

Magazyn branży jubilerskiej

POLSKI JUBILER

NR 4-6 (37) lipiec/grudzień 2021 www.polskijubiler.pl

ISSN 1429-3773 INDEKS 38500X CENA 45 ZŁ (w tym 8% VAT)

PANDEMICZNA OBRĄCZKA



Etyczne
złoto



Polska dla artystów



HURTOWNIA ZŁOTEJ BIŻUTERII



Sprzedaż bezpośrednio u klienta
Online: www.gese.pl



ul. Zwycięstwa 8c 15-703 Białystok | E-mail: biuro@gese.pl
Przedstawiciele handlowi: 570 440 674 | 575 017 077
Biuro: 570 440 673 | 575 170 775

Zdjęcie na okładce: Nagroda w konkursie ADA 2021
Sława Tchórzewska

w numerze

lipiec/grudzień 2021

LUdzie BRANŻY

Urzędy probiercze w cieniu pandemii. 5

AKTUALNOŚCI

Warszawa w cieniu targów 9

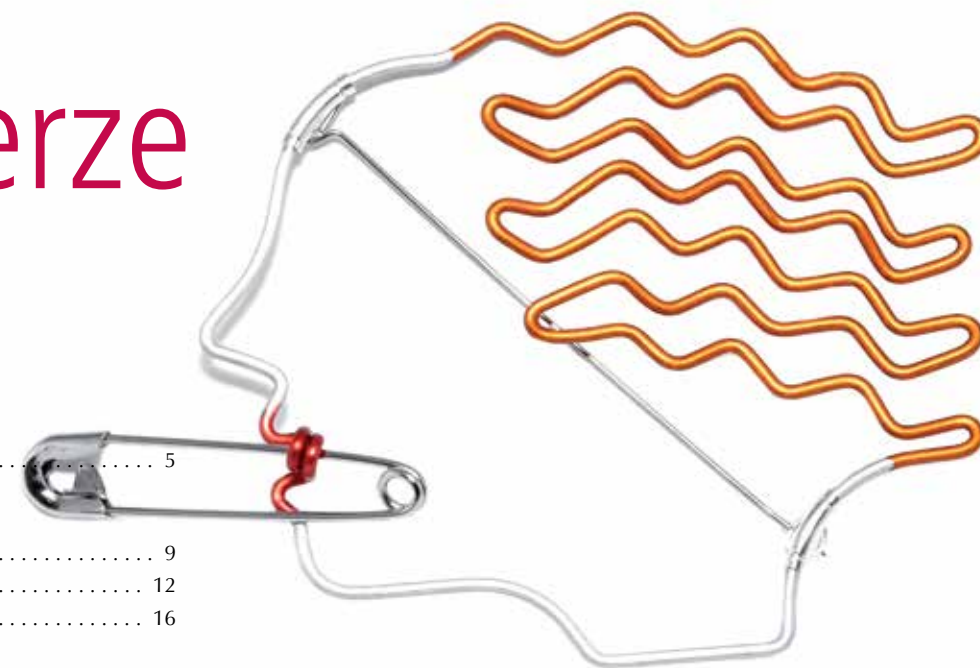
Srebrne pozdrowienia z Legnicy 12

Moim zdaniem... w Muzeum Bursztynu 16

TEMAT NUMERU

Paszport dla kosztowności 18

Klejnoty na rynku wtórnym 20



Ślub w cieniu pandemii. 22

Pierścionek na zaręczyny. 24

DOBRE, BO POLSKIE

Polska musi dbać o artystów. 26

PRODUKT

Srebro w sieci 30

Projekt pod konkretne zamówienie 32

Złoto ekologiczne 34

Pochodzenie kamieni 36

WYSTAWA

Bursztyn jako nagroda. 38

s. 24



Od redakcji

Świat powoli wraca na normalne tory. W salonach jubilerskich pojawiają się klienci, chcący kupić prezent z okazji zbliżającego się świąt Bożego Narodzenia, odbywają się targi jubilerskie i inne spotkania branżowe, jednak nic nie jest tak jak przed wybuchem pandemii. Branża jubilerska bardzo ucierpiała w wyniku pandemii. Z mapy Polski zniknęło wiele sklepów i galerii z biżuterią. Małe firmy jubilerskie nie poradziły sobie z ogromną konkurencją wielkich marek biżuteryjnych. Na sprzedaży biżuterii zyskały przede wszystkim firmy jubilerskie o ugruntowanej pozycji na rynku – artyści, małe firmy jubilerskie – nie skorzystały z możliwości jakie otworzyły się przed nimi w świecie wirtualnym. Branża jubilerska wciąż jeszcze

liczy straty – miejmy nadzieję, że nie będą one znaczące i nadchodzący rok okaże się dla nas wszystkich znacznie lepszy. Przed nami bowiem wielkie wyzwania – jak sprawić, aby branża odzyskała utraconą pozycję. W tym celu należy przeprowadzić konsultacje, spotkać się, porozmawiać, zjednoczyć. Z całą pewnością dobrą okazją do spotkania jest Jubinale Christmas, które pokaże kondycję branży. Mam nadzieję, że świąteczne spotkanie branży jubilerskiej w Krakowie, będzie początkiem nowego, lepszego okresu w dziejach polskiej sztuki złotniczej, czego wszystkim naszym Czytelnikom życzę.

Marta Andrzejczak

Urzędy probiercze w cieniu pandemii

Rozmowa z **Aleksandrą Górkiewicz-Malina**,
Dyrektorem Okręgowego Urzędu Probierczego w Krakowie
i **Marią Magdaleną Ulaczyk**,
Dyrektorem Okręgowego Urzędu Probierczego w Warszawie.



Aleksandra Górkiewicz-Malina



Maria Magdalena Ulaczyk

Kraków, Opole), największych przedsiębiorstw jubilerskich – jest bardzo obciążony dużą liczbą produkowanych masowo wyrobów złotych. Widać to wyraźnie podczas analizy danych statystycznych, a szczególnie patrząc na liczbę wyrobów oznaczanych przy użyciu laserów. Ilustruje to także porównanie dochodów za czynności probiercze, które w Urzędzie w Krakowie i jego wydziałach są wyższe niż w Warszawie.

Warszawski Okręg to z kolei obszar o większej liczbie firm zajmujących się biżuterią srebrną – z gdańskim srebrno-bursztynowym królestwem, na czele.

Można powiedzieć, że gdyby obowiązywała właściwość terytorialna w zakresie zgłoszeń, ich profil w obydwu Urzędach byłby diametralnie różny.

W praktyce brak właściwości terytorialnej powoduje sytuację, w której przedsiębiorca, a właściwie każdy interesant OUP, również osoba prywatna, ma prawo wyboru miejsca zgłoszenia i efekt jest taki, że decyduje o nim często nie lokalizacja firmy, czy adres zamieszkania klienta, a proponowany w konkretnym urzędzie (wydziale) termin realizacji czynności badania i oznaczania.

Polski Jubiler: Skąd klienci wiedzą, w którym urzędzie można to zrobić najszybciej, który jest najmniej obciążony?

Maria Magdalena Ulaczyk: Dzwonią do naszych naczelników, piszą e-maile. Walczą o jak najkrótsze terminy, o każdy dzień, czy nawet godziny. A wiadomo, że od dawna nie ma urzędów, które miałyby mało pracy.

Aleksandra Górkiewicz-Malina: Wszystkie wydziały – zarówno WT w Warszawie i w Krakowie, jak i jednostki zamiejscowe – mają zdecydowanie więcej pracy, niż dawniej, a zatrudnienie u nas nie rośnie, a raczej zmalało. W ostatnich kilku latach odbywała się wymiana pokoleniowa w probiernictwie, dużo osób odeszło na emeryturę, mamy teraz nowych pracowników, którzy są w trakcie szkolenia i musi upłynąć sporo czasu, żeby ich umiejętności i tempo pracy oraz doświadczenie, które jest bardzo istotne w tej pracy, dorównało ich poprzednikom.

Kilka słów tytułem wstępu...

Aleksandra Górkiewicz-Malina i Maria Magdalena Ulaczyk: Jest nam niezmiernie miło, że możemy razem porozmawiać z państwem, bo taki wspólny sygnał z Krakowa i Warszawy pozwala na przedstawienie, w miarę obiektywnie, sytuacji, jaka panuje w administracji probierczej na terytorium całego kraju.

Jak państwo pewnie wiecie, geneza podziału terytorialnego Polski pomiędzy dwa Okręgi probiercze – warszawski i krakowski, sięga czasów zaborów. Okręg krakowski obejmuje obszary Galicji i Prus, a warszawski – obszar zaboru rosyjskiego i Prus Wschodnich. Specyfika tych regionów, tradycja oraz ich gospodarcza odrębność, mają znaczący wpływ na branżę złotniczą i jej profil.

I tak – Okręg krakowski, ze względu na funkcjonowanie na jego terenie, w różnych ośrodkach regionalnych (Poznań,

Czy jest duże zainteresowanie pracą w urzędzie probierczym?

Aleksandra Górkiewicz-Malina: Nie, wprost przeciwnie: nie jest łatwo znaleźć osoby, które chciałyby zatrudnić się w naszych urzędach. A nawet jeśli przystępują do naborów, wycofują się z nich ze względu na nieatrakcyjne propozycje płacowe. Duże wymagania stawiane przy naborach, tj. zdolności manualne, umiejętność rozróżniania barw oraz towarzysząca pracy odpowiedzialność prawna za decyzje i materiałna za powierzone precjoza, są nieadekwatne do możliwości placowych Urzędów.

Maria Magdalena Ulaczyk: A zarobki proponujemy zupełnie niekonkurencyjne. Są przypadki, kiedy cena jednego badanego przedmiotu stanowi wielokrotność pensji pracownika, który wykonuje tę czynność. Aż przykro o tym mówić, szczególnie, że po zmianie tzw. minimalnej płacy w RP, pensja naszego pracownika, takiego nowo zatrudnianego, bez stażu i doświadczenia, będzie bliska tej najniższej płacy.

Aleksandra Górkiewicz-Malina i Maria Magdalena Ulaczyk:

W związku z pandemią w 2021 roku zlikwidowany został fundusz nagród, co dodatkowo pogłębiło problemy kadrowe. Przy naborach tracimy argumenty zachęcające do zatrudnienia w OUP. Przekonujemy kandydatów, że praca jest ciekawa i pozwala na zdobycie wiedzy w bardzo nietypowej, niszowej dziedzinie. To daje efekty, choć trzeba z żalem powiedzieć, że atrakcyjniejsze warunki pracy – przynajmniej pod względem płac i świadczeń socjalnych – oferują supermarkety, nie mówiąc już o korporacjach. Obniżyła się ranga „urzędnika państwowego”, a zapewnienie o stabilności zatrudnienia, ośmiogodzinnym

czasie pracy, nie jest w aktualnej sytuacji na rynku pracy żadnym czynnikiem motywującym.

Czyli sprawy kadrowe to poważny problem urzędów probierczych... A jakie inne bariery utrudniają pracę?

Aleksandra Górkiewicz-Malina i Maria Magdalena Ulaczyk: Wiele dotychczasowych problemów udało się wyeliminować lub złagodzić. W publikacjach i wywiadach sprzed lat zawsze zwracaliśmy uwagę na problemy z wyposażeniem technicznym urzędów, zbyt małą liczbą spektrometrów, potencjometrów i laserów. Narzekaliśmy na warunki lokalowe. Te jeszcze należałoby poprawić, szczególnie uporać się z problemem dostępności, postarać o windy, tam gdzie trzeba się wspinać na wyższe piętra. Za to aparatura badawcza i urządzenia do oznaczania, jakie posiadamy, nie odbiegają od tych, jakie stosuje reszta Europy. Można nawet powiedzieć, że technicznie wyprzedziliśmy wiele krajów, które wcześniej były w czołowie. Takich jak Holandia, Portugalia czy kraje Grupy Wyszehradzkiej. Podkreślić należy, że w Polsce dziesięć wydziałów jest w pełni wyposażonych w specjalistyczną aparaturę badawczą.

Aleksandra Górkiewicz-Malina: Chciałabym zasygnalizować, że Urząd w Krakowie wdrożył nową metodę pomocniczą – pomiar przewodności elektrycznej. Zwiększająca się w ostatnich latach liczba interesantów, którzy zwracają się do urzędów probierczych z zapytaniem, czy zakupili pełnowartościowy wyrób oraz zlecane przez Policję, Prokuraturę i Sądy ekspertyzy, przy wykonywaniu których nie można uszkadzać materiałów dowodowych sprawiły, że tytułem próby, w 2019 roku, zakupiony został przez Okręgowy Urząd Probierczy w Krakowie konduktometr. Przenośny przyrząd do bezinwazyjnych, nieniszczących badań stopów złota, przy użyciu którego nawet poprzez „blistr” można sprawdzić, czy wyrób nie posiada wewnątrz metalu nieszlachetnego. Metoda jest pomocna przy wykrywaniu i eliminacji coraz częściej spotykanych w obrocie fałszerstw sztabek lokacyjnych, monet i medali. W 2021 roku zakupiono kolejne dwa konduktometry do Wydziałów w Poznaniu i Częstochowie. Docelowo, w 2022 roku wszystkie wydziały zamiejscowe będą w ich posiadaniu.

Maria Magdalena Ulaczyk: W Okręgu warszawskim też planujemy zakup konduktometrów. Zastosowanie metody przewodności elektrycznej będzie prawnie usankcjonowane w nowelizowanych przepisach. Wyposażenie mamy coraz lepsze i można stwierdzić, że obecnie problemem polskich urzędów nie jest ich stan techniczny, a brak ludzi do pracy.

Co jeszcze wydłuża terminy realizacji zgłoszeń?

Maria Magdalena Ulaczyk: Ich rodzaj, specyfika. Wielkość i różnorodność partii. Sposób zapakowania i uporządkowania przedmiotów. Wyroby trafia-

ją często w opakowaniach, czasami każda sztuka jest w oddzielnej torebeczce. Trzeba ją wyjąć i włożyć z powrotem podczas badania, potem zrobić to samo podczas oznaczania. Rozumiemy, że zabezpiecza to przed poplątaniem, zmniejsza prawdopodobieństwo ich porysowania i uszkodzenia. Ale bardzo wydłuża czas naszej pracy.

Aleksandra Górkiewicz-Malina: Należy przy tym pamiętać, jak bardzo zmienił się asortyment wyrobów, które do nas trafiają oraz skład stopów z których je wykonano. To nie są tradycyjne, trójskładnikowe stopy. Posiadają dużo nietypowych domieszek, dobranie wzorców do badania metodami nieniszczącymi jest bardzo trudne, a czasami niewykonalne. Ponadto, zauważalna jest różnica w wyrobach produkcji krajowej, z którymi nie ma większego problemu przy badaniu, w porównaniu z wyrobami importowanymi, w których występują bardzo często elementy nie spełniające norm jakościowych wymaganych przez polskie prawo i ich badanie jest zdecydowanie dłuższe.

Nowe technologie wytwarzania wyrobów jubilerskich, takie jak: mokume gane, gold bonded, technika warstwowa lub zastosowanie warstw pośrednich, dostarczają wielu problemów z określeniem próby, gdyż nie wykazują znamion stopu metalu szlachetnego. Idea ich stosowania podyktowana jest wieloma względami: estetycznymi, ekonomicznymi i użytkowymi.

Coraz częściej wytwarzane są również wyroby z elementami konstrukcyjnymi lub dekoracyjnymi z metali nieszlachetnych. To z kolei rodzi problem z ich oznaczeniem, bo w wielu przypadkach bariery prawne nie pozwalają na umieszczenie na nich cech probierczych.

Czasami bardzo trudno jest ustalić, czy uzasadnione było zastosowanie metalu nieszlachetnego ze względów technicznych (konstrukcyjnych), czy aby wytwórca nie użył go zbyt dużo, zwiększając masę wyrobu. Często ma to miejsce w wyrobach pochodzących z Dalekiego Wschodu.

Aleksandra Górkiewicz-Malina i Maria Magdalena Ulaczyk:

Sprawa każdego nietypowego wyrobu, odmiennej konstrukcji, nie dająca się jednoznacznie zinterpretować, jest konsultowana pomiędzy krakowskim i warszawskim urzędem, a podejmowana decyzja przekazywana jest do naszych wydziałów. Chodzi o to, żeby praktyka była spójna, żeby nie było rozbieżności interpretacyjnych. To dodatkowo obciąża urzędy, zabiera dużo czasu.

