подданные Российской империи также не избежали «большой японской лихорадки».

Среди увлечённых российских коллекционеров нэцкэ был и Карл Густавович Фаберже, создатель знаменитых пасхальных яиц Фаберже. По некоторым данным, в его коллекции насчитывалось до 500 экземпляров японской миниатюрной скульптуры. На пике моды он запустил производство фигурок животных в стиле японских мастеров. Эти вещицы также стали предметом коллекционирования. Среди клиентов Фаберже была королева Великобритании Александра Датская, которая приобрела у ювелира около 170 работ.

Среди царственных обладателей нэцкэ был и император Николай Второй, в молодости он всегда носил с собой подаренную ему в 1891 году японскую безделицу как талисман.

В первой половине XX столетия японское общество пережило тектонические социальные потрясения. Это коснулось и производства нэцкэ: стало невозможно заработать изготовлением



предмета, который уже не поставлялся на экспорт и был не нужен самим японцам. Казалось бы, искусство нэцкэ должно кануть в Лету. Но интерес к нэцкэ вновь возродился.

В 1945 году американский юрист Раймонд Бушелл оказался в составе оккупационного контингента в Японии. Купив однажды в лавке старьевщика своё первое нэцкэ, американец уже не смог остановиться. После заключения мирного договора в 1952 году Бушелл остаётся в Токио, он страстно увлекается нэцкэ, исследует стили и школы резьбы и последовательно популяризирует предмет своего увлечения в западном обществе. В 1975 году он издаёт книгу «Netsuke Familiar & Unfamiliar», которая для многих современных коллекционеров становится настольным учебником, где досконально описаны все аспекты коллекционирования и отличительные черты разных мастеров и школ резьбы нэцкэ.

А знаменитый арт-дилер Бернард Хёртиг в 1970-1980 годы превратил нэцкэ в инструмент инвестирования и сформировал коммерческий интерес к этому виду искусства. Крупнейшие международные аукционные дома начали устраивать тематические распродажи нэцкэ, инро и иных традиционных японских подвесных аксессуаров.

В 1975 году было создано общество, объединившее коллекционеров Японии, США и Европы, – Международное общество коллекционеров нэцкэ (International Netsuke Collectors Society). Под эгидой

этой организации ежегодно проводятся международные конференции, выпускается журнал, проводится деятельность по изучению и оценке нэцкэ и связанных с ним видов искусства.

Об уникальном мире японской миниатюрной скульптуры невозможно рассказать в одной статье. Коллекционирование нэцкэ – процесс увлекательный, дающий возможность соприкоснуться с иной культурой, с иным менталитетом, с иной парадигмой прекрасного.

В нашем телеграм-канале вы найдёте множество материалов, которые раскроют перед вами самобытную культуру японской миниатюрной скульптуры.

Регистрация на нашем онлайн-аукционе – это самый короткий и надёжный путь к пополнению или старту вашей коллекции.



Присоединяйтесь к нам в «ТЕЛЕГРАМЕ»
https://t.me/+OcPy4_6U4GjiZWQ6



Регистрация на аукцион «НЭЦКЭ ОКИМОНО ЦУБА»
<https://ru.bidspirit.com/ui/catalog/auction/japanesenetsuke/56114/1?lang=ru>



REGARDS.

БИЗНЕС СО ВНИМАНИЕМ К ДЕТАЛЯМ

Выбор подарка – это всегда непростая задача. В нашем современном мире уникальность становится всё более редким явлением: нас окружают серийные вещи и штампованные идеи. Создание эксклюзивных подарков – настоящее искусство. Компания REGARDS объединяет мастеров, создающих уникальные предметы и аксессуары, в которых мастерство ручной работы гармонично сочетается с инновационными технологиями. Сегодня в их ассортименте более 2500 уникальных вариантов, многие из которых не имеют аналогов в мире. Изделия, созданные мастерами REGARDS, украшают коллекции знаменитостей со всего света. Каждая итерация продукции выполнена с особым вниманием к деталям, что делает каждую покупку поистине уникальной и неповторимой. А стартап вырос в признанный и уважаемый бренд. О том, как создавался и развивался проект, о том, как он живёт сегодня, и о планах на будущее рассказывает основатель REGARDS Александр Городецкий.



– Александр, расскажите, много ли вложений потребовалось для запуска такого проекта? Я слышала, что вы на старте вложили всего 50 тыс. руб. Так ли это?

– Когда я начинал создавать компанию, я отобрал более 430 различных производств, магазинов и мануфактур, с которыми хотел работать по системе дропшипинга (прямых поставок, без предварительного выкупа товара). Однако, поскольку это был стартап, всего 3-5 компаний согласились сотрудничать со мной без предварительных закупок, а остальные отказали. Ценообразование у меня и у производителей было единым. Ассортимент включал в себя товары стоимостью от 4000 до 15 000 рублей.

На старте я делал всё сам: писал тексты, создавал рекламные креативы, настраивал рекламу. Первая рекламная кампания не дала положительного результата, тестирование заняло 5-7 дней. Затем знакомый порекомендовал мне специалиста по рекламе. Я за три-четыре дня изучил его методику, настроил рекламу по его системе и получил первый значимый результат. Это были мои первые заработанные деньги. С того момента начался рост, и уже через год я вошёл в топ-3 производителей по объёму продаж среди своих партнёров. Так началась наша история.

– Судя по среднему чеку на ваш товар, ассортимент сильно изменился. Как вы пришли к такому высокому чеку?

