

JUBILER

Polski

MAGAZYN BRANŻY JUBILERSKIEJ

NR 1 (47) 2025

ISSN 1429-3773

INDEKS 38500X

CENA 20 ZŁ
(w tym 8% VAT)

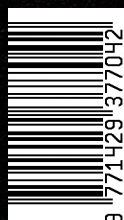
ZEGARKI

*„Cichy luksus”
w świecie zegarków*



TARGI

*Amberif Spring
Jubinale Kraków
Inhorgenta Munich*



Z BRANŻY

Zrównoważony blask jubilerstwa

Czy każdy może zostać rzeczoznawcą jubilerskim?



Zakład Złotniczo Odlewniczy

WYKONUJEMY

FORMY SILIKONOWE
ODLEWY:
ZŁOTO, SREBRO,
MOSIĄDZ, BRĄZ, ALPAKA

PROJEKTOWANIE
I DRUK 3D na Solidscape

GRAWEROWANIE
I CIĘCIE LASEREM

PROJEKTOWANIE I REALIZACJA
ZNACZKI FIRMOWE, LOGA

NAPISY NA:
DŁUGOPIŚCACH KUBKACH itp,
MEDALE
OKOLICZNOŚCIOWE



KONTAKT

ul. Lipowa 34, 62-030, Luboń

biuro@biedermann.pl

Polub nas

www.biedermann.pl

Spis treści

Fotografia na okładce: Marcin Nowak / Novvak Jewellery

JUBILER

Polski
MAGAZYN BRANŻY JUBILERSKIEJ

1(47)/2025

TARGI

Jubinałe Poznań	4
Nieustannie staramy się udoskonalać targi – rozmowa z Sylwią Klofczyńską, menedżerką projektu Amberif. . . .	6
Inhorgenta Munich – bardziej międzynarodowa niż kiedykolwiek wcześniej.	8

s. 22



W.KRUK Lunapark, pierścioneł, złoto, szafiry, rubiny

s. 10

RYNEK

Rynek dóbr luksusowych w Polsce.	10
Zrównoważony blask jubilerstwa.	16
Rzeczoznawca jubilerski – konieczność regulacji zamiast wolnoamerykanki	22

ZEGARKI

Cichy luksus w świecie zegarków	30
---------------------------------------	----

TECHNOLOGIE

Projektowanie parametryczne i techniki generatywne w sztuce jubilerskiej.	34
---	----

SZTUKA ZŁOTNICZA

SREBRO 2025 – Efekt WOW!	38
28. Międzynarodowy Konkurs na Projekt Biżuterii z Bursztynem AMBERIF DESIGN AWARD „Relacje”	40
Nagroda „Polskiego Jubilera” w konkursie Projekt 2024: Karolina Dyczko	43

Szanowni Państwo

Co nas czeka w 2025 roku? Z różnych rynków dochodzą do nas różne dane – jedne nastrojają optymistycznie, inne próbują ten optymizm ostudzić. Mimo globalnych wyzwań gospodarczych rynek biżuterii i zegarków wciąż wykazuje odporność i innowacyjność. Popyt na luksusowe dobra pozostaje dość stabilny, a konsumenci coraz chętniej wybierają produkty o udokumentowanym pochodzeniu i zrównoważonej produkcji. Wprawdzie sztuczne diamenty zdobywają popularność, ale naturalne kamienie, zwłaszcza kolorowe, zyskują na wartości dzięki rosnącej świadomości unikalności i rzadkości. Marki stawiają na transparentność i etykę, a nowe technologie otwierają drzwi do niespotykanej personalizacji.

Najbliższy rok będzie z pewnością czasem wyzwań. Pamiętajmy, że luksus nie traci blasku, a innowacje napędzają rozwój. Powodzenia dla nas wszystkich w realizacji zamierzeń!

Anna Sado

Jubinale Poznań

Szósta, najmłodsza impreza targowa branży jubilerskiej w Polsce poświęcona w szczególności sektorowi biżuterii złotej i srebrnej – odbędzie się po raz drugi w Poznaniu.

Inicjatywa zorganizowania targów Jubinale w Poznaniu wyszła w 2023 r. od grupy polskich firm specjalizujących się w produkcji i handlu biżuterią złotą i srebrną. Pierwsza edycja odbyła się w lutym 2024 r. – wzięło w niej udział 60 wystawców, których trzon stanowiły czołowe polskie firmy oferujące wyroby ze złota i srebra. Okazała się na tyle dużym sukcesem, że w tym roku na tej samej powierzchni ok. 3 tys. m kw. w pawilonie Poznań Congress Center w nowoczesnym obiekcie Międzynarodowych Targów Poznańskich organizator – PB Group – będzie gościł ok. 100 firm z Polski i zagranicy.

– Podczas targów będą państwo mieli okazję zapoznać się z szeroką ofertą – od ekskluzywnej biżuterii złotej i srebrnej po unikatowe, ręcznie wykonywane wyroby oraz nowoczesne rozwiązania. Będzie to również doskonała okazja do poznania trendów na nadchodzące sezony, negocjacji najlepszych warunków zakupowych oraz rozwoju swojego biznesu – zachęca dyrektor targów Andrzej Sadowski.

Bogata oferta ok. 100 wystawców sięga od klasycznej biżuterii złotej i srebrnej, przez designerską i bursztynową, po upominki i akcesoria oraz nowoczesne rozwiązania technologiczne. Szeroka gama wyrobów w różnych przedziałach cenowych pozwala dostosować asortyment do potrzeb różnych grup klientów.

To już trzecia impreza targowa dla branży jubilerskiej odbywająca się pod szyldem Jubinale – po organizowanych w Krakowie edycji czerwcowej i listopadowej.

Jubinale Poznań
1-3 marca 2025 r.
Międzynarodowe Targi Poznańskie
– Poznań Congress Center
jubinale.com.pl

Paweł Chmielewski, właściciel Diam'or

Targi Jubinale Poznań to inicjatywa godna poparcia – w dobrym terminie – jako pierwsze spotkanie branży w kalendarzu targów jubilerskich, w centralnej lokalizacji w Poznaniu, do którego łatwo dotrzeć i który dysponuje świetną bazą hotelową, oraz w dobrym miejscu na Międzynarodowych Targach Poznańskich. Pierwszą edycję



w ubiegłym roku oceniam bardzo dobrze także pod kątem bogatej, spełniającej moje oczekiwania oferty wystawców oraz – jak zawsze na Jubinale – doskonałej organizacji.

Danuta Terpiłowska, Jubiler Terpiłowsky

Targi Jubinale w Poznaniu – w centrum Polski – to bardzo dobry pomysł! Wszyscy jesteśmy zachwyceni ich pierwszą edycją. Wprawdzie grupa wystawców oferujących głównie wyroby ze złota i srebra była ograniczona liczebnie, ale za to reprezentatywna, a ich oferta była bardzo satysfakcjonująca. Udało nam się nawiązać wiele nowych kontaktów biznesowych, które „pracowały” przez cały rok.

Andrzej Wroński, dyrektor handlowy Domu Jubilerskiego A&A

Jubinale Poznań to targi, na których skoncentrowane jest wszystko, czego potrzebuje branża jubilerska. W ubiegłym roku prezentowało się na nich 60 reprezentatywnych dla branży wystawców oferujących biżuterię złotą i srebrną, co pozwoliło nam skupić się na kluczowych dla nas dostawcach. Zadowoleni z ubiegłorocznej edycji, w tym roku też weźmiemy w niej udział. ◀

FOT: MATERIAŁY PRASOWE

Międzynarodowe Targi Biżuterii i Zegarków International Jewellery and Watches Trade Fair

jubinale
KRAKÓW

29-31.05.2025

EXPO Kraków, Poland



www.jubinale.com

info@jubinale.com tel. +48 58 520 90 99

Organizator: PB GROUP, www.pb-group.eu

EXPO
KRAKÓW

ul. Galicyjska 9, Kraków, Poland

Nieustannie staramy się udoskonalać targi

Ostatnie lata nie były zbyt łaskawe dla organizatorów targów Amberif: pandemia, problemy techniczne w czasie nowo wprowadzanej usługi e-rejestracji, utrata wystawców z sektora biżuterii srebrnej i złotej. Jak z tymi wyzwaniem radzą sobie organizatorzy i dlaczego warto wziąć udział w targach Amberif Spring – opowiada Sylwia Kłofczyńska, menedżerka projektu Amberif.



Sytuacja na rynku bursztynu daleka jest od hossy. Jak w takich wymagających okolicznościach wyglądają przygotowania do targów Amberif Spring?

Już od kilku edycji podejmujemy wzmożone działania promocyjne zmierzające do poszerzenia grona odwiedzających i osób zainteresowanych bursztynem. Współpracujemy m.in. z International Colored Gemstone Association, Collection Magazine, nawiązaliśmy współpracę medialną m.in. z Roskin Gem News, The New Jeweller, In Color Magazine. Cyklicznie zapraszamy do współpracy influencerów branży biżuteryjnej – w tym roku, oprócz Anety Błaszczak (Bliss from Paris), targi odwiedzi Shohista Turdiyeva (Jewellery Pursuer). Cały czas szukamy nowych partnerstw i kanałów promocji, za pośrednictwem których uda nam się dotrzeć nie tylko do potencjalnych wystawców, ale także kupców. Wybierając media, z którymi współpracujemy, słuchamy głosów naszych wystawców. Od kilku edycji reklamujemy targi, wykorzy-



stując możliwość mediów cyfrowych, dzięki którym docieramy dokładnie tam, gdzie są potencjalni kupcy zainteresowani ofertą naszych wystawców. Kontynuujemy również program hosted buyers. W ubiegłej edycji, kiedy z nim startowaliśmy, gościliśmy pięciu kupców z Bahrajnu. W tym roku odwiedzą nas goście nie tylko z Bahrajnu, ale także z Francji z targów Bijork oraz z belgijskiej Antwerpii czy Egiptu. Dzięki współpracy z partnerami udało się zaprosić przedstawicieli dużych firm biżuteryjnych. Wszystkie podejmowane działania mają na celu szerokie zainteresowanie nowych gości zarówno targami, jak i samym bursztynem. Ten cel realizuje również prezentowana w projekcie Gdańsk – Światowa Stolica Bursztynu wystawa kontenerowa „Treasure Box. Kapsuła przyszłości”. Wystawę pokazującą bursztyn w designerskim, nowoczesnym wydaniu, w połączeniu z multimediami, pokażemy w tym roku m.in. na targach Inhorgenta w Monachium. Zdajemy sobie sprawę, że sytuacja na rynku daleka jest

od ideału. Dlatego staramy się zaoferować potencjalnym wystawcom i gościom jak najwięcej dodatkowych wartości.

Jakie efekty przynoszą działania mające zainteresować bursztynem nowych kupców? Czy wpływają na zwiększenie liczby kupców?

Liczba kupców od kilku lat utrzymuje się na zbliżonym poziomie. Wpływ na to ma wiele czynników zewnętrznych, związanych przede wszystkim z sytuacją na świecie, które są niezależne od organizatorów targów. Efekty naszych działań odzwierciedlają się w wynikach ankiet przeprowadzonych wśród wystawców. Ponad połowa wystawców Amberif Autumn 2024 zadeklarowała, że nawiązała nowe kontakty handlowe. Podobne wyniki uzyskaliśmy od wystawców Amberif Spring 2024. Opinia wystawców jest dla nas bardzo ważna. Dlatego o wszystkich podejmowanych działaniach dyskutujemy na posiedzeniach rady programowej, na które zawsze zapraszani są również przedstawiciele wystawców. Po każdym targach pytamy w ankietach o nowe pomysły, proponujemy kierunki promocji targów. Staramy się odpowiadać na potrzeby wystawców, realizując ich sugestie i propozycje. Dobrych targów nie robi sam zespół organizacyjny. Dlatego mocno zachęcamy do aktywności i współtworzenia tego wydarzenia. Tylko partnerstwo pozwoli na dalszy rozwój. Oczywiście nie wszystkie pomysły da się zrealizować od razu, niektóre wymagają dłuższego procesowania. Takim przykładem jest dzień otwarty dla szkół i uczelni – pomysł zgłoszono radzie programowej w ubiegłym roku i na najbliższej edycji targów Amberif Spring zapraszamy

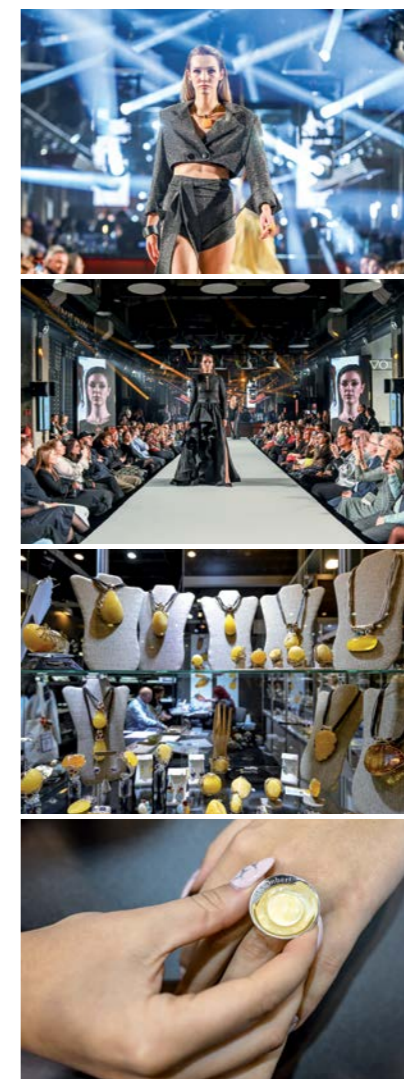
do uczestnictwa uczniów i studentów, by dowiedzieli się więcej o bursztynie, projektowaniu i mieli okazję porozmawiać z projektantami i firmami.

Jak współpraca z mediami przekłada się na zainteresowanie bursztynem oraz biżuterią z bursztynem?

Zależy nam, aby poprzez nasze działania promocyjne z jednej strony zwiększać liczbę wystawców i odwiedzających same targi, a z drugiej strony kreować i poszerzać zainteresowanie bursztynem i biżuterią z bursztynem wśród konsumentów. Temu służą dodatkowe wydarzenia organizowane przy okazji targów, np. Amberif Vibes, który w ubiegłym roku odbił się szerokim echem w mediach masowych.

Ostatnie lata nie były zbyt łaskawe dla organizatorów targów Amberif: najpierw pandemia, potem nieudane zmiany organizacyjne – mam tu na myśli fatalną rejestrację kupców, która wielu z nich skutecznie zniechęciła do odwiedzenia targów w kolejnych latach – a w ubiegłym roku utrata znacznej części kupców z sektora biżuterii srebrnej i złotej. Jak to wszystko wpłynęło na kondycję targów i jak organizator sobie z tymi trudnościami poradził?

Niezaprzeczalnie ostatnie lata były trudne – dla całej branży, a nie tylko naszych targów. Okres pandemii kilkakrotnie unieвозмоził organizację wydarzenia. Zmienił też sytuację rynkową wielu firm i projektantów. Wymusił zmiany organizacyjne związane z rejestracją polegające na przeniesieniu ciężaru rejestracji na system online. Przy jej starcie rzeczywiście wystąpiły problemy techniczne, ale – to chciałabym podkreślić – w kolejnych latach już się nie powtórzyły i rejestracja za każdym razem przebiega bardzo sprawnie. Wiem, że dla wielu kupców problemem była też konieczność zapłacenia za wstęp na targi. Tak, generalnie wstęp na targi jest płatny, ale – i to też chciałabym podkreślić – żaden z gości zaproszonych przez wystawcę nie musi ponosić opłaty za wstęp. Firmy mają do dyspozycji kody umożliwiające bezpłatne wejście na targi, które mogą przekazać klientom. Procedura jest podobna jak w sklepach internetowych, z których niemal każdy korzysta. To dziś standard w branży targowej.



Jeśli zaś chodzi o wycofanie się części wystawców z sektora biżuterii złotej i srebrnej, to sytuacja ta zaktywizowała nas do poszukiwania nowych wystawców. W tym celu współpracujemy z agentami z Turcji i Antwerpii, nawiązujemy nowe partnerstwa i aktywnie poszukujemy wystawców za granicą, aby zaproponować klientom oferty wysokiej jakości, niedostępne dla innych. Mam nadzieję, że efekty będą widoczne już na tegorocznym Amberifie.

Jak więc będzie wyglądała struktura wystawców na tegorocznych targach Amberif Spring?

Struktura wystawców na targach Amberif od wielu lat pozostaje niezmienna. Około 60 proc. stanowią firmy oferujące bursztyn i biżuterię z bursztynem. Pozostali wystawcy tworzą stopniowo odbudowywaną strefę złota i diamentów, Galerię Projektantów, a także sektor technologiczny,

w którym pojawią się m.in. firmy oferujące wysokiej klasy drukarki 3D.

Odnoszę wrażenie, jakby z każdą kolejną edycją Amberifu tych zmian było coraz więcej.

Cieszę się, że wprowadzane przez nas zmiany są zauważalne. Nieustannie staramy się udoskonalać nasz system zabudowy, organizację, stronę wizualną oraz ofertę dla wystawców i kupców. Zależy nam także na tym, by Amberif był nie tylko miejscem nawiązywania relacji biznesowych, ale także atrakcyjnym miejscem spotkań dla miłośników sztuki. Od kilku edycji w Strefie Sztuki odbywają się ciekawe wystawy – w tym roku swoje prace zaprezentują polscy artyści: biżuterię Andrzej Boss, Iwona Tamborska i Sława Tchórzewska, malarstwo Michał Ostrogórski. Kontynuujemy również nasze konkursy Amberif Design Award i Amberif Selection oraz prestiżowe wydarzenie Amberif Vibes – pokaz mody i biżuterii, w którym udział mogą wziąć wystawcy targów. Naszym celem jest stworzenie wydarzenia ważnego dla branży, jakościowego i prestiżowego, które pozwoli firmom na podtrzymywanie dotychczasowych relacji i budowanie nowych w unikatowym otoczeniu. Poza tym MTG SA planuje również nowe inwestycje, takie jak budowa nowej hali czy hotelu, które przyczynią się do rozwoju całego ośrodka targowego.