Jaki wpływ na to wszystko ma panująca pandemia? Czy widać wyraźne różnice w produkcji biżuterii i liczbie zgłoszeń w czasie pandemii?

Aleksandra Górkiewicz-Malina i Maria Magdalena Ulaczyk: Nie jesteśmy specjalistkami od zagadnień rynkowych. Do oceny rynku trzeba dobrego ekonomisty, a i on pewnie miałby problemy, bo to rynek trudny i mało przewidywalny. W związku z panującą epidemią liczba zgłoszeń w całym roku 2020 i pierwszym kwartale 2021 roku utrzymywała się na mniejszym, niż zwykle, poziomie. Przyczyną tego było ogra-

niczenie ruchu granicznego, a nawet czasowe zamknięcie granic, co powodowało mniejszy przywóz wyrobów z innych krajów UE, szczególnie z Włoch oraz drastyczny spadek importu z pozostałych krajów, przede wszystkim z Dalekiego Wschodu. Lokalna produkcja wyrobów z metali szlachetnych zmniejszyła się nieznacznie, ale producenci odczuwali mniejszą dynamikę obrotu. Przyczyniło się do tego czasowe zamknięcie galerii handlowych, w których znajdują się duże salony jubilerskie.

Odwołano kilka krajowych i zagranicznych imprez targowych i wystawienniczych branży jubilerskiej. Były spore zachwiania w grafikach uroczystości kościelnych, takich jak chrzty, komunie, pandemia spowodowała zmniejszenie liczby spotkań służbowych i towarzyskich i poważnie ograniczyła wszelkie kontakty międzyludzkie – w obszarach służbowych i prywatnych. Okresowo spora liczba osób pozostawała bez pracy, wiele branż gospodarczych przeżywało kryzys – co odbiło się na handlu wyrobami z metali szlachetnych.

Obecnie widzimy jednak że negatywne skutki dotychczasowych fal epidemicznych mają już tendencje malejące.

Ile wyrobów jubilerskich trafiło do Państwa w ubiegłym i tym roku? Czy można wskazać różnice w ilości wyprodukowanej biżuterii teraz i przed pandemią?

Maria Magdalena Ulaczyk: Dane statystyczne z urzędów probierczych nie w pełni ilustrują krajowy rynek. Uznawanie w obrocie na terytorium RP cech probierczych innych krajów UE oraz – na zasadzie wzajemności – honorowanie polskich cech w pozostałych państwach członkowskich oznacza, że mamy na rynku wyroby, których nie badano w naszych urzędach. A z kolei do urzędów mogły trafić wyroby przeznaczone na inne rynki.

Aleksandra Górkiewicz-Malina:

Nie można też zapomnieć o wyłączeniu z obowiązku badania i oznaczania wyrobów o małych masach (1 gram w odniesieniu do wyrobów ze stopu złota i 5 gramów w odniesieniu do wyrobów ze stopów srebra), które teoretycznie nie trafiają do naszych urzędów. Teoretycznie, bo wielu przedsiębiorców zgłasza je do nas wiedząc, że wyroby oznaczone

Dane statystyczne przygotowałyśmy w tabelach:

Rok	Wyroby złote (sztuki)	spadek	Wyroby srebrne (sztuki)	spadek
2019	2.487.723		3.083.773	
2020	2.037.953	~20%	1.981.547	~35%

W odniesieniu do roku 2019 roku (przed pandemią), w 2020 roku nastąpił spadek liczby wyrobów ze stopów złota o około 20% i wyrobów ze stopów srebra aż o około 35%. Dane te nie są do końca miarodajne, gdyż nie ma żadnej gwarancji, że wszystkie wyroby wprowadzane do obrotu drogą sprzedaży on-line były oznaczone cechami probierczymi.



FOT. MATERIAŁY PRAŚOWE



Inny obraz ukazują dane statystyczne dotyczące zgłoszeń w III kwartałach bieżącego roku, w odniesieniu do porównywalnego okresu z 2020 roku:

I-III kw.	Wyroby złote (sztuki)	wzrost	Wyroby srebrne (sztuki)	spadek
2020	1.652.418		1.630.758	
2021	2.007.654	~ 21%	1.225.221	~ 25%

Zauważalny jest znaczący wzrost liczby badanych wyrobów ze stopów złota, który może być reakcją na rosnącą inflację. Niepokoi natomiast zwiększający się spadek liczby wyrobów ze srebra i nie znamy jego przyczyny. Może to po prostu zmiana upodobań nabywców.

Znaczna większość sprzedawców biżuterii w czasie pandemii zamieniła sposób funkcjonowania na rynku jubilerskim z tradycyjnej sprzedaż na sprzedaż online. Czy urzędnicy z Urzędu Probierczego mają więcej pracy i jak odbywają się teraz kontrole produktów trafiających na polski rynek jubilerski?

Maria Magdalena Ulaczyk: Kontrolowanie sprzedaży online wymaga kilku zmian prawnych i w tym celu, między innymi, nowelizowana jest ustawa z dnia 1 kwietnia 2011 roku Prawo probiercze. Na razie – od dawna – prowadzimy działalność edukacyjną, apelujemy do właścicieli witryn oraz indywidualnych sprzedawców internetowych o zachowywanie w toku tej sprzedaży wszystkich obowiązujących zasad prawnych.

Domagamy się, żeby wyroby były oznaczone cechami probierczymi i żeby informacja na ten temat była zamieszczona na stronie. Wydaje nam się, że jeśli jest to wprost wyartykułowane, zwiększa się zobowiązanie sprzedawcy i wzmacnia czujność konsumenta.

Mamy świadomość, że nie wszyscy tych zasad przestrzegają, a możliwość sprawdzenia dałby jedynie zakup kontrolowany. Jednak nasze prawo na to nie zezwala i nie przewidziano też wprowadzenia tej instytucji w toku nowelizacji. Największy problem jest z witrynami zagranicznymi, które praktycznie są poza naszym zasięgiem.

Aleksandra Górkiewicz-Malina: Po wybuchu pandemii przez długi czas, ponad rok, w ogóle nie wykonywaliśmy kontroli probierczych. Zostały wznowione późną wiosną bieżącego roku i są miejsca, w których wykrywamy sporo wyrobów nieoznaczonych, ale spodziewaliśmy się większego exodusu wykroczn.

W dziedzinie nadzoru probierczego – inaczej niż w przypadku badania i oznaczanie wyrobów – obowiązuje właściwość terytorialna. Każdy Okręg ma swój obszar kontroli. Przed pandemią wykonywaliśmy łącznie około 800 kontroli rocznie, obecnie jest ich znacznie mniej.

W kontekście bezpieczeństwa obrotu to nie jest dobre zjawisko, ale epidemia zmieniła hierarchię priorytetów. Najważniejsze jest zachowanie wymogów zdrowotnych i za chwilę, ze względu na nasilenie czwartej fali, może pojawić się konieczność ponownego zawieszenia kontroli.

Wstrzymano się na razie z korzystaniem przy przeprowadzaniu kontroli z przenośnego spektrometru fluorescencji rentgenowskiej, którego zadaniem ma być sprawdzenie orientacyjnej próby w wyrobach zwolnionych z obowiązku badania i oznaczania w urzędach probierczych.

Mamy świadomość, że wiele podmiotów prowadzących obrót wyrobami z metali szlachetnych funkcjonuje na zasadach pośrednictwa i swoim dostawcom „wierzy na słowo” mając informacje o próbie zakupionych wyrobów. Tymczasem często się zdarza, że wyroby zwolnione z obowiązku badania i oznaczania nie spełniają najniższej, wymaganej dla danego metalu szlachetnego próby lub są wykonane z metalu nieszlachetnego.

Aleksandra Górkiewicz-Malina i Maria Magdalena Ulaczyk:

Na koniec, korzystając z tego, że wchodzimy niebawem w okres Świąt, życzymy naszym Klientom oraz wszystkim Przedsiębiorcom branży jubilerskiej – dużo zdrowia, pomyślnego rozwoju firm, dobrej sprzedaży. Nie chcemy, żeby współpraca z urzędami probierczymi była dla Państwa uciążliwą barierą. Podejmujemy stale działania w kierunku zwiększenia zatrudnienia i mamy nadzieję że Nowy Rok przyniesie poprawę w tym zakresie. Ale przede wszystkim – życzymy Państwu i naszym Pracownikom oraz sobie – żeby nie był to kolejny rok pandemii. Jesteśmy wszyscy tak bardzo nią zmęczeni i pora już na to, żeby mówić o niej w czasie przeszłym. 4

Dziękuję za rozmowę

FOT: MATERIAŁY PRASOWE

Warszawa w cieniu targów

Od 30 września do 2 października odbywały się w Warszawie targi jubilerskie GOLDEXPO 2021. W tym roku podczas targów złotniczo-jubilerskich swoje stosiki zaprezentowało 176 wystawców a organizatorzy wydali 5655 identyfikatorów uprawniających do wstępu na imprezę.

KONKURS BURSZTYNOWE RZEMIOSŁO 2021

Podczas targów GOLDEXPO Warszawa 2021 miało miejsce wręczenie nagród konkursu „Bursztynowe Rzemiosło 2021”, organizowanego przez Komisję Branżową Złotników Jubilerów przy Pomorskiej Izbie Rzemieślniczej Małych i Średnich Przedsiębiorstw. Konkurs został zorganizowany po raz 18. Ta ciekawa inicjatywa konkursowa powstała w gronie rzemieślników złotników, którzy cenią jakość, profesjonalizm, artyzm i fachowość w sztuce złotniczej. Złotnictwo to jedna z najstarszych



dziedzin zawodowych rzemiosła, a ich wyroby to często dzieła sztuki. Konkurs „Bursztynowe Rzemiosło” ma za zadanie promocję umiejętności osób posiadających kwalifikacje czeladnicze i mistrzowskie, od wielu lat wykonujących ten zawód (seniorzy), oraz młodych ludzi uczących się złotnictwa lub dopiero rozpoczynających pracę w zawodzie (juniorów). W pracy złotników zmieniają się technologie, surowce, metody wykonywania wyrobów, ale niezmiennie, na pierwszym miejscu pozostają umiejętności manualne i zmysł artystyczny. Udział w konkursie to swego rodzaju wyzwanie, oraz możliwość pokazania umiejętności autora pracy i ich oceny w gronie znawców tego zawodu. Tematem konkursu w tym roku były „Bursztynowe inspiracje –

biżuteria”. Komisja w kategorii Juniorzy, postanowiła I miejsce przyznać za pracę „Przystań na bursztynowym wzgórzu” - autor pracy Pani Jagna Ciesielska, II miejsce za pracę „Sunflower” przyznano panu Wojciechowi Łuckiewicz, III miejsce za pracę „Skarb północy” otrzymała Pani Izabela Smejda. Wyróżnienie otrzymali: Weronika Zarębska za pracę „Szlak bursztynowy”, Artur Radkowski – „Dziewczyna z bursztynem”. Natomiast w kategorii seniorzy: I miejsce przyznano za pracę „Wkręcony” - autor Pan Jacek Ostrowski, II miejsce za pracę „Piękno i delikatność” przyznano Panu Bohdanowi Hołub, III miejsce za pracę „Po drugiej stronie lustra wody...” otrzymał Pan Krzysztof Konrad Bondaruk.

PREMIERA ZEGARKA

Dużym wydarzeniem w trakcie targów GOLDEXPO Warszawa 2021 była premiera zegarka „TYBUR”, stworzonego przez Marcina Tyburę – zawodnika mieszanych sztuk walki oraz firmę Vostok Europe. Prezentacja odbyła się podczas pierwszego dnia targów tj. 30.09.2021, prowadzona była przez samego Marcina Tyburę oraz przez nieocenionego komentatora sportowego Mateusza Borka. Po oficjalnej części wydarzenia, szczęśliwcy mogli otrzymać autograf Marcina Tybura na plakacie z wizerunkiem zawodnika, jak również zrobić zdjęcie z samym mistrzem. 4

FOT: MATERIAŁY PRASOWE

Szybka i precyzyjna analiza składu złota

Cena złota stale rośnie. Te historycznie wysokie ceny są szczególnie istotne dla skupów, ponieważ nabywca ma zwykle tylko kilka minut na oszacowanie wartości kupowanych przedmiotów, a pomyłka może być bardzo kosztowna w skutkach. W wielu miejscach nadal można spotkać pomiar na kamieniu probierczym, ale przy dzisiejszym zróżnicowaniu stopów jest on obarczony dużym ryzykiem.

Czy kamień probierczy można zastąpić inną metodą – tak by pracownik po krótkim przeszkoleniu mógł wykonywać wiarygodne pomiary o dokładności zbliżonej do metody ogniowej?

Typowe metody badania składu

Oprócz samej masy skupowanej obrączki, istotne jest, ile jest w niej złota. Odwiedzając Urząd Probierczy dowiemy się, że określić zawartość złota możemy na co najmniej trzy sposoby. Najpewniejszą metodą będzie „wypróbowanie w ogniu” czyli **metoda kupelacyjna**, ale potrzebna będzie precyzyjna waga, piec, odczynniki i ktoś z dużym doświadczeniem. Wadami tego rozwiązania są koszty, czas i konieczność zniszczenia badanej próbki. Drugą uznaną metodą jest wspomniany wcześniej **kamień probierczy**. Pomiar jest stosunkowo szybki, ale potrzeba wielu iglic o zróżnicowanym składzie a mimo posiadania dużego doświadczenia można przeszacować zawartość złota. Trzecim sposobem jest **spektrometr XRF**. Tutaj w odróżnieniu od pozostałych metod, umiejętności techniczne i doświadczenie nie są najważniejsze. Próbkę należy umieścić na okienku pomiarowym, nacisnąć start i pozwolić działać prawom fizyki a minutę później można po prostu odczytać zawartość złota i innych cennych pierwiastków, o których czasami się zapomina.

X-ray – pewnie i szybko

Łatwość obsługi i jakość spektrometrów XRF firmy FISCHER doceniają na co dzień urzędy probiercze na całym świecie, w szczególności w Wielkiej Brytanii, Szwajcarii i Polsce, a także producenci wyrobów jubilerskich oraz skupcy. Metoda fluorescencji rentgenowskiej (XRF) oferuje nieniszczącą szybką analizę składu i grubości powłoki na biżuterii, zegarkach i innych produktach z metali szlachetnych.

Obecnie przy małej dostępności metali szlachetnych ich ceny są wyjątkowo wysokie przez co inwestycja w wiarygodne urządzenie pomiarowe w firmach zajmujących się skupem zwraca się szybciej niż kiedykolwiek dotąd.