– Да, это действительно так. Товары, с которых всё начиналось, и ассортимент сегодня – это две большие разницы. Сегодня, в зависимости от сезона, средний чек на наши подарки доходит до 230 тыс. рублей, и он постоянно растёт. И это только в сегменте B2C.

Меня всегда привлекали бренды, которые создают лимитированные и кастомные вещи, но я понимал, что на старте мне будет сложно войти в этот мир роскоши. Тем не менее я также знал, что у товаров есть жизненный цикл, и необходимо меняться.

Ковид стал подтверждением правильности моей стратегии: доступный сегмент встал, а премиальные товары, наоборот, продавались стабильно.

Моя стратегия – каждые три месяца добавлять в ассортимент товар, который на уровень выше уже существующего. Так, клиенты привыкали к нашему бренду и уровню качества, а благодаря эффективно настроенной рекламе мы получали стабильные результаты. Поскольку наш бизнес полностью онлайн, у нас нет затрат на офлайн-точки и закупки больших партий товаров, что позволяет инвестировать существенные бюджеты в маркетинг и узнаваемость бренда.

Мы тщательно подбираем партнёров, ориентируясь как на тактические, так и на стратегические наши задачи. Это позволяет нам формировать уникальный ассортимент, соответствующий ожиданиям нашей аудитории.





– Какую выгоду получают производители, работающие с вами? Сегодня многие художники считают, что галеристы им не нужны, ведь в эпоху соцсетей они могут продавать самостоятельно. Нет ли аналогичной ситуации в вашей сфере?

– Сегодня нам гораздо проще договариваться с партнёрами, так как REGARDS – это уже сильный игрок на рынке премиальных подарков в России.

Что получают производители, сотрудничая с нами?

1. Продажи – мы берём на себя маркетинг и привлекаем аудиторию, которая готова покупать премиальные изделия.

2. Аналитику – мы всегда в курсе рыночных тенденций и делимся с партнёрами инсайтами о том, что сейчас востребовано. Это помогает им совершенствовать продукцию.

3. Синергию – мы объединяем разные техники и материалы, создавая уникальные вещи, которые не делают другие.

Да, есть мастера, которые сами умеют продавать, но продвижение – это отдельная компетенция, требующая серьёзных ресурсов и знаний. Мы берём это на себя.

Есть и те, у кого всё хорошо со сбытом, но нам хочется предложить их изделия нашим клиентам. В таких случаях мы даже готовы идти на меньшую прибыль, если уверены, что продукт идеально впишется в нашу концепцию и понравится нашим клиентам.

– Компания REGARDS, по оценке мануфактур и производителей, входит в тройку лучших компаний России в сегменте ВИП-подарков. В чём секрет успеха? Только ли в рекламе и узнаваемости бренда?

– Безусловно, реклама – важный инструмент. Без неё клиенты просто не узнают о наших товарах. Но реклама – это лишь один из факторов. Мы строим системный бизнес, в котором ключевыми показателями успеха являются:

1. Лояльность клиентов. На первом месте у нас заходы на сайт по рекомендации и по названию бренда.

2. SEO и органический трафик занимают второе место по источникам привлечения клиентов.

3. Реклама – только на третьем месте.

Это хороший показатель. Он говорит о том, что мы движемся в правильном направлении. Мы стремимся не просто продавать, а выстраивать доверительные отношения с клиентами, создавая для них действительно уникальные и эмоционально ценные подарки.

– Поделитесь вашими планами на будущее. Какие изменения ждут REGARDS?

– Мы провели масштабное исследование и пришли к важным выводам: в ближайшие месяцы нас ждут серьёзные изменения – как визуальные, так и технологические, а также в ассортименте товаров.



Мы чётко понимаем свою стратегию: исходя из предпочтений нашей аудитории, мы уже сегодня думаем о том, какими будем завтра.

Кроме того, у нас есть продукты, которые по качеству и цене способны конкурировать с лучшими иностранными производителями. Это открывает перед нами перспективы выхода на международный рынок. Мы уверены, что сможем удивить не только российскую аудиторию, но и зарубежных ценителей эксклюзивных вещей. Команда REGARDS уже готовится к этому шагу.



БЕСЦЕННЫЕ ДЕНЬГИ

КАК КОМПАНИЯ «MS67» СПОСОБСТВУЕТ РАЗВИТИЮ НУМИЗМАТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

По экспертным оценкам, нумизматика – сегодня самый популярный вид коллекционирования в России. В современном мире коллекционирование монет стало не просто увлечением, а настоящей погоней за качеством экземпляров, где эталонное состояние предмета играет ключевую роль. Независимо от того, какую тему или направление выбрал коллекционер – будь то допетровская эпоха или юбилейные рубли советского периода, – сохранность экземпляра становится важнейшим критерием при формировании коллекции. Неудивительно, что всё большей популярностью – как в России, так и во всём мире – пользуются монеты, уже оценённые профессиональными экспертами, маркированные степенью качества (грейд) и помещённые в капсулу сохранности (слаб).

Компания «MS67» на протяжении нескольких лет оказывает официальную помощь в слабировании монет и банкнот в таких мировых компаниях-лидерах в сфере оценки нумизматического и бонистического материала, как NGC, PMG и PCGS. Приобретённый опыт, экспертность специалистов компании открывают новые горизонты для развития и совершенствования собраний российских коллекционеров нумизматики. Об истории компании, о том, какие тренды влияют на развитие российского рынка нумизматики, мы беседуем с экспертом компании «MS67» Екатериной Смольяниновой.





*Медаль «За
успехи в учении
и добронравие»
1829 г.
В слабе NGC PF
61 Ultra Cameo*

– Екатерина, расскажите, с чего началась история компании «MS67»? Как она развивалась и какие услуги предоставляет сегодня?