Podsumowując, poproszę o cztery argumenty, dlaczego kupcy powinni odwiedzić targi Amberif Spring.

1. Weźmiesz udział w prestiżowym wydarzeniu z najwyższej jakości biżuterią.
2. Poznasz nowe firmy m.in. z Turcji, Antwerpii, nawiądziesz nowe kontakty biznesowe.
3. Weźmiesz udział w wystawach podczas targów oraz wydarzeniach towarzyszących.
4. Dobrze spędzisz czas w przepięknym Gdańsku.

Rozmawiała Anna Sado <

**Międzynarodowe Targi Bursztynu i Biżuterii Amberif Spring
12-14 marca 2025 r.
Międzynarodowe Targi Gdańskie
– AmberExpo, Gdańsk
amberif.pl**



Fot. Messe Muenchen

Targi INHORGENTA – bardziej międzynarodowe niż kiedykolwiek wcześniej

Gdyby liczba wystawców tegorocznych targów INHORGENTA miała być wyznacznikiem pomyślności branży, można byłoby założyć, że rok 2025 będzie dobrym rokiem dla branży jubilerskiej i zegarkowej oraz kamieni szlachetnych. Jak podaje organizator, w tegorocznej edycji wzięło bowiem udział 900 wystawców reprezentujących 1334 marek z 38 krajów, tj. o 3,4% więcej niż w ubiegłym roku.

INDIE KRAJEM PARTNERSKIM

Ponad połowę wystawców (53%) stanowiły firmy zagraniczne – w tym roku przede wszystkim z Włoch, Francji, Indii i Szwajcarii. Krajem partnerskim targów INHORGENTA w tym roku były natomiast Indie (tu warto przypomnieć, że pierwszym krajem partnerskim targów była w 2018 r. Polska – repre-

zentowało ją wtedy 34 wystawców oraz wystawa miasta Gdańsk „Bursztyn bałtycki. Tradycja i innowacja”). Obecnie Indie to główny gracz na światowym rynku biżuterii i kamieni szlachetnych – eksport tego kraju szacowany jest na 32 mld USD, zaś wartość rynku krajowego to 85 mld USD. INHORGENTA gościła w tym roku 50 wystawców z Indii.

ZEGARKI ROSNĄ W SIŁĘ

Wyraźnie widać również wzrost liczby wystawców w sektorze zegarków – w dedykowanej im hali A1 swoje nowości prezentowało ponad 130 marek, w tym marka Balticus z Polski. Po raz pierwszy w tym roku, we współpracy z renomowaną szwajcarską Foundation Haute Horlogerie (FHH) z Genewy, została przygotowana wystawa „FHH Culturale Space” przybliżająca wyjątkowe rzemiosło i kulturowe dziedzictwo „wielkiego zegarmistrzostwa”. Celem tej wystawy jest zachowanie tego dziedzictwa, poprzez edukację i inspirację. Klasyczne zegarki nie są obecnie już przedmiotem użytkowym – dziś nie służą już przede wszystkim do odmierzania czasu, stając się raczej ekskluzywną ozdobą, niezrędko wręcz dziełem sztuki.

Wiele renomowanych marek wybiera Monachium jako miejsce premiery nowych kolekcji. W tym roku do tego grona dołączyły m.in. marki Favre Leuba, Eberhard & Co. i Fossil w hali A1 Timepieces, oraz Krisonia, Terzihan i Yoko London w hali B1 Fine Jewelry. Minione targi INHORGENTA odwiedziło ok. 25 000 branżowych gości z aż 102 krajów.

INSPIRUJĄCY PROGRAM RAMOWY

Organizatorzy zadbałi także o bogaty program ramowy z licznymi wykładami i panelami dyskusyjnymi prowadzonymi przez ekspertów z całego świata (TRENDFACTORY) i wspaniałymi wystawami (Timeless Brilliance). Wszystko po to, by stworzyć wartość dodaną – dostarczyć inspiracji, wiedzy i umożliwić poszerzenie sieci kontaktów.

W ramach TRENDFACTORY eksperci podejmowali tematykę dotyczącą m.in. wpływu digitalizacji na sprzedaż biżuterii i wzrost zainteresowania biżuterią antyczną, zrównoważonego rozwoju w branży jubilerskiej i zegarmistrzowskiej, jak również przyszłości rynku diamentów oraz aktualnych trendów modowych i sprzedażowych. W ramach dedykowanej zegarkom platformy WATCH TALKS dyskutowano o zmianach zachodzących na rynku zegarków, poświęcając szczególną uwagę szwajcarskiej branży zegarmistrzowskiej.

Jednym z ważniejszych wydarzeń targów INHORGENTA jest już od wielu lat konkurs INHORGENTA AWARD – w tym roku międzynarodowe jury przyznało nagrody w 9 kategoriach, wybierając spośród 137 zgłoszeń z 22 krajów. Konkurs wraz z towarzyszącą mu prestiżową galą, w której w tym roku wzięło udział ponad 500 osób, w tym m.in. prominentni przedstawiciele branży jubilerskiej i zegarmistrzowskiej, ale także osobowości ze świata kultury i mediów, jest przede wszystkim okazją do wielkoskalowej promocji sztuki jubilerskiej i zegarmistrzowskiej. Najważniejsze nagrody w tegorocznej edycji konkursu to:

– Luxury Watch of the Year: Gerald Charles „Mastelink” – zintegrowany zegarek sporto-

wy, utrzymany w duchu Geralda Genty, mistrza zegarkowego designu,
– Gemstone of the Year: ARNOLDI INTERNATIONAL – ekskluzywna spirala 190 granatów (21,83 ct) podkreślająca bogatą paletę barw,
– High Jewelry of the Year – Serafino Consoli za unikatową koncepcję wielowymiarowego pierścionka z diamentami „Grande Bellezza”.

RECESJA NA RYNKU NIEMIECKIM – SKUTKI DLA BRANŻY JUBILERSKIEJ I ZEGARMISTRZOWSKIEJ

Choć recesja w Niemczech trwa już w zasadzie od 3 lat, po raz pierwszy na targach INHORGENTA przedstawiono liczby, które potwierdzają jej wpływ na rodzimą branżę jubilerską i zegarmistrzowską. Stephan Lindner, prezes stowarzyszenia BVJ zrzeszającego niemieckich jubilerów, podkreślił, że ta branża w porównaniu z innymi radzi sobie dobrze, i określił lata 2022 i 2023 jako fantastyczne dla branży. Nie da się tego niestety powiedzieć o minionym roku, w którym branża odnotowała spadek obrotów łącznie o 1,2 proc., choć, jak podkreślano, pozostaje nadal w dobrej kondycji. Ze statystyk wynika, że wyroby jubilerskie w dalszym ciągu cieszą się w Niemczech dużym powodzeniem, szczególnie te kupowane w specjalistycznych sklepach detalicznych, które odpowiadają za 70 proc. obrotów w tym sektorze. Najmniejszy spadek, jeśli chodzi o ilość, odnotowano w sektorze wysokiej jakości zegarków i biżuterii.

Jak to wygląda w liczbach? O 3,4 proc. spadła wartość eksportu niemieckiej biżuterii srebrnej i złotej – z 5 312 mln euro do 5 134 mln euro. O 2,8 proc. mniejszy był także import biżuterii i osiągnął wartość 4 604 mln euro (2023: 4 736 mln euro). Eksport niemieckiego przemysłu zegarmistrzowskiego wzrósł w 2024 r. o 3,5 proc., do około 1,87 mld euro, co pokazuje odporność branży. Jednak patrząc na liczby sprzedanych zegarków, widać znaczny spadek. Podkreślano, że dane za 2024 rok były lepsze niż nastroje w branży. Mimo to przedstawiciele branży jubilerskiej i zegarmistrzowskiej – nie tylko w Niem-

czeh – wchodzą w rok 2025 pełni obaw. Optymizmu nie dodają wysokie ceny złota, rosący rynek diamentów laboratoryjnych oraz wzrost cen wysokiej jakości kamieni szlachetnych.

19 WYSTAWCÓW Z POLSKI

Polskie firmy, obecne od wielu lat na targach INHORGENTA w Monachium, uplasowały się również w tym roku w pierwszej liczbie wystawców – za Włochami, Indiami, Chinami, Szwajcarią, Belgią, Austrią, Hongkongiem, Francją i Hiszpanią. Polscy wystawcy oferowali głównie wyroby ze srebra (m.in. MARCIN ZAREMSKI, EVA STONE, DECO ECHO, MANOFORMA, AREK WOLSKI, LEIS JEWELRY, JUBILLEO), obrączki ślubne (PZ STELMACH oraz WAMA GOLD), biżuterię modową (ORIENT STYLE), zegarki (BALTCUS) jak również półfabrykaty (SILVEXCRAFT), narzędzia i maszyny (RODENT, GSMT) oraz opakowania (PAT BUGALA). Silnym polskim akcentem była wystawa „Treasure Box of the Future” (Kapsuła przyszłości) zorganizowana przez Międzynarodowe Targi Gdańskie w ramach projektu „Gdańsk – Światowa Stolica Bursztynu”. Zaprezentowano na niej biżuterię z bursztynem ośmiorga wiodących polskich twórców: Sławomira Fijałkowskiego, Emilii Kohut, Marcina Giebułtowskiego, Tomasza Kargula, Doroty Ceneckiej, Macieja Rozenberga i Ireneusza Glazy oraz firmy S&A Jewellery Design. Wystawa wzbudziła ogromne zainteresowanie zwiedzających – uwagę przyciągał zarówno kobaltowo-niebieski kontener transportowy, który został przekształcony w dynamiczną przestrzeń wystawienniczą, jak i połączenie wyselekcjonowanej bursztynowej biżuterii z cyfrową narracją, które stworzyło przestrzeń mieszanej rzeczywistości, pozwalając odwiedzającym w pełni zanurzyć się w świecie współczesnego designu.

Kolejne targi INHORGENTA 2026 odbędą się w Monachium w dn. 20-23.02.2026.

Więcej informacji: www.inhorgenta.com

Anna Sado



Rynek dóbr luksusowych w Polsce

Polski rynek dóbr luksusowych dynamicznie się rozwija, a jego wartość w 2024 r. szacuje się na 55,6 mld zł, co oznacza 24,6-procentowy wzrost w porównaniu z poprzednim rokiem. Nawet po uwzględnieniu inflacji dane te wskazują na dobrą kondycję rynku, który przyciąga zarówno lokalnych, jak i zagranicznych konsumentów. Prognozy na najbliższe lata zapowiadają dalszy rozwój – do 58,6 mld zł w 2025 r. oraz przekroczenie 60 mld zł w 2026 r.

szacuje się, że największa dynamika wzrostu zostanie odnotowana w segmencie samochodów premium i luksusowych, które stanowią 64,8 proc. całkowitej wartości rynku. Będzie to rekordowy wzrost o wartości 34,8 proc. r/r. Dodatkowo dynamicznie rozwija się segment luksusowych hoteli i usług SPA – w 2024 r. wzrośnie on o 16,7 proc., osiągając wartość 7,8 mld zł. Na polskim rynku dóbr luksusowych coraz wyraźniej widać rosnące zainteresowanie luksusowymi doświadczeniami. Konsumenty zaczynają cenić nie tylko przedmioty materialne, ale także przeżycia, takie jak ekskluzywne pobyty w hotelach i indy-

widualne zabiegi SPA. Zjawisko to wspierane jest przez dynamiczny rozwój turystyki przyjazdowej – szczególnie popularnej wśród zagranicznych turystów, w tym gości z Niemiec, Wielkiej Brytanii i Stanów Zjednoczonych. Zmieniające się preferencje konsumentów wymuszają na branży hotelarskiej i usług luksusowych adaptację, co jednocześnie stymuluje rozwój tego sektora w Polsce.

Zgodnie z trendami nowych wymiarów luksusu, które były tematem przewodnim poprzedniej edycji raportu KPMG, współczesny konsument dóbr luksusowych oczekuje nie

tylko ekskluzywnych produktów, ale także wyjątkowych emocji i doświadczeń. W tym kontekście zyskuje na znaczeniu zjawisko emotioneeringu, które polega na projektowaniu kampanii marketingowych tak, aby wywoływały silne emocje i angażowały konsumentów. Dzięki temu luksusowe marki mogą skutecznie przyciągać nowych klientów i budować trwałą lojalność. Kolejnym obecnym na tym rynku zjawiskiem jest „premiumizacja” – konsumenci poszukują produktów i usług o unikatowym charakterze oraz wysokiej jakości. Na popularności zyskują sklepy monobrandowe, które umożliwiają markom pełną kontrolę nad estetyką i atmosferą, a klientom zapewniają spójne i wyjątkowe doświadczenia zakupowe oraz możliwość personalizacji, zarówno obsługi, jak i samego produktu.

ZAANGAŻOWANIE NOWYCH TECHNOLOGII

Nowe technologie, w tym sztuczna inteligencja (AI), stały się integralną częścią narzędzi wykorzystywanych przez marki luksusowe i premium. Interaktywne kampanie z zastosowaniem rzeczywistości rozszerzonej (AR) oraz wirtualnej (VR) są szczególnie skuteczne w pozyskiwaniu uwagi nowych pokoleń konsumentów, takich jak generacja Z. Na rynkach globalnych rośnie także popularność wirtualnych przymierzalni, które umożliwiają klientom zdalne dopasowanie ubrań, biżuterii oraz kosmetyków do makijażu. Te innowacyjne rozwiązania zmieniają sposób interakcji z markami i wprowadzają nowe standardy obsługi klienta. Luksusowe marki coraz bardziej inwestują w digitalizację oraz social commerce – zakupy realizowane za pośrednictwem platform społecznościowych.

Globalnie zyskuje na znaczeniu live shopping, czyli transmisje na żywo, podczas których klienci mogą oglądać produk-



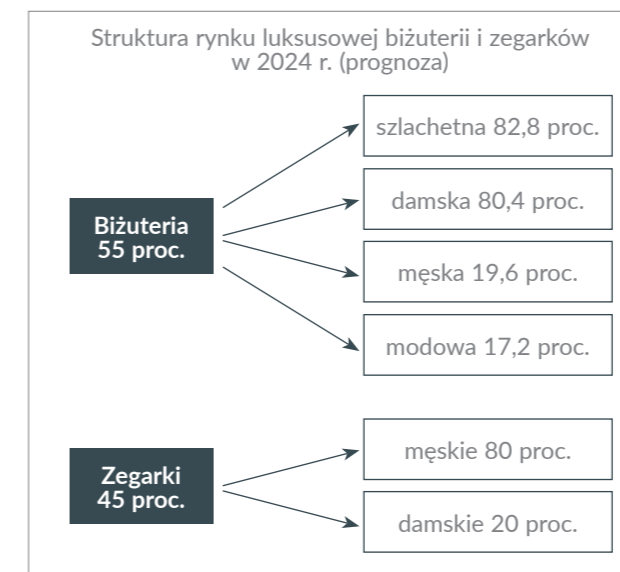
W.KRUK
Pierścienek, Marco Bicego, złoto

ty i dokończyć zakupy w czasie rzeczywistym. W Chinach ten trend zdobył ogromną popularność, a marki luksusowe organizują transmisje, które stają się okazją do budowania zaangażowania i lojalności klientów. Dzięki digitalizacji firmy mogą oferować jeszcze bardziej spersonalizowane doświadczenia zakupowe. Zyskują na popularności usługi cyfrowego concierge'a, całodobowa obsługa za pomocą chatbotów oraz prywatne zakupy online, dostępne wyłącznie dla wybranej grupy klientów. W Polsce digitalizacja staje się kluczowym narzędziem pozwalającym luksusowym markom docierać do kolejnych pokoleń konsumentów.

ODPOWIEDZIALNY LUKSUS

Rynek vintage luxury również cieszy się wzrostem zainteresowania. W duchu zrównoważonego rozwoju konsumenci chętniej sięgają po dobra luksusowe z drugiej ręki, będące jednocześnie wyrazem indywidualnego stylu i odpowiedzialności środowiskowej. Marki luksusowe dostosowują swoje strategie do tego trendu, wprowadzając platformy do sprzedaży dóbr używanych oraz wykorzystując technologie takie jak blockchain. Pozwalają one na weryfikację autentyczności i pochodzenia produktów na każdym etapie ich cyklu życia. Innym wykorzystywanym sposobem na potwierdzanie oryginalności zakupionych personalnych dóbr luksusowych są cyfrowe paszporty. Transparentność w tym zakresie jest kluczowym czynnikiem budującym zaufanie klientów.

Na rynku dóbr luksusowych coraz większą rolę odgrywają zrównoważony rozwój oraz etyczne praktyki produkcji.





W.KRUK Karmelowa, bransoletka, złoto, brązowe diamenty

Konsumenci wymagają od marek przejrzystości i zaangażowania w działania proekologiczne, co w Polsce staje się coraz bardziej widoczne. Zrównoważone praktyki obejmują nie tylko ekologiczne opakowania i materiały pochodzące z recyklingu, ale także podejście oparte na obiegu zamkniętym. Globalne marki dają przykład odpowiedzialnego luksusu, inspirując lokalnych producentów do wdrażania podobnych rozwiązań.