ITA spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp. k.
ul. Poznańska 104, Skórzewo | 60-185 Poznań
t: +48 61 222 58 00
e: info@ita-polska.com.pl | www.ita-polska.com.pl

fischer®

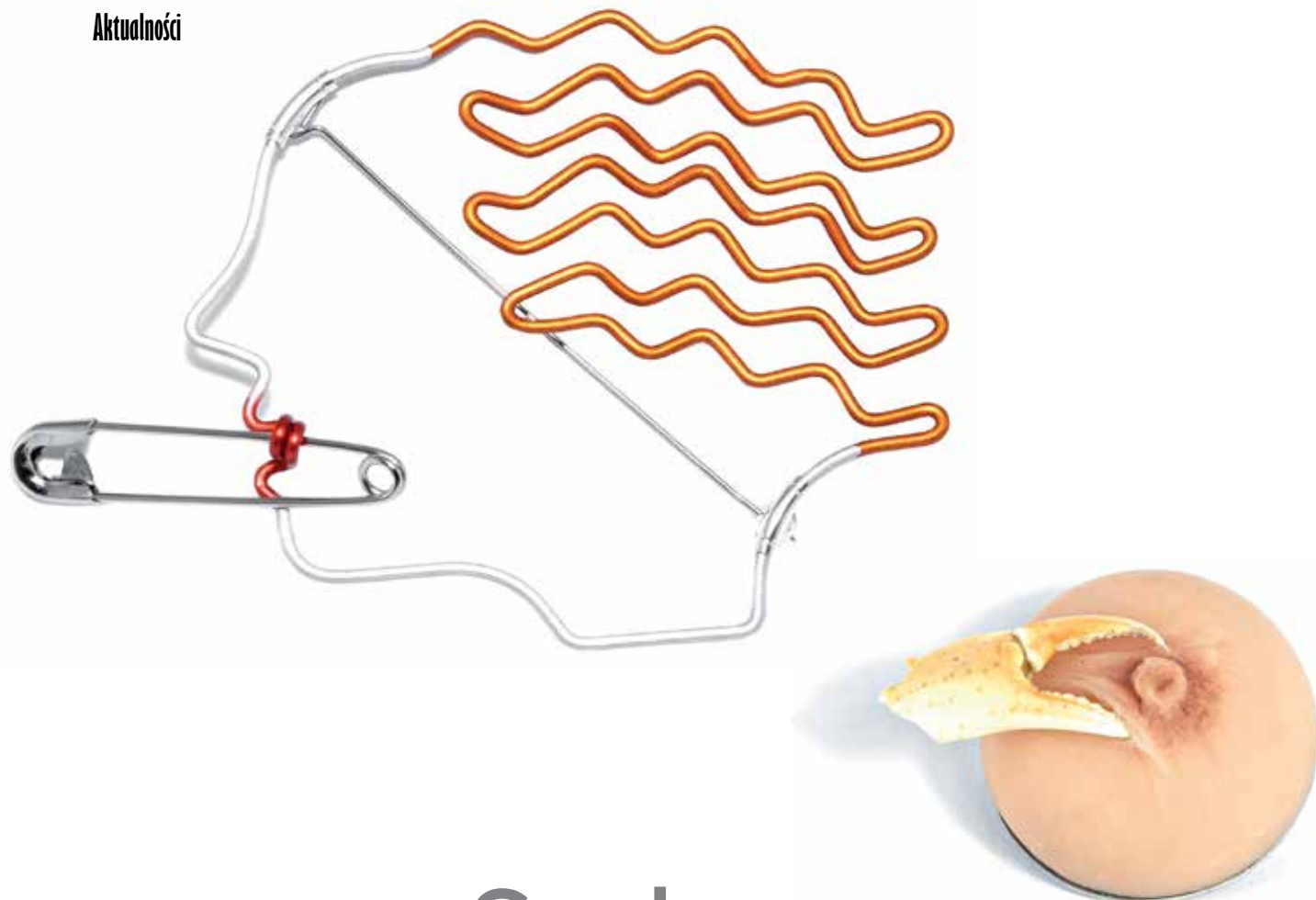
PRECYZYJNA I SZYBKA ANALIZA SKŁADU METALI SZLACHETNYCH

- » Spektrometr fluorescencji rentgenowskiej ED-XRF zaprojektowany dla branży złotniczej
- » Nieniszcząca analiza składu pierwiastkowego stopów metali szlachetnych
- » Pomiar grubości powłok złotych i rodowych
- » Wiarygodny wynik w ciągu kilkadziesiąt sekund
- » Najnowszy procesor sygnałowy DPP+ wraz z detektorem SDD o wysokiej rozdzielczości



ITA spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k.
ul. Poznańska 104, Skórzewo, 60-185 Poznań
tel.: +48 61 222 58 00
e-mail: info@ita-polska.com.pl

www.ita-polska.com.pl



Srebrne pozdrowienie z Legnicy

Przełom roku, znana z Legnickiego Festiwalu SREBRO tamtejsza galeria sztuki, akcentuje wystawą pt. „Głos kobiet”. Jej premierowy pokaz miał miejsce w poznańskiej Galerii YES, która jest pomysłodawcą i organizatorem projektu, oddającym pole do popisu – przysłowiowy głos – kobietom-twórczyniom biżuterii.

Wystawa prezentuje blisko 200 prac autorstwa około 80 artystek.

KOBIECY GŁOS W BIŻUTERII

To pokaz biżuterii autorskiej prezentujący wyłącznie kobiece punkt widzenia, opowiadający o kobietach, przez nie zrealizowany i im dedykowany. Ekspozycja jest z jednej strony pretekstem do debaty na temat kobiecego designu, a z drugiej zbiorem intymnych opowieści o ciele, macierzyństwie, potrzebach i pasjach, oraz o ich przeżywaniu w obecnych realiach społeczno-politycznych. To także refleksje o femini-

zmie, którego duch wyczuwalny jest w pracach polskich złotniczek. Stąd wystawa gromadzi nie tylko prace sprowokowane ostatnimi wydarzeniami społecznymi, ze strajkiem kobiet na czele, w których czuły się one uciszane, pomijane i traktowane przedmiotowo, ale i takie, które powstały dawno, w zaciśniętym spatriarchizowanym uczelni, pracowni, spółdzielni i cechów rzemiosł, życia publicznego, itp. Dlatego nie zabrakło na niej obiektów autorstwa nieżyjących już polskich pionerek sztuki złotniczej: Jadwigi Zaremskiej (tworzącej wspólnie z mężem Jerzym) czy Leny Kowalewicz-Wegner – pedagogi i inicjatorki powstania łódzkiej Pracowni Drobnych

FOT: 01 ALICJA IWANŃSKA

Form (obecnie Katedra Biżuterii), pozostającej do dziś najważniejszym ośrodkiem akademickiego kształcenia artystek i artystów złotników w kraju.

OTWARCIE JUŻ W STYCZNIU

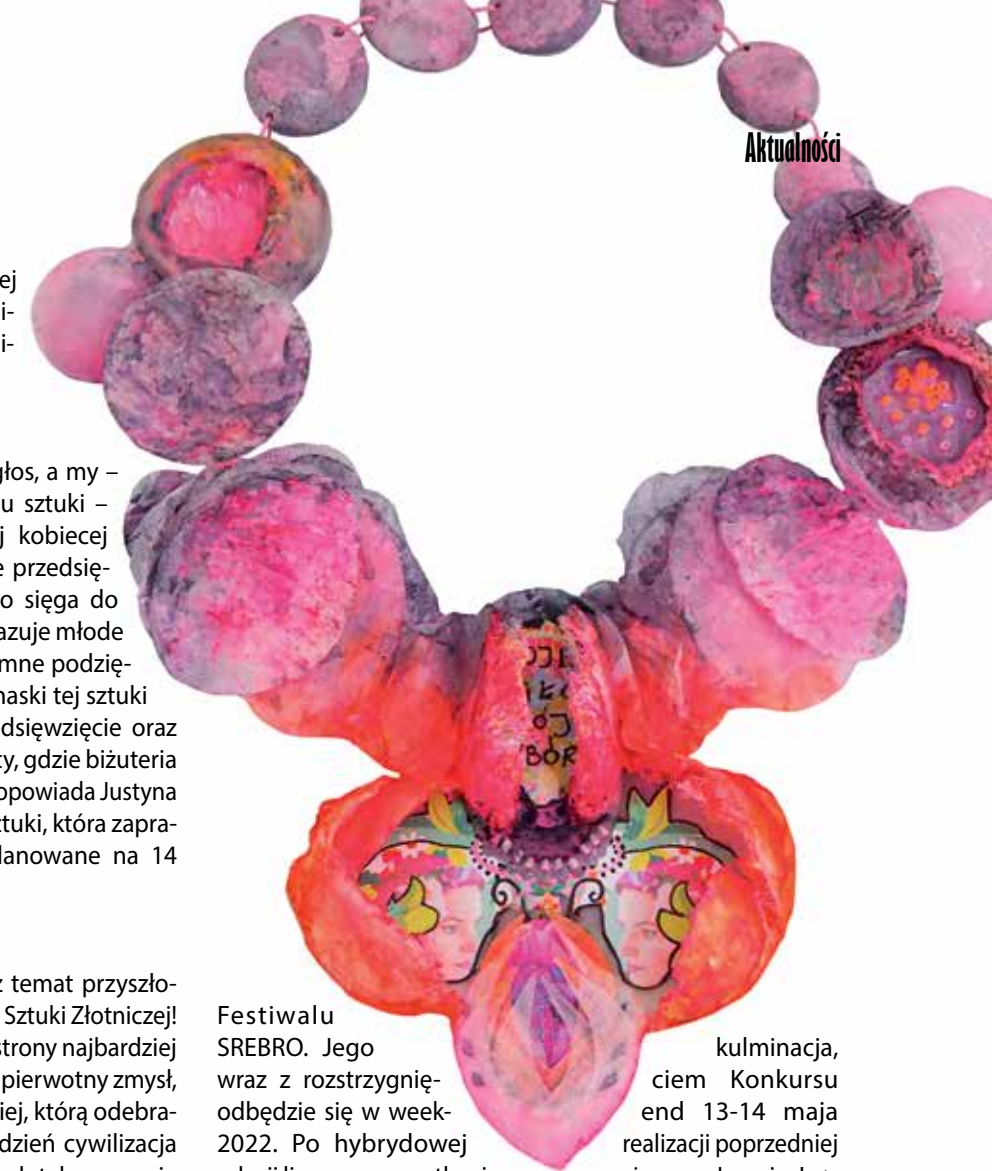
„To projekt, w którym kobiety odzyskują głos, a my – jako odbiorczynie i odbiorcy tego rodzaju sztuki – zyskujemy wspaniałą panoramę polskiej kobiecej sztuki biżuteryjnej. To wspaniałe, ambitne przedsięwzięcie i udana realizacja, która nie tylko sięga do historii polskiej biżuterii autorskiej, ale i ukazuje młode pokolenie twórczyń. Za to należą się ogromne podziękowania dla najważniejszej polskiej mecenasce tej sztuki – Marii Magdaleny Kwiatkiewicz, za przedsięwzięcie oraz propozycję przeniesienia pokazu do Legnicy, gdzie biżuteria wybrzmiewa szczególnie na mapie Polski” – opowiada Justyna Teodorczyk, dyrektorka legnickiej galerii sztuki, która zaprasza na uroczyste otwarcie wystawy zaplanowane na 14 stycznia 2022 r.

DOTYK/TOUCH

Jakie jeszcze wieści z Legnicy? Znamy już temat przyszłorocznego 30. Międzynarodowego Konkursu Sztuki Złotniczej! Brzmi ono: dotyk/touch. „Dotyk to z jednej strony najbardziej oczywista właściwość biżuterii, najbardziej pierwotny zmysł, a z drugiej – podstawa relacji międzyludzkiej, którą odebrała nam pandemia, a także odbiera na co dzień cywilizacja technologiczna. Jesteśmy ciekawi, jak o dotyku opowie biżuteria i jej twórcy” – komentują organizatorzy Legnickiego

Festiwalu SREBRO. Jego wraz z rozstrzygnięciem Konkursu odbędzie się w weekend 13-14 maja na żywo w Legnicy! < edycji liczymy na spotkanie

kulminacją, ciem Konkursu end 13-14 maja realizacji poprzedniej na żywo w Legnicy! < Mat.Gsz.





BC6768FB



BC6762



BC6760FB



BC6766F



CM452126



NO4702



NO4701



CM453140



CM185672



BC6755



NO608



CM453071



BC6764



NO627



CM452997



CM271671



VL51067S1



VL51065SCOL



CM453506



VL81289PL

Sovrani
POLAND

upominki
pełne miłości

sovrani.pl

- Najszersza oferta na rynku
- Ponad 4800 wyjątkowych produktów
- Ekspresowa obsługa
- Bezpłatna dostawa przy zamówieniu powyżej 500 zł

Sovrani

SOVRANI POLAND
ul. Rzemieślnicza 10
20-716 Lublin

tel. 81 741 20 14,
kom. +48 667 447 677
info@sovrani.pl
www.sovrani.pl

MOIM ZDANIEM... w Muzeum Bursztynu

Trochę czasu upłynęło od ostatnich informacji publikowanych na łamach Polskiego Jubilera, a dotyczących kolejnych wydarzeń związanych z projektem „Moim zdaniem... Wystawa biżuterii z komunikatem”. Czas nadrobić zaległości.

Czas pandemii zweryfikował nasze plany. Wstępne rozmowy dotyczące kolejnych spotkań z publicznością utknęły w marcu zeszłego roku. Lockdown szczególnie zmienił zagraniczne pomysły wystawiennicze. Choć chcieliśmy, nie odbyły się spotkania w Wiedniu, Berlinie, Lizbonie, przepadły wstępne holenderskie zamierzenia, nawet nie ruszyliśmy w kierunku Barcelony. Plany wystaw w Szczecinie, Płocku, Malborku i Krakowie też nie wyszły poza nasze chęci lub wstępne ustalenia. Cóż, tak bywa. Ale, wbrew wszystkim niemożnościom i maseczkom podczas wernisaży, udało nam się przeprowadzić kilka znaczących działań w polskich muzeach. Udało się wystawę w Muzeum Okręgowym w Koninie (wspaniale zostaliśmy przyjęci przez p. dyrektorkę Elżbietę Barszcz i nieocenioną Małgorzatę Szuman-Gorczykę oraz całą załogę muzeum), w Muzeum Ziemi Lubuskiej w Zielonej Górze (wspominamy ciepłe przyjęcie dyrektora Leszka Kani, który świeżo rozbudowane sale muzeum przeznaczył właśnie na nasz projekt), podczas krakowskich Targów Jubinale (okazuje się, że można wszystko zorganizować w niemożliwie krótkim czasie), oraz w Muzeum Bursztynu w Gdańsku (uff, to chyba najmocniejszy akcent tego projektu: ponad półroczna wystawa w fenomenalnej przestrzeni, którą autorom biżuterii z komunikatem udostępnił p. Waldemar Ossowski, dyrektor Muzeum Gdańska oraz szefowa/kierowniczka Muzeum Bursztynu, p. Renata Adamowicz, i to

już w dniu otwarcia nowej siedziby w Wielkim Młynie) – niech będą argumentem, że chcąc działać razem, w zgodzie i z przyjaciółmi, można zorganizować naprawdę dużo. O poprzednich wystawach na łamach Polskiego Jubilera informowaliśmy wcześniej. Kogo informacje ominęły, zapraszam na stronę www.moimzdaniem.info oraz do poprzednich numerów Polskiego Jubilera. O wystawie w Gdańsku, aktualnie czynnej, chciałbym napisać więcej.

CZAS NA FINAŁ

Każdy projekt ma swój początek i koniec. Wystawa w Gdańsku kończy czas oświadczeń, manifestów, emocji i bardzo osobistych opowieści. Czas komunikatów wyrażanych przez artystów i projektantów, którzy zdecydowali, że właśnie poprzez formę złotniczą chcą zwrócić się do publiczności. Poczekać na ich reakcję. I ją otrzymać. To olbrzymi sukces nas wszystkich, możliwy wyłącznie dzięki uczestnikom. Rozpoczęliśmy ten projekt nieśmiało, miał trwać tylko rok, może nieco dłużej. A zrobili się z tego cztery lata wspaniałej złotniczej przygody. Spotkały się w jednej przestrzeni prace wykonane na sześciu kontynentach. Ponad stu trzydziestu autorów, emanujących mnóstwem energii, mocnych narracji, o nieprawdopodobnej dawce informacji, będącej dla publiczności wręcz zobowiązaniem do myślenia. O nas samych. Czas na finał. Zaproszenie do wystawy w Gdańsku było ostatnim. Celem projektu, od samego początku, było

udokumentowanie zdań Autorów w trwałej formie, czyli albumie. W założeniu album ma stać się wydawnictwem dokumentującym efekt tego, prawdę mówiąc, eksperymentu złotniczego, sytuującego się na granicach sztuki, sztuki złotniczej oraz socjologicznych aspektów formułowania komunikatu. Udało się to, w opinii organizatorów oraz odwiedzających wystawę, nad podziw dobrze. Obecni w projekcie zaznaczyli się w trwałej, trójwymiarowej i jakże różnorodnej wypowiedzi. Nieobecni artyści malkontenci / krytykanci, którzy nie potrafili zrozumieć idei „Moim zdaniem...” dodali nam tylko energii do kontynuowania projektu. Tym, którzy nie zdążyli, warto powiedzieć, że przecież to nie pierwszy i nie ostatni taki pomysł. Ważne, aby nie mówić tylko do siebie i artystycznych „elit”. Więc... ruszamy, aby finał miał swój czas i miejsce.