– Компания «MS67» создана в 2016 году опытным нумизматом-коллекционером Евгением Владимировичем Поводом. Изначально он отправлял на грейдинг (сертификацию) в NGC лишь монеты из своей личной коллекции. Как хорошо знают нумизматы всего мира, компания NGC – признанный лидер в оценке и слабировании монет. И таким образом постепенно у Евгения Владимировича накапливался опыт, знания – какие монеты являются наиболее подходящими для грейдинга, получают более высокие оценки. Со временем он смог уверенно предложить свою помощь в грейдинге монет и банкнот для других коллекционеров, дилеров.

Компания «MS67» на протяжении многих лет является единственным действующим официальным дилером NGC, PMG и PCGS в России – грейдинговых компаний с мировым именем.

Также важную роль в создании компании сыграла возможность безопасного и законного перемещения ценных предметов через границу. Параллельно с грейдингом монет и банкнот компания оказывает экспертные услуги для желающих ввезти в РФ или вывезти за пределы РФ предметы коллекционирования, культурные ценности.

«MS67» работает в постоянном взаимодействии с Министерством культуры РФ, таможенными органами. И своим клиентам мы предлагаем помощь в доставке предметов культурного значения в Россию и за рубеж.

В наше непростое время многие коллекционеры столкнулись со сложностями, связанными с покупкой и оплатой лотов на иностранных аукционах. По всем вопросам расчётов на иностранных аукционных площадках компания «MS67» тоже оказывает помощь.

Сегодня одним из главных направлений деятельности нашей компании является про-

ведение одноимённого интернет-аукциона, на котором всегда представлены монеты в высоких грейдах, коллекционные редкости, и все они в слабах компаний NGC и PCGS.

– Как бы оценили состояние нумизматического рынка в России на сегодня? Насколько он развит?

– Сегодня нумизматика на пике. Цены на монеты за прошедший 2024 год выросли от 35% до 40%. Многие уже увидели инвестиционную привлекательность монет. Среди участников нумизматического рынка всё чаще можно встретить целеустремлённую молодёжь. Молодое поколение нумизматов, пришедшее на смену предыдущим, с явным предпочтением выбирает приобретение и коллекционирование монет в слабах зарубежных ведущих грейдинговых компаний. В результате популярность монет в слабах неуклонно растёт, привлекая всё больше ценителей.

Но, как я уже упомянула, помещать в слабы рентабельнее монеты высокого



*Монета
1 рубль 1859 г.
«В память
открытия
монумента
Императору
Николаю I на
коне». В слабе
PCGS MS65*



качества, которые имеют гораздо больше шансов на получение высокой оценки специалистами NGC и PCGS. Именно за такими монетами «в качестве», в хорошей сохранности охотятся все нумизматы, и ценник на них растёт стремительно.

– С чем связана популярность слабирования монет и банкнот?

– Действительно, рынок слабов бурно развивается – всё больше и больше любителей и коллекционеров ценит пользу слаба. Ведь слаб – это не только защита от приобретения подделки и гарантия подлинности, полученная от высококвалифицированных специалистов. Но слаб ещё и защищает монету от воздействия окружающей среды, окисления, неправильного хранения предмета. Соответственно, и сохраняется, например, ценный блеск монеты, патина. Кроме того, монета в слабе имеет большую инвестиционную привлекательность, так как грейд (оценка состояния) даёт возможность правильно сориентироваться в справедливой стоимости монеты.

– «MS67» сотрудничает с самыми известными и уважаемыми организациями по грейдингу (слабированию). А как началось это партнёрство? И изменилось ли взаимодействие после введения санкций?

– Основатель «MS67» долго и тщательно искал независимую компанию, способную предоставить качественную оценку и сертификацию его монет. Он изучал различные варианты и, убедившись в высоком уровне услуг, предлагаемых NGC, PMG и PCGS, принял решение наладить тесное сотрудничество именно с ними. И взаимодействие развивалось так успешно, что даже в условиях нынешних санкций компания «MS67» продолжает оказывать помощь нумизматам и бонистам из России, обеспечивая возможность официального грейдинга их коллекционных предметов в кратчайшие сроки и с гарантией безопасности. Это сотрудничество стало важным шагом на пути к признанию и повышению ценности коллекций, что, в свою очередь, поддерживает интерес к нумизматике в стране.

– Есть ли сегодня на российском рынке компании, которые оказывают услуги по грейдингу (слабированию) монет и банкнот? И насколько они конкурентоспособны, по сравнению, например, с NGC?

– В России действительно существуют грейдинговые компании, и мы искренне считаем, что наличие выбора для коллекционеров-нумизматов является важным аспектом. Однако, несмотря на это, мы предпочитаем сотрудничать исключительно с NGC и PCGS. К сожалению, у российских компаний, как нам кажется, существует ряд системных недостатков и принципиально иной и неблизкий нам подход к оценке и сертификации монет. Например, зарубежные грейдинговые компании не ведут коммерческую деятельность по покупке и продаже монет, они занимаются только независимой оценкой монет и банкнот. И на данный момент достойную конкуренцию им так никто и не смог составить.

– Как монеты, которые прошли грейдинг, попадают на аукционы, которые проводит «MS67»?

– Когда коллекционер получает свои монеты или банкноты после завершения процедуры грейдинга, у него появляется возможность незамедлительно выставить их на продажу на нашем интернет-аукционе «MS67». Этот аукцион проходит как минимум раз в месяц и предлагает широкий ассортимент коллекционных монет, способных удовлетворить даже самые взыскательные вкусы.