Nowa generacja konsumentów, w tym przede wszystkim pokolenie Z, wywiera rosnący wpływ na rynek dóbr luksusowych. Według prognoz Euromonitor International do 2030 r. młodszy konsumenci mogą stanowić nawet 30 proc. klientów tego sektora. Poszukują oni produktów, które nie tylko podkreślają ich indywidualność, ale także odzwierciedlają zaangażowanie w kwestie środowiskowe i społeczne. Dla luksusowych marek oznacza to konieczność dostosowania swojej oferty do tych oczekiwań poprzez transparentność, odpowiedzialność i innowacyjne podejście, które zyska ich uznanie. Choć polski rynek luksusowy ma swoje specyficzne uwarunkowania, nie jest odizolowany od globalnych trendów, które wpływają na jego rozwój. Cyfryzacja, nowe technologie i zrównoważony rozwój to siły kształtujące przyszłość tej branży i wprowadzające ją w nową erę, w której luksus łączy się z personalizacją, autentycznością oraz zaawansowanymi technologiami. W połączeniu z rosnącą rolą luksusowych doświadczeń i emocji trendy te tworzą fundament przyszłości sektora dóbr luksusowych w Polsce, nadając mu nowe, bardziej angażujące i odpowiedzialne oblicze.



W.KRUK Rolex Perpetual 1908

Szacowana wartość rynku luksusowej biżuterii i zegarków w Polsce w 2024 r.

686 mln zł

Szacowany wzrost wartości rynku luksusowej biżuterii i zegarków w Polsce w 2024 r.

4,2 proc. r/r

Największy wzrost wartości sprzedaży w 2024 r. prognozuje się w segmencie luksusowych zegarków

9,1 proc. r/r

Prognozowany średnioroczny wzrost wartości sprzedaży luksusowej biżuterii i zegarków w Polsce w latach 2024-2029

7,5 proc.

RYNEK ZEGARKÓW I BIŻUTERII W POLSCE

Wartość sprzedaży luksusowej biżuterii i zegarków w Polsce w 2024 r. osiągnie 686 mln zł, co oznacza wzrost o 4,2 proc. r/r. Jednak dynamika wzrostu spowolniła o około 9 p.p. w porównaniu z 2023 r. Średnioroczny wzrost tego rynku w ostatnich pięciu latach wynosił 4,6 proc., a prognozy na lata 2024-2029 przewidują jego przyspieszenie do 7,5 proc. rocznie. Struktura rynku pozostaje stabilna: damska biżuteria szlachetna wciąż stanowi większość rynku biżuterii, natomiast na rynku luksusowych zegarków dominują zegarki męskie. Spośród wymienionych kategorii na 2024 r. największa dynamika wzrostu prognozowana jest dla zegarków (5,2 proc. r/r), a męskie zegarki mają osiągnąć najwyższy średnioroczny wzrost wartości sprzedaży do 2029 r., który wyniesie 7,7 proc.

Ekskluzywne akcesoria, w tym biżuteria i zegarki, są postrzegane przez konsumentów jako dobra o wysokiej wartości i trwałości, co sprzyja dalszemu rozwojowi tego segmentu. Rynek ten ewoluuje wraz ze zmianami społeczno-ekonomicznymi – mimo że dużą część wartości rynku stanowi biżuteria ślubna, coraz więcej osób nabywa luksusowe dodatki bez szczególnej okazji. Trend ten wzmacnia rosnąca liczba kobiet z wysokimi zarobkami oraz zwiększająca się popularność biżuterii dla mężczyzn. Marki reagują na te zmiany, oferując m.in. personalizację produktów, co odpowiada na potrzeby konsumentów poszukujących unikatowych dodatków.

Luksusowe dodatki, takie jak zegarki i biżuteria, stały się ważnym wyznacznikiem statusu, który ma duże znaczenie także dla młodszych pokoleń. Badanie przeprowadzone przez Watchfinder & Co wskazuje, że Zetki chętniej niż poprzednie pokolenie rozważyłyby finansowanie zakupu nowego, markowego zegarka poprzez kredyt, co podkreśla ich zainteresowanie produktami premium jako symbolami statusu.

PROGNOZY NA 2025 R.

Rok 2024 dla większości firm z segmentu dóbr luksusowych zapisze się w historii jako czas niepewności i adaptacji. Zapewne zdolność do wypracowania efektywnych i innowacyjnych strategii zdecyduje o pozycji rynkowej spółek w najbliższej przyszłości, a skuteczność w dostosowywaniu

Rosnąca liczba kobiet z wysokimi dochodami oraz wzrost popularności biżuterii i zegarków dla mężczyzn odzwierciedlają zmieniające się normy kulturowe i aspiracje konsumentki. To sygnał, że segment premium zaczyna oddziaływać na szerszą grupę odbiorców, co może dodatkowo napędzać innowacje w zakresie projektowania i marketingu, np. personalizację produktów czy rozwój kolekcji typu unisex. Ciekawy jest także wpływ młodszego pokolenia na trendy rynkowe. Klienci reprezentujący pokolenie Z redefiniują sposób postrzegania dóbr luksusowych. Ich skłonność do korzystania z finansowania zakupu takich produktów jak zegarki podkreśla ich aspiracje statusowe, ale również odmienny model konsumpcji. Dla marek może to oznaczać konieczność rozwinięcia narzędzi finansowania przeznaczonych dla tych konsumentów, jak np. leasing czy płatności odroczone. Warto jednak pamiętać, że w obliczu spowolnienia gospodarczego konsumenci, szczególnie ci z młodszego pokolenia, mogą odsuwać w czasie większe zakupy, co może wpłynąć na krótkoterminowe wyniki sprzedaży, nawet przy optymistycznych prognozach długoterminowych. Podsumowując sytuację na rynku luksusowej biżuterii i zegarków w Polsce, należy pokreślić, że łączy ona stabilność z możliwościami dalszego rozwoju, na które znaczący wpływ mają obecne trendy konsumenckie.

Piotr Grauer, KPMG w Polsce



Frank Muller Vanguard Oltremare



W.KRUK Lunapark, kolczyki, złoto, ametyst, różowy turmalin, szafir

się do nowych realiów rynkowych będzie kluczowa dla odbudowy rentowności i konkurencyjności firm. Perspektywy na 2025 r. są mimo to dość optymistyczne. Analitycy przewidują wzrost wartości globalnego rynku dóbr luksusowych o około 7 proc., jednak warto mieć na uwadze, że rzeczywistość zweryfikuje te prognozy. Pewne jest natomiast to, że skuteczność podejmowanych dziś decyzji strategicznych zadecyduje o przyszłej kondycji rynku.

Źródło: Raport KPMG „Rynek dóbr luksusowych w Polsce. Edycja XV”

Cały raport na: <https://kpmg.com/pl/pl/home/insights/2024/12/rynek-dobr-luksusowych-w-polsce-edycja-xv.html>



Kamienie jubilerskie Certyfikowanie wyrobów z kamieniami szlachetnymi

Firma **DIAMONDSLAB** posiada wieloletnie doświadczenie oraz profesjonalne umiejętności pozwalające zaoferować produkty oraz usługi najwyższej jakości. Klientom i Partnerom zapewniamy wiarygodność, niezawodność oraz pełną satysfakcję ze współpracy.

Na życzenie klienta sprowadzamy:

- >> Brylanty we wszystkich rozmiarach,
- >> Diamenty we wszystkich kształtach oraz diamenty w starym szlifie,
- >> Rozety diamentowe,
- >> Naturalne diamenty kolorowe we wszystkich rozmiarach i kształtach
- >> Naturalne kamienie kolorowe: szmaragdy, szafiry, rubiny, tsaworyty, topazy, cytryny, ametysty i wiele innych.

Kamienie certyfikowane są przez HRD, GIA, IGI.

Współpracujemy naukowo z ośrodkami: w Belgii, w Niemczech i w Tajlandii.

Sortujemy kamienie wg. rozmiarów do opraw kanałowych. Zapraszamy do współpracy złotników, antykwariuszy i odlewnie. Zapraszamy do stałej współpracy i zapoznania się z naszą ofertą. Aktualnym oraz przyszłym Klientom i Partnerom dziękujemy za zaufanie.

DiamondsLab

Barbara Dembowska

Tel: /Fax: +48 (61) 832 14 25

Tel. kom: +48 602 390 419 Tel. kom: +48 696 095 839

diamondslab@diamondslab.pl

www.diamondslab.pl




DiamondsS
LAB

Laboratorium Gemmologiczne


Naturalne diamenty
we wszystkich
rozmiarach i kształtach


Kamienie
certyfikowane
są przez HRD, GIA, IGI


Badanie kamieni jubilerskich,
certyfikowanie wyrobów
z kamieniami szlachetnymi

Zrównoważony blask jubilerstwa

Biznes społecznie odpowiedzialny (CSR) to dobrowolne działania firmy na rzecz społeczeństwa i środowiska, np. wsparcie charytatywne, ekologiczne inicjatywy, dobre warunki pracy. CSR to bardziej „dobrowolna etyka” biznesu. ESG (Environmental, Social, Governance) to mierzalne kryteria oceny firmy w zakresie środowiska, społeczeństwa i zarządzania. ESG nie jest tylko dobrowolne – coraz częściej staje się wymogiem prawnym i wpływa na inwestorów, klientów i regulacje. Prościej: CSR to „chcemy działać dobrze”, a ESG to „musimy to pokazać i mierzyć”. I zanim każdy z przedstawicieli mniejszych firm jubilerskich stwierdzi, że zgodnie z prawem sprawozdawać ESG muszą tylko większe firmy, warto wykorzystać ten moment na zwiększenie sprzedaży.

NOWY BLUE BOOK CIBJO O ESG

Na początku lutego 2025 r. Światowa Konfederacja Jubilerska CIBJO (Confédération International de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie des Diamants, Perles et Pierres) opublikowała nowy przewodnik branżowy „Guidelines for Measuring ESG Performance in the Jewellery Industry and Supply Chain”, który stanowi kluczowe narzędzie dla firm jubilerskich, umożliwiające skuteczne monitorowanie i raportowanie działań w zakresie środowiska, społecznej odpowiedzialności oraz ładu korporacyjnego. Dokument identyfikuje 14 kluczowych obszarów ESG, dla których opracowano szczegółowe wskaźniki pomiarowe, a także uwzględniła specyfikę branży, zwracając uwagę na trudności związane z wdrażaniem ESG w sektorach opartych na górnictwie, rzemiośle oraz w małych i średnich przedsiębiorstwach. Nowe rekomendacje CIBJO mogą być stosowane przez firmy każdej wielkości i na różnych etapach łańcucha dostaw, od wydobycia surowców po sprzedaż detaliczną, a ich powszechne wdrożenie ułatwia fakt, że przewodnik jest dostępny bezpłatnie na stronie CIBJO.

Dokument przedstawia szczegółową 10-stopniową ścieżkę wdrażania ESG, która pomaga firmom stopniowo mierzyć i integrować zasady zrównoważonego rozwoju w ich działalności, a także zawiera glosariusz kluczowych terminów ułatwiający zrozumienie specjalistycznej terminologii. Wytyczne są zgodne z CIBJO Blue Books oraz innymi globalnymi inicjatywami ESG, m.in. Watch and Jewellery Initiative 2030, a także odnoszą się do rosnących wymagań regulacyjnych, w tym nowych przepisów Unii Europejskiej, które od 2027 r. zobowiążą średnie przedsiębiorstwa do raportowania ESG.

Regulacje sprawiają, że ESG przestaje być wyłącznie dobrowolnym zobowiązaniem, a staje się obowiązkiem prawnym wymagającym od firm jubilerskich dostosowania się do norm. CIBJO podkreśla, że wdrażanie ESG nie tylko zwiększa konkurencyjność przedsiębiorstw, ale również stanowi kluczowy element odpowiedzialności korporacyjnej i zrównoważonego rozwoju, który powinien stać się standardem w branży jubilerskiej.

ZNANE FIRMY JUBILERSKIE JUŻ ROZPOCZĘŁY PUBLIKOWANIE

Firma Pandora¹ planuje utrzymywać tymczasowe cele dotyczące emisji z terminem do 2030 r. Inicjatywy, które przyczyniły się do ograniczenia emisji, obejmują: poprawę efektywności materiałowej i energetycznej w produkcji i logistyce, przejście na 100 proc. energii odnawialnej w zakładach rzemieślniczych i ponowne przemyślenie źródeł pozyskiwania materiałów. Pandora w procesie produkcji przeszła też z wykorzystania dziewiczego srebra i złota na surowce pochodzące z recyklingu i zwiększa wykorzystanie diamentów LGD. To podejście, jak stwierdził zarząd firmy w 2022 r., może zmniejszyć ślad węglowy każdego diamentu nawet o 95 proc. – pod warunkiem, że laboratoria je produkujące będą zasilane czystą energią.

LVMH² poinformowało, że osiągnęło swój cel na rok 2023 w zakresie kreatywnej cyrkularności, powołując zespół ds. napraw i pielęgnacji w kilku domach mody, czego przykładem jest

WDROŻENIE ESG ZGODNIE Z ZALECENIAMI CIBJO W MAŁYCH FIRMACH JUBILERSKICH

Działania w regulowanych obszarach:

Środowisko (E – Environmental)

- etyczne i legalne źródła surowców – czy współpracujemy z certyfikowanymi dostawcami kamieni jubilerskich, bursztynu i metali szlachetnych, np. zgodnie z wytycznymi RJC (Responsible Jewellery Council)?
- minimalizacja odpadów i recykling – czy stosujemy ekologiczne opakowania, ograniczamy plastik, ponownie wykorzystujemy odpady produkcyjne?
- efektywność energetyczna – czy optymalizujemy zużycie energii, np. poprzez użycie LED-ów w warsztatach i biurach, korzystamy z odnawialnych źródeł energii tam, gdzie to możliwe?

Społeczeństwo (S – Social)

- etyczne warunki pracy – czy odpowiednio wynagradzamy za pracę, zapewniając bezpieczne warunki pracy dla pracowników?
- lokalna współpraca i edukacja – czy nawiązaliśmy partnerstwa z polskimi artystami i rzemieślnikami? Czy prowadzimy warsztaty dla klientów na temat jubilerstwa?
- społeczna odpowiedzialność – czy angażujemy się w inicjatywy społeczne, np. wspieranie lokalnych szkół artystycznych, uczelni czy muzeów?

Ład korporacyjny (G – Governance)

- transparentność i uczciwość – czy prowadzimy jasną politykę cenową? Czy potrafimy udokumentować etyczne relacje z klientami i dostawcami? Czy korzystamy z własnych projektów i nie kopiujemy wzorów?
- certyfikaty i standardy – czy staramy się o uzyskanie certyfikatów potwierdzających jakość i pochodzenie materiałów (np. certyfikat identyfikacji bursztynu dla tworzonych obiektów)?
- proste raportowanie ESG – nawet małe firmy mogą prowadzić krótkie podsumowania działań prośrodowiskowych i społecznych na swojej stronie internetowej lub w mediach społecznościowych.

naprawa 600 tys. produktów rocznie przez Louis Vuitton. Ponadto grupa wprowadziła program LVMH Circularity, wspierając partnerstwa w zakresie ponownego wykorzystania i recyklingu tkanin i skór. Firma zamierza poznać kraje pochodzenia strategicznych surowców, osiągając 95-100 proc. w przypadku diamentów, wełny i skóry. Grupa wdraża nowe narzędzia śledzenia, a jej wskaźniki certyfikacji znacznie wzrosły w ciągu dwóch lat.

Zgodnie z raportem Grupy W.KRUK³ sprzedawana biżuteria wytwarzana jest przez sprawdzonych dostawców krajowych i zagranicznych, przy czym znacząca część biżuterii, w tym większość kolekcji autorskich, powstaje w manufakturze W. KRUK w Komornikach pod Poznaniem oraz w innych polskich pracowniach. W.KRUK współpracuje ze sprawdzonymi dostawcami biżuterii. Głównymi dostawcami, z których żaden nie przekracza poziomu istotności, są jubilerzy z Polski, Włoch, innych krajów Europy (m.in. z Hiszpanii, Francji, Belgii, Turcji czy Niemiec) oraz z krajów Dalekiego Wschodu (m.in. z Chin, Indii, Tajlandii, Korei Południowej). Ponadto dostawcy W.KRUK wyspecjalizowani są w zależności od tego, jakich kamieni używają do produkcji. Na potrzeby obliczeń pod uwagę wzię-

NAC Amber Marcin Wesołowski
– bursztyn, diamenty, złote złoto



ci zostali zarówno dostawcy kamieni szlachetnych, komponentów, biżuterii W.KRUK, jak i biżuterii marek zewnętrznych, których W.KRUK jest dystrybutorem, tzw. external brands. Z ok. 40 proc. dostawców W.KRUK współpracuje mniej niż pięć lat, ok. 29 proc. to dostawcy, z którymi współpraca trwa od pięciu do 10 lat, a ok. 31 proc. to firmy, z którymi W.KRUK współpracuje powyżej 10 lat. Taki udział poszczególnych grup dostawców wynika ze strategii dywersyfikacji portfolio kontrahentów, dążenia do budowania długoterminowej współpracy, wspólnego poszukiwania i rozwijania nowych możliwości technicznych, a także otwartości na nowych graczy rynkowych.

W.KRUK w trybie podpisywania Kodeksów Postępowania zbiera oświadczenia od swoich dostawców biżuterii złotej i z kamieniami szlachetnymi potwierdzające, że złoto i platyna oraz kamienie użyte w biżuterii są pozyskane z legalnych źródeł, a kontrahenci prowadzą swoją działalność w sposób etyczny. Ponadto autentyczność komponentów potwierdzana jest również na etapie kontroli jakości przez rzeczoznawców W.KRUK. Spółka gromadzi informacje o certyfikatach i podobnych dokumentach, jakimi dysponują kontrahenci i które gwarantują rzetelność oraz transparentność ich usług.