PRACE NAD ALBUMEM

Rozpoczęliśmy z Markiem Nowaczykiem intensywne prace przy redakcji albumu. Wiemy, że to wielkie zadanie. Wspaniale wspierają nas przyjaciele i uczestnicy projektu, ale też wiemy, że drukowana synteza tych wydarzeń i obrazów nie będzie łatwa. Jednak – zrobimy to. Podczas kolejnych pokazów okazało się, i to już podczas trzeciej wystawy (w Galerii Stowarzyszenia Bursztynników), że nadsyłane prace gromadzą się według coraz bardziej określonych haseł/punktów tematów/idei. Wielkim doświadczeniem była dla nas aranżacja

kolejnych wystaw. Ewoluowała idea stworzenia pewnego rodzaju opowieści, a raczej redakcji tej, która samistnie powstawała w czasie, gdy dołączały kolejne osoby i prace. Z czasem tytuł jednej z nich, autorstwa Marka Nałęcz-Nieniewskiego („Każdy z nas jest inny”), stał się mottem rozpoczynającym i łączącym kolejne tematy. Podczas aranżacji ostatniej wystawy, przed rozpoczęciem prac nad albumem, dotarliśmy chyba do ostatecznej wersji opowieści. Teraz – czas na układanie zdjęć, pisanie, docieranie szczegółów. No i czas na poszukiwanie środków, które są konieczne, aby album opuścił hale drukarni. Jesteśmy dobrej myśli, razem ze sprawdzonymi przyjaciółmi czynimy starania, aby wspaniała praca uczestników została godnie podsumowana.

SPOTKANIE W GDAŃSKU

Na koniec napiszę jeszcze kilka słów o gdańskim spotkaniu. Ta wystawa będzie z pewnością rekordzistą pod względem frekwencji. Latem Muzeum Bursztynu sprzedawało ponad 1000 biletów dziennie, a niemal każdy wchodzący po pierwsze zwiedzał naszą wystawę (sala wystaw czasowych jest na parterze). Dopiero później, na kolejnych piętrach, odwiedzający mogli zobaczyć wspaniałą kolekcję bursztynów. W pierwszych dniach po otwarciu odwiedzający nie tylko zwiedzali sale, ale również nie stronili od licznych komentarzy w popularnych w Gdańsku mediach internetowych. Zainteresowanie okazała także m.in. redakcja TVP INFO Gdańsk. Ten wielogłos, często na granicy logiki, wbrew faktom i samej wystawie (coż, czy można ocenić wystawę komentując tylko wybrane prace?) przyczynił się do prawdziwego „najazdu” chętnych, aby na własne oczy zobaczyć te „niegodziwości”. Zapas kropeczek, mający wystarczyć na cały czas trwania ekspozycji, został zużyty w ciągu kilku dni. Niektórych prac już prawie nie widać. A „kropkowa” dyskusja była tak zacięta, że czerwone i zielone znaki były w kilku warstwach przyklejane tak, aby zasłonić poprzedni kolor. Cóż, chyba nawiązaliśmy „żywy kontakt

z publicznością. W Gdańsku do projektu dołączyło „gościnnie” kilka prac, które uczestniczą równolegle w wystawie zorganizowanej przez poznańską Galerię YES pt. „Głos Kobiet” oraz prace z międzynarodowego konkursu pt. „Wciąż człowiek”, przesłane przez Galerię Sztuki w Legnicy. Stało się tak

na zaproszenie organizatorów, za zgodą ww. galerii i oczywiście samych autorów. Wystawa będzie trwała do końca stycznia 2022 roku. Zapraszamy. Bo kolejny pokaz, już „zaweckowany” projektu, planowany jest dopiero latem. 4

Mariusz Pajączkowski



Paszport dla kosztowności

Sprzedaż biżuterii wykonanej ze złota i kamieni szlachetnych rośnie. W III kwartale 2021 klienci na całym świecie kupili 433 ton złota w biżuterii. Jak możemy przeczytać w raporcie Światowej Rady Złota, oznacza to wzrost o 33 proc. względem analogicznego okresu w roku ubiegłym. Te informacje mogą cieszyć i napawać optymizmem polską branżę biżuteryjną. Klienci na całym świecie inwestują w złoto, zarówno w sztabki i monety, jak i biżuterię. Analitycy Światowej Rady Złota podkreślają, że rosnąca inflacja, przyczyni się do wzrost sprzedaży kruszców oraz wykonanej z nich biżuterii.

Biżuteria ze złota i kamieni szlachetnych cieszy się dużym zainteresowaniem klientów na całym świecie i co warto odnotowania klienci poszukują jej przede wszystkim za pośrednictwem platform internetowych. Nie ma znaczenia dla nich kraj pochodzenia kosztowności, chcą posiadać pełnowartościową biżuterię wykonaną z należytą precyzją.

SZTABKA CZY BIŻUTERIA

Zarówno społeczność międzynarodowa jak i nasi rodzeni nabywcy szukają biżuterii, która z jednej strony jest piękna, z drugiej jest lokatą kapitału. Dlatego też tak ważne jest wyposażanie oferowanych w sieci kosztowności w certyfikaty świadczące o jej jakości. Nikt w dzisiejszych czasach nie kupi biżuterii ze złota i kamieni szlachetnych nie mając pewności, że informacje podane przez sprzedawcę są prawdziwe. Sprzedawcy biżuterii muszą więc dokładać wszelkich starań, aby biżuteria bez nich oferowa-

Społeczność międzynarodowa zainteresowana jest kupnem biżuterii wysokiej jakości, która traktowana jest jako lokata kapitału

na miała certyfikat. – W dzisiejszych czasach można mówić o paszportach dla biżuterii – mówi Marek Nowotnik, ekonomista WSBiA. – Drogocenne klejnoty traktowane są jako lokata kapitału i muszą mieć papiery, które świadczą o jej autentyczności. Klienci na całym świecie, chcą mieć pewność, że w sytuacji gdy będą zmuszeni sprzedać biżuterię zrobią to bez żadnej straty – dodaje. Jak wynika z danych opublikowanych przez Światową Radę Złota rynek złota jest stabilny a ceny złota i kamieni szlachetnych rosną i będą rosły ze względu na zmieniającą się sytuację ekonomiczną na całym świecie. Złoto daje inwe-

storom pewność, że ich pieniądze są bezpieczne. Stąd tak wielkie zainteresowanie złotem inwestycyjnym. Jednak nie inaczej wygląda sytuacja na rynku biżuterii. Inwestorzy, którym zależy na posiadaniu swoich dóbr w zasięgu ręki, inwestują w biżuterię. – Inwestycja w złoto to w obecnych czasach pewna lokata kapitału, nie tylko nie trzeba obawiać się, że starty, ale inwestując w złoto, można liczyć na zysk – mówi Marek Nowotnik. – Zakup sztabki czy monety bulionowej wybierają ci, którzy chcą mieć pewność, że w każdej chwili będą mogli spieniężyć zakup, natomiast na zakup biżuterii decydują się osoby, które chcą mieć kosztowności w domu, ale w razie kłopotów finansowych będą w stanie poczekać nieco dłużej na finalizowanie sprzedaży – dodaje. Kupno biżuterii wiąże się bowiem z koniecznością oczekiwania na sprzedaż zakupionej biżuterii bez straty. Niemniej co raz więcej klientów decyduje się na jej zakup.

FOT. YES, MATERIAŁY PRASOWE

INWESTYCJA W BIŻUTERIĘ

Klientom decydującym się na zakup biżuterii jako lokaty kapitału zależy przede wszystkim na jakości kruszce i kamieni szlachetnych. Mniejszą uwagę zwracają na walory estetyczne produktu, chcą bowiem posiadać przedmiot wartościowy. Tę tendencję można zaobserwować przyglądając się ofercie sprzedawców biżuterii diamentowej. Wyroby przez nich oferowane to przede wszystkim naszyjniki, kolczyki i pierścionki, w których wyeksponowany jest diament. Waga i jakość kamienia zależy tylko od możliwości nabywczych klientów. – Klienci chcą mieć biżuterię wysokiej jakości, nie kupują jej w prezencie dla najbliższych, ale traktują jako inwestycję, zabezpieczenie finansowe, co sprawia, że wybierają najdroższe wyroby jubilerskie i zwracają uwagę na certyfikat. Często także chcą mieć pewność, że będą mieli możliwość odsprzedaży zakupionego wyrobu jubilerskiego – mówi Marian Klejstowski, sprzedawca biżuterii diamentowej. – Można powiedzieć, że liczy się dla nich waga i jakość diamentu, a wyrób jubilerski traktowany jest przez nich jak platforma do ich przenoszenia, co sprawia, że najlepiej sprzedaje się biżuteria najdroższa – dodaje. A im więcej niepokojów w gospodarce, tym więcej klientów udaje się do jubilera po zakup biżuterii diamentowej. – Rosnąca inflacja sprawia, że kupno biżuterii z diamentami staje się strzałem w dziesiątkę, klient z całą pewnością nie straci na

zakupie a może sporo zyskać – dodaje. Warto zauważyć, że tego typu wyrobami zainteresowani są przede wszystkim najbogatsi klienci. – W ostatnim czasie widzimy zwiększone zainteresowanie klejnotami wśród obcokrajowców mieszkających i pracujących w Polsce – mówi Marian Klejstowski. – Biżuterię łatwo przewieźć a jej cena nie jest uzależniona od kursów waluty czy polityki wewnętrznej żadnego z państw. Moim zdaniem

dawców – mówi Marian Klejstowski. – Nie chcą kupować kota w worku, ani martwić się, że ich zakup okaże się oszustwem, gdyż inwestują zbyt duże pieniądze, aby zdać się na przypadek. Zupełnie inaczej zachowują się klienci kupujący drobny wyrób jubilerski, ci chętniej wybierają platformę sprzedaży i oczekują przesłania certyfikatu świadczącego o zakupionym produkcie – dodaje. Im droższa biżuteria tym częściej kupowana jest ona w trady-

Każdy wyrób jubilerski musi certyfikat potwierdzający jakość kamieni umieszczonej w wyrobie, źródło jego pochodzenia oraz jego wagę. Biżuteria bez certyfikatu wydanego przez wiarygodną organizację wprowadzającą do obrotu kamienie i metale szlachetne nie jest kupowana przez klientów

można spodziewać się, że w najbliższej przyszłości sprzedaż biżuterii diamentowej będzie rosła i rynek jubilerski nie ma powodów do obawy o swoją przyszłość – dodaje.

SPRZEDAŻ W TRADYCYJNYM SALONIE

Biżuteria diamentowa najwyższej jakości zazwyczaj sprzedawana jest w tradycyjny sposób. Klienci chcą mieć możliwość zobaczenia kamieni, zbadania ich, obejrzenia certyfikatów na miejscu zakupu i wybierają sprawdzony sprze-

czynnych salonach biżuteryjnych. Musi być ona wyposażona w certyfikat renomowanej organizacji wprowadzającej do obrotu kamienie szlachetne. Jak podkreślają sprzedawcy biżuterii skończyły się czasy, gdy za jakość wyrobu jubilerskiego świadczyła dana marka jubilerska. – Certyfikaty wydane przez sklepy jubilerskie są bezwartościowe, klienci żądają dokumentu poświadczającego przez międzynarodowe organizacje badające kamienie szlachetne. To daje pewność, że zakupiona biżuteria jest pełnowartościowa – mówi Marian Klejstowski. 4



Klejnoty na rynku wtórnym

Sytuacja na światowych rynkach gospodarczych nie napawa optymizmem, dlatego też **wiele osób decyduje się na spieniężenie posiadanych wyrobów jubilerskich**. Większość udaje się w tym celu do lombardów lub salonów jubilerskich, inni sprzedają posiadaną przez siebie biżuterię na platformach sprzedażowych w sieci internetowej, a niewielka część posiadaczy luksusowej biżuterii wystawia ją na sprzedaż w domach aukcyjnych.

Niestabilna sytuacja gospodarcza sprawiła, że w Polsce rozkwitł biżuteryjny rynek wtórny. Zjawisko to przez większość analityków branży jubilerskiej oceniane jest jako pozytywne, jednak niesie ono ze sobą także zagrożenie dla branży biżuteryjnej.

TANIE WYROBY JUBILERSKIE

Polski rynek jubilerski został w ostatnim czasie wprost zalany taną biżuterią ze złota i srebra – mówi Marek Nowotnik, ekonomista, WSAiB.- Polacy przetrząsnęli swoje szkatułki na biżuterię i pozbywają się tego

jubilerskich kierują się do pobliskiego lombardu, gdzie mają możliwość zakupu taniego, ale pełnowartościowego pierścionka czy obrączki. Ta sytuacja sprawia, że tradycyjne, szczególnie małe, rodzinne warsztaty jubilerskie, znalazły się w sytuacji katastrofalnej a ich właściciele coraz częściej podejmują decyzję o zamknięciu swojej działalności. Trudno bowiem konkurować ze sprzedawcą, który wyrób jubilerski oferuje po znacznie niższej cenie. – Branża jubilerska traci ze względu na fakt, że taki sam produkt w innym punkcie można nabyć nawet o tysiąc złotych taniej – mówi

Dużym zainteresowaniem cieszy się także nosząca znamiona dzieła sztuki biżuteria dawna oferowana przez polskie Domy Aukcyjne. Klienci najchętniej kupują na aukcjach biżuterię art deco, która mimo upływu wciąż ma swoich wiernych fanów, gotowych za nią zapłacić

co im zbywa, a co mogą w dość prosty sposób spieniężyć – dodaje. Rynek wtórny wyrobów jubilerskich jest zapełniony biżuterią z lat 70. i 80. ubiegłego wieku. Polacy, którzy potrzebują gotówki decydują się na sprzedaż nieużywanej biżuterii, która najczęściej wykonywana była w małych pracowniach jubilerskich pod koniec XX wieku. Jubilerzy mają możliwość kupna po bardzo okazjnych cenach złotożółty – rozrywanych łańcuszków, starych obrączek, bransoletek czy brosz, które mogą ponownie wykorzystać przy tworzeniu biżuterii. Jak podkreślają specjaliści polski rynek jubilerski został „zalany” złotym i srebrnym złomem jubilerskim. – Pierwsze kroki ze starą biżuterią Polacy kierują ku lombardom – mówi Marek Nowotnik. – Gdzie odsprzedają biżuterię za bezcen. Właściciele lombardów mając duże możliwości negocjacyjne zaniżają ceny przyniesionych przez klientów wyrobów i skupują wartościową biżuterię, którą następnie oferują potencjalnym kupcom – dodaje. Należy zauważyć, że oferta lombardów jest bardzo różnorodna. Złota i srebrna biżuteria oferowana jest w nich w niskich cenach a jej walory estetyczne nierzadko są zaskakująco dobre. Dlatego też obecnie w Polsce mamy do czynienia z sytuacją, że osoby zainteresowane kupnem biżuterii z okazji ślubu, zaręczyn czy chcący sprawić bliskiej osobie niespodziankę zamiast do salonów

Marek Nowotnik. – Właściciele lombardów skupują wyroby jubilerskie w cenie złomu jubilerskiego, dodają do nich swoją marżę i powtórnie wprowadzają na rynek. Cena pierścionka z kamieniem szlachetnym waha się od 300 do 1000 złotych, podczas gdy w salonie jubilerskim za pierścionek musi-

W obecnym czasie miłośnicy i kolekcjonerzy biżuterii mają olbrzymie możliwości, aby na polskim rynku wtórnym znaleźć prawdziwe arcydzieła sztuki złotniczej w przystępnej cenie

my zapłacić od 1500 złotych. Dla klienta liczącego się z każdą złotówką wybór jest oczywisty – dodaje. Warto również zauważyć, że odsprzedawanie niepotrzebnej biżuterii wpisuje się w promowany nurt ekologiczny, zero waste, który polega na ochronie wszystkich zasobów poprzez odpowiedzialną produkcję, konsumpcję, ponowne wykorzystanie i odzyskiwanie wszystkich produktów, opakowań i materiałów, bez ich spalania, oraz bez zrzutów do ziemi, wody lub powietrza, które zagrażają środowisku lub zdrowiu ludzkiemu. Warto zauważyć, że świadomość ekologiczna, troska o zrównoważony rozwój także ma wpływ na kształtowanie się biżuteryjnego rynku wtórnego w Polsce.

SREBRNE WYROBY

Z podobną sytuacją spotykamy się obserwując rynek wyrobów wykonanych ze srebra, z tą tylko różnicą, że większość z nich kupowana i sprzedawana jest głównie w przestrzeni wirtualnej. Posiadacze srebrnych wyrobów rzadziej decydują się na sprzedaż w lombardzie ze względu na uzyskany z niej znikomy zysk, częściej sami wystawiają ją na sprzedaż za pośrednictwem najpopularniejszych portali aukcyjnych w Polsce. Na aukcjach można znaleźć prawdziwe perełki polskiej sztuki złotniczej wykonane przez spółdzielnie artystyczne czy polskich artystów złotników. – Sprzedawcy niejednokrotnie nie zdają sobie sprawy, że posiadają małe arcydzieła sztuki złotniczej – mówi Marek Nowotnik. – Ceny wyrobów ze srebra są bardzo niskie i każdy zainteresowany może pozwolić sobie na ich zakup – dodaje.