– Есть ли у аукционов «MS67» преимущества перед другими?

– В России проводится достаточно большое количество нумизматических интернет-аукционов, и каждый коллекционер сможет найти тот, который соответствует его интересам и предлагает наиболее комфортные условия.

Тем не менее следует отметить, что круг нумизматов относительно небольшой, и для аукционных домов необходимо заслужить доверие покупателей и не потерять его.

Поэтому крайне важно, чтобы качество представленных лотов соответствовало

заявленному. Фотографии предметов и информация о их состоянии должны точно отражать действительность. Честное и прозрачное представление коллекционных монет и банкнот помогает избежать недовольства со стороны покупателей после покупки и получения лота. В этом контексте монеты, находящиеся в защитных слабах, имеют явное преимущество. Более детальная оценка по шкале Шелдона предоставляет коллекционерам гораздо лучшее представление о состоянии монеты, чем даже самое красочное описание. Прозрачность и точность информации становятся залогом успешной сделки. А наша компания сегодня, по сути, проводит единственный в России интернет-аукцион, посвященный исключительно монетам в слабах.

– Если можно, поделитесь, какие редкости проходили через вашу компанию.

– Могу сказать, что одними из самых ярких экземпляров стали монеты для музея нумизматики Вагита Юсуфовича Алекперова. У президента «Лукойла» крупнейшее частное собрание в России, и в международном музее нумизматики,

который он создал, можно познакомиться с настоящими сокровищами в этой сфере коллекционирования. Также наша компания, например, работала с монетами, находящимися в хранилище Гохрана России, где есть уникальные экземпляры. Должна отметить, что компания «MS67» всё чаще выступает как экспертное учреждение, нам доверяют работать с редчайшими, музейными экземплярами.

– Каким вы видите развитие вашей компании в ближайшем будущем?

– Как я и говорила, сегодня на пике спроса находятся монеты в высокой степени сохранности, и нам хотелось бы проводить всё больше сделок с такими «люксовыми» монетами. Полагаю, что в будущем наша компания решит сосредоточиться исключительно на редчайших экземплярах, углубляя свои знания и экспертизу в этой уникальной области нумизматики. На данный момент мы предпочитаем развиваться органично, учитывая потребности и запросы рынка. Мы уверены, что такая стратегия позволит нам оставаться актуальными и востребованными, обеспечивая высокое качество услуг.



Монета

1 рубль 1921 г. АГ.

В слабе

NGC MS66



ВЛАДИМИР КУЗНЕЦОВ:

«ПРАВИЛЬНО ПОДОБРАННЫЙ ДОМЕН – ЭТО ИНВЕСТИЦИЯ, КОТОРАЯ БУДЕТ ПРИНОСИТЬ ПРИБЫЛЬ»



Аукционный дом СИНДИКАТ.РФ специализируется на виртуальных лотах и на различных цифровых продуктах. Начиная с доменов и заканчивая игровыми артефактами, аватарами, интеллектуальными правами и другими продуктами, которые невозможно пощупать, но которые могут составлять существенную ценность в современном мире. Аукционный дом уже стал широко известным на рынке, продажи некоторых лотов побили все рекорды. О популярности виртуальных активов, о прошедших громких аукционах, о ценности доменных имён для развития бизнеса и многом другом в интервью нашему изданию рассказал основатель Аукционного дома СИНДИКАТ.РФ Владимир Кузнецов.

– Владимир Евгеньевич, поделитесь с нами историей создания Аукционного дома СИНДИКАТ.РФ.

– Аукционный дом СИНДИКАТ.РФ ещё очень молод. Он появился на свет в 2024 году. Уже более 20 лет я занимаюсь виртуальными объектами, и эта сфера мне хорошо знакома. Я узнал о таком агрегаторе, как Bidspirit, и выяснил, что на нём отсутствуют торги в области, в которой обладаю значительной экспертизой. Так и получилось, что идея открыть Аукционный дом возникла из желания продавать на данной платформе домены, телефонные номера, автомобильные номера и другие элементы цифровой жизни, которые мне близки, а чтобы не работать через посредников – обратился к её основателю с просьбой разрешить мне открыть свой Аукционный дом на Bidspirit. И на данный момент мы провели уже три аукциона на этой площадке, и все оказались очень успешными.

– Действительно, СИНДИКАТ.РФ уже прогремел на весь интернет, продав один из цифровых бриллиантов за 65 миллионов рублей.

– В самом деле, 10 января этого года домен WhatsApp.ru ушёл с торгов за эту сумму. Несмотря на то, что название WhatsApp прочно ассоциируется с мгновенными сообщениями, общением и мобильными технологиями. Однако, если рассматривать его как название для нового бизнеса, а не как уже существующий мессенджер, можно его использовать сразу для нескольких интересных направлений. Например, это могут быть коммуникационные платформы для бизнеса, или сервисы, основанные на геолокации и общении, или сервисы для логистики. Неудивительно, что он вызвал такой интерес.