DIAMENTY NATURALNE A ESG

W kontekście raportowania ESG jednym z kluczowych zagadnień jest wybór między naturalnymi diamentami a diamentami laboratoryjnymi w projektach jubilerskich. Ponieważ dokumentacja pochodzenia surowców stanowi istotny element zasad ESG, przeciwnicy stosowania diamentów naturalnych argumentują, że ich wydobycie historycznie wiązało się z nieetycznymi praktykami, takimi jak pozyskiwanie kamieni z obszarów konfliktowych (tzw. krwawe diamenty). Z punktu widzenia norm środowiskowych kluczowe znaczenie ma degradacja terenu, wysoka emisja CO₂ oraz duże zużycie wody przez kopalnie. Chociaż certyfikacja, np. Kimberley Process, zapobiega wprowadzaniu na rynek dia-

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ W BRANŻY JUBILERSKIEJ – klucz do długoterminowego sukcesu

Strategia zrównoważonego rozwoju to dziś element, którego nie może zabraknąć w modelu biznesowym żadnego przedsiębiorstwa chcącego skutecznie konkurować na rynku, szczególnie w branży jubilerskiej. Wielu liderów dużych marek oraz rodzimych firm lokalnych zaczęło zdawać sobie sprawę z ważności zagadnień związanych z ESG (Environmental, Social, Governance) i wdraża strategie zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju. W ostatnich latach znacząco wzrosło zainteresowanie tym obszarem zarówno ze strony inwestorów, jak i konsumentów. Firmy coraz częściej dostrzegają, że długoterminowy sukces biznesowy wymaga odpowiedzialnego podejścia do tych zagadnień.



Wprowadzenie zrównoważonego zarządzania w firmach jubilerskich może przynieść wiele korzyści. Przede wszystkim pomaga lepiej gospodarować surowcami i ograniczać negatywny wpływ produkcji na środowisko. Dzięki temu firmy mogą uniknąć problemów prawnych i budować lepsze relacje z pracownikami, dostawcami oraz klientami. Dzisiejsi konsumenci coraz częściej wybierają marki, które działają odpowiedzialnie i dbają o ekologię. Firmy jubilerskie, które kierują się zasadami zrównoważonego rozwoju, zyskują zaufanie klientów, zwiększają ich lojalność i przyciągają nowych nabywców.

Zrównoważone podejście korzystnie wpływa także na pracowników – w firmach, które stosują etyczne praktyki, ludzie chętniej pracują, są bardziej zaangażowani i efektywni. To z kolei sprawia, że łatwiej jest przyciągnąć nowych, wartościowych pracowników. Dodatkowo odpowiedzialne podejście firm przyciąga inwestorów, którzy chętniej angażują się w firmy dbające o środowisko i etykę biznesu. To ułatwia zdobycie kapitału i wzmacnia stabilność finansową przedsiębiorstwa, pozwalając dostosować biznes do zmieniających się realiów dzisiejszej gospodarki międzynarodowej.

dr Tomasz Smorgowicz
Partner FSD for sustainability development, audytor
i wdrożeniowiec ESG, wykładowca akademicki; www.tomeksmorgowicz.pl

mentów finansujących konflikty zbrojne, nie gwarantuje ona pełnej etyki łańcucha dostaw, gdyż nie obejmuje np. warunków pracy w kopalniach. W przeciwieństwie do diamentów naturalnych diamenty laboratoryjne (Lab-Grown Diamonds, LGD) eliminują problemy związane z wydobyciem, co czyni je bardziej zrównoważoną alternatywą. Mimo że diamenty laboratoryjne nie wymagają eksploatacji zasobów naturalnych, certyfikaty jakości i pochodzenia, takie jak GIA, IGI czy HRD, nadal odgrywają istotną rolę, zwłaszcza w zakresie transparentności i uczciwości wobec klientów. Firmy jubilerskie powinny jasno określać, jaki rodzaj diamentów oferują, a certyfikat pochodzenia może być niezbędny

do wykazania, że dany kamień został wyprodukowany w sposób zrównoważony. Ma to szczególne znaczenie w kontekście ładu węglowego – np. diamenty laboratoryjne pochodzące z Chin mogą mieć większy wpływ na środowisko, jeśli do ich produkcji wykorzystywana jest energia z węgla.

Dla branży jubilerskiej wybór między diamentami naturalnymi a laboratoryjnymi ma istotne konsekwencje zarówno w aspekcie środowiskowym, jak i etycznym. Przejrzystość łańcucha dostaw i odpowiedzialność za wybór surowców stają się nie tylko elementem zgodności z ESG, ale także kluczowym czynnikiem wpływającym na zaufanie klientów i konkurencyjność marki.

CZY WARTO WDRAŻAĆ ZASADY ESG?

Decyzja o wdrażaniu zasad ESG należy do państwa, ponieważ obecne regulacje nie zobowiązują jeszcze małych i średnich przedsiębiorstw do raportowania. Niemniej jednak CIBJO nie tylko definiuje kluczowe obszary ESG dla branży jubilerskiej, ale również wskazuje praktyczne rozwiązania i sposoby przygotowania się na nadchodzące zmiany. Firmy nie mogą ignorować działań największych graczy na rynku. Po pierwsze, często są

¹ <https://www.edie.net/pandora-gains-sbti-verification-for-net-zero-target/>

² <https://fashionunited.com/news/fashion/lvmh-to-establish-sustainability-initiative-for-its-suppliers-and-partners/2023121557421>

³ <https://wkruk.pl/1840/zrownowazony-rozwoj>

R E K L A M A

AMBERIF SPRING 2025

MIĘDZYNARODOWE TARGI BURSZTYNU & BIŻUTERII



JOIN US

SAVE THE DATE
12-14.03.2025

AMBEREXPO, GDAŃSK



Przekształcamy rzemieślników w przedsiębiorców

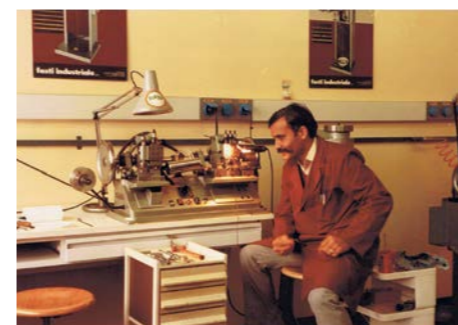
Rząd Indii utworzył zorientowane na eksport strefy przemysłowe specjalizujące się w wyrobach jubilerskich i kamieniach szlachetnych. O szczegółach programu opowiada Birbal Verma, konsultant ds. rozwoju projektów jubilerskich.

Był pan jednym z pierwszych przedsiębiorców w Indiach, którzy sprowadzili z Europy nowoczesne maszyny do produkcji i odlewania łańcuszków jubilerskich.

Tak, sam jestem synem wiejskiego złotnika i widziałem, jak mój ojciec pracował w tradycyjny sposób. Historia z szacunkiem zapamięta umiejętności tych późniejszych złotników, którzy zdecydowali się posyłać swoje dzieci do możliwie najlepszych szkół i uniwersytetów, by one już nie musiały pracować w tak trudnych warunkach. Ja również byłem jednym z takich dzieci – myślących o przyszłości, ale też szanujących tradycję.



Już w połowie lat 80. ubiegłego wieku wprowadziliśmy na rynek indyjski nowoczesne maszyny do produkcji biżuterii, prezentując je w największych miastach w całym kraju. Jednak naszymi pierwszymi klientami byli wielcy handlarze biżuterią i korporacje zajmujące się handlem diamentami, dla których otwieraliśmy nowoczesne fabryki produkujące biżuterię. To spowodowało, że klienci przenosili się ze swoich znanych warsztatów złotniczych do sklepów jubilerskich. Związki zawodowe rzemieślników w Kochi i Kalkucie protestowały przeciwko naszym działaniom przed halami targowymi, zarzucając nam, że nasze maszyny odbierają im pracę. Wszystko dlatego, że większość złotników nie mogła sobie pozwolić na zakup importowanych maszyn i urządzeń ani też nie miała umiejętności technicznych, aby z nich korzystać. Rozwiązanie zaproponował rząd, który dostrzegł ogromny potencjał eksportowy bardzo wysokiej jakości biżuterii produkowanej w Indiach przez nowoczesne fabryki jubilerskie i podjął decyzję o utworzeniu zorientowanych na eksport stref przemysłowych zajmujących się wyrobami jubilerskimi i kamieniami szlachetnymi, na czele których stoi SEEPZ w Mumbaju. Ich głównym zadaniem jest stworzenie miejsc pracy dla ponad 30 mln zawodowych rzemieślników-złotników. Miałem okazję osobiście przygotować szczegółowy raport z projektu dotyczącego utworzenia Parku Przemysłowego Kamieni Szlachetnych i Biżuterii w Dżajpurze.



Szkolenie we Włoszech, styczeń 1985



Międzynarodowe Targi Handlowe w Indiach 1986



Międzynarodowe Targi Inżynierskie 1987

Z podobną sytuacją mierzą się także rządy rozwiniętych państw Unii Europejskiej, które mogą zostać zmuszone do zapewnienia środków budżetowych na ubezpieczenia społeczne lub zasiłki dla swoich bezrobotnych złotników, którzy nie mogą podjąć pracy zawodowej, gdyż nie są już w stanie dłużej konkurować z nowoczesnymi fabrykami.

Jakie podjęto działania, aby sprostać temu wyzwaniu.

Przede wszystkim zachęcaliśmy indyjskich inżynierów do zrozumienia projektów i funkcji maszyn importowanych z czołowych firm m.in. europejskich i japońskich oraz produkcji maszyn o stosunkowo dobrej jakości w samych Indiach. Zrobiliśmy wiele, by były one łatwo dostępne, w tym także, by ułatwić procedury eksportowe i celne. Wyniki są niesamowite, o czym świadczy choćby fakt, że obecnie indyjskie firmy są już nawet eksporterami takich maszyn.

Ponadto rząd Indii wprowadził projektowanie i produkcję biżuterii jako główne przedmioty w różnych narodowych instytutach technologii mody. Rada Promocji Eksportu Kamieni Szlachetnych i Biżuterii oraz Indyjski Instytut Diamentów w Surat (Gudżarat) utworzyły w swoich kompleksach centra rozwoju produktów jubilerskich. Niektóre prywatne firmy założyły również własne instytuty zapewniające niezbędne szkolenia w zakresie nowoczesnych narzędzi i warsztatów, lepszego środowiska pracy i wdrażania nowych technologii. Wszystko po to, by zatrzymać doświadczonych rzemieślników w ich zawodzie, a także zachęcić wykształconych młodych ludzi do wyboru jubilerstwa jako swojego zawodu, co przyczyni się do ich rozwoju ekonomicznego. Za pośrednictwem Ministerstwa MSME (mikro, małych i średnich przedsiębiorstw) rząd Indii zachęca tych technicznie wyszkolonych złotników do zakładania własnych małych fabryk. W związku z tym wprowadzono konkretne programy pomocy finansowej dostosowane do ich potrzeb, m.in. MUDRA (Agencja Rozwoju i Refinansowania Mikro Jednostek Sp. z o.o.) oraz PMEGP (Program Premiera na rzecz Generowania Zatrudnienia). Z tych programów poszczególni rzemieślnicy otrzymują dotacje do pożyczek z banków i innych instytucji finansowych.

Aby umożliwić złotnikom stawienie czoła dużym korporacjom specjalizującym się w produkcji biżuterii ze złota, srebra i platyny, zachęcamy grupy złotników, aby zjednoczyły się jako klastr rzemieślników i skorzystały z pomocy finansowej z programów Ministerstwa MSME i rządu Indii w celu utworzenia nowoczesnych, dobrze wyposażonych centrów (CFC). Rząd Indii, Ministerstwo Handlu i Przemysłu doceniły nasze wysiłki i przyznały nam certyfikat uznania jako Startup India services.



Nowoczesne zakłady produkcyjne

Rządy krajów Unii Europejskiej mogą również śledzić i ogłaszać takie plany rozwoju gospodarczego i generowania zatrudnienia wśród rzemieślników złotniczych. Z przyjemnością będziemy działać jako konsultanci i przygotowywać szczegółowe raporty projektowe w tym celu.

Więcej informacji: www.swarnshilpkar.com

Rozmawiała Wioleta Wiater

Rzecznawca jubilerski – konieczność regulacji zamiast wolnoamerykanki

W Polsce każdy, kto zechce, bez obawy poniesienia jakichkolwiek konsekwencji prawnych może być rzeczoznawcą jubilerskim. Kwalifikacje osób trudniących się rzeczoznawstwem gemmologicznym nie są poddawane żadnym ocenom. Wielu rzeczoznawców nie należy do żadnej organizacji branżowej ani nie figuruje na listach żadnej z trzech organizacji w Polsce: Stowarzyszenia Rzecznawców Jubilerskich, Polskiego Towarzystwa Gemmologicznego czy Międzynarodowego Stowarzyszenia Bursztynników. Wiele osób na polskim rynku oferuje certyfikaty z badań i opinie dotyczące kamieni jubilerskich ze swojego „laboratorium”, które nie działa pod nadzorem naukowym czy uprawnionych zarejestrowanych rzeczoznawców, jak wskazuje to za konieczne CIBJO. Certyfikatów indywidualnych rzeczoznawców nie można zweryfikować pod kątem cech badanego obiektu, a mogą posłużyć jako wycena w sprawach sądowych, celno-skarbowych czy identyfikacyjnych dla instytucji państwowej.

FOT: MIĘDZYNARODOWE STOWARZYSZENIE BURSZTYNNIKÓW, AI

BURSZTYN I SPRAWY WAGI PAŃSTWOWEJ

Z raportów Polskiego Instytutu Geologicznego wynika, że w latach 2015-2023 udaremniono w Polsce przemysł 18 510,03 kg bursztynu, a w drodze licytacji sprzedano 7751,54 kg. Przyjmując ogólną cenę 7000 zł/kg, udaremniono przemysł o wartości ok. 130 mln zł. Analizę jakości ujawnionego przez służby celne surowca oraz wycenę rynkową powierza się rzeczoznawcom bursztynu, których uprawnienia nie są uregulowane prawnie i rejestrowane urzędowo – zgodnie z przytoczonym wyjaśnieniem MRIt nie ma przesłanek, by je uregulować. Dla porównania kwota 130 mln zł odpowiada rocznemu budżetowi przekazanemu w 2024 r. przez NFZ na szpitalne oddziały ratunkowe (SOR).

Ministerstwo Sprawiedliwości w rozporządzeniu z 24 stycznia 2005 r. w sprawie biegłych sądowych (Dz.U. 2005 r. nr 15, poz. 133) wskazuje na konieczność udokumentowania przez kandydatów na biegłych uprawnień, wiedzy i przynależności do organizacji zawodowej (co ważne, to warunek konieczny). Biegli skarbowi, których praca jest niezbędna w funkcjo-

Wykonywanie czynności zawodowych rzeczoznawcy bursztynu nie jest w Polsce regulowane oddzielnymi przepisami prawa, jak np. rzeczoznawcy majątkowego, rzeczoznawcy samochodowego, rzeczoznawcy budowlanego, rzeczoznawcy ds. zabezpieczeń przeciwpożarowych lub rzeczoznawcy ds. bezpieczeństwa i higieny pracy.

Tytuł »rzecznawca bursztynu« nie podlega ochronie prawnej. Z przepisów prawa nie wynika, że rzeczoznawca bursztynu musi należeć do jakiegoś stowarzyszenia lub organizacji branżowej, nie ma też przepisów określających zasady przyznawania tytułu rzeczoznawcy ds. bursztynu, definiujących np. wymagania, jakie musi spełnić osoba posługująca się takim tytułem, lub podmiot, który taki tytuł nadaje.

Usługi badania bursztynu i jego wyceny są w Polsce usługami wolnorynkowymi i od klienta zależy wybór eksperta lub firmy, któremu chce zlecić takie czynności. Bursztynnicy zrzeszają się w wielu organizacjach, np. Krajowej Izbie Gospodarczej Bursztynu czy Międzynarodowym Stowarzyszeniu Bursztynników. Członkowie tych instytucji muszą wykazać się wiedzą i doświadczeniem często popartym certyfikatami międzynarodowymi uzyskanymi po ukończeniu szkoleń gemmologicznych.

W związku z powyższym, w opinii MRIt, nie ma wystarczających przesłanek, żeby zastosować wobec rzeczoznawców zajmujących się ocenami na rynku obrotu bursztydami inne przepisy niż te, którym podlega większość przedsiębiorców, w szczególności przepisy nakładające dodatkowe obowiązki i ograniczające w jakimś zakresie swobodę prowadzenia działalności”.

To odpowiedź przedstawiciela MRIt z 27 grudnia 2024 r. na 30-stronicowy wniosek poselski, który przygotowała (zapytanie nr 2059/2024). Głównym celem składanego zapytania był wniosek o zmianę stanu rzeczy, ponieważ prawo obowiązujące od lat 90., sprzyjając swobodzie prowadzenia działalności, dopuszcza do różnego rodzaju napięć na tle interpretacyjnym. Bursztyń bałtycki i związana z nim interdyscyplinarność (nauki przyrodnicze, humanistyczne, aspekt komercyjny) powodują, że zidentyfikowanych zostało przede mnie wiele przesłanek do objęcia prawnymi regulacjami osób działających jako rzeczoznawcy jubilerscy w celu ochrony uczestników rynku oraz instytucji dbających o zachowanie dziedzictwa narodowego.

w Polsce działania związane z bursztydem angażują kilka ministerstw. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego nadzoruje muzea i instytucje kultury, koordynuje ochronę, konserwację i promocję zbiorów, tym samym osoby zaangażowane do kolekcji bursztynu wymagają fachowego wspar-

waniu izb celno-skarbowych (przede wszystkim przy wycenie udaremnionego przemytu), zgodnie z art. 67c § 1 ustawy z 17 czerwca 1966 r. o postępowaniu egzekucyjnym w administracji muszą posiadać kierunkowe wykształcenie i przedstawić opinię z odpowiedniej instytucji, która uprawnienia wydaje. W jednym i drugim przypadku organizacją uprawnioną do potwierdzenia kwalifikacji rzeczoznawcy bursztynu jest w Polsce Międzynarodowe Stowarzyszenie Bursztynników, które jako jedyna organizacja kwalifikuje, szkoli i prowadzi rejestr rzeczoznawców bursztynu. Co więcej, poza granicami Polski nie ma innej organizacji, która posiada wymienione możliwości szkolenia i zrzeszania specjalistów w zakresie bursztynu.

