

## Wywiad z prezesem CIBJO Gaetano Cavalierim

Ewa Rachoń

Gaetano Cavalieri pochodzi z Sycylii i w CIBJO\*, delegowany przez Federację Narodową Hurtowników Złotej i Srebrnej Bizuterii, reprezentował przemysł włoski. W styczniu 2001 r. zastąpił dotychczasowego prezesa Jose Hessa. W czasie targów „Vicenzaoro 2” znalazł czas na chwilę rozmowy. Spotkał się w towarzystwie pana Claudia Paganiego, konsultanta odpowiedzialnego za organizację komunikacji internetowej, oraz Ulricha Korndorfera, znanego polskim jubilerom z opracowania konsumenckiego rynku złota w Polsce, Czechach i na Węgrzech wykonanego na zlecenie Rady Złota w 1997 roku.

**Ewa Rachoń: Jak pan widzi swoją rolę w kierowaniu federacją i jak chce ją realizować?**

**Gaetano Cavalieri:** Jestem dumny, że mogę reprezentować jubilerstwo na międzynarodowym forum. Dziesięć lat temu miało miejsca szalone rozdrobnienie i walka o rynki, a po upadku berlińskiego muru świat niemal w ciągu jednej nocy stał się otwarty dla wszystkich. Dziś poszukujemy wspólnych problemów i staramy się je rozwiązywać w trosce o zaufanie konsumenta. Wszędzie tam, gdzie odnajdziemy wspólne interesy, staramy się działać razem i taka polityka doprowadziła do tego, że w bardzo krótkim czasie jubilerstwo zaczęło postrzegać jako ważną dziedzinę gospodarki światowej. Nasz głos jest słyszany przez inne gremia gospodarcze, szczególnie w sytuacjach wymagających określenia stanowiska branży – jak to miało miejsce podczas społecznej kampanii przeciw „krwawym” diamentom.

Mamy szansę wykreowania centrum decyzyjnego i centrum wiedzy specjalistycznej.

Głównym bogactwem takiej jak nasza organizacji są ludzie i na ich wiedzy chcemy budować globalne widzenie rynku oraz rodzaj jubilerskiej rodziny w oparciu o integrację, wzajemne referencje i fachowość. Najskuteczniejszym środkiem komunikacji jest dziś Internet i to on pozwoli skonstruować autostradę informacji dla przemysłu jubilerskiego poprzez komunikację między organizacjami członkowskimi i handlowcami, zakładając, że bazą są poszczególni ludzie tworzący organizacje krajowe. Dzięki nim łatwo uzyskać informację, w jakim kraju z jaką sprawą do kogo się zwrócić.

**ER: Podczas kongresu w Monachium jednym z omawianych tematów był wpływ mody i przemysłu odzieżowego na kształtowanie się rynku jubilerskiego. Jak pan ocenia te wpływy?**

**GC:** Jubilerstwo jest niezależne od innych dziedzin i samo w sobie jest modą. Polega głównie na ewolucji tradycji i klasycznego projektowania. Czasem połączenie z aktualnymi trendami jest dobre, a czasem niekorzystne. Bizuteria projektowana indywidualnie jest wrażliwsza na wskazania mody, przemysł kieruje się często innymi czynnikami. Jednak kontakt z innymi dziedzinami współczesnego życia, w tym modą, może być inspirujący, gdyż dostarcza użytecznych narzędzi promocji i rozbudzania konsumenckich potrzeb.

Na zakończenie rozmowy pan Cavalieri zadeklarował możliwość spotkania się z szefami polskich organizacji jubilerskich



Ewa Rachoń rozmawia z Gaetano Cavalierim.

i szczegółowego wyjaśnienia zasad oraz warunków uczestnictwa w CIBJO. Może więc warto przed kolejnym forum przypomnieć najważniejsze cele i sposoby działania tej organizacji:

CIBJO liczy sobie 76 lat i jest międzynarodową konfederacją narodowych organizacji jubilerskich. Obecnie do organizacji należy 35 krajów: Australia, Austria, Bahrajn, Belgia, Brazylia, Kanada, Chiny, Republika Czeska, Dania, Egipt, Francja, Niemcy, Grecja, Hongkong, Indie, Izrael, Włochy, Japonia, Liban, Litwa, Holandia, Norwegia, Pakistan, Peru, Portugalia, Rosja, Arabia Saudyjska, Korea Płd., Hiszpania, Sri Lanka, Szwajcaria, Tajlandia, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Wielka Brytania, Stany Zjednoczone.

Wśród organizacji stowarzyszonych jest Światowa Rada Złota WGC, Wysoka Rada Diamentów HRD, de Beers, Amerykański Instytut Gemmologiczny GIA, Międzynarodowa Gildia Platyny PGI, Międzynarodowy Instytut Gemmologiczny IGI oraz Międzynarodowe Stowarzyszenie Kamieni Kolorowych ICA.

Członkostwo jest otwarte dla zawodowych organizacji, najbardziej reprezentatywnych dla przemysłu jubilerskiego w kandydującym kraju. Prace odbywają się w czterech głównych sektorach: produkcja, handel hurtowy, kamienie jubilerskie i sprzedaż detaliczna. Osobną strukturę stanowią zarejestrowane przez CIBJO laboratoria wskazane przez organizacje narodowe i pracujące zgodnie z opublikowaną Księgą Diamentów, Księgą Kamieni Jubilerskich i Księgą Pereł, przestrzegając norm i nazewnictwa opracowanego przez CIBJO.