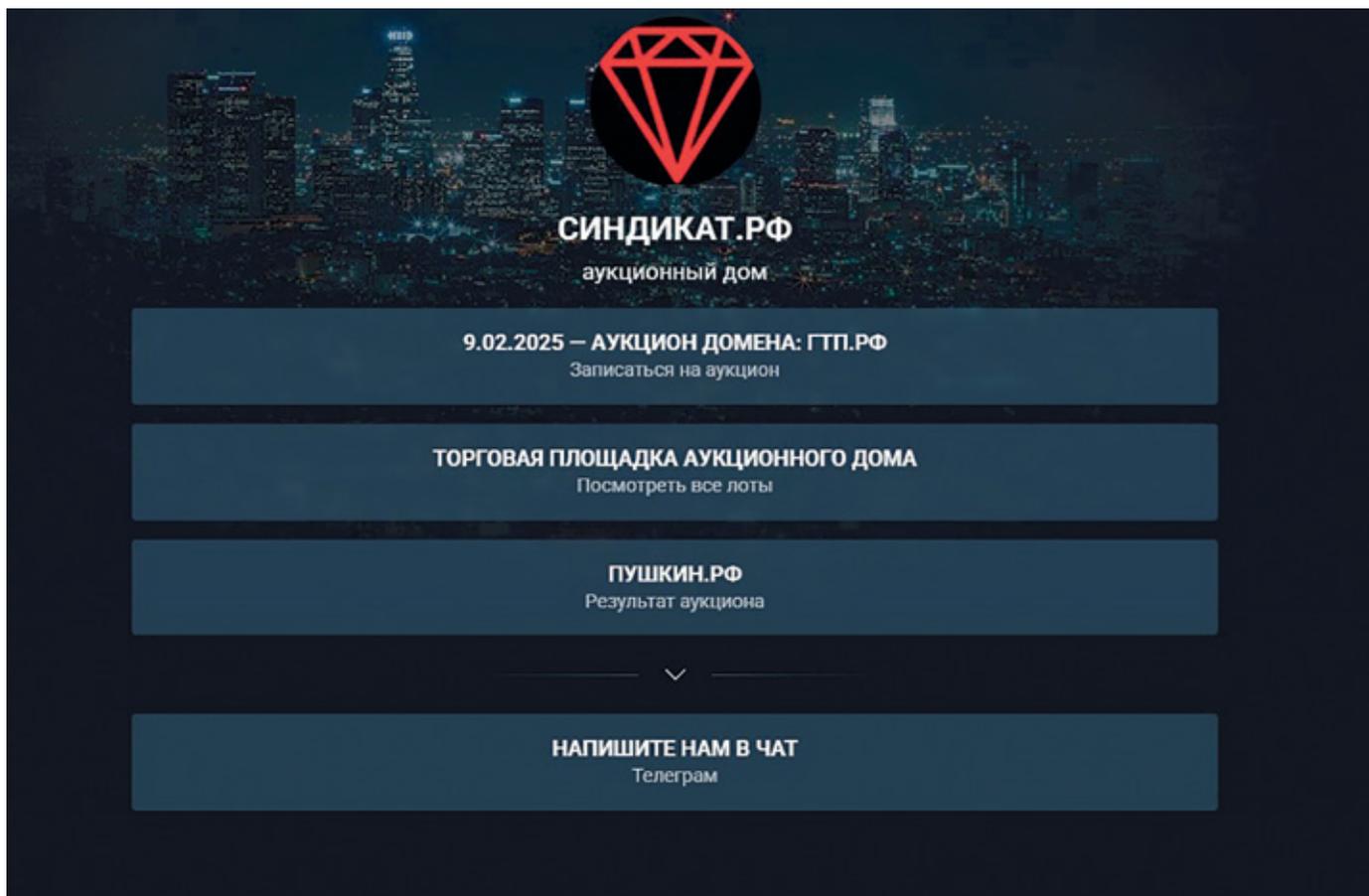
Но этот рекорд был вскоре побит. 25 января на нашем следующем аукционе домен «ПУШКИН.РФ» обрёл своего владельца, который заплатил за право обладания им 2,14 млрд рублей. Это не просто набор букв, а символ культурного наследия, живой души слова русского.

– Вы сами ожидали, что домен уйдёт за такую сумму?

– Честно говоря, результаты торгов меня самого сильно удивили. Как часто бывает и на традиционном рынке искусства, осознать ценность лота заранее по-

Пушкин.рф

25 ЯНВАРЯ НА
НАШЕМ АУКЦИОНЕ
ДОМЕН «ПУШКИН.
РФ» ОБРЁЛ СВОЕГО
ВЛАДЕЛЬЦА,
КОТОРЫЙ
ЗАПЛАТИЛ ЗА
ПРАВО ОБЛАДАНИЯ
ИМ 2,14 МЛРД
РУБЛЕЙ.



рой очень сложно... Конечно, мы предполагали, что этот объект цифрового искусства будет популярен, поскольку имя Пушкин – это наш символ, памятник и скрепа. Несмотря на то, что стартовая цена на домен составляла всего 100 рублей, но ещё на этапе предварительных заявок – в конце 2024 года – она поднялась в тысячи раз; и, наблюдая как растёт список зарегистрированных пользователей, мы понимали, что цена на этот домен может взлететь до рекордных показателей в масштабах мировых доменных аукционов, а что за него развернётся настолько ожесточённая и жаркая борьба – предсказать было невозможно.

И главное – на этом домене покупатели уже запустили сервис, который всех удивляет и бьёт рекорды посещаемости в вовлечённости. Сейчас на сайте можно пообщаться с ИИ, обученным на произведениях поэта. И хочу отметить, что у проекта очень хороший коммерческий потенциал, он идеально подходит для проектов в сфере образования, культурологических проектов и пр. Кроме того, отличная инвестиционная привлекательность: домены с именами исторических личностей имеют тенденцию к росту стоимости.

– А как находить самые ценные цифровые активы?

– Просто искать в Сети и связываться с их текущими владельцами или создавать самому. Конечно, процесс поиска требует особого подхода и внимания к деталям. Во-первых, необходимо тщательно исследовать интернет-пространство, чтобы выявить наиболее перспективные и востребованные активы. Это может включать в себя анализ трендов, изучение рыночных данных и так далее.