O tym, jak regulacje w tym zakresie są ważne, może świadczyć fakt, że



cia. Ministerstwo Klimatu i Środowiska odpowiada za ochronę środowiska, geologię i gospodarowanie zasobami naturalnymi, podejmuje decyzje o wydobyciu złóż bursztynu i bada jego właściwości. Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego może dostosować programy studiów, by kształcić rzeczoznawców bursztynu w zakresie geologii, chemii, archeologii i historii sztuki.

Na świecie specjaliści zajmujący się bursztynem to w dalszym ciągu rzadkość. Badacze reprezentujący nauki przyrodnicze – paleontolodzy czy geolodzy – to największa grupa wśród naukowców. Zdecydowanie najmniej znawców bursztynu mamy w dziedzinie historii sztuki oraz konserwacji. Ministerstwo Spraw Zagranicznych wspiera promocję polskich produktów i dziedzictwa kulturowego za granicą, m.in. wykorzystując skojarzenie Polski z bursztynem bałtyckim i wytwórczością polskich bursztynników. Ministerstwo Rozwoju i Technologii dba o konkurencyjność gospodarki, współpracę międzynarodową, miary, probiernictwo i własność przemysłową, w jego gestii jest prowadzenie rejestrów zawo-

dów regulowanych (rzeczoznawców). Z kolei Ministerstwo Sportu i Turystyki realizuje zadania związane z rozwojem i promocją polskiej turystyki, w tym szlaków bursztynowych. Kancelaria Prezydenta RP i Kancelaria Premiera regularnie nabywają bursztynowe podarunki dyplomatyczne, które nie podlegają weryfikacji rzeczoznawców.

Efekt działań rzeczoznawcy bursztynu, który orzeka o tym, czy dana kopalina to bursztyń, i określa jej wartość, stanowi część zadań wykonywanych i nadzorowanych przez wiele ministerstw polskiego rządu i dotyczy wielu obszarów współpracy zagranicznej. Ocena uprawionego (lub, jak dziś bywa, nieuprawnionego) rzeczoznawcy może wpłynąć na przebieg śledztwa, rozprawy sądowej, wycenę przemysłowego i następnie licytowanego na aukcjach prowadzonych przez podmioty administracji państwowej bursztynu. Tymczasem żadna uczelnia w Polsce kompleksowo nie szkoli interdyscyplinarnie specjalistów w tym zakresie, a to

oznacza, że stworzyliśmy doskonałe warunki do wolnoame-rykanki. I musimy liczyć się z jej konsekwencjami.

ŚWIAT NIE ZNOSI PRÓŻNI

Jedynym dokumentem, który reguluje działalność laboratoriów gemmologicznych, akceptowanym w większości krajów, jest Blue Book organizacji CIBJO „The Gemmological Laboratories Book. A Guide for the Management and Technical Operations of Gemmological Laboratories”. Ustalono w nim wymogi do testowania kamieni jubilerskich przez rzeczoznawców, komplet urządzeń i narzędzi wymaganych do badań wszystkich typów kamieni jubilerskich oraz sposoby organizacji pracy rzeczoznawców w laboratorium. Według tej organizacji zarządzanie i nadzór wydają się być kluczowymi elementami dla wiarygodności instytucji wydającej raporty badań na podstawie wiedzy uprawionych rzeczoznawców.

Wymogi te spełnia w Polsce Międzynarodowe Stowarzyszenie Bursztynników istniejące od 1996 r. Po kilku latach działania

FEBRUARY
20–23, 2026



INHORGENTA
SAVE THE DATE

INHORGENTA.COM



Jeśli chodzi o rzeczoznawców diamentów w Polsce, to oceny i wyceny dokonują oni na podstawie uprawnień nadawanych przez zagraniczne organizacje, np. HRD. Wielu z nich jest zrzeszonych w Stowarzyszeniu Rzeczoznawców Jubilerskich (srj.org.pl) oraz Polskim Towarzystwie Gemmologicznym (ptgem.org.pl), które publikują na swoich stronach listę rzeczoznawców. Uprawnienia rzeczoznawców diamentów wydawane są przez zagraniczne organizacje na pięć lat, po których każdy ze specjalistów musi wziąć udział w cyklicznym szkoleniu organizowanym przez te instytucje. Na stronie internetowej każdej z tych instytucji publicznie udostępniana się rejestr uprawnionych w danym zakresie rzeczoznawców.

Jako że uprawnienia rzeczoznawców nie są regulowane na podstawie prawa międzynarodowego, wiele organizacji takich jak CIBJO (The World Jewellery Confederation) czy IGI (International Gemological Institute), GIA (Gemological Institute of America) próbuje synchronizować wytyczne obowiązujące w branży gemmologicznej. Na przykład w Niemczech rzeczoznawca diamentów, by prowadzić usługi, nie tylko musi odbyć kurs w jednym z uprawnionych instytutów gemmologicznych, ale także obowiązkowo należy do izby gospodarczej.

zarząd MSB powołał Komisję Rzeczoznawców, której celem było szkolenie rzeczoznawców bursztynu. Do oceny surowca służyła Klasyfikacja Kamieni Jubilerskich z bursztynu, ustalona przez tę komisję. W roku 2016 MSB rozpoczęło badanie bursztynów w utworzonym laboratorium. Do badanych obiektów wydawane są certyfikaty, wzorowane na dokumentacji używanej przez laboratoria i rzeczoznawców innych kamieni jubilerskich, takich jak diamenty, szafiry czy perły. MSB spełnia wszystkie warunki CIBJO: posiada wymienione urządzenia do oceny bursztynu, powołała odpowiedni nadzór merytoryczny nad badaniami oraz zapewnia minimum trzech pracowników z uprawnieniami rzeczoznawców (w tym dwóch z wykształceniem i dorobkiem naukowym). Obecnie uprawnionych przez MSB jest 24 rzeczoznawców bursztynu z Polski i zagranicy, w tym tylko troje z nich jest uprawnionych do badań i wydawania certyfikatów w imieniu laboratorium MSB. Nadzór nad laboratorium sprawuje dr hab. inż. Ewa Wagner-Wysiecka, prof. Politechniki Gdańskiej, kierownik oraz pracownik naukowy Katedry Chemii i Technologii Materiałów Funkcjonalnych Wydziału Chemicznego Politechniki Gdańskiej, autorka wielu publikacji dotyczących m.in. bursztynu bałtyckiego.

W ostatnim wydaniu magazynu „Rapaport” w art. „What does it take to be a jewelry appraiser” czytamy, że „rzeczoznawcy są zakulisowymi egzekutorami odpowiedzialnego zarządzania biżuterią, od niematerialnych aspektów, takich jak dyskrekcja i reputacja, po wymierne, takie jak uczciwa wartość rynkowa i wyceny wartości odtworzeniowej w sprzedaży detalicznej”. To wykształceni i trzeźwo myślący detektywi świata biżuterii. W samych Stanach Zjednoczonych jest około 6,4 tys. zarejestrowanych rzeczoznawców. „Kluczowa jest wiedza o produkcji” – mówi jeden z nich. Dla niego oznacza to nie tylko zbadanie przedniej części przedmiotu, ale także sprawdzenie pod kątem zużycia, sprawdzenie osadzenia kamieni i rozróżnienie przedmiotu wyprodukowanego we Włoszech od tego, który pochodzi z Francji. „Jaka jest rzeczywista wartość przedmiotu? Musisz odpowiedzieć na to pytanie na podstawie dowodów i porównań. Musisz zrozumieć historię i historię sztuki, rzemiosła, firm”. Dodatkowo od stycznia br. CBP (Customs and Border Protection) w USA będzie wymagał od importerów wypełniania tzw. dowodów pochodzenia diamentów. Oznacza to, że do każdego kamienia powyżej 0,5 ct będzie okazywana deklaracja, z jakiego

iJS ISTANBUL JEWELRY SHOW

16-19
APRIL
2025

Istanbul Expo Center



JOIN US!

THE JOURNEY OF JEWELRY
FROM THE ZERO POINT OF HISTORY TO THE FUTURE

Cenna inicjatywa autorki, artykuł bardzo merytoryczny. Podchodzi jednak do tematu pesymistycznie, bowiem administracji państwowej nigdy nie zależało na uporządkowaniu spraw rzeczoznawstwa (olbrzymie problemy z biegłymi mają obecnie sądy powszechne). Wielokrotnie, od ponad 30 lat, piszę o bezhołowności panującym na rynku rzeczoznawstwa w Polsce. Liczba rzeczoznawców po kilkudniowych szkoleniach rośnie jak grzyby po deszczu. Brak wykształcenia, wiedzy, fachowości, doświadczenia i zwykłej przyzwoitości wręcz poraża. Osoby niemające pojęcia o kamieniach szlachetnych są ekspertami znanych firm jubilerskich czy domów aukcyjnych oraz wystawiają ekspertyzy, za które biorą grube pieniądze. Reasumując, sprawa rzeczoznawstwa jubilerskiego jest według mnie nie do załatwienia czy unormowania. Nikomu na tym nie zależy, w mętnej wodzie łapie się więcej ryb, a koszty całego proceduru, za przyzwoleniem władz, ponoszą i będą ponosić zdezorientowani klienci.

dr inż. Tomasz Sobczak
– przewodniczący Polskiego Towarzystwa Gemmologicznego; gemmolog dyplomowany GIA, DGemG, PTGem; ekspert diamentów GIA, DGemG, HRD, IGI, PTGem; biegły sądowy; biegły skarbowy; rzeczoznawca IH oraz PSRiBS.

Problem z regulacją zawodu rzeczoznawcy jubilerskiego wynika z unijnych przepisów, do których Polska musiała dostosować się już w 2004 roku. Decyzja ta przyniosła szereg negatywnych konsekwencji – certyfikaty wydają osoby, które nie są do tego fachowo przygotowane, co w konsekwencji wiąże się z niewłaściwą oceną jakości, a co za tym idzie, z niewłaściwą wyceną kamieni i biżuterii. Jednym z kluczowych problemów jest niewielka liczba profesjonalnych laboratoriów, w których ocena i wycena biżuterii odbywa się pod okiem co najmniej dwóch ekspertów, a w razie wątpliwości – nawet trzech. Brak odpowiedniej regulacji prowadzi również do niskiej motywacji do regularnego podnoszenia kwalifikacji, które są niezbędne do rzetelnego wykonywania tego zawodu. Zjawisko to obserwujemy także wśród naszych byłych rzeczoznawców. W efekcie to klient ponosi ryzyko błędnej wyceny, a jedyną drogą dochodzenia swoich praw pozostaje kosztowny i czasochłonny pozew cywilny.

Tomasz Kłoczewiak
– prezes Stowarzyszenia Rzeczoznawców Jubilerskich, rzeczoznawca SRJ

kraju i z jakiej kopalni pochodzi diament. Na końcu producent biżuterii dołącza dodatkowy certyfikat od uprawnionego rzeczoznawcy, identyfikujący właściwości diamentu oferowanego klientom.

O CO TYLE HAŁASU? O ZYSKI

Po reformie gospodarki w 1990 r. ani srebra, ani bursztynu nie zaliczono do dziedzin wymagających koncesjonowania. „Znikły więc problemy z ubieganiem się o zyczliwość urzędników wydających zezwolenia na podjęcie działalności gospodarczej i skomplikowane zabiegi o licencje eksportowe. Zniesiono przywileje artystów i dyplomowanych rzemieślników”. Zgodnie z odpowiedzią przedstawiciela

MRiT z roku 2024: „Naturalnym procesem rynkowym powinno być kreowanie przez te środowiska przejrzystego, bezstronnego, dostępnego systemu oceny, certyfikacji i ewentualnej wyceny bursztynu, tak, aby wszystkie zainteresowane osoby, firmy i instytucje korzystały z usług rzeczoznawczych oferowanych przez najlepszych specjalistów w omawianej dziedzinie” w sytuacji gdy „nie ma wystarczających przesłanek, żeby zastosować wobec rzeczoznawców zajmujących się ocenami na rynku obrotu bursztynami inne przepisy niż te, którym podlega większość przedsiębiorców, w szczególności przepisy nakładające dodatkowe obowiązki i ograniczające w jakimś zakresie swobodę prowadzenia działalności”.

Międzynarodowe Stowarzyszenie Bursztyńników od momentu powstania, czyli od 1996 roku, promuje i upowszechnia rzetelną wiedzę o bursztynie bałtyckim. Obecnie MSB zrzesza 24 rzeczoznawców bursztynu. Są to profesjonalści – z gruntownym wykształceniem kierunkowym lub pokrewnym oraz odpowiednim doświadczeniem. Działanie Laboratorium Bursztynu i proces certyfikacji opiera się na badaniach zgodnie z uznanym warsztatem gemmologicznym, a ostateczna opinia podlega niezależnej weryfikacji przez co najmniej dwóch rzeczoznawców. Regulacje mające na celu zwiększenie transparentności oceny eksperckiej bursztynu oraz standaryzacja zasad nadawania tytułu rzeczoznawcy bursztynu są istotne. MSB z pewnością dołączy do dyskusji na stosownym forum.

dr hab. inż. Ewa Wagner-Wysiecka,
prezes Międzynarodowego Stowarzyszenia Bursztyńników, prof. uczelni, Kierownik Katedry Chemii i Technologii Materiałów Funkcjonalnych, Wydział Chemiczny Politechniki Gdańskiej



Rynek biżuterii i zegarków w Polsce w roku 2023 określany jest wartością przychodu na poziomie 650 mln euro. Dla porównania: przychody w Niemczech to 5,6 mld euro, we Francji 6,8 mld euro, we Włoszech 9,3 mld euro. Jeśli przyjmiemy, że rzeczoznawstwem jubilerskim może zajmować się w Polsce każdy, kto zechce, bez obawy poniesienia jakichkolwiek konsekwencji prawnych, to sprawa zaczyna wyglądać niepoważnie. Również kwalifikacje osób uprawiających rzeczoznawstwo gemmologiczne nie są poddawane żadnym ocenom. Wielu rzeczoznawców nie należy do żadnej organizacji branżowej ani nie figuruje na listach żadnej z trzech organizacji w Polsce: Stowarzyszenia Rzeczoznawców Jubilerskich, Polskiego Towarzystwa Gemmologicznego i Międzynarodowego Stowarzyszenia Bursztyńników. Wiele osób na polskim rynku oferuje certyfikaty z badań i opinii dotyczące kamieni jubilerskich ze swojego „laboratorium”, które nie działa pod nadzorem naukowym czy uprawnionych zarejestrowanych rzeczoznawców, jak wskazuje za konieczne CIBJO. Certyfikatów indywidualnych rzeczoznawców nie można zweryfikować pod kątem cech badanego obiektu, a mogą posłużyć jako wycena w sprawach sądowych, celno-skarbowych czy identyfikacyjnych dla instytucji państwowej, np. muzeum.

OBCENY STAN RZECZY WYMAGA ZMIANY

Według amerykańskich rzeczoznawców istnieją trzy rodzaje wartości dodanej, które zapewnia certyfikacja kamieni jubilerskich: emocjonalna, społeczna i prawna. Posiadacz biżu-

terii bądź obiektu zdobionego kamieniami jubilerskimi powinien mieć pewność tego, czego jest właścicielem. Zaufanie i wiarygodność to cechy społecznych relacji, które nawiązujemy ze sobą w społecznościach i poza granicami własnego kraju. Samozwańczy „rzeczoznawcy” nie powinni być aktywnymi uczestnikami rynku obrotu wyrobami jubilerskimi. Biznes musi być społecznie odpowiedzialny i zarabiać pieniądze, będąc takim. Dostęp do grupy wykwalifikowanych i uprawnionych rzeczoznawców powinien być więc restrykcyjnie ograniczony, a osoby wykorzystujące w sposób nieuprawniony ten tytuł powinny podlegać odpowiedzialności karnej, by nie doprowadzać do utraty zaufania do Polski i do instytucji zrzeszających rejestrowanych rzeczoznawców. Nie można też stawiać samych organizacji pozarządowych przeciwko rynkowi na straży jakości i odpowiedzialności za system, nie wyposażając ich w odpowiednie regulacje prawne. A to z kolei wiedzie do konkluzji, że obecny stan rzeczy wymaga zmiany. ◀

ALEKSANDRA HARASIUK

Prowadzi działalność konsultingową – przygotowuje kompleksowe rozwiązania z zakresu obsługi klienta i eksportu, sprzedaży, komunikacji, technologii. Fanka neurobiologii i socjologii, kultury biznesowej i handlowej. Współzałożycielka stowarzyszenia „Hevelius” oraz projektu „Jewellery GDN”.

Konsultacja merytoryczna: Tomasz Kłoczewiak,
prezes Stowarzyszenia Rzeczoznawców Jubilerskich

¹ 12 grudnia 2024 r. <https://raport.com/magazine-article/what-does-it-take-to-be-a-jewelry-appraiser/>

² Wolność matką sukcesu, historia nauczycielką (Wiesław Gierłowski)

³ KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International (KPMG „Rynek dóbr luksusowych”, Edycja XV)

⁴ https://blog.arvato.pl/rynek-bizuterii-w-europie/#_ftn19

Cichy luksus w świecie zegarków

Cichy luksus, czyli quiet luxury, to trend, który coraz mocniej zaznacza swoją obecność w świecie zegarków. Idea ta opiera się na wyborze produktów najwyższej jakości, bez krzykliwych oznaczeń, których wartość rozpoznają jedynie znawcy. Zegarki wpisujące się w ten nurt nie epatują złotem czy diamentami, lecz wyróżniają się doskonałym wykonaniem, precyzyjnym mechanizmem i klasycznym, ponadczasowym designem.

styczne tarcze, doskonałe proporcje i używają najwyższej jakości materiałów, takich jak platyna, tytan czy ręcznie wykańczana stal. Nie znajdziemy tu jednak krzykliwych zdobień czy nadmiernie eksponowanego logo – zegarki te są zaprojektowane dla tych, którzy cenią sobie sztukę i unikatowy charakter.