AUKCJE BIŻUTERII DAWNEJ

Na polskim rynku biżuteryjnym odbywają się także profesjonalne aukcje biżuterii dawnej prowadzone przez rekomendowane domy aukcyjne m.in. Desa Unicum. Biżuteria na nich oferowana jest pełnowartościowa, wyceniona, opisana i posiada wszelkie należne biżuterii daw-

nej certyfikaty. Aukcje cieszą się popularnością wśród kolekcjonerów i miłośników biżuterii. Organizowane są one co najmniej dwa razy w roku a oferowane wyroby cieszą oko nie tylko ich nabywców, ale także obserwujących. Warto zauważyć, że w ostatnim czasie grono nabywców biżuterii dawnej zwiększyło się i jak można domniemywać obserwując rynek wtórny biżuterii będzie stale się powiększać. Gros klientów zdało sobie bowiem sprawę, że kupno biżuterii „z drugiej” ręki to wielka okazja nie tylko na pozyskanie wartościowego przedmiotu, ale także inwestycja na której się nie straci w przyszłości. 4

Marta Andrzejczak

Ślub w cieniu pandemii

Mimo pandemii świat nie zatrzymał się i **młodzi ludzie wciąż biorą śluby, co oznacza, że kupują biżuterię ślubną a przede wszystkim obrączki**. W tym celu udają się do tradycyjnych salonów jubilerskich, ale także coraz częściej decydują się na zakup obrączek za pośrednictwem sieci.

Sprzedaż obrączek w sklepach internetowych w czasie pandemii wzrosła niemal trzykrotnie. Klienci poszukiwali odpowiedniego modelu w sieci i bardzo często decydowali się na jego zakup. Decydujący jednak wpływ na rozwój sprzedaży obrączek przez internet miało dostosowanie oferty przez sprzedających. Producenci biżuterii ślubnej dostosowali swoją ofertę pod potrzeby klientów, udzielali znaczących rabatów i co nie jest przez znaczenia pozwalali na oddanie wybranego wyrobu bez podania przyczyny.

ZMIANA FORMY SPRZEDAŻY

Właściciele sklepów internetowych bardzo szybko zareagowali na potrzebę udostępnienia swojego asortymentu w sieci. Nie czekając na kolejne obostżenia masowo otwierali sklepy internetowe, dzięki czemu nie utracili klientów i mieli szansę na rozwój swojej działalności. Oferta obrączek prezentowana w sieci nie różniła się od tej oferowanej w tradycyjnych salonach, a dzięki różnorodności ofert i licznym

udogodnieniom dla klientów, cieszyła się wielką popularnością wśród kupujących. – Skala sprzedaży biżuterii w sieci w czasie pandemii przekroczyła oczekiwania producentów biżuterii, zwłaszcza w początkowym okresie jej trwania – mówi Marek Nowotnik, ekonomista, WSAiB. – Polacy zamknięci w domach poszukiwali alternatywnych zajęć i bardzo chętnie dokonywali zakupów przez internet. Kupno biżuterii ślubnej w sieci stało się łatwe i nie obciążone żadnym ryzykiem, co z kolei doprowadziło do tego, że klienci przebiegali w morzu ofert i podejmowali przemyślaną decyzję – dodaje. Największą popularnością cieszyły się obrączki oferowane przez największe i najpopularniejsze marki biżuteryjne w Polsce, które bardzo szybko zareagowały na zmieniające się preferencje zakupowe klientów – oferując obrączki dla zamożnych i dla tych, których możliwości finansowe były znacznie ograniczone. Jednak pozostałe firmy jubilerskie także nie miały powodów do narzekania. Ich oferta była także często rozważana i wybierana przez młodych Polaków. – Kto w porę zareagował

na zmiany na rynku, ten wygrał – mówi Marek Nowotnik. – Podmioty gospodarcze oferujące mnogość modeli obrączek za pośrednictwem internetu umożliwiły klientom nie tylko na zapoznanie się z trendami na rynku mody ślubnej, ale także pozwoliły im na podjęcie świadomej decyzji odnośnie kupna obrączek, które przecież pozostaną z małżonkami na lata – dodaje. Firmy jubilerskie promowały w sieci obrączki tradycyjne, ale także pozwalały klientom na różnorodne modyfikacje tradycyjnych wzorów czy zaprojektowanie biżuterii ślubnej według własnych preferencji i potrzeb.

ZAUFANIE DO SPRZEDAWCY

Należy zauważyć, że klienci decydujący się na zakup biżuterii za pośrednictwem sieci, wybierali te marki jubilerskie, które zyskały ich zaufanie. Ważnym kryterium brany przez klientów pod uwagę przy zakupie biżuterii ślubnej stała się nie cena wyrobu a kontakt ze sprzedawcą. – Lockdown sprawił, że klienci mieli znacznie więcej czasu na podjęcie decyzji, a to z kolei doprowadziło do nawiązywania relacji pomiędzy sprzedawcą a klientem – mówi Marek Nowotnik. – Klienci chcieli dowiedzieć się jak najwięcej o oferowanym produkcie, zadawali pytania, konsultowali wybór, interesował ich zarówno sposób pozyskiwania surowców do produkcji biżuterii, jak i sposobem jej wytworzenia. Słowem mieli czas, aby sprawdzić dany wyrób i zapoznać się ze sprzedawcą – dodaje. A sprzedawcy wychodząc naprzeciw oczekiwaniom

klientów udostępniali, za pośrednictwem swoich sklepów, platformy wymiany informacji, nawiązywali kontakty, doradzali, czy też po prostu rozmawiali na temat swoich produktów z klientami, co zaowocowało w większości wypadków zbudowaniem pozytywnego wizerunku danej marki jubilerskiej w sieci. – Klienci kupowali nie tylko obrączki, ale także historię z nimi związaną – mówi Marek Nowotnik. – A to zbudowało relacje pomiędzy kupującym a sprzedającym, czyli czynnik pozwalający klientowi identyfikować się z daną marką jubilerską. Z punktu widzenia marketingu – wartość najwyższą – dodaje. Akcent został położony z wyboru modelu obrączki na relację z jej producentem. – Z całą pewnością można powiedzieć, że lockdown przyniósł korzyść producentom i twórcom biżuterii, którzy umieli odpowiedzieć na potrzeby klientów – mówi Marek Nowotnik.

WYBÓR OBRĄCZEK

Należy podkreślić, że najczęściej klienci decydowali się na zakup tradycyjnych obrączek ślubnych wykonanych z żółtego złota. Tradycja wzięła górę na nowoczesnym wzornictwie. Większość kupujących zrezygnowała również z ozdabiania obrączki kamieniem szlachetnym, co przed pandemią było jednym z dominujących trendów w modzie ślubnej. – Średnio Polacy przeznaczali na zakup obrączek nieco ponad dwa tysiące złotych – mówi Marek Nowotnik. – Jednak co należy podkreślić znacznie ważniejsze niż cena wyrobu był dla klientów sposób pozyskania surowców do jego wytworzenia – dodaje. Warto zauważyć także, że znaczna część klientów decydująca się na zakup obrączek ślubnych umawiała się z ich twórcami na stworzenie obrączek z przesłanego przez klientów złota. – Wpływ na taki stan rzeczy ma z jednej strony rosnąca świadomość ekologiczna, z drugiej chęć posiadania biżuterii „z własną historią” – mówi Marek Nowotnik. – Często klienci wysyłali do twórców stare obrączki odziedziczone

Młode pary wybierające obrączki ślubne decydują się na tradycyjne wzornictwo. Dominuje wśród nich żółte złoto i tradycyjna forma

zione po dziadach, rodzicach, traktując je jako symbol miłości i przywiązania do rodziny – dodaje. Obrączki, szczególnie w czasie pandemii, mają dla młodych ludzi znaczenie symboliczne. Młode pary przywiązują coraz większą uwagę do znaczenia biżuterii, którą mają zamiar nosić przez całe życie. Dzięki czemu obrączki „wróciły” do swojej pierwotnej roli i stały się przedmiotem, który symbolizuje wzajemną miłość trwającą przez całe życie. Warto zauważyć, że młodzi ludzie wybierający obrączki przestali godzić na modą a spojrzeli na biżuterię ślubną jako na tradycyjny wyrób jubilerski, który poza ozdobą staje się dla nich wyrazem uczuć i wartości rodzinnych. 4

Marta Andrzejczak



Pierścionek na zaręczyny

Jak wynika z danych spływających z rynku jubilerskiego najpopularniejszym rodzajem biżuterii kupowanym przez klientów na całym świecie stał się w ostatnim czasie pierścionek zaręczynowy.

Sytuacja ta opisywana jest przez socjologów i psychologów jako jeden z korzystnych wpływów pandemii na życie społeczeństw. Ludzie bowiem w obliczu zagrożenia życia, chcieli uregulować swoją sytuację prawną, okazać miłość i szacunek osobie, która jest jej towarzyszem w życiu i oświadczali się.

Ljawisko, poza aspektami społecznymi, ma także korzystny wpływ na rynek biżuteryjny na całym świecie. Kupno pierścionka zaręczynowego stało się pewnego rodzaju modą i wywarło wpływ na rozwój rynku jubilerskiego na świecie. Skorzystały zwłaszcza mniejsze manufaktury jubilerskie, które oferowały swoim klientom niekonwencjonalne rozwiązania oraz pozwalały na wspólne projektowanie symbolicznego pierścienia.

MIŁOŚĆ W CIENIU ZARAŻY

- Pandemia wyzwoliła w ludziach chęć i potrzebę okazania sobie na wzajem miłości i przywiązania – mówi Maria Boguszewicz, psycholog. – Stała się doskonałą okazją do podjęcia decyzji o ślubie, początku dziecka, ale także rozwo-

Pandemia skłoniła ludzi do przewartościowania swojego życia i zaowocowała trendem na rynku jubilerskim w postaci popularności pierścionków zaręczynowych

dzie czy rozstaniu. Nastąpiło przewartościowanie – każdy z nas musiał odpowiedzieć sobie na pytanie – co jest dla nas najważniejsze? I tym należy tłumaczyć tłumne zaręczyny – dodaje. Z okazji zaręczyn ofiarowywano sobie pierścionki,

Modne stały się pierścionki wykonywane na zamówienie. Personalizowana biżuteria, która opowiada historię danego związku

które, co ciekawe, niekoniecznie wpisywały się w najnowsze trendy mody. Klienci na całym świecie poszukiwali biżuterii ślubnej, która pozwoli na wyrażenie ich uczuć i jednocześnie będzie miała znaczenie dla obojga. Warto zauważyć, że pojawił się nowy trend, a mianowicie wzajemne obdarowywanie się biżuterią. Pierścionki wybierane przez klientów salonów na całym świecie nawiązywały do tradycyjnego wzornictwa, ale były przez klientów personalizowane. Klienci wspólnie z twórcami biżuterii projektowali pierścionek, który miał wyrażać ich uczucia. Najczęściej decydowali się na umieszczenie w nich kamieni o znaczeniu symbolicznym, niejednokrotnie także przesyłali do twórcy posiadane kamienie, aby to one znalazły się w zamawianej biżuterii. Pierścionki zaręczynowe stały się okazją do opowiedzenia historii związku, ukazania wzajemnych relacji oraz wyrazem nadziei na nowe, lepsze jutro. Stąd też wybierane wzory bardzo różnią się od siebie. Twórcy biżuterii wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów, pozwalali im na wspólną pracę nad powstającą biżuterią, pozwalali na wprowadzanie innowacji, tak aby powstająca biżuteria była adekwatna do potrzeb zamawiającego. Dzięki otwartości twórcy biżuterii zyskali stałe grono

FOT: PIXABAY, ADOBE STOCK

zadowolonych klientów, którzy z całą pewnością będą jeszcze niejednokrotnie korzystać z usług danego złotnika.

ODNOWA PRZYSIĘGI

Warto zauważyć, że klientami salonów jubilerskich w ostatnim czasie stały się także pary z długoletnim stażem, które w obliczu pandemii zdecydowały się na odnowę przysięgi małżeńskej. Wśród nich najchętniej kupowanymi modelami biżuterii były pierścionki tradycyjne – złote z kamieniami szlachetnymi. Wybór padał przede wszystkim na diamentową biżuterię, ale dużą popularnością cieszyły się pierścionki z rubinami, szmaragdami czy szafirami. Popularność zostały kamienie o finezyjnych kolorach i kształtach, które swoją oryginalnością zachwyciły kupujących jak opale, cytryny, topazy. Klienci na całym świecie decydowali się na wybór bursztynu czy koralu jako materiału jubilerskiego o znaczeniu symbolicznym i jednocześnie unikatowego. Ciekawym aspektem mody w pierścionkach zaręczynowych jest łączenie kilku kamieni jubilerskich, eksperymentowanie z formą i kształtem kamieni. Można powiedzieć, że im oryginalniejszy pierścionek tym większą popularnością cieszył się wśród klientów salonów jubilerskich.

WARTOŚĆ DODANA

Znaczna część klientów salonów jubilerskich na całym świecie, i to zarówno tych dokonujących zakupów w sklepach stacjonarnych, jak i wirtualnych, zdecydowało się na zakup pierścionka z diamentem. Przy czym nie liczył się dla nich aspekt estetyczny a zwracali uwagę przede wszystkim na wartość ofiarowanej biżuterii. Diamentowa biżuteria stała się

Pierścionki kupowane są przez ludzi w różnym wieku i stanie cywilnym co sprawia, że pierścionki i ich ceny są bardzo zróżnicowane

nie tylko okazją do zmanifestowania uczuć, ale także lokatą kapitału, zabezpieczeniem w niestabilnych czasach. Klienci decydujący się na wybór diamentowej biżuterii kierowali się przede wszystkim jej wartością rynkową, wybierając tę, w którą pozwoliłabym na traktowanie ozdoby jako lokaty kapitału, kierując się zasadą im droższa tym lepiej.

POLSKI RYNEK JUBILERSKI

Moda na zakup pierścionka zaręczynowego dotarła także do Polski. Klienci polskich salonów jubilerskich kupowali przede wszystkim biżuterię symboliczną. Bardzo często decydując się na wybór złotnika, który wykona pierścionek zaręczynowy według ich pomysłu. Najczęściej kupowali pierścionki zaręczynowe przez internet, ale rzadko kiedy decydując się na gotowe modele oferowane przez sprzedawcę. Warto także zauważyć, że gros klientów polskich salonów jubilerskich wybierał rozwiązania niekonwencjonalne – przysyłając do złotnika własne kamienie czy złoto, z którego powstawała zamawiana biżuteria. Mimo że Polacy przyzwyczaili się do pandemii, to wciąż chętnie zamawiają pierścionki zaręczynowe. I można domniemywać, że z danym trendem pozostaniemy na dłużej. ◀

Marta Andrzejczak



Polska musi zacząć dbać o artystów

Rozmowa ze **Sławą Tchórzewską**, polską artystką, projektantką biżuterii i stylistką mody, laureatką wielu prestiżowych nagród o pandemii, sztuce i biżuterii.

Polski Jubiler: Zaczę od mało oryginalnego pytania: jaki wpływ wywarła pandemia na pani sztukę?

Sława Tchórzewska: Na samym początku strach i totalna niemoc twórczą wywołała. Nad jedną parą kolczyków siedziałam, wiele godzin i ciągle nie byłam zadowolona. Musiałam na jakiś czas oderwać się od biżuterii, m.in. powstał mural. Jednak na równi z pandemią odczuwam mocno nieciekawą sytuację naszego kraju i to co się tutaj na naszych oczach wyrabia. To bardzo mnie wkurza i dołuje. Bardzo dużo straciłam i trzeba podejmować nowe strategie działań chociażby sprzedażowych. Poczułam jakby czas się cofnął, i to, na co bardzo ciężko pracowałam jakby szlag trafił. Wszystkie imprezy z możliwością sprzedaży zostały odwołane. Teraz niby trochę powracają z różną częstotliwością i nie wszystkie – ale to już nie to. Dla mnie osobiście to wielki cios, bo ja całe życie jeździłam na targi i moja działalność przede wszystkim opiera się na bezpośrednim kontakcie z klientem. Moja twórczość jest bardzo specyficzna, materiały niestandardowe, klient chce dotknąć, przymierzyć. To są unikaty tym bardziej dla kogoś, kto ma styczność ze mną pierwszy raz to wielka strata, kiedy nie może zobaczyć ich na żywo.