А самостоятельное создание цифровых активов требует креативности и понимания потребностей рынка, чтобы предложить продукт, который будет действительно интересен будущим владельцам.

Например, 30 марта мы проведём аукцион цифровых активов, где главным лотом станет домен «ВДУБАЕ.РФ»! Это доменное

ЧТО ЖЕ ТАКОЕ
ДОМЕННОЕ ИМЯ
ДЛЯ БИЗНЕСА? ЭТО
ЦИФРОВОЕ ЛИЦО
ВАШЕЙ КОМПАНИИ.
ЭТО ПЕРВОЕ, ЧТО
ВИДЯТ ВАШИ
КЛИЕНТЫ. КРАСИВЫЙ
И ЗАПОМИНАЮЩИЙСЯ
ДОМЕН – ЭТО ВАШ
БРЕНД, ЭТО ДОВЕРИЕ,
ЭТО УЗНАВАЕМОСТЬ.

имя обладает огромным потенциалом для бизнеса, ориентированного на Дубай и русскоязычную аудиторию. Он идеально подходит для проектов, связанных с туризмом, недвижимостью, инвестициями, бизнесом и услугами в Дубае. Например, на этом имени может быть создан портал, предлагающий туры, экскурсии, бронирование отелей и авиабилетов в Дубай. Или портал по продаже и аренде недвижимости в Дубае – с подробными описаниями, фотографиями и контактами агентов. Варианты многообразны. И, к слову, мы делимся своими идеями с участниками наших аукционов на своей странице на Bidspirit, так что приглашаю заходить, знакомиться, анализировать наши идеи и читать подробности о наших лотах.

– Как вы полагаете, будет ли расти популярность доменных имён?

– Полагаю, что да. И на это есть основания. Конечно, нам всем хорошо знакомы ситуации, когда люди стремятся получить красивый телефонный номер или «крутой» номер на автомобиль. Но всё же это скорее игрушки, а не активы, способные принести реальную пользу.

Реальность такова: в современном мире, где всё переходит в онлайн, настоящая ценность для бизнеса и личных проектов кроется в домене, особенно если это домен «.РФ». На рынке доменные зоны с окончанием ru и имеют одну цену, но РФ, с моей точки зрения, более интересен. Во-первых, потому, что так как он – кириллический, то для нас это делает его более лёгким для восприятия и ввода русскоязычными пользователями. Во-вторых, несмотря на популярность, в доменной зоне РФ пока ещё меньшая конкуренция, а значит, остаётся больше свободных и привлекательных имён, чем в переполненной зоне.

Итак, что же такое доменное имя для бизнеса? Это цифровое лицо вашей компании. Это первое, что видят ваши клиенты. Красивый и запоминающийся домен – это ваш бренд, это доверие, это узнаваемость.

Домен – это всегда надёжный фундамент. Сайт – это офис компании в интернете. Без домена его не существует. Он помогает вам привлекать клиентов, продавать товары и услуги, общаться с аудиторией.

Домен – это мощный маркетинговый инструмент. Красивый и запоминающийся домен индексируется в поисковых системах, позволяя вашему бизнесу быть на виду.

Безусловно, для приобретения домена совсем необязательно быть юридическим лицом. Они весьма популярны и для частного использования. Например, для ведения личного блога, где его обладатель можете делиться своими мыслями, творчеством и идеями. Если вы фрилансер или эксперт в какой-либо области, доменное имя, совпадающее с вашим именем или



РЕАЛЬНОСТЬ ТАКОВА: В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ, ГДЕ ВСЁ ПЕРЕХОДИТ В ОНЛАЙН, НАСТОЯЩАЯ ЦЕННОСТЬ ДЛЯ БИЗНЕСА И ЛИЧНЫХ ПРОЕКТОВ КРОЕТСЯ В ДОМЕНЕ, ОСОБЕННО ЕСЛИ ЭТО ДОМЕН «.РФ»

сферой деятельности, подчеркнёт вашу индивидуальность и профессионализм.

И наконец, это актив, который растёт в цене. Хорошие домены со временем только дорожают. Правильно подобранный домен – это инвестиция, которая будет приносить вам прибыль.

– Какими критериями при отборе доменных имён вы руководствуетесь?

– Во-первых, это эксклюзивность. На наших аукционах представлены домены, которые уже заняты. Это шанс получить уникальное и запоминающееся имя, которое не сможет повторить никто.

Во-вторых, это сила бренда. Имена, выставляемые на аукцион, обладают особой ценностью благодаря своей звучности и лаконичности. Они способны точно передать суть бизнеса, вызывая ассоциации и интерес у потенциальных покупателей. Такие имена часто включают в себя популярные ключевые слова. Подобный домен сразу же работает на узнаваемость вашего бренда. Эти бренды не просто обозначения, а мощные инструменты, способные усилить идентичность компании и привлечь внимание целевой аудитории.

Должен сказать, что так как наш Аукционный дом вкладывается в рекламу аукциона с доменом перед его проведением, то наши покупатели получают уже «прогретое» имя, о котором напишут в СМИ: поскольку аукционы зачастую освещаются как настоящие события; и чем дороже уйдёт домен на аукционе, тем больше людей узнает о вашем новом приобретении и, конечно же, зайдёт на страницу. Вас, как победителя, потом будут обсуждать на просторах интернета и в кулуарах.

– Каковы ваши планы по развитию Аукционного дома СИНДИКАТ.РФ в ближайшие несколько лет?

– Планирую последовательно развивать Аукционный дом, популяризировать цифровые активы в нашей стране, но загадывать на несколько лет вперёд точно не привык.