Tendencja ta wynika z rosnącej potrzeby indywidualizmu i autentyczności. Osoby, które wybierają cichy luksus, nie kierują się chwilową modą czy chęcią zaimponowania innym, lecz osobistymi preferencjami i zrozumieniem rzemiosła. To klienci, którzy wiedzą, że prawdziwa wartość nie zawsze musi być na pokaz. W zegarmistrzostwie quiet luxury oznacza zegarki, które nie potrzebują rozgłosu, by być wyjątkowe – wystarczy spojrzenie znawcy, by docenić ich unikatowość.

SYNONIM LUKSUSU

Na rynku zegarmistrzowskim nie brakuje znakomitych marek uchodzących za synonim luksusu. IWC, Audemars Piguet, Ulysse Nardin, Omega, Rolex, Jaeger-LeCoultre, Vacheron Constantin, A. Lange & Söhne czy Patek Philippe – to nazwy, które budzą podziw i pozostają w sferze marzeń wielu pasjonatów zegarków. Jeszcze wyżej w hierarchii prestiżu plasują się marki takie jak Richard Mille czy Jacob & Co, których unikatowe wzornictwo, mistrzowskie wykonanie i zaawansowane mechanizmy idą w parze z osza-

FOT: MATERIAŁY PRASOWE



W.KRUK Rolex Perpetual 1908

quiet luxury w zegarmistrzostwie to wybór świadomych klientów, którzy nie potrzebują ekstrawaganckich symboli bogactwa. Doskonałym przykładem są modele Grand Seiko. Dla osób niezaznajomionych z tą marką, zegarki te mogą wydawać się „zwykłym Seiko”, ale wtajemniczeni wiedzą, że to majstersztyk rzemiosła. Podobnie jest z markami takimi jak Jaeger-LeCoultre, Vacheron Constantin czy A. Lange & Söhne – ich modele cechuje dyskretny prestiż, który doceni jedynie wyrefinowane grono odbiorców.

W świecie, gdzie przepych i ostentacja często są utożsamiane z luksusem, cichy luksus stawia na subtelność i elegancję. Zegarki reprezentujące ten trend mają minimalni-



Audemars Piguet Royal Oak „Jumbo” Extra-Thin

lamiającymi cenami. Jednak nie każdy model tych marek wpisuje się w ideę cichego luksusu. Prawdziwy quiet luxury to zegarki, które nie epatują przepychem, nie błyszczą złotem ani nie onieśmielają blaskiem diamentów, lecz zachwycają subtelnością i doskonałością detali, docenianą jedynie przez koneserów. To także dzieła niszowych manufaktur, znanych jedynie najbardziej wtajemniczonym miłośnikom zegarmistrzostwa.

Audemars Piguet Royal Oak „Jumbo” Extra-Thin

AP Royal Oak to już klasyk. Jednak nie w każdym wydaniu model ten nadawałby się do tego zestawienia, gdyż są wersje np. całe wysadzone diamentami. Przedstawiony model ma kopertę z platyny (którą niewprawne oko może pomylić ze stalą) i ma jedynie 39 mm średnicy.

Breguet Classique

Elegancja, ascetyczny wygląd, najwyższa jakość wykonania, drogocenne materiały, koperta o średnicy 38 mm... Mimo to model ten może pozostać niezauważony przez osoby niezaznajomione z zegarmistrzostwem. Ot, taki sobie „prosty, trójwskazówkowy, granatowy”.

BVLGARI Octo Finissimo Automatic

Niepozorny zegarek mechaniczny, a jakże imponujący! Jego ultracienka koperta o wymiarach 41 mm x 46 mm została wykonana z tytanu. Parametrem, który robi tu piorunujące wrażenie, jest grubość zegarka – 5,15 mm. Do tego mechanizm „in-house” BVL 138 Finissimo z automatycznym naciąganiem i z mikrorotorem wykonanym z platyny, który – przy tak małej grubości – oferuje aż 60 godzin rezerwy chodu.

Grand Seiko Spring Drive U.S. Limited Edition of 20 Platinum PT950

Specjalna edycja przygotowana na rynek amerykański. Ten niepozorny model wyposażony jest w innowacyjny



Breguet Classique



Breguet Classique

mechanizm Spring Drive, który notabene obchodził w 2024 roku 20-lecie powstania (określany „cichą rewolucją” w zegarmistrzostwie), i ma platynową kopertę. Tarcza, jej wygląd i wykończenie, inspirowana jest metodą Kirazuri – techniką malarską stosowaną w ukiyo-e (rodzaj malarstwa i drzeworytu japońskiego z XVII-XIX w.), często przedstawiającą postaci aktorów kabuki. Zastosowanie tej techniki wykończenia tarczy daje efekt czystej, białej, skrzęcej się powierzchni.

Frank Muller Vanguard Oltremare

Model z ekskluzywnej limitowanej edycji wyróżniającej się niebieską tarczą, która ma odzwierciedlać hipnotyzujące barwy Morza Śródziemnego. Skrupulatnie wykonany,



BVLGARI Octo Finissimo Automatic



Grand Seiko Spring Drive U.S. Limited Edition of 20 Platinum PT950



Laurent Ferrier Grand Sport Tourbillon Pursuit



H. Moser & Cie Streamliner Tourbillon Wyoming Jade



Frank Muller Vanguard Oltremare

przez zegarmistrzów Francka Mullera – w prezentowanym modelu z automatycznym naciągiem i 38-godzinną rezerwą chodu.

ZEGARKI QUIET LUXURY NISZOWYCH FIRM ZEGARMISTRZOWSKICH

Laurent Ferrier Grand Sport Tourbillon Pursuit

To marka z pewnością mniej znana niż te wymienione wyżej, jednak rozpoznawalna dla miłośników zegarmistrzostwa także w Polsce. Prezentowany model to zegarek mechaniczny z kopertą wykonaną z tytanu ważącą 118 gramów i o wymiarach 44 mm x 49,88 mm. Zintegrowana bransoleta, mechanizm LF619.01 z manualnym naciągiem oraz piękna, łososiowa tarcza. Ot „zwykły” zegarek z dwiema wskazówkami. Ta niepozorna tarcza może uśpić czujność, gdyż po odwróceniu zegarka naszym oczom ukaże się niesamowity mechanizm z tourbillonem i podwójną sprężyną włosową, oferujący aż 80 godzin rezerwy chodu.

H. Moser & Cie Streamliner Tourbillon Wyoming Jade

Ucieleśnienie wyrafinowania, subtelnej nowoczesności i ponadczasowej, czystej elegancji. Zegarek bez logo producenta na tarczy, zaledwie trzema indeksami, zapewnia niezakłócony widok jednogodzinowego latającego tourbillonu na godzinie 6 oraz blask jadeitu.



Parmigiani Fleurier Tonda PF Automatic



Urban Jürgensen & Sonner Central Second

Parmigiani Fleurier Tonda PF Automatic

Charakterystyczne uszy koperty w kształcie łezki wyznaczają punkt wyjścia płynnej, zwężającej się bransoletki. Tak jest w każdej wersji tego modelu – czy to damskiej, czy męskiej. Marka Parmigiani Fleurier w tym zegarku zawarła esencję minimalistycznej elegancji.

Urban Jürgensen & Sonner Central Second

Zegarek z kopertą 42 mm wykonaną z platyny lub czerwonego złota. Mechanizm manualnie nakręcany, wskazanie godzin, minut, sekund oraz rezerwy chodu, która

w tym modelu sięga 72 godzin przy pełnym naciągu sprężyny napędowej. Zegarek bez wątpienia ekskluzywny, a marka zapewne niemal nieznaną. I to także dobrze wpisuje się w trend cichego luksusu. ◀

MACIEJ KOPYTO

Redaktor naczelny serwisu Zegarki i Pasja, autor bloga „Manufaktura Czasu”, miłośnik i kolekcjoner zegarków

Tekst pochodzi z profesjonalnego internetowego serwisu branżowego dla miłośników zegarków Zegarki i Pasja. Dziękujemy za udostępnienie.

z precyzją i finezją. Dobry przykład równowagi między elegancją i funkcjonalnością. 41-milimetrowe koperty zegarków z tej kolekcji występują w wersjach wykonanych z różowego złota, tytanu lub czarnego tytanu, a produkowane są w limitowanych seriach 50, 30 i 30 sztuk. Mechanizm zaprojektowany i wyprodukowany w całości

Projektowanie parametryczne i techniki generatywne W SZTUCE JUBILERSKIEJ

Technologie – w szczególności projektowanie parametryczne i techniki generatywne – przyczyniają się do ułatwienia i przyspieszenia pracy artystów i designerów. Dzięki nim proces twórczy staje się bardziej efektywny, precyzyjny i elastyczny.

Bizuteria od zawsze stanowiła istotny element kultury, sztuki i życia codziennego naszej cywilizacji. Tradycyjne techniki jubilerskie, przekazywane z pokolenia na pokolenie, wciąż cieszą się ogromnym uznaniem. Jubilerstwo od zawsze było związane z precyzją, kunsztem i artystycznym wyczuciem, które wymagały lat praktyki i doświadczenia. Współczesny świat projektowania i produkcji biżuterii

podlega jednak dynamicznym zmianom, napędzanym przez rozwój technologii, takich jak technologia druku 3D, projektowanie parametryczne czy techniki generatywne.

NOWE PERSPEKTYWY DLA TWÓRCÓW

Dla współczesnych artystów i designerów postęp ten otwiera nowe perspektywy w kreowaniu i wdrażaniu swoich idei. Dzięki



1.



2.



3.

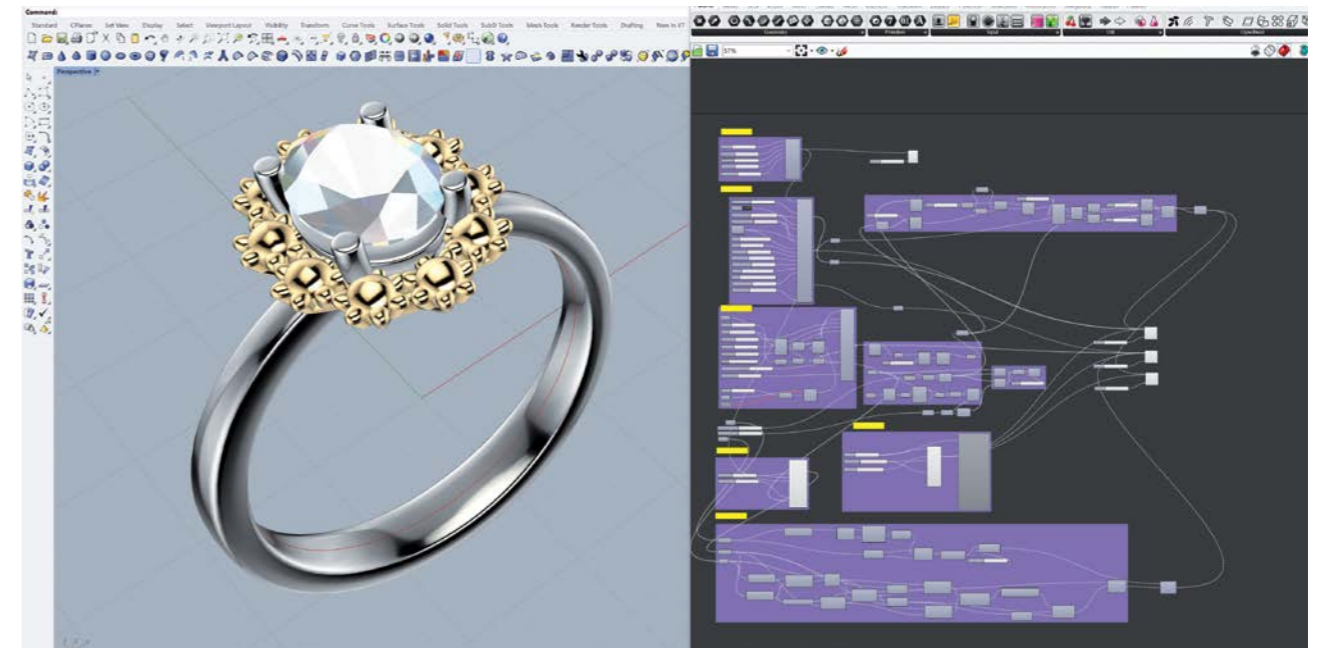


4.

Przykłady projektowania parametrycznego i technik generatywnych w architekturze

1. Galaxy SOHO Mall, Zaha Hadid Architects; 2. Muzeum Soumaja, Fernando Romero, Arup, Frank Gehry; 3. Beijing National Stadium, Herzog and Meuron; 4. Beijing National Aquatics Center, PTW Archite

FOT. MATERIAŁY PRASOWE, NOWAK JEWELLERY



Pierścionek zaprojektowany w środowisku Grasshopper + Crossgems

tym technologiom artyści mogą eksperymentować z nowymi formami wyrazu, tworząc dzieła, które są zarówno estetycznie unikatowe, jak i funkcjonalnie innowacyjne. Projektowanie parametryczne i techniki generatywne pozwalają na automatyzację wielu aspektów procesu projektowego, co z kolei umożliwia twórcom skupienie się na bardziej kreatywnych i strategicznych elementach swojej pracy. Dzięki drukowi 3D designerzy mogą tworzyć obiekty o skomplikowanych geometriach, które byłyby niemożliwe do wykonania tradycyjnymi metodami. Technologie przyczyniają się do ułatwienia i przyspieszenia pracy artystów i designerów. Dzięki nim proces twórczy staje się bardziej efektywny, precyzyjny i elastyczny.

NA CZYM POLEGAJĄ TE TECHNOLOGIE

Projektowanie parametryczne, w odróżnieniu od tradycyjnych metod, opiera się na definiowaniu parametrów oraz reguł, które określają formę projektu. Projektant nie tworzy każdego elementu od podstaw, lecz projektuje proces, który generuje różne warianty produktu na podstawie zmiennych, takich jak np. rozmiar, proporcje czy materiał. Ogólnie rzecz biorąc, w projektowaniu parametrycznym forma jest kształtowana przez wartości parametrów i równania, które są używane do opisu zależności między formami. W rezultacie można ustalić wzajemne zależności między formami, a ich zachowanie podczas transformacji można zdefiniować matematycznie i geometrycznie. Innymi słowy, korzystamy z matematyki i geometrii, aby opisać, jak różne



Anouk Wipprecht

elementy projektu zmieniają się i wpływają na siebie nawzajem. Dzięki temu możemy bardziej precyzyjnie kontrolować wygląd i zachowanie projektowanych obiektów. Projektowanie tym sposobem można porównać najprościej do arkusza Excela, gdzie wprowadza się formułę, która odwołuje się do konkretnej komórki. Jeśli zmienimy wartość w komórce, formuła automatycznie dostosuje wynik do nowej wartości.

Techniki generatywne, będące rozwinięciem tej koncepcji, idą jeszcze dalej. Za pomocą algorytmów komputerowych generowane są struktury na podstawie ustalonych zasad. W praktyce oznacza to, że projektant ustala jedynie ramy procesu, a komputer samodzielnie tworzy wiele unikatowych rozwiązań. To rewolucyjne podejście otwiera zupełnie nowe możliwości w zakresie projektowania biżuterii,

umożliwiając tworzenie form, które jeszcze kilka lat temu były wręcz niemożliwe do wyobrażenia.

Projektowanie parametryczne wykorzystuje parametry i ograniczenia do rozwiązania problemu projektowego, podczas gdy projektowanie generatywne stosuje algorytmy do tych samych parametrów w celu wygenerowania setek lub tysięcy możliwych wariantów projektowych do przeglądu i wyboru. Nie jest to oparte na zmiennych parametrach, ale raczej na zastosowaniu określonych zasad, które przekształcają lub generują elementy projektu na podstawie określonych reguł. W skrócie – w przeciwieństwie do projektowania parametrycznego, w projekto-

waniu generatywnym możemy wybrać preferowany projekt spośród zestawu projektów, które spełniają wszystkie wymagania, zamiast ręcznie zmieniać parametry i sprawdzać wynik. To podejście pozwala projektantom przetestować tysiące opcji.

W biżuterii artystycznej projektowanie parametryczne może być narzędziem do wyrażania indywidualizmu i kreatywności. Projektanci mogą eksperymentować z formami inspirowanymi naturą, geometrią czy nawet matematyką, tworzyć kolekcje unikatowe i przyciągające uwagę. W produkcji komercyjnej z kolei techniki te są kluczowe do optymalizacji kosztów i efektywności. Rozwój technologii parametrycznej w biżuterii związany jest również z postępem w dziedzinie druku 3D, który pozwala na realizację nawet najbardziej skomplikowanych projektów, oferując niezwykłą precyzję i możliwość wykorzystania szerokiego spektrum materiałów – od wosków po nowoczesne polimery czy materiały proszkowe. W połączeniu z technikami parametrycznymi druk 3D daje projektantom swobodę twórczą, która nie miała wcześniej precedensu.

PARAMETRIC DESIGN – HISTORIA I EWOLUCJA

Historia projektowania parametrycznego sięga czasów, gdy technologie te zaczęły kształtować przemysłowe podejście do projektowania. Jednym z pierwszych sektorów, który wykorzystał te innowacje, był przemysł lotniczy, gdzie parametryczne modelowanie umożliwiała optymalizację konstrukcji i zmniejszenie kosztów produkcji. Podobne rozwiązania szybko znalazły zastosowanie w przemyśle samochodowym i okrętowym, pozwalając projektantom na eksperymentowanie z formami, które wcześniej były poza zasięgiem tradycyjnych metod. Co ciekawe, nawiązania do metody projektowania parametrycznego można dostrzec już w twórczości Antonia Gaudiego w projektach takich jak np. Colonia Güell. Gaudi korzystał z systemów analogowych (linek), które były obciążone woreczkami ze śrutem. W taki sposób z wykorzystaniem grawitacji zarysowywał on projektowaną konstrukcję. Następnie robił zdjęcie i odwracał je do góry nogami, aby później naszkicować na nim docelowy projekt budowli.