Jak ocenia pani pod kątem artystycznym ostatnie półtora roku?

Pierwsze miesiące zawieszenia w próżni, bo nikt z nas nie wiedział co będzie, były mega dołujące. Ludzie przestali kupować, zero zainteresowania, publikowanie w internecie, tyle godzin przygotowań na próżno. Relacje z klientami, którzy nie odpowiadali, olewali, mnóstwo bardzo dziwnych sytuacji. Powoli zaczęłam pracę nad obiektami studyjnymi i tak powstała brosza Galactic, za którą otrzymałam wyróżnienie za DESIGN w konkursie AMBERIF SELECTION. W bieżącym roku otrzymałam nagrodę bursztynową AMBERIF DESIGN AWARD. Chciałam wykonać coś ulotnego, lekkiego, pełnego powietrza i totalnie oderwanego od realiów. Tak pomalutku powstawał Bąbelek – brosza z lewitującym bursztynem, której niestety nie dane mi było do tej pory zaprezentować światu. To jest chyba największy ból tej pandemii. Kolejną ważną pracą, którą wykonałam, to naszyjnik przygotowany na zaproszenie Galerii Yes na wystawę Głos Kobiet. To spora praca, przestrzenna, cieszę się, że ta wystawa pojechała teraz do Czech, oby jak najwięcej takich okazji. To jest jedna z ważniejszych wystaw, bardzo intymna. Krzyk może

FOT: SŁAWA TCHÓRZEWSKA

być wyrażony szeptem, jak w snach. Takie wystawy powinny daleko wychodzić poza obszary branżowe, poruszać widza, wprawić czasem w zakłopotanie, wywołać emocje, nawet skrajne – sprawić, żeby odbiorca zaczął się zastanawiać i chociaż przez moment zatrzymał się w tym zabieganym, konsumpcyjnym świecie – to jest bardzo potrzebne, oczyszczające, edukacyjne – bo z edukacją w naszym kraju jest poważny problem. A kto jak nie artysta powinien właśnie stawiać pytania, zmieniać trajektorię postrzegania. Biżuteria jest doskonałym medium do komunikacji pomiędzy światem pełnym istotnych spraw społecznych, kulturowych a obiektem, który może bardzo dużo przekazać.

Czy w czasie pandemii klienci odbiorcy zainteresowani byli zakupem biżuterii autorskiej?

Bardzo słabo, po pierwsze dlatego, że trzeba było nosić maseczki, to kto chciał zakładać kolczyki? Galerie były zamknięte, lockdown na całego.

Jak zmieniło się pani podejście do sztuki w ostatnim czasie?

Moje podejście nie zmieniło się wcale. Bardzo mi brakuje fizycznego kontaktu ze światem, komunikacji, przeżyciem jakiejś formy sztuki, która mnie poruszy, wprawi moje ciało w drganie. Wszystko do bólu w wirtualnym świecie, po jakimś czasie człowiek zaczyna bardzo tęsknić za przeżyciami offline.

Czy przeniesienie sztuki biżuteryjnej do przestrzeni wirtualnej ma pozytywny czy negatywny wpływ na rozwój polskiej biżuterii?

Biżuteria w świecie wirtualnym istnieje już od dawna, dzięki temu świat może nas zobaczyć, zobaczyć że istnieją zupełnie inne formy świadomości o biżuterii. Kiedy byliśmy skazani na izolację, pojawiło się mnóstwo stron, grup, które promowały tzw. kulturę. Na początku było ciekawie, ale potem zalały te strony takie ilości wytworów plastycznych, że dałam sobie spokój, zresztą ręce mi opadały jak czytałam komen-

tarze. Fb wypłynęło morze takich pseudoartystów z mega wysokim ego i z niczym do pokazania. Ale to też pokazuje jaki poziom jest świadomości i edukacji – jest mega niski. Świat zalewa tandeta pompowana sztucznym PR. Nie ma co się dziwić, patrząc na to, co jest promowane i wciskane przez tzw. osoby bardziej znane wizerunkowo za dobrą kasę. Jak wszystko ma dobre i złe strony. Internet jest zalany biżuterią "autorską" i "unikatową" – kumulacja wszechwiedzy jest niebywała, a spróbuj człowieku wdać się w dyskurs to Cię zeżrą żywcem. Obserwuję wiele stron zagranicznych poświęconych współczesnej biżuterii i tam cały czas od kiedy pojawiła się pandemia organizowane są live z artystami, spotkania wirtualne, cokolwiek, co mogłoby zbliżyć nas do potencjalnego klienta, u nas nie ma nic takiego. Miałam jeden taki wyjątek. Kolejna ważna rzecz – cały czas ludzie mają problem w oznaczaniu nas artystów w social mediach, albo wcale tego nie robią – to podstawa w świecie wirtualnym! W moim przypadku świat wirtualny jest tylko poglądowy, moje prace nie są płaskie, nie mają standardowych rozwiązań. Są pełne przestrzeni, a przede wszystkim pobudzają emocje.

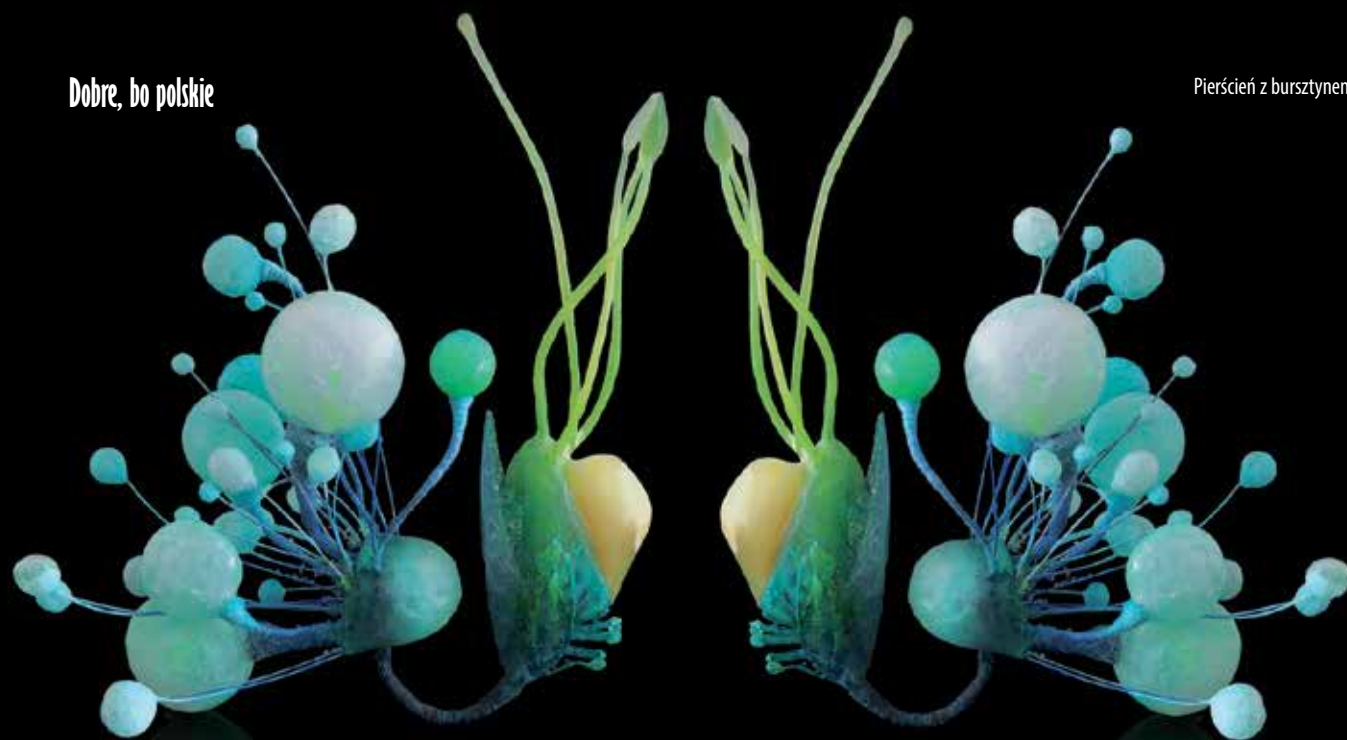
Nad czym pani obecnie pracuje?

Nie ma dnia, żebym nad czymś nie pracowała. Staram się otaczać dobrą aurą, szukam ciekawych rozwiązań, oglądam, czytam o ludziach z pasją, żeby mnie pozytywnie nakręcali do działania. Jak tylko jest dobra aura, miksuję kolory w żywiołach, bo w końcu jestem kolorystką – bardzo dużo przy tym pracy, mam wiele pomysłów – chciałabym mieć głowę spokojniejszą. W między czasie śledzę różne konkursy i gdzie mogę – biorę udział.

Jakie ma pani plany na najbliższą przyszłość?

Na to pytanie teraz trudno odpowiedzieć, nie poddawać się, bo w przyszłym roku będę obchodzić 20-lecie, kiedy zaczęłam przygodę z biżuterią. Za dużo pokonałam, najważniejsze, że mam swoją świadomość artystyczną znalazłam obszary, w których bardzo dobrze się czuję, i chcę je rozwijać. Marzę

Dobre, bo polskie



Pierścień z bursztynem

o pięknych wystawach, interaktywnych, mam dużo pomysłów, pełnych opowiadań twórczych, z którymi bardzo chciałabym się dzielić z ludźmi.

Gdzie można znaleźć pani prace obecnie?

Moje prace publikuję w social mediach, które wykonuję na zamówienie - spełniając marzenia. Cieszę się, że mi ludzie ufają.

W którym kierunku według pani będzie rozwijał się polski rynek biżuterii artystycznej?

To chyba najtrudniejsze pytanie na tę chwilę. Duże firmy z bardziej komercyjną biżuterią radzą sobie w intensywnie bez problemu. Gorzej ma się biżuteria designerska, w pełni autorska. Bardzo trudne zadania są przed targami, brakuje od dawna nowych klientów, słaba promocja.

Patrząc tak ogólnie, poza branżą eventów sprzedażowych, miejsc, w których sprzedawana jest biżuteria jest mnóstwo - od ekskluzywnych, modowych po kiermasze itp. To taki roller coaster, nigdy nie wiadomo co wypali, a co skończy się fiaskiem. Rozlało się to strasznie, zostaliśmy tylko z własnymi wyborami. Natomiast nie wyobrażam sobie, żeby targi miały zniknąć. Biżuteria jest bardzo specyficznym towarem, klient musi widzieć, przymierzyć itd. Artyści potrzebują silnego wsparcia, żeby czuć, że to ma sens. Satisfakcja nie może kończyć się tylko nowym dyplomem powieszonym na ścianie. Chciałabym dobrze się czuć, ale to, co mój kraj daje, zwłaszcza artystom ujmując to ładnie, to nieporozumienie. Przyznać jako zawodowej artystce bardzo symboliczną zapomogę - za samo takie określenie ręce mi opadają.

Ja nie chcę żadnej cholernej zapomogi, tylko współpracy, a nie czuć się jak lump spod marketu. Jestem laureatką wielu nagród, biorę udział w wystawach, organizatorzy często zapominają informować konkretnie, co dalej, gdzie praca jedzie, lub że coś nie wyszło - chodzą o przepływ informacji.

To nie są błahostki, jestem wystawcą od tylu lat, artyście nikt za nic nie płaci, nikt nie pyta, jak się ma, to nikogo nie interesuje. Branża dla siebie znajdzie alternatywę, tylko co z nami

artystami? Zostaliśmy wybici z rytmu targowego, z przygotowywaniem nowych kolekcji, z relacjami międzyludzkimi - dla mnie to mega cios. Pytanie o nowych zagranicznych kontrahentów? Trudno określić co będzie, ja bym bardzo chciała w końcu zobaczyć światelko. Chcę się czuć potrzebna, bardzo tego brakuje. Nasza branża jest jedną z tych, które najbardziej odczuły w czasie pandemii. Potrzeba wyjścia do ludzi, kontaktu bezpośredniego, czerpania energii ze spotkań. Człowiek siedzi większość czasu w swojej pracowni i potrzebuje odbicia się od świata. Polska wygląda dziś bardzo nieciekawie pod wieloma względami i jak nie będzie się w końcu dbać o artystów, to albo wyjadą, albo co gorsza zaleje nas na amen absurdalny patokicz. Rzeczywistość teraz bardzo podzieliła ludzi i życie w drobne kawałeczki. To my artyści jesteśmy oczami, językiem wypowiedzi, obserwatorami, stawiamy pytania w swoich pracach - jesteśmy głosem z bardzo dużym zaangażowaniem, żeby nie dać się tym wszystkim zmorom w obecnym życiu codziennym. Potrafimy robić piękne wystawy, a jest ich za mało. Z największą przyjemnością patrzyłam jak w tej pandemicznej beznadziejności powstawała największa polska wystawa bursztynowa w Chinach. Branża targowa przez ostatnie lata pokazała swoje różne oblicza, podzielone targi warszawskie. Ludzie zaczęli szukać innych alternatyw, nie ma atmosfery, która kiedyś była, tak bardzo tego brakuje. Większość poważanych instytucji w ogóle nie traktuje poważnie tematu współczesnej biżuterii artystycznej. Nie są zainteresowani, są ofiarą mitu, że biżuteria to tylko dodatek a nie sztuka i powinna być pokazywana wyłącznie w gablotach. Galerie są bardzo zachowawcze, tutaj też bardzo się zmieniło, odkąd nastąpiła pandemia. Ogólnie sytuacja ekonomiczna i społeczna - kumulują takie nastawienie. Czas, w którym się znaleźliśmy to niezła szkoła życia i przeżycia. Chciałabym w nadchodzącym roku zobaczyć światelko, kolory, pokazać, że tutaj - w tej nieciekawej rzeczywistości można tworzyć biżuterię przekraczającą granice stereotypowego postrzegania i pokazywać inny punkt widzenia. <

Dziękuję za rozmowę
Rozmawiała Marta Andrzejczak



Messe München

Connecting Global Competence

BE PART OF IT

February 11-14, 2022

inhorgenta.com
Follow us on



INHORGENTA MUNICH

Srebro w sieci

Związek Rzemiosła Polskiego opublikował dane, z których wynika, że z mapy Polski w czasie pandemii zniknęło ponad 30 tysięcy przedsiębiorstw, znaczna część z nich to małe warsztaty złotnicze. Swoje interesy zamknęli także niektórzy twórcy biżuterii autorskiej, którzy specjalizowali się w biżuterii srebrnej. Sytuacja dotyczy przede wszystkim tych, którzy swoje wyroby jubilerskie sprzedali w mniejszych miejscowościach. Klienci bowiem zrezygnowali z kupna biżuterii autorskiej.

Srebrna biżuteria autorska przeżywa trudny okres ze względu na fakt, że klienci pojawiający się w salonach jubilerskich szukają biżuterii złotej i okazjonalnej a coraz rzadziej kupują biżuterię ze względu na potrzebę serca.