ПРОЦЕСС ПОИСКА ЦЕННЫХ
ЦИФРОВЫХ АКТИВОВ ТРЕБУЕТ
ОСОБОГО ПОДХОДА И ВНИМАНИЯ
К ДЕТАЛЯМ. ВО-ПЕРВЫХ,
НЕОБХОДИМО ТЩАТЕЛЬНО
ИССЛЕДОВАТЬ ИНТЕРНЕТ-
ПРОСТРАНСТВО, ЧТОБЫ ВЫЯВИТЬ
НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫЕ И
ВОСТРЕБОВАННЫЕ АКТИВЫ. ЭТО
МОЖЕТ ВКЛЮЧАТЬ В СЕБЯ АНАЛИЗ
ТРЕНДОВ, ИЗУЧЕНИЕ
РЫНОЧНЫХ ДАННЫХ
И ТАК ДАЛЕЕ.



The screenshot shows the website for bidspirit, an online auction platform. The main header features the bidspirit logo and a search bar. Below the header, there are navigation links for various categories: Auctions, Stores, Cars, Books, Coins, Art, Antiques, Autographs, Bells, Medals, and Brands. The main content area is for SINDIKAT.RF, an auction house specializing in virtual goods and digital products. It includes contact information: phone number +79210999999 and email info@icili.ru. There is also a section for 'Upcoming auctions' featuring an auction for 'ВДУБАЕ.РФ' (VdubaE.RF) on Sunday, 30.3.25, at 19:00. The auction is described as 'ВДУБАЕ.РФ - самый жаркий бриллиант. Аукцион одного лота.' (VdubaE.RF - the hottest diamond. Auction of one lot.)

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

В прошлом году юбилей профессиональной деятельности отметил 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.

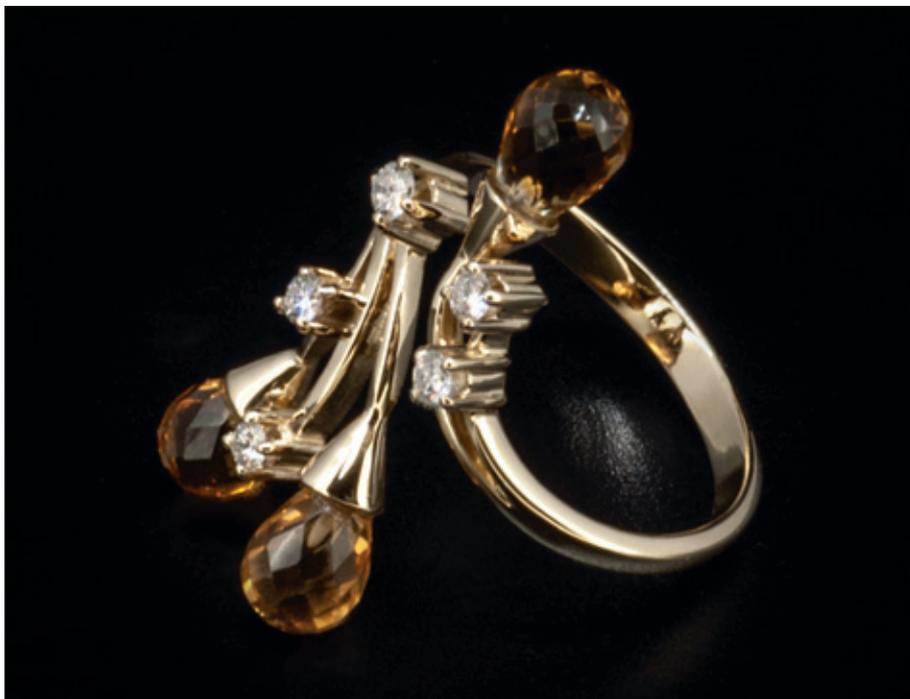
Спустя некоторое время стремление расти над собой натолкнуло меня на мысль о том, чтобы пройти повышение квалификации. В 2011 году я поступил в МГУ, получив дополнительно профессию геммолога, затем стажировался в Израиле.

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



Matveev & Co®
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 наступит 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





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. Произукцией 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.

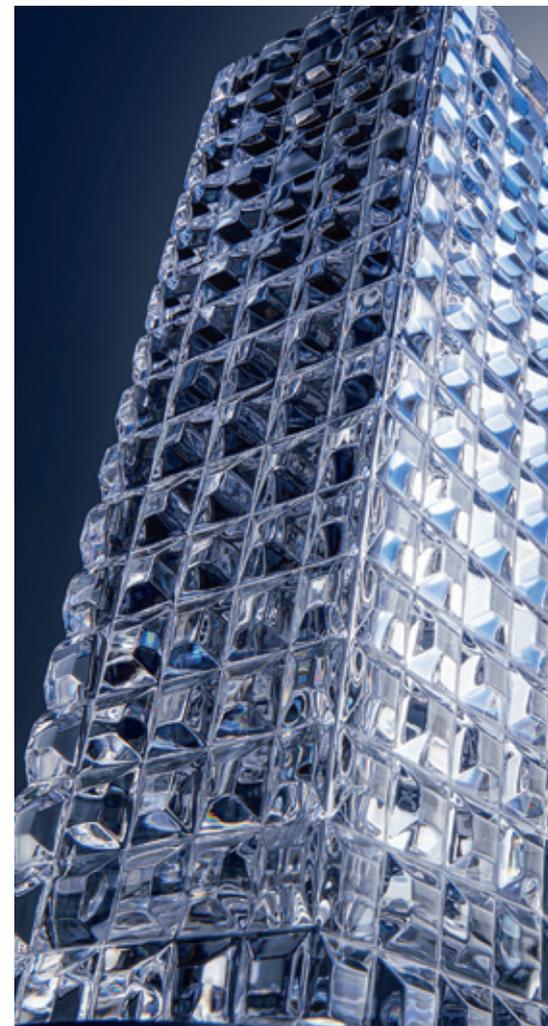
– Подготовка мастеров, тем более для такого сложного, как у вас, производства, – задача не из лёгких. Где вы берёте специалистов?