Przełomowym momentem dla projektowania opartego na parametrach było ich zaadaptowanie w architekturze. W latach 90. XX wieku narzędzia takie jak CATIA czy Generative Components zaczęły być używane przez architektów do tworzenia skomplikowanych, nieregularnych form. W 2008 r. podczas



Francis Bitonti dla United Nude



Marcin Nowak – pierścionek parametryczny z kolekcji Flidium

Biennale Architektury w Wenecji został wprowadzony przez architekta Patrika Schumachera (Zaha Hadid Architects) termin „parametricism” na określenie nowego stylu w architekturze, kojarzonego z nowoczesną, złożoną i futurystyczną estetyką, charakteryzującą się organicznymi kształtami, płynnymi liniami i nieregularnymi wzorami. Ciekawymi przykładami z dziedziny architektury są np. Muzeum Guggenheima w Bilbao, Heydar Aliyev Center w Baku, Stadion Narodowy w Pekinie („Ptasie Gniazdo”), The Shard w Londynie czy Louis Vuitton Foundation w Paryżu.

W biżuterii techniki te zaczęły zyskiwać na popularności wraz z rozwojem technologii druku 3D. Firma Nervous System była jednym z pionierów w tej dziedzinie, tworząc kolekcje inspirowane naturalnymi strukturami, takimi jak koralowce, liście czy komórki. Ich prace udowodniły, że technologia generatywna może być nie tylko narzędziem do tworzenia unikatowych wzorów, ale także sposobem na eksplorację nowych materiałów i metod produkcji.

Parametryzm szybko znalazł zastosowanie w wielu innych dziedzinach, takich jak medycyna, ubiór, obuwie czy design przemysłowy. W medycynie umożliwia tworzenie spersonalizowanych protez i implantów, które są idealnie dopasowane do anatomii pacjenta, poprawiając komfort i skuteczność leczenia. W modzie pozwala na projektowanie odzieży i obuwia dostosowanych do indywidualnych potrzeb, łącząc estetykę z funkcjonalnością. W designie przemysłowym techniki parametryczne wykorzystywane są do tworzenia ergonomicznych mebli czy innowacyjnego oświetlenia, które wyróżnia się oryginalnymi formami. Z kolei w motoryzacji służą one do optymalizacji aerodynamiki pojazdów i projektowania niestandardowych elementów, podnosząc zarówno wydajność, jak i walory estetyczne samochodów.

ZALETY PROJEKTOWANIA PARAMETRYCZNEGO W BIŻUTERII

Projektowanie parametryczne w biżuterii, choć wciąż stosunkowo młode, już teraz rewolucjonizuje sposób, w jaki myślimy o tworzeniu unikatowych, a jednocześnie funkcjonalnych dzieł. Jako technologia oparta na definiowaniu parametrów i reguł, które kształtują formę projektowanych obiektów, projektowanie parametryczne przynosi wiele korzyści, ale także wiąże się z pewnymi wyzwaniami.

Jedną z największych zalet projektowania parametrycznego jest jego szybkość i efektywność. Dzięki algorytmicz-

nemu podejściu projektanci mogą automatyzować wiele żmudnych procesów, co znacząco skraca czas potrzebny na stworzenie skomplikowanych projektów. W praktyce oznacza to, że firmy mogą szybko generować projekty dostosowane do różnych rynków i segmentów klientów, co pozwala na szybsze wprowadzanie nowych kolekcji. Automatyzacja procesu projektowego zmniejsza czas potrzebny na opracowanie prototypów, a druk 3D umożliwia szybkie testowanie nowych rozwiązań. Dzięki temu marki mogą reagować na zmieniające się trendy w czasie rzeczywistym, oferując produkty zgodne z aktualnymi oczekiwaniami klientów.



Marcin Nowak – pierścionek generatywny z kolekcji Vertex

Projektant może jednym kliknięciem dostosować rozmiar pierścionka do nietypowego rozmiaru palca czy zmienić rozmiary użytych kamieni. Automatycznie aktualizuje to cały projekt i znacząco przyspiesza proces twórczy.

Personalizacja jest kolejną kluczową zaletą. Współczesny rynek coraz bardziej ceni produkty dostosowane do indywidualnych wymagań klientów, a projektowanie parametryczne umożliwia szybkie wprowadzanie zmian w projekcie. Dodanie graweru, zmiana proporcji lub wprowadzenie dodatkowych elementów do projektu według wytycznych klienta staje się łatwe i szybkie, co zwiększa wartość oferty dla klienta końcowego. Nie można też zapomnieć o optymalizacji materiałów. Dzięki algorytmom projektant może precyzyjnie wyliczyć ilość materiału, wagę i objętość potrzebną do wykonania projektu, co szczególnie w przypadku drogich surowców ma ogromne znaczenie ekonomiczne, pomagając jednocześnie w szacowaniu kosztów produkcji i końcowej ceny produktu już na etapie projektowania. Parametric design umożliwia eksperymentowanie z formami, strukturami oraz różnymi parametrami projektów, otwierając tym samym nowe możliwości twórcze. Takie podejście pozwala projektantom odkrywać unikatowe wzory i innowacyjne rozwiązania, które mogą wyróżnić się na rynku.

SĄ TEŻ WYZWANIA

Choć zalet jest wiele, projektowanie parametryczne wiąże się również z określonymi wyzwaniami. Należy do nich wysoki próg wejścia. Jednym z najpopularniejszych narzędzi, w których możemy wykorzystać ten sposób projektowania, jest Rhinoceros. Jego integralną częścią jest nakładka Grasshopper – darmowa wtyczka, która wprowadza środowisko programowania wizualnego. Dzięki Grasshopperowi projektanci mogą tworzyć skomplikowane geometrie i eksperymentować z formami w sposób bardziej intuicyjny i efektywny. Kolejnym istotnym narzędziem jest

CrossGems – zaawansowana wtyczka do Rhino, która może działać jako samodzielny program lub być zintegrowana z interfejsem Grasshoppera. CrossGems oferuje ponad 100 narzędzi przeznaczonych do projektowania biżuterii oraz precyzyjny menedżer historii, co pozwala na tworzenie w pełni parametrycznych modeli. Warto również wspomnieć o MatrixGold – zaawansowanym oprogramowaniu CAD stworzonym specjalnie dla branży jubilerskiej. MatrixGold łączy w sobie tradycyjne techniki modelowania z nowoczesnym podejściem parametrycznym. Program ten został zbudowany na bazie funkcji związanych z projektowaniem parametrycznym, co pozwala na intuicyjne i efektywne tworzenie unikatowych wzorów i ich szybką modyfikację.

Opanowanie tego typu programów wymaga zaawansowanej wiedzy technicznej oraz dużego nakładu czasu na naukę. Dla projektantów przyzwyczajonych do tradycyjnych technik może to być bariera trudna do pokonania. Koszty wdrożenia to kolejny problem. Zakup specjalistycznego oprogramowania, odpowiednich komputerów i ewentualnie drukarek 3D, a także szkolenia personelu wiążą się z istotnymi inwestycjami, które mogą być trudne do udźwignięcia, szczególnie dla mniejszych firm jubilerskich. Ponadto przy bardziej skomplikowanych definicjach parametrycznych wymagana jest wysoka moc obliczeniowa, co wiąże się z dodatkowymi wydatkami na sprzęt komputerowy.

Jednak pomimo istniejących wyzwań wdrożenie nowoczesnych metod projektowych ma ogromny sens, ponieważ oferuje niespotykane wcześniej możliwości w zakresie kreatywności, produkcji i strategii biznesowej. Dla tych, którzy są gotowi zainwestować w te innowacje, może stać się kluczem do sukcesu na współczesnym, coraz bardziej wymagającym rynku jubilerskim. Praktyczne wykorzystanie parametrów i algorytmów w procesie tworzenia biżuterii wskazuje, że przyszłość tej branży leży w innowacyjnych technologiach. Firmy, które zdecydują się na wdrożenie takich narzędzi, mogą zyskać znaczącą przewagę konkurencyjną, oferując produkty, które łączą piękno z precyzją, a jednocześnie są idealnie dopasowane do potrzeb współczesnych klientów.

Fragmety rozprawy doktorskiej Marcina Nowaka „Biżuteria ażurowa tworzona w oparciu o projektowanie parametryczne oraz techniki generatywne” 4

MARCIN NOWAK

Właściciel i projektant marki Novvak Jewellery, wykładowca w Instytucie Biżuterii Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi

SREBRO 2025

– Efekt WOW!

Również podczas nadchodzącej edycji Legnickiego Festiwalu SREBRO nie zabraknie nowości i zaskoczeń. Zobowiązuje do tego temat przewodni konkursu złotniczego i zarazem festiwalu „Efekt WOW!” Kumulacja jak zwykle w weekend otwarcia, tym razem 9-10 maja.



Jarosław Kolec
– zestaw pierścieni:
krzemień czekoladowy, 2024



Esteban Erosky
– broszki „I Am A Faithful
Dog, I Am What I Want To Be,
My Family Will Always Love
Me” z wystawy „Jewelry and
Freedom”, Tincal lab
Challenge: emalia na miedzi,
aluminium, 2024



Christina Karababa
– zestaw naszyjników „7 cytatów z Bizuterii”:
tworzywo ABS, farba, żyłka, 2022



uczestnikom, jak i samym organizatorom. Czego zatem można spodziewać się po wystawie prac zakwalifikowanych do 33. Międzynarodowego Konkursu Sztuki Złotniczej?

Legnickie wystawy od lat ukazują całe spektrum postaw twórczych w dziedzinie biżuterii artystycznej. Corocznie kilkanaście pokazów prezentujących ogrom różnorodności w warstwie materiałowej i technicznej, ale także w kwestii poruszanych przez twórców tematów, ściągają do Legnicy szerokie grono miłośniczek i miłośników złotnictwa, sztuki i designu z Europy, a także z bardziej odległych rejonów świata. To jedynie miejsce w Polsce, gdzie w jednej gablocie obok pierścienka ze złota i szlachetnych kamieni można znaleźć naszyjniki wydrukowane w technologii 3D z tworzywa ABS czy broszkę pokazującą... stertę porzuconych na poboczu odpadów.

TEMAT JAK WYZWANIE

Tegoroczny temat przewodni konkursu złotniczego i zarazem festiwalu „Efekt WOW!” to wyzwanie rzucone zarówno

– Chcemy efektu WOW, chcemy, by artyści pokazali nam, że sztuka może być antidotum na ciężkie czasy, że wciąż potrafią nas zaskoczyć i nie bez powodu ich głos w rozmowach, prorocztwach i rozważaniach o przyszłości świata jest ważny – wyjaśnia dyrektorka Galerii Sztuki Justyna Teodorczyk.

Prace zgłoszone do konkursu, a niezakwalifikowane przez grono jurorów tradycyjnie zyskują szansę na prezentację na wystawie „Holownia” w Teatrze Modrzejewskiej, gdzie rokrocznie goście festiwalu toczą ożywione dyskusje nad werdyktem jury.

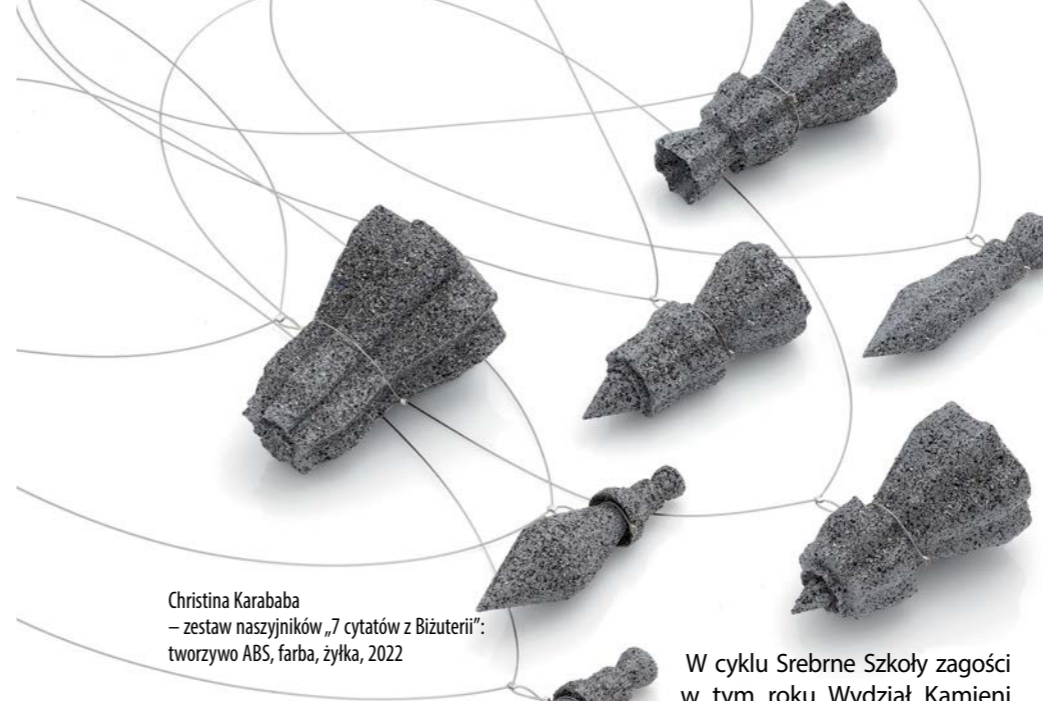
SYLWETKI TWÓRCÓW: CHRISTINA KARABABA, JAROSŁAW KOLEC I JIAKUN ZHANG

Wśród festiwalowych wystaw zagości dobrze znany cykl Sylwetki Twórców.

W 2025 r. jego bohaterką zostanie grecka artystka Christina Karababa, związana z Uniwersytetem Nauk Stosowanych w Düsseldorfie projektantka i interdyscyplinarna badaczka, która w swojej pracy bada skrzyżowania designu, sztuki, biżuterii, nauki i technologii. Wystawę indywidualną zaprezentuje także Jarosław Kolec, wykładowca w Instytucie Biżuterii Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi. Twórca zabierze nas w świat kamieni i minerałów, które stały się w jego rękach materiał sztuki.

Choć do współpracy zaprosiliśmy rozpoznawalnych i cenionych artystów, to w programie festiwalu w 2025 r. szczególne miejsce zajmą młodzi twórcy. To od nich w sposób szczególnie oczekujemy świeżego spojrzenia, nowatorskich pomysłów i tytułowego „efekciarstwa” (lub też krytycznych do niego odniesień). Trzecia wystawa z cyklu Sylwetki Twórców

FOT: GALERIA SZTUKI W LEGNICY



poświęcona zostanie biżuterii odwołującej się do zagadnienia ludzkiej pamięci i wspomnień autorstwa Jiakun Zhang, absolwentki Birmingham City University i laureatki Nagrody Galerii Sztuki w Legnicy podczas Rumuńskiego Tygodnia Biżuterii. Debiutantką Festiwalu SREBRO w 2025 r. zostanie z kolei Justyna Anioł, studentka studiów magisterskich w Instytucie Biżuterii Łódzkiej ASP, wyłoniona do legnickiego pokazu w Konkursie im. W. Strzebińskiego – Projekt.

BIŻUTERIA ZAANGAŻOWANA SPOŁECZNIE

O tym, że biżuteria może snuć własne opowieści i narracje, przekonamy się, zwiedzając obszerny międzynarodowy przegląd „Biżuteria i Wolność”, organizowany przez studio Tincal lab z Porto (Portugalia). Kilkadziesiąt prac – pomimo wspólnego tematu – wybrzmiewa wielogłosem, w którym wyraźnie rysują się indywidualne wypowiedzi zabarwione różnorodnym tłem kulturowo-politycznym.



Nikita Kavryzhkin (Wydział Biżuterii i Kamieni Idar-Oberstein (Hochschule Trier) – naszyjnik: bazalt, gumowa linka, koraliki onyksowe, tytan, stal nierdzewna, 2021

słynącego z obróbki kamieni. Biżuteryjnych zaskoczeń i atrakcji dostarczy także grupa świeżo upieczonych absolwentów Campusu Idar-Oberstein, która podczas festiwalu zaprezentuje swój projekt dyplomowy.

W programie festiwalu nie zabraknie wystaw z zakresu innych mediów. Tradycyjnie Międzynarodowemu Konkursowi Sztuki Złotniczej towarzyszyć będą pokazy fotografii i plakatu. Po raz drugi zagości w Legnicy grupa studentów z Katedry Mediacji Sztuki działającej na Akademii Sztuk Pięknych we Wrocławiu.

Wystawy Legnickiego Festiwalu SREBRO prezentowane będą w przestrzeniach Galerii Sztuki, galerii Ring, Muzeum Miedzi, galerii Satyrykon, Teatru im. H. Modrzejewskiej, Galerii Srebra Pod Przepiórczym Koszem, Otwartej Pracowni Sztuki, hotelu Qubus oraz w domach kultury Atrium i Kopernik od kwietnia do czerwca.