Federacja wypowiedziała się na kongresie w Monachium przeciw handlowi kamieniami finansującymi wojny w Afryce, w tym diamentami i tanzanitem, równocześnie wsparła program certyfikacji pochodzenia diamentów Kimberly Process, jednoznacznie formułując przekaz o powstrzymaniu dostępu do legalnego rynku diamentów z terenów ogarniętych konfliktami.

Głównym zadaniem jest wspieranie działań promujących harmonijną współpracę międzynarodową i wymianę handlową w globalnym widzeniu rynku jubilerskiego, przede wszystkim zaś budowanie zaufania konsumentów do przemysłu jubilerskiego.

\* CIBJO – Międzynarodowa Konfederacja Bizuterii, Srebrnej Zastawy, Diamentów, Pereł i Kamieni (Confederation Internationale de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie, des Diamands, Perles et Pierres).

## „Vicenzaoro 2” 8-13 czerwca 2002 r.

Ewa Rachoń

Włoski przemysł jubilerski zajmuje pierwsze miejsce na świecie w eksporcie wyrobów ze złota (7,3%), a drugie miejsce po Indiach pod względem wielkości produkcji. Zgodnie z danymi podawanymi przez włoską rządową agencję statystyczną, 4/5 produkcji kupują odbiorcy zagraniczni. Wartość eksportu oszacowano w roku 2001 na 5,3 miliarda euro<sup>1</sup>. Głównym nabywcą są Stany Zjednoczone (33%), następnie Szwajcaria, Zjednoczone Emiraty Arabskie i Anglia (każdy z wymienionych krajów ponad 6%). Polska kupiła według tych statystyk biżuterię złotą i srebrną za ponad 24 miliony euro, co stanowi 0,5% wartości włoskiego eksportu jubilerskiego. Jest jednak najwyraźniej traktowana jako rynek perspektywiczny oraz łącznikowy z Rosją, stąd od kilku lat Włoski Instytut Handlu Zagranicznego w Warszawie zaprasza grupę handlowców i dziennikarzy na targi do Vicenzy. Pozwólcie Państwu, że przekażę relację z tych odwiedzin.

„Vicenzaoro 2” jest drugą z trzech imprez jubilerskich organizowanych corocznie przez targi „Vicenza Fiera” w Vicenzie, jednym z głównych ośrodków złotniczych we Włoszech. Targi zgromadziły 1575 firm, w tym wystawców zagranicznych z 28 krajów i krajowych z 37 prowincji włoskich. Targi odwiedziło 20 000 kupców, w tym 6500 osób z 101 krajów poza Włochami, nieco (o 6%) mniej niż w ubiegłym roku. Styczeniowa edycja odnotowała spadek liczby kupujących o 25%; można więc powiedzieć, że dane czerwcowe sygnalizują pewną stabilizację rynku.

Prezes targów „Vicenza Fiera” Giovanni Lasagna ocenił, że firmy, które zainwestowały w innowacje, osiągnęły rezultaty odpowiadające włożonej pracy. Andrea Turkato, dyrektor targów, zauważył, że imprezę, mimo spadku wartości transakcji w liczbach bezwzględnych, odwiedziła rekordowa liczba dziennikarzy – ponad 200 osób z magazynów mody i najlepszych wydawnictw konsumenckich, a to również za spr-



Stoisko polskiej firmy Arti-Ambra.

wą konkursu „Gold Virtuosi” i uroczystości towarzyszącej wręczeniu nagród nazywanej Jubilerskimi Oskarami.

Podstawową częścią targów był Pawilon Gemmologiczny, zawierający ofertę firm złotniczych, kamienie kolorowe, perły, korale, instrumenty gemmologiczne, stoiska wystawców zagranicznych i prasę specjalistyczną. W osobnym pawilonie pod nazwą „Orogemma” miała miejsce prezentacja technologii i wyposażenia do produkcji biżuterii i obróbki metali szlachetnych. Oba obiekty były skomunikowane linią mikrobusów, kursujących co 10 minut.

Zwiedzanie targów rozpoczęłam od przywitania się z polskimi wystawcami – firmą Arti Ambra, Jubilex i Berkwiat z Gdańska oraz firmą Sivon z Zabrze. Być może już w przyszłym roku we wrześniu na targach „Orogemma” będzie zorganizowane stoisko narodowe pod patronatem Stowarzyszenia Bursztyńników, a bursztyń zyska lepszą widoczność we Włoszech, w kraju, którego mieszkanki lubią go nosić. Poszukiwałam też innych bursztyńowych śladów. Otóż bursztyń pojawiał się w naszyjnikach łącznie z turkusem, oprawiany w 24-karatowe złoto oraz gdańskie wyroby prezentowane przez włoskie firmy handlowe. Był również bursztyń dominikański.

Centralne miejsce w głównym pawilonie zajmowała wystawa prac nagrodzonych w konkursie „Gold Virtuosi 2002”.

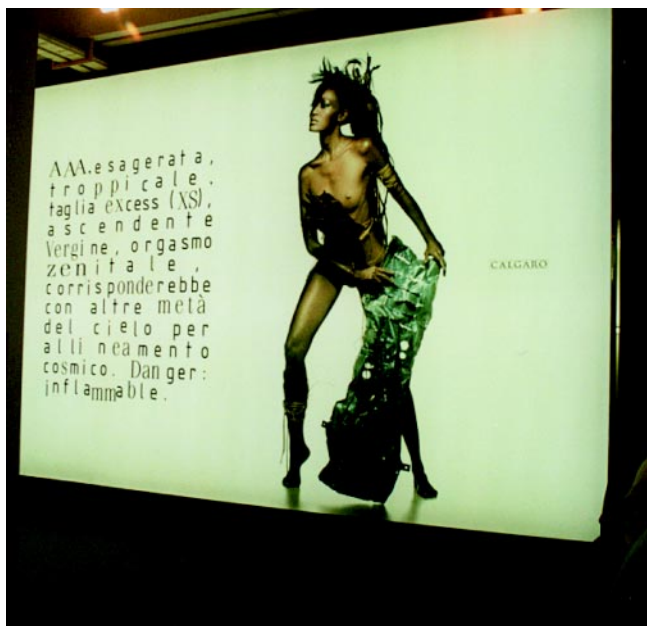
Tu również rodzimy akcent – w jednej z witryn prace podpisane nazwiskiem Ewy Rudowskiej z Warszawy – jednej z 34 złotych medalistek konkursu.