– 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



КНИГИ И ПРЕДМЕТЫ ИСКУССТВА, которые передают ПО НАСЛЕДСТВУ



На правах рекламы

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

антарес[✦]

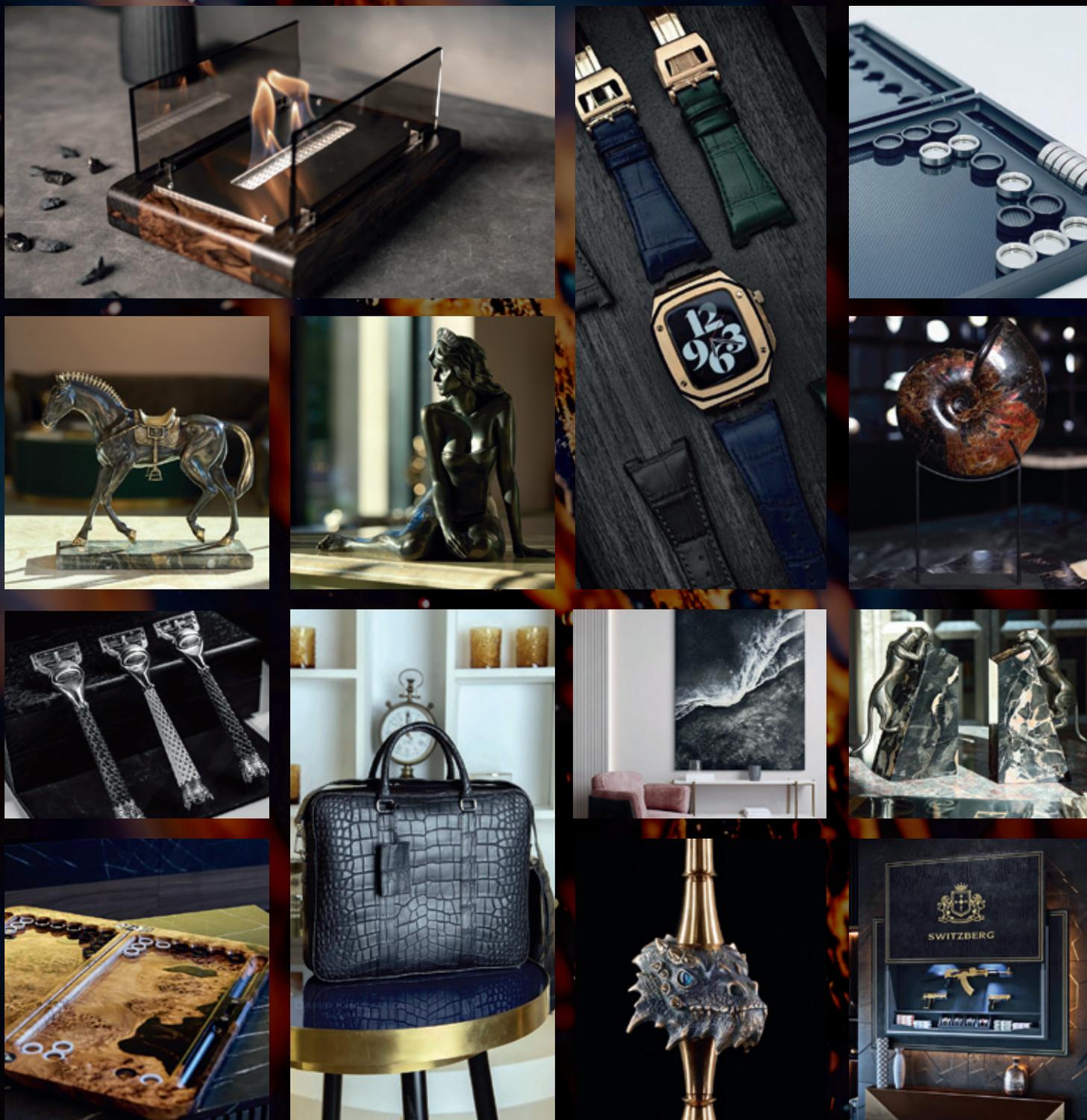
ДОМ АНТИКВАРИАТА



Продажа антиквариата Урало-Сибирским антикварным домом «АНТАРЕС» – это и есть тот долгожданный шанс, когда можно стать обладателем уникального предмета, способного до неузнаваемости изменить пространство вашего дома.

Салон поражает богатством эксклюзивных антикварных изделий из серебра, бронзы, чугуна, стекла, скульптуры и живописи разных стилевых направлений.





Лимитированные предметы, которыми хочется обладать и делиться с родными и близкими

БОЛЕЕ 2500 ВАРИАНТОВ

Скидка 5% по промокоду
«Бизнес Журнал 2025»

Перейдите на наш сайт и получите 5% скидку по
промокоду на лимитированные vip подарки!

Срок действия акции до 10.04.2025 г.

Реклама. Рекламодатель ИП Городецкий А.Г. ИНН 237301234120. Erid: 2VSb5wuVgAU



www.regard-s.ru