Weekend otwarcia festiwalu wraz z galą ogłoszenia nagród w konkursie złotniczym jest przewidziany na 9-10 maja 2025 r. Wydarzeniu towarzyszyć będą wernisaże wystaw, sympozjum „Granice sztuki globalnej”, spotkania, happeningi oraz koncert. <

Więcej informacji:

www.silver.legnica.eu

FB: Legnica Jewellery Festival SILVER

IG: legnica_silver_festival

ANNA WÓJCIK-KORBAS
Koordynatorka Legnickiego Festiwalu
SREBRO



Legnicki Festiwal SREBRO 2024



Legnicki Festiwal SREBRO 2024

28. Międzynarodowy Konkurs na Projekt Bizuterii z Bursztynem

AMBERIF DESIGN AWARD „Relacje”

Amberif Design Award to jeden z najważniejszych międzynarodowych konkursów promujących współczesne wzornictwo biżuterii artystycznej z bursztynem. Jego celem jest pobudzenie kreatywności oraz eksplorowanie nowych możliwości w projektowaniu, przy jednoczesnym podkreśleniu walorów estetycznych i symbolicznych bursztynu bałtyckiego. Tegoroczna, 28. edycja konkursu odbywa się pod hasłem „Relacje” i zachęcić ma zarówno uczestników konkursu, jak i widzów wystawy pokonkursowej do refleksji nad różnorodnymi i wielowymiarowymi powiązaniem i zależnościami istniejącymi w obecnej rzeczywistości.

Jury zwracało uwagę nie tylko na estetykę i jakość wykonania / projekt, ale przede wszystkim na oryginalność podejścia do tematu oraz potencjał konceptualny. Szczególnym zainteresowaniem cieszyły się projekty, które łączyły elementy rzemiosła z nowoczesnymi technologiami oraz te, które w kreatywny sposób reinterpretowały znaczenie bursztynu we współczesnym designie.

Wśród artystów uczestniczących w konkursie znaleźli się zarówno debiutujący artyści, jak i uznani projektanci, ukazujący w swych pracach zarówno emocjonalne, jak i materialne aspekty relacji.

Wielu artystów skupiło się na tych międzyludzkich, podkreślając znaczenie bliskości, komunikacji i pamięci, a także ukazując skomplikowane relacje społeczne, napięcia i kontrasty między bliskością a dystansem, współpracą a rywalizacją. Niektórzy zawarli w swych pracach odniesienia

do relacji i nawiązania inspirujących współprac.

Amberif Design Award od niemal 30 lat wzbogaca targi Amberif Spring, podczas których jest prezentowana wystawa prac zakwalifikowanych oraz wręczane są nagrody w konkursie, w tym Nagroda Prezydenta Miasta Gdańska – 30 tys. zł. Ceremonia wręczenia nagród to doskonała okazja do spotkań i wymiany doświadczeń między projektantami, producentami, kolekcjonerami oraz do budowania relacji biznesowych.

Przez lata konsekwentnie budując swoją markę, Amberif Design Award urósł do rangi jednego z najbardziej znanych w Europie konkursów biżuteryjnych. Rokrocznie przyciąga coraz większą liczbę uczestników z całego świata, którzy sięgają po bursztyn jako po współczesny materiał artystyczny i projektują nowoczesną biżuterię z bursztynem. ADA nie tylko promuje bursztyn i polskie wzornictwo na świecie, ale także



Alberto Dávila Quesada, Meksyk – *Świeże kwiaty, które ci dalem*, brosza srebro, bursztyn

Monika Lewandowska, Polska – *Forma współistnienia*, pierścionek, srebro, bursztyn



Karol Zagórowski, Polska – *Dobry żart*, pierścionek, bursztyn, buk, ceramika



Gabriela Kozłowska, Polska – *Mój najgłębszy głos*, biżuteria douszna, bursztyn naturalny



Tanin Dehkoda, Wlk. Brytania – *Ludzkie połączenia: interpersonalne, technologiczne*, obiekt, bursztyn, srebro, cyrkon



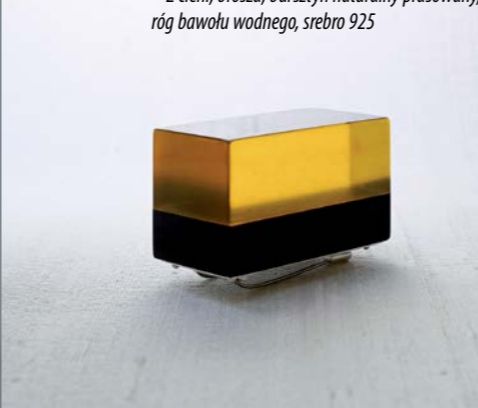
Yasmin Zehavi, Izrael – *Bez tytułu*, brosza, bursztyn, srebro, stal, stal nierdzewna



Mohammad Amin Mahmoudzadeh, Iran – *Potrzeba komunikacji*, pierścionek, bursztyn, srebro



Fumiko Gotō, Japonia/Szwajcaria – *Z cieni*, brosza, bursztyn naturalny prasowany, róg bawołu wodnego, srebro 925



Współczesny świat zmienia się w dynamicznym tempie, redefiniując sposoby komunikacji i funkcjonowania społecznego. W tym kontekście temat „Relacji” nabiera szczególnej aktualności. Twórcy biorący udział w Amberif Design Award 2025 podjęli próby uchwycenia, zbadania i opisanie konkretnych relacji. Eksplorowali różniczne związki między człowiekiem a człowiekiem, człowiekiem a naturą, fauną a florą, tradycją a nowoczesnością, rzemiosłem a technologią, przedmiotem a ciałem, światłem a cieniem, wrażeniem a percepcją, by ukazać je w formie oryginalnych projektów biżuteryjnych. Prace zgłoszone do konkursu odzwierciedlają zarówno tradycyjne, jak i awangardowe podejście do projektowania, w obu przypadkach podkreślając potencjał bursztynu jako środka wyrazu artystycznego i środka komunikacji społecznej.

REKORDOWA FREKWENCJA

Na tegoroczny konkurs 250 uczestników z 34 krajów nadesłało 365 prac, co potwierdza jego rangę jako wydarzenia o globalnym zasięgu. Prace oceniało międzynarodowe jury w składzie: Malte Guttek – dyrektor Towarzystwa Sztuki Złotniczej (Gesellschaft für Goldschmiedekunst e.V.) i kierownik Goldschmiedehaus w Hanau; Yutaka Minegishi – artysta, twórca biżuterii, laureat Munich Art Prize (2017) i Herbert Hoffman Award (2019); Bryna Pomp – kuratorka i kolekcjonerka współczesnej biżuterii, dyrektorka / kuratorka wystawy MAD About Jewelry w Muzeum Sztuki i Dizajnu w Nowym Jorku (od 2011 r.); Magdalena Szadkowska – artystka interdyscyplinarna (rzeźba, biżuteria, tekstylia), wykładowczyni Instytutu Rzeźby ASP w Łodzi, oraz Olga Zobel – historyczka sztuki, kolekcjonerka, założycielka i właścicielka Galerie Biró Monachium.

do relacji międzyludzkich w epoce cyfryzacji, poruszając aktualny temat komunikacji online oraz zmieniających się sposobów nawiązywania kontaktów. Inni zgłębiali temat relacji człowieka z naturą, z jednej strony wskazując na harmonię, z drugiej zaś na destrukcyjny wpływ cywilizacji na środowisko. Nie zabrakło również odniesień do relacji człowieka z technologią – nowoczesne technologie stanowiły kluczowy element wielu projektów.

ZNACZENIE KONKURSU DLA BRANŻY

Konkursy takie jak Amberif Design Award często towarzyszą targom branżowym, wzbogacając te wydarzenia o element artystyczny i konceptualny oraz dodając im prestiżu. Cieszą się dużym zainteresowaniem, gdyż są dla projektantów szansą na zaistnienie na międzynarodowej scenie biżuteryjnej i jubilerskiej, a dla producentów i galerii – okazją do odkrycia nowych talen-

inspiruje do śmiałych poszukiwań i nowatorskich rozwiązań w biżuterii artystycznej. W ten sposób ADA istotnie przyczynia się do tego, że bursztyn bałtycki, niegdyś kojarzony przede wszystkim z tradycyjnym wzornictwem, zyskuje nowoczesne oblicze i wzbudza zainteresowanie branży na całym świecie.

GDZIE I KIEDY WYSTAWA?

Publiczność branżowa będzie mogła zobaczyć prace zakwalifikowane do wystawy ADA „Relacje” podczas targów Amberif Spring 2025 w Gdańsku, w specjalnie wydzielonej na targach Strefie Sztuki. Natomiast jesienią ekspozycja zostanie zaprezentowana szerszej publiczności podczas Gdańsk Jewellery Week – wydarzenia promującego współczesną biżuterię i design. ◀

MONIKA SZPATOWICZ – kurator targów Amberif

Nagroda „Polskiego Jubilera” w konkursie Projekt 2024: Karolina Dyczko

Karolina Dyczko jest studentką IV roku studiów w Instytucie Biżuterii Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi. W swojej twórczości najbardziej skupia się na łączeniu różnorodnych materiałów oraz technik. Działa więc interdyscyplinarnie, by jej prace tworzyły całość w różnych wymiarach estetycznych oraz poznawczych.

W swojej twórczości najbardziej skupiam się na łączeniu różnorodnych materiałów oraz technik. Działam więc interdyscyplinarnie, by moje prace tworzyły całość w różnych wymiarach estetycznych oraz poznawczych. Ostatnie moje działania, oprócz dużego nacisku na kompozycję, opierają się na przygaszeniu kolorystyki, różnicowaniu faktur, walorów, poruszaniu kwestii światła, a także poszukiwaniu rozwiązań uzyskiwania linii oraz plamy w biżuterii. Poszukiwania tych właśnie środków formalnych odbywają się wielowarstwowo – za pomocą technik jubilerskich, ale również innych dziedzin sztuki. Zajmuję się również kolażem, assemblażem, książką artystyczną, rzeźbą, malarstwem oraz ostatnio grafiką. Przejawy tych działań widoczne są w mojej biżuterii, choć moją twórczość najlepiej definiuje słowo kolaż. W pracach poruszam temat szlachetności – wynoszę na piedestał mało szlachetne obiekty, które w wielu przypadkach mogłyby zostać uznane za bezwartościowe, a które urzekają mnie bezwarunkowo.

Uważam, że rozwijanie wrażliwości jest szalenie ważne, nawet jeśli coraz częściej zauważam odwrotną tendencję. Dlatego staram się dbać o detal, by można było nieco pochylić się nad obiektami i dostrzec niezauważalne na pierwszy rzut oka elementy. Inspiracje najczęściej czerpię z otoczenia, obserwując struktury, światło czy kolorystyczne zestawienia, oraz z twórczości innych artystów czy nurtów w sztuce. W moim przypadku proces tworzenia bazuje na komponowaniu elementów pochodzących najczęściej z recyklingu. W procesie bardzo ważne jest dla mnie poddanie się materii, z którą pracuję, wykorzystanie jej cech, zaplanowanie dla niej przestrzeni uwydatniającej jej charakter. W efekcie dążę do ukazania atmosfery, nastroju obiektu, nadania jej własnej autonomii, duszy oraz tajemnicy, gdzie dużą rolę



Organizowany od ponad 20 lat Konkurs im. Władysława Strzemińskiego – Projekt jest prezentacją prac studenckich powstałych we wszystkich pracowniach projektowych czterech wydziałów Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi. Podczas każdej edycji prezentowanych jest wiele nowych, atrakcyjnych propozycji wzorniczych w takich dziedzinach jak ubiór, tkanina, obuwie, biżuteria, projektowanie graficzne, architektura wnętrz czy wzornictwo przemysłowe. Wystawa jest prezentacją dokonań młodych talentów – przyszłych projektantów, dopiero rozpoczynających swoją drogę artystyczną i zawodową.

odgrywa metafora, niedosłowność, a sama istota odczucia jest ważniejsza niż przedstawienie.

Biżuteria wprowadza do mojej teorii kolejny aspekt, jakim jest sylwetka ludzka. Fascynuje mnie dopasowywanie, kształtowanie przedmiotów względem ciała człowieka. Dzięki temu zyskują one inny wymiar, mając bezpośredni związek z osobą, która je zakłada. Odczucie staje się silniejsze, pojawia się możliwość identyfikacji z daną formą, możliwość komponowania jej z ubiorem, fryzurą, urodą, charakterem osoby. Biżuteria może więc w taki sposób brać udział w nieustannym performansie. ◀

Karolina Dyczko

FOT: KAROLINA DYCZKO

Kup magazyn

Polski JUBILER

MAGAZYN BRANŻY JUBILERSKIEJ

Aby kupić wybrany numer:

- zadzwoń: 22 333 88 26 albo
- prześlij zamówienie e-mailem: prenumerata@pws-promedia.pl, albo
- wypełnij formularz ze strony: www.polskijubiler.pl
- wyślij zamówienie na adres: **PWS-PROMEDIA, ul. Michała Paca 37, 04-386 Warszawa, Dział Prenumeraty**
- cena jednego egzemplarza czasopisma Polski Jubiler – 40 zł



Polski JUBILER
MAGAZYN BRANŻY JUBILERSKIEJ

ProMedia
POLSKIE WYDAWNICTWA SPECJALISTYCZNE

www.polskijubiler.pl

REDAKCJA
polskijubiler@pws-promedia.pl

REDAKTOR NACZELNA
Anna Sado
a.sado@pws-promedia.pl
tel. +48 22 333 88 18

STUDIO GRAFICZNE
Eiżbieta Grudzień

KOREKTA
Dorota Ciepłelewska

REDAKCJA INTERNETOWA
Wiktor Kolański
w.kolakowski@pws-promedia.pl

WYDAWCA
Polskie Wydawnictwa Specjalistyczne
ProMedia sp. z o.o.
ul. Michała Paca 37, 04-386 Warszawa

SEKRETARIAT
Marzena Michalik
biuro@pws-promedia.pl
tel. +48 22 333 88 14

REKLAMA
Kierownik działu
Małgorzata Grenda
m.grenda@pws-promedia.pl
tel. +48 22 333 88 02

Z-ca kierownika działu
Wioletta Wiater
w.wiater@pws-promedia.pl
tel. +48 22 333 88 10

Katarzyna Chmal
tel. +48 606 858 767
k.chmal@pws-promedia.pl

Anna Sienkiewicz
tel. +48 22 333 88 06
a.sienkiewicz@pws-promedia.pl

International Sales:
Mirek Kraczkowski
tel. +48 22 401 70 01;
+48 600 344 881
mirek.kraczko@gmail.com

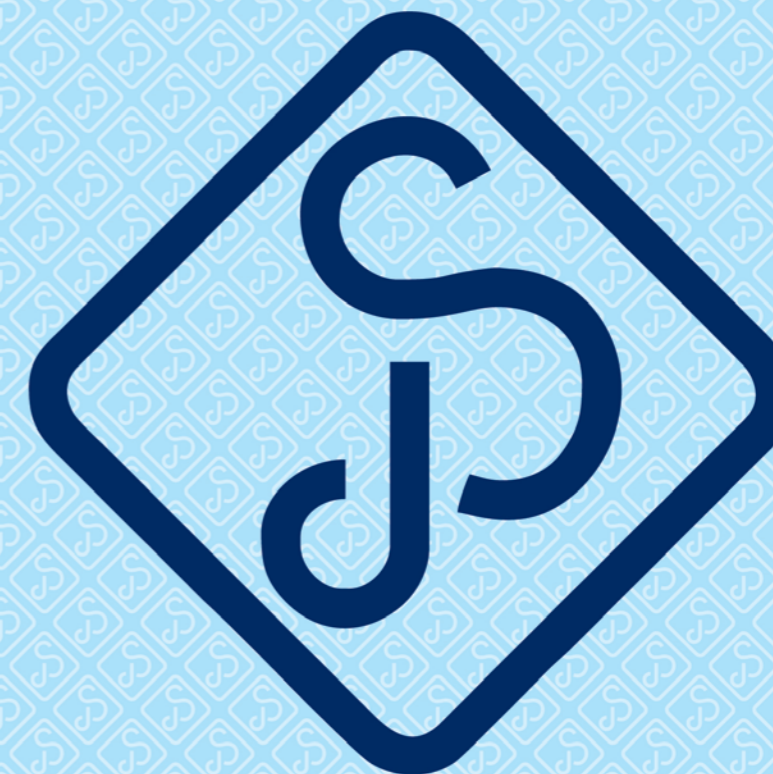
PRENUMERATA I KOLPORTAŻ
Monika Sadowska-Klakus
tel. +48 22 333 88 26
prenumerata@pws-promedia.pl

NAKLAD 3500 EGZ.
Zamówienia na prenumeratę realizują także:

KOLPORTER SP. Z O.O. S.K.A.,
GARMOND PRESS S.A.,

Publikacja jest chroniona przepisami prawa autorskiego. Wykonywanie kserokopii lub powielanie inną metodą oraz rozpowszechnianie bez zgody Wydawcy w całości lub części jest zabronione i podlega odpowiedzialności karnej. Redakcja zastrzega sobie prawo skracania i adiacji tekstów oraz zwrotu materiałów zamówionych, a niezatwierdzonych do druku. Materiałów niezamówionych nie zwracamy. Nie ponosimy odpowiedzialności za treść zamieszczanych reklam.

44 LAT DOŚWIADCZENIA PRODUKCYJNEGO



S T E F A N E K

tel. kom. +48 601 282 400

www.stefanek.biz

biuro@stefanek.biz
Biuro: ul. Sabały 35, 02-174 Warszawa, Poland



BRYKON
ZŁOTO / BRYLANTY

TWOJE
ŹRÓDŁO
ekskluzywnej
bizuterii
i INWESTYCJI
w złoto

Zainwestuj w piękno i wartość z BRYKON!

Jesteśmy rodzinną firmą
z ponad 25-letnim
doświadczeniem w branży
jubilerskiej, gwarantującą
profesjonalne doradztwo
i indywidualne podejście
do każdego klienta.



Precyzja, jakość
i ponadczasowy
styl – wybierz
BRYKON!

Oferujemy
BARDZO
szeroki
asortyment
bizuterii złotej
w próbach
585 i 375,
również
z brylantami
oraz
kamieniami
naturalnymi.

BRYKON S.C.
Aleje Jerozolimskie 96 / p. 13
00-807 Warszawa
NIP: 701 123 01
biuro@brykon.pl
www.brykon.pl
Numery kontaktowe:
Patryk +48 697 879 713
Kevin +48 784 002 007