W halach dominowało złoto w żółtym kolorze i najlepsze marki włoskie – Calgario, Roberto Coin, Damiani, Fope, Versace. Królowały diamenty, ale też było wiele kamieni barwnych, w tym i pomarańczowych. To kolor tego lata. Wśród pereł – nowość – naszyjniki komponowane w wielobarwnych układach, łączących perły z różnych miejsc pochodzenia. Tak więc i hodowcy pereł ulegli wszechogarniającemu szaleństwu kolorów.

Na wiadomość o przyjeździe grupy z Polski zaprosiła nas na spotkanie firma Ponte Vecchio Gioielli. Jak sugeruje nazwa firmy, rozpoczęła ona działalność na słynnym moście złotników we Florencji, pro-



Jedna z alejek hali targowej.



Plakat Calgario.

dukując i sprzedając seryjną biżuterię. W 1994 r. postanowiono wprowadzić biżuterię markową, w tym Damiani i Cartier, oraz rozbudować sieć sklepów. Dzisiaj firma zatrudnia 21 osób, a projektant Ugo Cala kreuje własną linię firmy w relacji ze współczesnymi trendami. Jej charakterystyczne wyroby to biżuteria wykonywana techniką *sgriffatura* – koronkowe łączenia nawiązujące do kształtu słynnego mostu. Na targach prezentowano serię Saturno z diamentami, cytrynami lub ametystami oraz linie nazwane Wydmy i Motyle. Firma daje gwarancję na produkt finalny i poszukuje nowych kontaktów handlowych z najlepszymi sklepami za granicą. Również w Polsce.

Pawilon Gemmologiczny skupiał renomowane marki, takie jak: La novelle Brague, Fope i znaną ze wspierania nowoczesnego wzornictwa (sponsor dwóch medalowych prac włoskich projektantów) oraz świetnych kampanii promocyjnych Calgario Group. Tym razem z podświetlonej ściany zapraszała na stoisko Eva Nowhere – etniczna modelka wykreowana przez fotografa Fabia Santagiuliana. Zapytałam, czy



Fope, kolekcja „Abbracci”.

**GRANULAT ZŁOTA**  
**pr. 999,9**

**Złota Bizuteria**

**RODIUM**  
Spółka jawna

**w sprzedaży wysyłkowej**

<b>Siedziba:</b>	<b>Filia:</b>
31-503 Kraków	40-028 Katowice
ul. Lubicz 25/559	ul. Francuska 34/105
tel. 0-12/619-71-50	tel. 0-32/209-07-89
tel/fax. 0-12/619-71-55	tel/fax. 0-32/209-07-69

**www.galeria.jubilerska.pl**  
**www.rodium.pl**  
**rodium@rodium.pl**

ogromne nakłady na wypracowanie wizerunku firmy opłaca ją się. Bardzo – padła odpowiedź. Sądząc z pozajmowanych stolików do rozmów, pewnie była to relacja prawdziwa.

Odbyla się również prezentacja książki *Sukces włoskiej biżuterii na świecie*<sup>2</sup> napisanej przez dwóch ekonomistów: Franca Marchesiniego i Giustina Giustiego. Jest ona próbą nadrobienia braku danych koniecznych do analiz przyszłościowych i prawidłowego procesu zarządzania branżą. Poza analizą rynku rozważane są metody działania w warunkach narastającej konkurencji, kiedy nie wystarczy samo unowocześnianie produktów i nowe wzornictwo. Konieczne jest wprowadzanie renomowanych marek, budowanie zaufania i wyczuwanie potrzeb konsumenta. Podstawowym zaś problemem jest brak wykształconych artystycznie i technicznie kadr, bez których trudno będzie stanąć do konfrontacji z dynamicznymi transformacjami otoczenia. Te problemy brzmią znajomo. Czy myślimy o krótkoterminowych i długofalowych działaniach, budujących solidne podstawy naszej branży jubilerskiej?

Oromachine to linie produkcyjne, galwaniczne, maszyny i urządzenia, oprogramowanie do komputerowego zarządzania procesem projektowania i produkcji, o których najlepiej opowiedzieć może Paweł Markowski z Częstochowy. Jego relację zamieszcza ten numer „Polskiego Jubilera” na str. 8.

Zatrzymałam się na stoisku znanej szkoły Le Arti Orafe z Florencji. Zaprasza ona studentów z różnych krajów, oferując kursy projektowania i technik jubilerskich, sprawności manualnej i technologii jubilerskich pod kierownictwem Gio Carbone. Szkoła oferuje trzyletnie studia akademickie, ale



Ewa Rudowska,  
naszyjnik, kolczyki,  
pierścionek, złoty medal  
„Gold Virtuosi 2002”.

Ewa Rudowska  
uhonorowana  
złotym medalem  
„Gold Virtuosi 2002”.



również dwuletnie i roczne kursy jubilerskie, intensywne kursy wakacyjne, półroczne i miesięczne kursy oprawiania kamieni czy projektowania biżuterii.