WIDEO KONFERENCJA Z BIŻUTERIĄ

Początek pandemii to wielki wzrost sprzedaży biżuterii on-line. Polki chciały posiadać oryginalne ozdoby, które ożywiłyby ich stylizacje przed komputerem. Kupowały biżuterię autorską, która swoją oryginalnością podkreślała styl jej posiadaczki. – Potrzeby klientek zostały szybko zaspokojone – mówi Małgorzata Paczkowska, stylistyka modowa. – Praca zdalna początkowo była pewnym wyzwaniem dla pracowników, zależało im na odpowiedniej prezentacji siebie w sieci, dbali o każdy szczegół. Z czasem sytuacja to stała się powszechna i pracownikom przestało się chcieć spędzać wiele czasu na przygotowaniu odpowiedniej stylizacji. Przestali też kupować biżuterię, która podkreślałaby ich styl – dodaje. Polki coraz rzadziej kupują więc biżuterię srebrną za pośrednictwem sieci. Oczywiście wiele z nich przywiązanych jest do marek biżuterijnych i chętnie zamawiają biżuterię na „poprawę humoru”. – Biżuteria srebrna kupowana jest przez Polki jako pewnego rodzaju nagroda dla samej siebie – mówi Małgorzata

Paczkowska. – Wybierają biżuterię wykonaną przez twórców, których znają i szanują a kupione ozdoby traktują jako poszerzenie swojej kolekcji – dodaje. Oznacza to, że klienci polskich salonów z biżuterią autorską coraz rzadziej eksperymentują i szukają ozdób, które świadczyłyby o oryginalności ich posiadaczy. – Polacy w czasie pandemii masowo wskoczyli w dresy, postawili na wygodę, przestało im zależeć na stylu –

Z mapy Polski w czasie pandemii zniknęło ponad 30 tysięcy zakładów rzemieślniczych, wśród nich także wiele warsztatów jubilerskich

mówi Małgorzata Paczkowska. – Ich styl stał się codzienny, kobiety przestały robić makijaż, który i tak jest niewidoczny spod maseczki a zaczęły dbać o wygodę – dodaje. Wygodny, swobodny strój nie łączy się z biżuterią, ta ostatnia została ograniczona do minimum. Kobiety przestały w ostatnim czasie przywiązywać wagę do posiadanej przez siebie biżuterii. – Coraz rzadziej mamy okazję, aby się ubrać elegancko i pokazać światu – mówi Małgorzata Paczkowska. – Siedzimy w domu, do teatrów, galerii, wchodzimy w masечkach, przyjęcia omijamy wielkim łukiem, nie ma więc okazji, aby się wystroić i założyć naj-

piękniejszą posiadaną przez nas biżuterię – dodaje. Zauważalny jest trend, szczególnie na rynku mody biżuterijnej, który ukazuje, że Polacy chcą znosić biżuterię, którą posiadają a z kupnem nowej czekają na lepsze czasy.

BIŻUTERIA AUTORSKA W SIECI

Warto zauważyć, że znaczna część producentów i twórców biżuterii autorskiej przeniosła swoje sklepy do sieci, ale niestety nie wszystkim udało się pozyskać klientów gotowych kupić od ich wyroby złotnicze. – Wypromowanie marki zajmuje masę czasu, energii oraz co dość ważne należy mieć pomysł na wejście na rynek z swym produktem – mówi Małgorzata Paczkowska. – Twórcy biżuterii nie mieli czasu na stworzenie swoich stron internetowych, które odwiedzałyby zainteresowani ich biżuterią potencjalni kupujący – dodaje. Sprzedaż w sieci ukazała także słabe strony polskich sprzedawców biżuterii autorskiej, samodzielność i tworzenie własnych platform sprzedażowych kończyła się niepowodzeniem, inwestycja we wspólną platformę zwiększyłaby szansę na znalezienie nabywców. Jednak na takie rozwiązanie zdecydowało się niewielu właścicieli marek z biżuterią autorską. – Należy także zauważyć, że promocja za pośrednictwem sieci to wydatek, na który niewielu twórców biżuterii autorskiej było stać – mówi Małgorzata

Sprzedaż biżuterii autorskiej w sieci wymaga pracy włożonej w promocję marki, nakładów finansowych i pomysłu na zaistnienie w świadomości klientów. Najlepiej inwestować w promocję tworząc platformę, gdzie wspólnie z innymi artystami promowana będzie polska sztuka wśród klientów z Polski i zagranicy

Paczkowska. – Im dłużej trwa pandemia tym większe szkody na polskim rynku srebrnej biżuterii autorskiej odciska – dodaje. Oczywiście pandemia stała się szansą na otwarcie polskiego rynku na zagranicznych nabywców. Rynek biżuterii stał się rynkiem międzynarodowym, ale nie każdy twórca polskiej biżuterii wykorzystał szansę.

SREBRO Z BURSZTYNEM

Warto zauważyć, że na pandemii stracili także producenci biżuterii bursztynowej. Brak turystów, obawa przed wyjazdami zagranicznymi sprawiła, że podczas tegorocznych wakacji do polskich miejscowości wypoczynkowych przyjechali przede wszystkim nasi rodacy a ci nie byli zainteresowani kupnem luksusowej biżuterii z bursztynem. Zagraniczne

wycieczki, turyści międzynarodowi, którzy byli głównymi odbiorcami biżuterii bursztynowej w tym roku niestety nie dopisali, a to przełożyło się na spadek sprzedaży biżuterii bursztynowej. I należy podkreślić, że w najbliższym czasie nie można liczyć na zmianę sytuacji. Oczywiście producenci biżuterii bursztynowej przeniesli swoje sklepy do sieci, jednak rosnące ceny surowca i nie możność znalezienia odbiorców sprawia, że duma naszej polskiej sztuki złotniczej także przeżywa kryzys.

PROBLEMY POLSKIEJ SZKOŁY ZŁOTNICZEJ

Twórcy srebrnej biżuterii autorskiej mają twardy orzech do zgryzienia, muszą bowiem znaleźć kanał za pomocą, którego będą docierali ze swoimi wyrobami do potencjalnych klientów.

Tradycyjne punkty sprzedaży w postaci sklepów czy galerii nie spełniają już oczekiwań klientów i w najbliższym czasie najprawdopodobniej sytuacja nie ulegnie zmianie. – Sprzedając biżuterię autorską nie można liczyć na szczęście – trzeba zainwestować w promocję i to w promocję na wielu poziomach – dotrzeć do influencerów, którzy za opłatą pokażą nasze wyroby, dotrzeć do potencjalnych klientów przez portale społecznościowe i co może najważniejsze zjednoczyć się w celu promocji polskiej sztuki złotniczej – mówi Małgorzata Paczkowska. – Samodzielne promowanie swoich wyrobów w dzisiejszych czasach jest niezwykle trudne i zazwyczaj kończy się porażką i co niezwykle istotne stratą finansową, a tego w tej trudnej sytuacji należałoby uniknąć za wszelką cenę – dodaje. <

FOT: ADOBE STOCK

Projekt pod konkretne zamówienie

W czasie pandemii polscy złotnicy i jubilerzy przeżywali trudne czasy. Klienci wybierali zakupy za pośrednictwem sieci a tradycyjne zakłady jubilerskie stanęły przed odpowiedzią na pytanie: co dalej? Znaczna większość nich zdecydowała się na zamknięcie swoich warsztatów, gdyż rosnące koszty utrzymania lokalu, amortyzacja maszyn, inwestycja w wyroby i materiały jubilerskie sprawiała, że właściciele nie mając i nie mogąc liczyć na zysk, zdecydowali się na zamknięcie. Jednak niektórzy zdecydowali się zawalczyć o swoje miejsca pracy i dostosowali się do potrzeb klientów, najczęściej proponując wspólną pracę nad tworzoną biżuterią.

Wyjście naprzeciw oczekiwaniom klientów sprawiło, że małe rodzinne warsztaty jubilerskie stworzyły przedsiębiorstwa świadczące usługi złotnicze na najwyższym poziomie. Klienci szukają bowiem rozwiązań stworzonych na



miarę i chcą, aby kupowane przez nich przedmioty w pełni spełniały ich oczekiwania.

PROJEKTOWANIE WRAZ Z KLIENTEM

Większość właścicieli warsztatów zdecydowała się na wprowadzenie usługi polegającej na wspólnym projektowaniu biżuterii wraz z klientem. Osoby, którym zależało na kupnie biżuterii, chciały posiadać wyrób stworzony pod ich potrzeby – najczęściej obrączkę czy pierścionek zaręczynowy wykonany zgodnie z własnym pomysłem. Zależało im także na umieszczeniu w biżuterii własnych kamieni szlachetnych, czy wykorzystaniu swojego złota, które posiadali w domu. – Takie rozwiązania znacznie obniżają koszty wytworzenia biżuterii i obniżają cenę produktu końcowego – mówi Karol Michałowski, jubiler. – Korzyści są obopólne. Klient oszczędza na produkcie końcowym a złotnik nie musi inwestować w materiał, robi biżuterię z tego co przynosi klient i otrzymuje zapłatę za robociznę – dodaje. Z tego typu oferty korzystały nie tylko

młode pary, ale także osoby, które w czasie pandemii wzięły się za porządki w domowych szkatułkach i odnaleźli tam skarby, które dawno temu straciły swój blask. – Stara, niemodna biżuteria, która trafiała do mnie zyskiwała nowe życie i trafiała do klientów w nowej odsłonie – mówi Karol Michałowski. – Moda na ekologię i dawanie nowego życia starej biżuterii to także bardzo popularne zjawisko wśród świadomych klientów – dodaje. Przerabianie starych kosztowności jest stosunkowo nowym trendem na polskim rynku jubilerskim, ale już znalazło stałe grono zwolenników. Biżuteria wykonywana przez złotnika to także do nawiązania współpracy w zakresie konserwacji i naprawy popsutej biżuterii. – Wiele osób zdecydowało się na przyniesienie zerwanych łańcuszków, brosz, które straciły kamienie czy pierścionków, które z biegiem czasu zrobiły się za małe – mówi Karol Michałowski – Biżuteria została naprawiona a klient wychodził z salonu zadowolony. W czasie pandemii zdecydowałem się także na wykonanie usług za pośrednictwem poczty – klienci wysyłali mi swoją biżu-

terię a ja po jej naprawie i otrzymaniu zapłaty odsyłałem produkt na adres odbiorcy – dodaje. Im szerszy zakres usług proponowali złotnicy, tym więcej klientów zdobywali. Nie można jednak nie zauważyć, że nawet najbardziej pomysłowi z nich mieli problemy ze znalezieniem klientów. – Ciężko jest przebić się ze swoją ofertą w gąszczu innych ofert. Klienci nie wiedzą o naszej działalności a przekazać im naszą ofertę jest trudno – mówi Karol Michałowski. – Jednak dzięki poszerzeniu swojej działalności mogłem liczyć na grono stałych klientów, którzy nie pozwolili mi na zamknięcie interesu. Jak będzie dalej – trudno wyrokować – dodaje.

MISTRZOWIE PRZY PRACY

Warto zauważyć, że pracę złotników i jubilerów docenili mieszkańcy miast i stworzyli mapę punktów, gdzie można udać się ze swoją biżuterią. Warszawa i Kraków promują swoich rzemieślników i rozpowszechniają informację o miejscach, gdzie można naprawić biżuterię czy wykonać obrączki czy pierścionki.

Takich inicjatyw jednak brakuje a właściciele warsztatów jubilerskich, którzy muszą samodzielnie walczyć o klienta przegrywają z konkurencją. – W przetrwaniu pomagają ludzie, ale nie wiadomo, jak długo uda się wytrwać na rynku – mówi Karol Michałowski. – Dla złotników i jubilerów przyszły ciężkie czasy – nasze umiejętności nie są już tak cenione jak kiedyś. Dziś większość klientów udaje się po biżuterię do salonów zlokalizowanych w centrach handlowych lub kupuje biżuterię przez internet – dodaje. Zbliżający się okres świąteczny z całą pewnością będzie testem dla branży jubilerskiej a szczególnie dla małych warsztatów, gdzie głównie wykonuje się biżuterię na zamówienie. Klienci, którym leży na sercu troska o naszą planetę oraz ci, którzy chcą posiadać niekonwencjonalne ozdoby z całą pewnością udadzą się po zakupy do jubilera, ale czy ich liczba pokryje zapotrzebowanie branży. Czas pokaże. – Nie każda działalność gospodarcza może być z powodzeniem prowadzona w sieci – mówi Karol Micha-

łowski. – Nie ma sensu prowadzenie strony internetowej w moim przypadku. Moja praca to praca z ludźmi, nie tylko sprzedaję biżuterię, ale przede wszystkim wraz z nimi tworzę ich historię, uczestniczę w najważniejszych wydarzeniach w życiu – ślubie, chrzcie, komunii. Moja biżuteria związana jest z konkretnymi ludźmi. Strona internetowa i sklep w sieci nie przysporzy mi nowych klientów – mówi Karol Michałowski. – My złotnicy pracujemy w swoim zamkniętym w małej społeczności świecie. Nikt nie przyśle mi rozrwanego łańcuszka z końca Polski, będzie szukał innego rozwiązania. Nasz świat odejdzie wraz z nami. To nie wina pandemii, tylko zmiany mentalności ludzi, którzy żyją teraz zupełnie inaczej niż kiedyś – dodaje. Złotnicy i jubilerzy, którzy przerwali okres pandemii martwią się o swoją przyszłość. Szukając nowych rozwiązań, poszerzając ofertę, chcą pozyskać nowych klientów. Jednak nie wiadomo jak skończy się ta ich przygoda z biżuterią. 4

Wiktoria Wilk

R E K L A M A

ROLEK

Hurtownia biżuterii i półfabrykatów z surowców naturalnych

W ofercie posiadamy ponad 200 rodzajów kamieni szlachetnych i półszlachetnych, ponad 20 rodzajów pereł, 150 rodzajów szkła weneckiego, duży wybór kolczyków, bransolet, rzemieni, akcesoriów jubilerskich i wiele, wiele innych...

F.P.U.H. ROLEK, ul. Mysłakowskiego 3, 30-136 Kraków
tel./fax 0-12 637 52 29, tel. kom. 603 998 404
e-mail: rolek@post.pl, www.rolek.com.pl
Godziny otwarcia: poniedziałek–piątek: 7.00–14.00

**krzemień pasiasty
kamień optymizmu**

**największy asortyment
koralu w Polsce**

ROLEK

Złoto ekologiczne

Klienci salonów jubilerskich w ostatnim czasie stali się bardziej świadomi i zwracają uwagę nie tylko na jakość materiałów jubilerskich i ich cenę, ale także na sposób ich pozyskania. Klientom w polskich salonach jubilerskich zależy, aby kupowana przez nich biżuteria była bezpieczna dla środowiska naturalnego, pochodziła z legalnych źródeł i wypisywała się w cele zrównoważonego rozwoju.

Niestety informacje, którymi bombardowani są konsumenci na całym świecie, pokazują rynek biżuteryjny, jako rynek pełen nadużyć i to zarówno w stosunku do środowiska naturalnego, jak i wobec ludzi pracujących przy pozyskiwaniu surowca. Międzynarodowa organizacja oraz środowisko jubilerskie pracuje nad tym, aby branża jubilerska jawiła się ludziom jako branża przyjazna środowisku. W salonach jubilerskich na całym świecie można znaleźć biżuterię oznaczoną więc jako etyczną, ekologiczną, przyjazną środowisku czy z recyklingu.

BIŻUTERIA Z ETYCZNEGO ZŁOTA

Etyczne złoto to złoto pozyskiwane z tzw. odpowiedzialnego górnictwa. Pozyskiwanie kruszcu odbywa się na małą skalę a klient docelowy może prześledzić każdy element procesu tworzenia jego biżuterii. Korzystanie z etycznego złota prowadzi do całkowitego wyeliminowania szarej strefy, ani przy wydobyciu surowca ani przy jego obróbce nie zatrudniane są dzieci, pracownicy mają odpowiednie warunki pracy, za którą otrzymują sprawiedliwe wynagrodzenie. Pozyskiwanie złota i proces tworzenia biżuterii odbywa się z godnie z normami ekologicznymi, co oznacza, że w żaden sposób nie zagraża środowisku naturalnemu. Ważnym elementem jest także przejrzystość łańcuchów dostaw. Monitorowane jest każde przemieszczenie się „naszej biżuterii”, aby uniknąć nielegalnych operacji finansowych. Warto także zauważyć, że etyczne złoto wydobywane jest przez pracowników, którzy dzięki swojej pracy

mają szansę nie tylko na zarobek, ale także edukację i poszerzenie swojej wiedzy. Etyczne złoto pochodzi z kopalń, które współpracują z różnego rodzaju organizacjami, które poprzez programy, rozwój inicjatyw, szkolenia i inne strategie wspierają górników i ich społeczności w poprawie warunków życia i odpowiedzialnych praktykach wydobywczych.

EKOLOGICZNE ZŁOTO

Oznaczenie złota mianem „eco” lub nazwanie go „zielonym złotem” oznacza, że metal wydobywany i odzyskiwany jest przy minimalnych zakłóceniach ekologicznych, bez użycia rtęci, cyjanku czy innych chemikaliów, które mają destrukcyjny wpływ na naturę. Ekologiczne złoto jest więc pozyskane w sposób bezpieczny dla środowiska. Ważnym aspektem jest również proces stworzenia z niego biżuterii. Ekologiczna biżuteria tworzona jest naturalnymi metodami, które niwelują szkodliwy wpływ na środowisko naturalne.