Najważniejszym wydarzeniem targów „Vicenzaoro 2” była druga edycja międzynarodowego konkursu „Gold Virtuosi 2002”, który służyć ma kreowaniu trendów dla złotej biżuterii, promocji wzornictwa w połączeniu z trendami mody i przekształcaniu użytkowników złotej biżuterii w koneserów sztuki złotniczej. Stąd niezwykle zabiegi organizatorów skoncentrowały się na pozyskaniu dziennikarzy ze wszystkich znaczących redakcji magazynów mody na świecie. Do grona jurorów zaproszono projektantów mody i wydawców. Pośród nich – Krystynę Kaszubę z Polski. Zapytałam pana Kita Inagakiego, dyrektora departamentu biżuterii w Światowej Radzie Złota, jak to się stało. Odpowiedział, że założeniem konkursu jest trafienie do konsumentów na całym świecie. Rynek polski, szacowany na 15 t zużycia surowca (wg pani Ireny Podleskiej – współpracującej z Radą), jest mało rozpoznany przez Radę Złota, więc po konsultacjach z agencją public relations wybrano kobietę kojarzoną z sukcesem

medialnym i świetnie zorientowaną w świecie mody. Pani Krystyna przyjęła chętnie zaproszenie i brała udział w dwuetapowych pracach jury, które rozdzielało nieliczne nagrody pośród 2000 prac nadesłanych z 50 krajów. Jej również sprawiło wielką satysfakcję, gdy po odkodowaniu prac jedną z medalistek okazała się Polka.

Nagrodzone prace sprawiają wrażenie ruchu, traktują biżuterię jako akcesorium mody, są ekspresją współczesnego sposobu noszenia się. Często jest to *body jewellery* – biżuteria ciała, a więc element stroju, jak bluzka utkana ze złota czy czapeczka autorstwa Roberto Coina. Większość tego typu projektów miała znaczne rozmiary, co spowodowało nawet pytanie jednej z dziennikarek, czy jest jakiś limit ilości zużywanego złota. Cóż, takim limitem jest z pewnością możliwość wykonania projektu – każdy z projektantów musiał znaleźć sponsora i ewentualnie wykonawcę pracy. W przypadku Ewy Rudowskiej, laureatki z Polski, była to firma Galvano-Aurum z Warszawy.

Andrea Turcato, dyrektor targów w Vicenzie, powiedział, że konkurs spełnił oczekiwania organizatorów, stając się dodatkowym motywem dla kupców, by odwiedzić targi, szansą na spotkanie trendów ze Wschodu i z Zachodu, a dla nagrodzonych wsparciem ich osobistej kariery. Zachęcał również do organizowania regionalnych konkursów pobudzających kreatywność rodzimych twórców. Zapowiedział, że wystawa pokonkursowa będzie w ciągu najbliższego roku prezentowana na targach w Nowym Jorku, Szanghaju, Hongkongu, Meksyku, Paryżu, Londynie i Dubaju.

Gala nazywana Jubilerskimi Oskarami zorganizowana na zamku Colleoni pod Vicenzą była prawdziwym wydarzeniem, a następne takie będzie dopiero za dwa lata. Wśród laureatów tegorocznej edycji „Gold Virtuosi” jest Minchong Kim, pewnie to najlepsza rekomendacja. Może więc warto odwiedzić internetową stronę: [www.artiorafe.it](http://www.artiorafe.it)

A na pewno warto poznać twórczość polskiej laureatki konkursu „Gold Virtuosi 2002” pani Ewy Rudowskiej, członkini ZPAP – Polska Sztuka Użytkowa i mistrza fotografii w jednej osobie. Ma ona wiele pasji, w trudnych chwilach pisze poezje. Jej mąż Staszek twierdzi, że wszystko, co robi, robi cudownie. Żyje w zgodzie z naturą, a obserwacja otaczającego świata spowodowała szczególne zainteresowanie liśćmi jako tworzywem artystycznym. Tworzyła z nich tkaniny, projektowała sukienki. Sądziła, że to pasja na pół roku, tymczasem przygoda trwa już 7 lat. Oswoiła je – nie gniołają się i nie łamią, są posłuszne. Najlepsze są takie czteroletnie, dobrze wysuszone. Nie boi się chemii po doświadczeniach wyniesionych z fotografii, więc nauczyła się je preparować. Najpierw oczyszcza blaszki, pozostawiając jedynie tzw. nerwy liściowe, i tak przygotowany ażur metalizuje galwanicznie, nadając swym liściom wszystkie barwy jesieni i zachowując równocześnie ich niezwykłą lekkość.

Tak stopniowo jej liście stały się biżuterią. Upięte w naszyjnik, zwinięte w pierścionek, zawieszane jako kolczyki – zwróciły uwagę jurorów drugiej edycji konkursu „Gold Virtuosi” i znalazły się w gronie 34 prac nagrodzonych przez Światową Radę Złota i Targi w Vicenzie złotymi medalami.

Fotografie: Ewa Rachoń

<sup>1</sup> *L'orafa italiano*, czerwiec 2002.

<sup>2</sup> *L'orifera italiana nel mondo. Una storia di successi.*

## Maszyny jubilerskie w Vicenzie

**Paweł Markowski**

Na tegorocznych targach „Vicenza Oromachine” swoją ofertę zaprezentowało 120 firm. Największa liczba wystawców to firmy włoskie, z którymi konkurowały firmy z Niemiec, Szwajcarii, Hiszpanii, a także ze Stanów Zjednoczonych i Japonii.

Dominowały technologie odlewania i mechanicznej obróbki powierzchni. Niemiecka firma Otec zaproponowała bardzo ciekawe urządzenie do obróbki powierzchni odlewów. Polerka Eco-Maxi to połączenie 3 urządzeń: polerki magnetycznej, polerki z dyskiem wirowym do szlifowania na mokro oraz polerki z dyskiem wirowym do polerowania we wsadzie z orzecha włoskiego. Procesy przeprowadza się w specjalnych wymiennych pojemnikach, które są kolejno montowane na napędzie. Cena około 3000 euro.

Ciekawą alternatywę dla tradycyjnych woskowników przygotowała firma Maxmatic: próżniowy woskownik z automatycznym podajnikiem form, z możliwością regulacji czasu wtrysku, osiągnięcia próżni, czasu chłodzenia modelu i szybkości pracy podajnika. Umieszczony w formie chip zapamiętuje wszystkie parametry wtrysku i przy ponownym użyciu formy model woskowy ma tę samą jakość i wagę. Wydajność urządzenia – około 200 wtrysków na godzinę. Cena około 20 000 euro.

Nie zabrakło także firm, które demonstrowały komputerowy system projektowania i rzeźbienia modelu woskowego. Za pomocą programu graficznego, współpracującego z większością komputerów, projektuje się model woskowy. Oprogramowanie pomaga projektantowi tworzyć model dzięki wielu ciekawym rozwiązaniom w programie. Oprogramowanie wylicza także, ile będzie ważył odlew. O takim systemie marzy na pewno wielu złotników, jednakże koszt zakupu systemu (np. system firmy Meico kosztował około 100 000 euro) jest w zasięgu niewielu firm w Polsce. Podobnie wiele innych wysoce specjalistycznych urządzeń, pozwalających na przyspieszenie już i tak gigantycznej produkcji, zamortyzuje się u producentów biżuterii np. w USA, w Chinach czy we Włoszech, ale nie w Polsce.

Generalnie targi „Vicenza Oromachine” to oferta dla firm zajmujących się masową produkcją biżuterii. □

## Nowe targi „Inhorgenta”: „Inhorgenta Europe 2003”

**Tomasz Sobczak**

Przyszłoroczne monachijskie targi „Inhorgenta” otrzymają nową nazwę „Inhorgenta Europe”. Zmiana nazwy targów w roku 2003, w 30. rocznicę ich powstania, odzwierciedla rynkowe znaczenie oraz rozwój tych jednych z najważniejszych w świecie jubilerskich i zegarmistrzowskich targów branżowych. Międzynarodowe targi monachijskie zegarków, zegarów, biżuterii, kamieni szlachetnych, technologii, maszyn i opakowań odbędą się w dniach 21-24 lutego 2003 r. w Nowym Monachijskim Branżowym Centrum Targowym (New Munich Trade Fair Centre).

Targi „Inhorgenta Europe”, usytuowane w centrum Europy, mają pod względem położenia strategiczne znaczenie w planowanej na przyszłe lata ekspansji, w ramach poszerzonej Unii Europejskiej, na nowe rynki przyszłych krajów członkowskich oraz na rynki wschodnie. „Inhorgenta” pokazują szeroki wachlarz złotych, platynowych i srebrnych wyrobów jubilerskich, zegarów i zegarków oraz kamieni szlachetnych. Na targach swoje wyroby prezentuje około 1400 wystawców z ponad 50 krajów, co stanowi ważny element przyciągający wielu zwiedzających z krajów zachodnioeuropejskich, a także przechodzących transformację krajów centralnej i wschodniej Europy oraz Azji.

Odwiedzanie targów „Inhorgenta Europe” stało się niemal obowiązkiem dla ludzi z branży jubilerskiej z Niemiec, Europy i wielu innych krajów na całym świecie. Dodatkowym magnesem, przyciągającym zarówno wystawców, jak i zwiedzających, jest reputacja Monachium jako miasta nie tylko targowego, posiadającego jedno z największych i najpiękniejszych centrów targowych, ale również miasta sztuki i kultury. Monachium ma wspaniale rozwiniętą infrastrukturę komunikacyjną, bogate zaplecze hotelarskie, wykwintne zaplecze kulinarne i pozostawiające niezapomniane wrażenia zaplecze rekreacyjno-rozrywkowe.

W 30. rocznicę pierwszej edycji targów „Inhorgenta” stały się wspaniałą platformą biznesową sektora jubilerskiego i zegarmistrzowskiego w Europie. Atutem targów, oprócz wysokiego profesjonalizmu organizacyjnego, jest prezentowa-

nie wzornictwo, produkty luksusowe i wyroby platynowe. Bardzo istotnym czynnikiem, mobilizującym zarówno wystawców, jak i kupujących, jest stworzenie przez organizatorów możliwości swobodnego przepływu towarów i usług, zwiększenie obrotów handlowych poprzez działania marketingowe oraz ułatwienie kontaktów biznesowych.

Dodanie do nazwy targów „Europe” jest prostą demonstracją tego, co się już stało faktem: targi „Inhorgenta” są najważniejszymi targami

branżowymi wyrobów jubilerskich, zegarków i kamieni szlachetnych w UE. Przykładem tego może być Design Podium – organizowana podczas targów największa na świecie prezentacja znanych i najbardziej kreatywnych marek i projektantów biżuterii, których produkty cechują się najwyższą jakością wykonania.