RECYKLING

Coraz częściej w salonach jubilerskich na całym świecie można znaleźć złoto wytwarzane z recyklingu. Odzyskanie metalu i ponowne użycie go w biżuterii jest coraz częściej stosowane przez uznane marki jubilerskie i co nie bez znaczenia – chętnie kupowane przez klientów na całym świecie. Cena biżuterii z recyklingu jest znacznie niższa niż cena biżuterii wykonanej ze złota etycznego czy ekologicznego a jego jakość oraz sposób pozyskania pozostaje w pełni ekologiczny. Istnieją trzy główne podkategorie złota z recyklingu: nieprze-

tworzone złoto nadające się do recyklingu (np. sztabki, biżuteria lub monety), przemysłowy produkt uboczny (np. pył z pieca, zużyte tygle) oraz stopione złoto nadające się do recyklingu (zostało stopione w pierwszym procesie recyklingu i odlane w prymitywne pręty lub w innej formie o nieokreślonych wymiarach i zmiennym rozdrobnieniu). Ponieważ rafinerie często zbierają złoto z wielu źródeł, bardzo trudno jest wiarygodnie prześledzić źródło jego pochodzenia. Co jednak warto podkreślić często klienci salonów jubilerskich sami przynoszą swoje złoto, aby z ich biżuterii wykonać nowe obiekty biżuteryjne.

ZACHOWANIE RYNKU

Należy zauważyć, że obecnie w salonach jubilerskich pojawia się biżuteria wykonana ze złota, o którego pochodzeniu wiadomo niemal wszystko. Jest to niezbędny aspekt tworzenia biżuterii, na który każdy jej twórca musi zwrócić uwagę. Złoto niewpisujące się w najnowsze trendy nie jest chętnie kupowane przez świadomych konsumentów, którym zależy nie tylko na posiadaniu biżuterii, ale na trosce o środowisko naturalne. Rosnąca świadomość społeczna sprawia, że najchętniej kupowane jest biżuteria wykonana ze złota etycznego, które posiada udokumentowane pochodzenie. Warto jednak zauważyć, że jest ono najdroższe z punktu widzenia konsumenta. Może też tak dużą rolę przywiązuje się obecnie do złota pochodzącego z recyklingu, gdyż zarówno jego cena, jak i idea przyświecająca jego tworzeniu są bardzo bliskie współczesnym konsumentom. 4

Wiktoria Wilk

GOLDEXPO

W A R S Z A W A

Targi Złotniczo-Jubilerskie

29.09-01.10.2022



ORGANIZATOR TARGÓW:
Fundacja dla Rozwoju Polskiej Branży
Złotniczo-Jubilerskiej

ul. Piekarska 20, 00-264 Warszawa
(w siedzibie Cechu Złotników, Zegarmistrzów,
Optyków, Grawerów i Brązowników m. st. Warszawy)

WWW.TJEXPO.PL
targi@tjexpo.pl

MIEJSCE TARGÓW:
Warszawskie Centrum EXPO XXI
ul. Prądyńskiego 12/14, 01-222 Warszawa





Pochodzenie kamieni

Klienci salonów jubilerskich stają się coraz bardziej wymagający. Zależy im na posiadaniu nie tylko oryginalnej biżuterii, ale także znając swoje prawa, chcą wiedzieć, co kupują. Każdy sprzedawca zobowiązany jest do przekazania swoim klientom pełnej wiedzy na temat oferowanego towaru i udzielenia im informacji na temat pochodzenia kosztowności.

Aby jednak tak się stało sprzedawcy muszą doskonale wiedzieć jaki rodzaj biżuterii oferują, skąd pochodzą ich biżuterii, kim jest jej producent oraz w jaki sposób została wytworzona. Świadomość ekologiczna coraz szerszej rzeszy klientów salonów jubilerskich sprawia, że sprzedawcy muszą się kształcić i być w stanie odpowiedzieć na każde pytanie.

KAMIEŃ SZLACHETNY U JUBILERA

Każdy sprzedawca biżuterii musi zdawać sobie sprawę, że najważniejsze jest nawiązanie relacji z klientem. A ta musi opierać się na zaufaniu. Troska o środowisko naturalne sprawia, że klienci dokonujący zakupów w salonach jubilerskich chcą posiadać biżuterię ekologiczną, czyli taką która wyprodukowana została z troską o dobra naturalne. Podstawową kwestią w tym przypadku staje się sposób pozyskiwania kamieni szlachetnych wykorzystanych do jej produkcji. I tu przed właścicielami sklepów z biżuterią pojawia się problem, jaki rodzaj biżuterii chcą oni oferować swoim klientom. W większości salonów jubilerskich oferowana jest biżuteria, do której produkcji wykorzystano kamienie naturalne. Jak sama ich nazwa wskazuje są to kamienie, które występują w przyrodzie, na ich stworzenie nie miał wpływu żaden człowiek. Wydawać by się mogło, że to właśnie biżuteria z naturalnymi diamentami, szafirami czy rubinami

będzie cieszyła się największym zainteresowaniem kupujących. Nic bardziej mylnego. Klienci salonów jubilerskich, którym na sercu leży troska o środowisko naturalne, zdają sobie sprawę, że wydobycie kosztowności przynosi środowisku

który pojawił się na rynku jubilerskim w 1969 we Francji i od razu zdobył uznanie klientów na całym świecie, dlatego też już cztery lata później wszedł do produkcji masowej w Rosji. I od tego czasu jest jednym z najczęściej kupowa-

Klient ma prawo do informacji na temat kamienia jubilerskiego, który znajduje się w biżuterii. Sprzedawca musi przekazać mu pełną wiedzę na temat sposobu pozyskania bądź wytworzenia danego kamienia

naturalnemu szkodę. Kolejnym powodem, dla którego nie chętnie kupują biżuterię z kamieniami naturalnymi jest nie zawsze etyczny problem odpłatności pracowników pracujących przy wydobyciu kamieni z ziemi.

IMITACJE KAMIENI SZLACHETNYCH

Oczywiście poza kamieniami naturalnymi i syntetycznymi w salonach jubilerskich pojawiają się imitacje a wśród nich najchętniej kupowane cyrkonie. Imitacje to kamienie jubilerskie, które mają przypominać inne bardziej wartościowe kamienie szlachetne. Produkowane są w laboratoriach, ale także niektóre z nich występują samoistnie w naturze. Klienci polskich salonów jubilerskich zazwyczaj decydują się na zakup imitacji diamentów: kupują biżuterię z cyrkonią lub moissanitem. Cyrkonia jest produktem,

nych kamieni jubilerskich imitujących diamenty na świecie. Szacuje się, że rocznie produkowanych jest około 12 ton karatów rocznie. Klienci salonów jubilerskich chwalą sobie biżuterię z tą imitacją diamentu, zwracając uwagę na dwie jej cechy: jest tania a jej produkcja nie ma szkodliwego wpływu na środowisko naturalne. Drugą imitacją diamentu wykorzystywaną do produkcji biżuterii jest moissanit, nazywany często ekonomiczną alternatywą dla diamentu. Jest to minerał, węgiel krzemu SiC, który do produkcji biżuterii został wprowadzony w 1998 roku. Za sprawą firmy Charles & Colvard, która otrzymała patent na jego wytwarzanie. W 2016 roku patent wygasł i moissanit może być wytwarzany przez inne firmy jubilerskie, co spowodowało, że tych imitacji diamentów na rynku jubilerskim z roku na rok pojawia się coraz więcej. 4

FOT: PIXABAY

POLSKI JUBILER

CZOŁOWY MAGAZYN
BRANŻY JUBILERSKIEJ W POLSCE



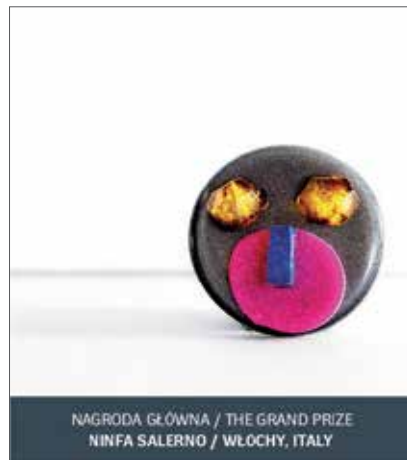
Pamiętaj o zamówieniu prenumeraty

Polskiego Jubilera na 2022 rok

Aby złożyć zamówienie wypełnij formularz na
www.polskijubiler.pl lub zadzwoń do nas pod numer 22 333 88 26

Bursztyn jako nagroda

Bursztyn jako nagroda! – to temat 26. Międzynarodowego Konkursu na Projekt Biżuterii z Bursztynem Amberif Design Award 2022. Kuratorka konkursu Barbara Schmidt ma rację: wszyscy zasługujemy na nagrodę – niezwykłą biżuterię z niezwykłego materiału, jakim jest bursztyn bałtycki.



NAGRODA GŁÓWNA / THE GRAND PRIZE
NINFA SALERNO / WŁOCHY, ITALY



NAGRODA SREBRNA / THE SILVER PRIZE
MYLENE AUQUIERE / BELGIA, BELGIUM

Kiedy artyści tworzą biżuterię, często wykorzystują swoje umiejętności, aby zafundować sobie małą nagrodę. Już sama możliwość pracy ze szlachetnym materiałem jest powodem czystej satysfakcji: rado-

ści tworzenia, doskonalenia umiejętności posługiwania się narzędziami i autonomii w podejmowaniu decyzji projektowych. Noszący również sami siebie nagradzają, ilustrując swoje życie symbolami i manifestując swój punkt widzenia podczas noszenia biżuterii. Widz jest nagradzany jako obserwator piękna i wartości kulturowych, które często stają się zaproszeniem do rozmowy z użytkownikiem.

W tej potrójnej relacji: twórca / użytkownik / odbiorca – biżuteria bursztynowa od tysięcy lat odgrywa ważną rolę dla każdej ze stron. Artyści, twórcy biżuterii, projektanci doceniają fizyczne właściwości materiału. Spektrum kolorów bałtyckiego bursztynu i jego taktylne ciepło schlebiają noszącemu i nagradzają go emocjonalnym przywiązaniem. A dla widzów magia bursztynu zyskuje status nagrody za odwagę, by zainicjować nawiązanie kontaktu. Zastosuj bursztyn jako materiał jubilerskich ingerencji w taki sposób, aby interakcja między tworzeniem, noszeniem i oglądaniem była źródłem synergicznej satysfakcji dla każdego uczestnika tego procesu. Wszyscy zasługujemy na nagrodę – niezwykłą biżuterię z niezwykłego materiału.

Barbara Schmidt
kuratorka konkursu

Celem i zamierzeniem konkursowym jest promocja bursztynu jako źródła

wyrazu artystycznego, zaś jego przedmiotem projekt autorskiej biżuterii artystycznej z bursztynem zainspirowanej tematem konkursowym. Jako że ADA ma charakter wyłącznie projektowy, akceptowane będą wyłącznie wizualizacje cyfrowe (plik: .jpeg – 300dpi) w postaci projektu wykonanego w dowolnej technice graficznej: rysunek, rendering albo fotografie gotowego prototypu lub modelu. Organizator dopuszcza zastosowanie w pracach wyłącznie bursztynu naturalnego, natomiast w przypadku wyboru innych materiałów pozostawia uczestnikom pełną dowolność. Zgłoszenie uczestnictwa odbywa się wyłącznie poprzez wypełnienie formularza on-line dostępnego na www.amberif.pl do dn. 01.02.2022.

Przy ocenie prac międzynarodowe jury weźmie pod uwagę przede wszystkim autorską interpretację tematu, wartości artystyczne projektów oraz innowacyjne wykorzystanie bursztynu. Najlepsze prace zostaną nagrodzone – w puli nagród są: Nagroda Główna Prezydenta Miasta Gdańska (10 000 PLN), Nagroda Bursztynowa Międzynarodowego Stowarzyszenia Bursztynników (1 kg bursztynu) i Nagroda Srebrna (1 kg srebra). Prace nagrodzone oraz zakwalifikowane przez jury zostaną zaprezentowane na wystawie podczas targów Amberif w 2022 r. w Gdańsku. <

FOT: MATERIAŁY PRASOWE

Zaprenumeruj magazyn POLSKI JUBILER

Aby zamówić prenumeratę:

- zadzwoń: 22 333 88 26 albo
- prześlij zamówienie faksem: 22 333 88 82, 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**

Dane do realizacji zamówienia i wystawienia faktury:

.....
nazwa firmy

.....
imię i nazwisko osoby zamawiającej

ulica numer

kod miasto.....

NIP.....

tel. e-mail

Wyrażam zgodę na przetwarzanie danych osobowych dla celów promocyjnych i marketingowych przez PWS PROMEDIA Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Michała Paca 37. Osoba udostępniająca swoje dane ma prawo do wglądu oraz poprawiania ich.

data podpis osoby upoważnionej

prenumerata	liczba egz.	cena	liczba zamówiam prenumerat	od numeru
1 egz.	1	14 zł		
półroczna	3	40 zł		
roczna	6	76 zł		

POLSKI JUBILER
www.polskijubiler.pl

REDAKCJA
polskijubiler@pws-promedia.pl

REDAKTOR NACZELNA
Marta Andrzejczak
m.andrzejczak@pws-promedia.pl
tel. +48 22 333 88 18

STUDIO GRAFICZNE
Elżbieta Grudziń

KOREKTA
Dorota Ciepielewska

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

ProMedia
Polskie Wydawnictwa Specjalistyczne

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

SEKRETARIAT
Marzena Michałik
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
Wioleta 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 Krackowski
tel. +48 22 401 70 01;
+48 600 344 881
mirek.krackowski@gmail.com

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

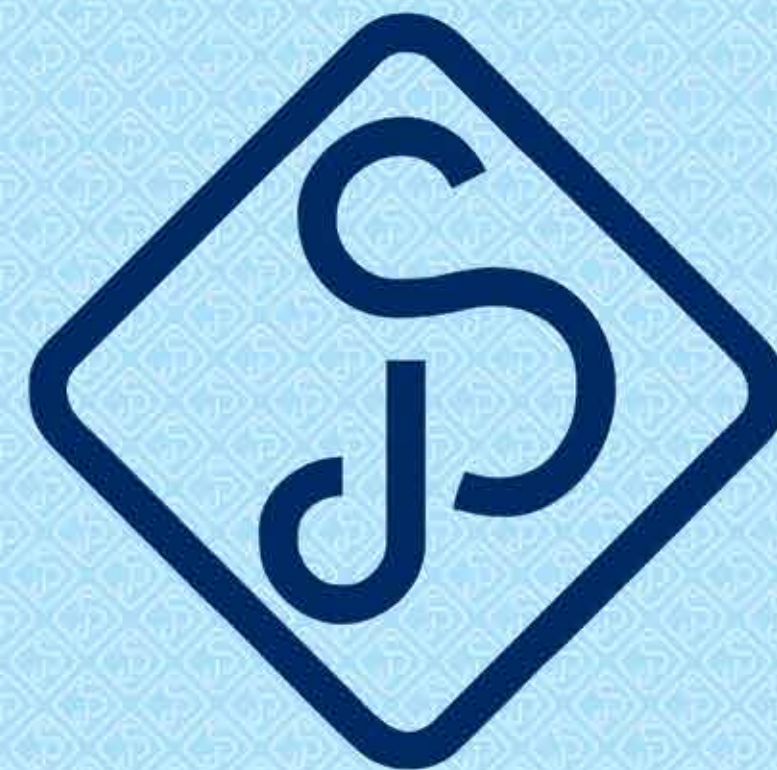
NAKŁAD 3500 EGZ.

Zamówienia na prenumeratę realizują także:
KOLPORTER SP. Z O.O. S.K.A., GARMOND PRESS S.A., GLM SP. Z O.O., RUCH S.A.
– zamówienia można składać na stronie www.prenumerata.ruch.com.pl, prenumerata@ruch.com.pl lub tel.: 801 800 803, 22 717 59 59 – w godz. 7⁰⁰–18⁰⁰.
Koszt połączenia wg taryfy operatora

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.



40 LAT DOŚWIADCZENIA PRODUKCYJNEGO



S T E F A N E K

ZAPRASZAMY DO SIEDZIBY FIRMY

tel. kom. 601 282 400
biuro@stefanek.com.pl
02-174 Warszawa, ul. Sabły 35



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