Wielu wystawców targów „Inhorgenta” prezentuje produkty mające cechy innowacyjne, zwłaszcza dotyczące formy, materiałów i technologii. Ma to szczególne znaczenie dla gości targów, którzy mogą zawsze znaleźć dla siebie coś nowego i interesującego. Tak wielkie nagromadzenie wystawców, produktów i świadczonych usług daje odwiedzającym bogate przeżycia estetyczne i korzyści materialne; zapoznaje z rynkiem jubilerskim, jego możliwościami i nowymi trendami w bardzo krótkim czasie. Dla wielu wystawców prezentujących innowacje targi pozwalają na promocję firmy na arenie międzynarodowej, a prezentowane przez nich produkty stają się motorem napędzającym i promującym całą branżę jubilerską. Wielu wystawców targów „Inhorgenta” stara się projektować swoje produkty już z myślą o przyszłych trendach mody w jubilerstwie i zegarmistrzostwie, chcąc w ten sposób zaspokoić gusty (nawet czasem bardzo ekstrawaganckie) żądnych nowości kupców z ponad 70 krajów.

Poza biżuterią i zegarkami wspaniałą wizytówką targów „Inhorgenta” jest również bogata prezentacja nowych technologii, maszyn i wyposażenia zarówno dla dużych producentów, jak i małych zakładów usługowych, także propozycje nowych, ciekawych ekspozycji i opakowań do zegarków i biżuterii.

Targi „Inhorgenta Europe”, które niewątpliwie jak targi „Inhorgenta” odwiedzi około 30 tys. potencjalnych klientów z całego świata, spełniać będą nadal kluczową rolę w promocji wystawców i ich produktów,

Dodatkowe i wyczerpujące informacje na temat targów „Inhorgenta Europe 2003” można znaleźć na stronie internetowej: [www.inhorgenta.com](http://www.inhorgenta.com) □



## ARTYKUŁY DLA JUBILERÓW

\*PRODUKCJA I SPRZEDAŻ\*

Oferujemy m.in.:

- narzędzia, urządzenia (leasing, raty),
- masy, gumy, woski,
- wsady polerskie,
- odczynniki chemiczne, ligury,
- granulaty i półfabrykaty
- realizację indywidualnych zamówień,
- dostawę do klienta (dowóz, poczta, Servisco)

**ZAPRASZAMY DO NASZEGO SKLEPU**

**RODENT, 05-802 Pruszków, ul. Sadowa 68**  
tel/fax (0-22) 728-97-67, 758-83-56

## „Messer Macher Messe“ – targi wytwórców noży

**Jacek A. Rochacki**

Jak wiadomo od niepamiętnych czasów, złotnicy, poza wytwarzaniem biżuterii i wyrobów korpusowych zajmowali się projektowaniem i wykonywaniem najróżniejszych przedmiotów wchodzących w zakres sztuki użytkowej, w tym broni białej. Dla podtrzymania tej tradycji zamieszczamy poniżej informację o dorocznej prezentacji prac rękodzielników zajmujących się projektowaniem i wykonywaniem noży.

W dniach 4 i 5 maja 2002 r. odbyły się w Solingen trzecie targi wytwórców noży – „Messer Macher Messe”, organizowane przez Niemieckie Stowarzyszenie Wytwórców Noży. Była to połączona ze sprzedażą prezentacja artystycznie dekorowanych przedmiotów użytkowych o wartości kolekcjonerskiej, ekskluzywnego sprzętu myśliwskiego, toreb i składanych noży myśliwskich z wymyślnymi rozwiązaniami technicznymi. Prezentowano również sztylety ze stali damasceńskiej i z żelaza z meteorytów, o rękojeściach z poroża reniferów i drzewa żelaznego, grawerowane i dekorowane innymi technikami, eksponowane w skórzanych pochwach, wykonane przez najlepszych rzemieślników. Dla kolekcjonerów i miłośników noży prawdziwą radością była możliwość zakupu tych niezwykle przedmiotów już podczas targów. Ceny niektórych eksponatów sięgały nawet 5000 euro.

Podczas ubiegłorocznego pokazu przewinęło się w ciągu dwóch dni 4000 zainteresowanych targami. Gromadzili się oni tłumnie wokół gablot wystawowych, podziwiając artystycznie wykonane noże i starannie opracowane akcesoria.

W bieżącym roku około 65 wytwórców noży z Niemiec, ich sąsiadów z Francji, Austrii, Holandii i Szwajcarii, jak również ze Szwecji, Republiki Czeskiej i Węgier zaprezentowało w Klingenmuseum swoje noże. Zainteresowanie tym wyspecjalizowanym rękodziełem poza Europą wykazują też wytwarzający noże rzemieślnicy z USA, Kanady oraz z Republiki Południowej Afryki.

Klingenmuseum przygotowało dla kolekcjonerów i zwiedzających „Messer Macher Messe” dodatkowe atrakcyjne imprezy. Niemieckie Stowarzyszenie Kolekcjonerów Noży miało przyjemność uczestniczyć w targach w Solingen i ustanowiło nóż jako symbol swej organizacji. Pokaz tradycyjnego szlifowania na oczach zwiedzających był demonstracją profesjonalizmu i kunsztu rzemieślniczego.

Podczas tych dwu dni wybrano trzy „noże roku” w kategoriach: „nowa generacja noży”, „sztylety”, oraz „noże wykonane z zastosowaniem specjalnych materiałów”.

Poza wytwórcami noży młodszej generacji wzięło udział w targach wielu znanych rzemieślników, takich jak Dietmer Kressler i Fryderyk Schneider z Niemiec czy Des Horn z Republiki Południowej Afryki. Przybył również Virgil England ze Stanów Zjednoczonych, uważany przez znawców za jedną z „gwiazd wytwórców noży”.

Dla zwiedzających i ludzi interesujących się nożami szczególną atrakcją weekendu była specjalna wystawa „Peter Johnsson – szwedzki wytwórca mieczy” w Klingenmuseum. Tak jak i w roku ubiegłym, prezentował on swoje artystyczne repliki broni średniowiecznej. Na specjalnym pokazie szczegółowo i wyczerpująco demonstrował zwiedzającym historyczne procesy produkcji, tradycyjne materiały i narzędzia. Specjalnie z okazji tego pokazu wykonał wianą replikę miecza, którego oryginał jest przechowywany w Klingenmuseum. Zwiedzający mogli spróbować własnych sił w wykonywaniu noży czy broni białej. Peter Johnsson służył objaśnieniami zainteresowanym jego pokazem w obu dniach ekspozycji. □

## Polsko-rosyjska kooperacja czy wojna handlowa o bursztyn

Wojciech Kalandyk, Wiesław Gierłowski

Obwód kaliningradzki Federacji Rosyjskiej i województwo pomorskie Polski (z przyległościami) to główne centra gospodarki bursztynem w świecie. A że sąsiadują ze sobą o miedzę, siłą rzeczy wytworzyła się między nimi sieć powiązań w sferze techniki, wzornictwa, zaopatrzenia w materiały, handlu gotowymi wyrobami i kooperacji przemysłowej. Na tym tle zrodziły się bliskie osobiste kontakty pomiędzy właścicielami firm z obydwu krajów i dążenie do tworzenia spółek o kapitale mieszanym.

Jak dotąd powstawanie spółek prawa handlowego o kapitale mieszanym ma charakter wyraźnie jednostronny. Tylko kapitał rosyjski inwestuje w Polskę, a brak zaangażowania polskiego w Rosji. Niechęć naszych przedsiębiorców do

uczestnictwa w firmach zlokalizowanych w Rosji wynika ze zbyt dużego ryzyka oraz złożoności administracyjnych i prawnych tam istniejących. Środowisko bursztynników rosyjskich jest w praktyce hermetyczne i nikt z zewnątrz, nawet z krajów WNP, nie zdołał się do niego włączyć.

Tendencja do utrzymania wyłączności prawa podejmowania decyzji gospodarczych utrzymała się w spółkach działających w Polsce, które tylko formalnie mają kapitał mieszany, a w samej rzeczy prawie w 100% rosyjski. Typowym przykładem jest mające siedzibę w Gdyni Przedsiębiorstwo Handlowe Family j.v., spółka z o.o., akcentujące w reklamie wizualnej polsko-rosyjski charakter (flagi w barwach obydwu krajów, biały i dwugłowy orzeł), a tuż za tym opis sedna swojej działalności: „Wyłączny Przedstawiciel Kaliningradzkiego Kombinat Bursztynowego”, państwowej firmy rosyjskiej.

Family dysponująca znaczną pulą surowca z kopalni w Jantarnym sprzedaje go z powodzeniem polskim przetwórciom po horrendalnie wysokich cenach, ale z formalną i legalną dokumentacją fakturami VAT. Na surowiec, skupowany od ludności za cenę o 20-30% mniejszą, z reguły trudno uzyskać jakikolwiek dokument sprzedaży, zdatny do wpisu rejestru czynności cywilnoprawnych (PCC2). Wyrównanie podwyższonej ceny surowca kooperanci Family uzyskują często przez możliwość zapłaty swymi wyrobami także po cenach odpowiednio wyższych niż przeciętne. W rezultacie więc zachowują przeciętną marżę zysku.

W tym układzie pogarszać się muszą wskaźniki rentowności eksportu wyrobów z Polski (Family sprzedaje prawie wyłącznie na eksport), a polepszać wyniki sprzedaży surowca z Rosji. Powtarza się tu schemat znany z rozliczeń w wielu innych dziedzinach, na przykład w montowniach samochodów przepłacających za sprowadzane ze spółek-matek zespoły. Ale to już problem fiskalny, a nie kooperacyjny.

Zasadniczym polem kooperacyjnym pomiędzy ośrodkiem gdańskim a kaliningradzkim jest możliwość wymiany rosyjskich półfabrykatów bursztynowych w postaci gotowych kamieni do biżuterii na srebrne oprawy wykonywane w polskich warsztatach. Niestety przepisy Federacji Rosyjskiej stwarzają w tej dziedzinie wiele sztucznych barier:

- ograniczenia w licencjonowaniu przetwórstwa i obrotu metalami szlachetnymi, w tym srebrem;
- kosztowne i nierównoprawne licencjonowanie eksportu bursztynu i wyrobów z niego;
- ograniczenie legalnego dostępu do złóż surowca.

W trakcie rozmów z rosyjskimi kolegami po fachu na kwietniowych targach „Bursztyn Bałtyku” w Kaliningradzie zaskoczyły nas powszechne narzekania właścicieli firm prywatnych na brak surowca. Zostały one odnotowane w wywiadach dla profesjonalnego czasopisma „Rosyjski Jubiler” nr 4/2002. Pani Olga Łysienko, dyrektor firmy Ambertrin, oferującej oryginalny asortyment wyrobów od biżuterii po duże elementy wystroju wnętrz, zacytowała swoją wypowiedź zdaniem: „Moglibyśmy chodzić po bursztynowych chodnikach”. A w tekście tak ocenia sytuację: „Kaliningradzkie firmy tkwią na kruchym górskim grzbiecie pomiędzy totalnym brakiem surowca dobrej jakości (i to właśnie tu, w Kaliningradzie, skąd legalnie i nielegalnie uchodzi on w świat), a drakońskimi prawami stworzonymi specjalnie w tym celu, żeby zniszczyć naszą dziedzinę gospodarki. Na-




Fot. 1. Winieta reklamy Przedsiębiorstwa Handlowego Family j.v., sp. z o.o.



Fot. 2. Wyrwa w grobli oddzielającej kopalnię „Plaźowa” od morza powiększa się i nic nie wskazuje na zamiar wznowienia eksploatacji zalanego złoża.

fot.: W. Gierłowski



sze wyroby cieszą się popytem na rynku rosyjskim i za granicą. Zaopatrujemy całą Rosję – mamy stałych klientów w Krasnojarsku, Soczi, Władywostoku i Chabarowsku. Realizujemy wysyłkę niewielkimi partiami i każdą z nich musimy poddać procedurze celnej, co z reguły podwaja koszty. A na miejscu trudno sprzedawać, bo prawo ustalone przez lokalną dumę zakazuje zarówno mieszkańcom, jak i gościom wywozić z obwodu kaliningradzkiego więcej niż 5 sztuk wyrobów bursztynowych”.

Na temat trudności formalnych w dziedzinie zagranicznej kooperacji wypowiedział się w tymże czasopiśmie Michał Simukow, prezes Związku Bursztynowego, organizacji podobnej do naszych izb gospodarczych, zrzeszającej 34 prywatne firmy bursztynowe z obwodu kaliningradzkiego. Wskazał on na umyślne faworyzowanie przez władze centralne i okręgowe państwowego kombinatu wytwórczego, dla którego utworzono specjalną strefę „ludowej twórczości artystycznej” uprawniającą do zwolnienia z podatku VAT i któremu udzielono stałej licencji eksportowej na wszystkie materiały i wyroby.

Prezes Simukow w ten sposób skrytykował nieuzasadniony przywilej zwolnienia z VAT-u produktów kombinatu, dający mu tak znaczne preferencje na rynku krajowym, że całkowicie niszczą one konkurencję: „Na przykład artyści mieszkający w Kaliningradzie, Świetłogorsku i na obszarze Primorsku, a więc tam, gdzie od dawna kwitło bursztynowe rękodzieło, w myśl lokalnego prawa okręgowego są pozbawieni zwolnień, z których korzystają wytwórcy zaliczeni do takiej kategorii. Zwolnienia dotyczą tylko osiedla Jantarnyj, chociaż na wystawie „Bursztyn Bałtyku” nikt nie widział ani jednego twórcy stamtąd. Jantarnyj to kombinat, wielkoseryjna produkcja, a o rękodziele nie może tam być mowy”.

Dla zobrazowania trudności w podejmowaniu zagranicznej kooperacji prezes Simukow zacytował przepis o dwumiesięcznym terminie oczekiwania na decyzję z Moskwy w sprawie licencji na wywóz, co przekreśla szanse sprawnego potwierdzenia zamówień, a tym samym dojścia transakcji do skutku.

Jeszcze gorszy jest koszt licencji, który wynosi 200 USD od każdego wyrobu, choćby różniącego się tylko nieznacznie kształtem czy wymiarem. Przytoczony przez niego przykład zamówienia na 1 kg kamieni jubilerskich z bursztynu w cenie 1000 USD w pięciu różnych wymiarach wymaga zapłacenia za licencje 5 x 200 USD, czyli tyle, ile wynosi cała wartość transakcji, oczywiście niemożliwej do zrealizowania w tym trybie.

Istnieje jednak furtka. Kombinat w Jantarnym kupuje te same kamienie po potrąceniu 10% marży i wysyła jako swoje, korzystając ze stałej licencji. W sprawozdawczości wygląda to nawet okazale – udział eksportu państwowej firmy rośnie.

To tylko część obserwacji z rynku, który władze próbują zastąpić nawrotem do reglamentacji i dominacji sektora państwowego. Najważniejszym przykładem może być dopuszczenie do zalania najwydajniejszej kopalni i gwałtowny spadek wydobywania surowca. Zarządcy z Kaliningradu uwierzyli zapewne w głoszoną przez siebie ocenę, że dysponują 90% światowych zasobów surowcowych i mogą dyktować dowolne warunki. Najwyższy czas odpowiedzieć na to podjęciem eksploatacji własnych złóż polskich i intensyfikacją zakupów na Ukrainie. □

## Notowania cen – diamenty okrągłe, pełen szlif brylantowy\*

	IF	VVS <sub>1</sub>	VVS <sub>2</sub>	VS <sub>1</sub>	SI <sub>1</sub>	SI <sub>2</sub>	P <sub>1</sub>	P <sub>2</sub>	P <sub>3</sub>
<b>Gradacja 0,01 - 0,03 kr</b>									
D E F	900			800	740	650	580	450	260
G H	800			740	680	640	510	410	220
I J	720			650	610	560	420	350	210
K L	550			500	450	440	360	300	200
M N O	410			360	350	340	230	220	150
<b>Gradacja 0,04 - 0,07 kr</b>									
D E F	930			820	750	690	590	450	280
G H	810			760	700	660	540	420	250
I J	750			670	610	600	460	370	220
K L	570			530	450	420	360	310	200
M N O	430			380	350	340	250	240	180
<b>Gradacja 0,08 - 0,14 kr</b>									
D E F	1020			900	820	780	600	490	290
G H	890			810	780	680	570	440	240
I J	760			720	630	590	450	420	220
K L	640			580	490	450	390	350	200
M N O	500			440	400	380	280	260	190
<b>Gradacja 0,15 - 0,17 kr</b>									
D E F	1170			1020	920	810	660	510	310
G H	1050			920	860	760	600	480	270
I J	870			830	760	670	560	440	240
K L	750			700	620	540	440	360	230
M N O	600			550	480	380	330	300	200
<b>Gradacja 0,18 - 0,22 kr</b>									
D E F	1540			1310	1190	1050	820	640	390
G H	1320			1200	1110	990	760	590	320
I J	1150			1030	960	880	670	520	300
K L	900			850	800	700	580	420	280
M N O	710			680	630	570	500	410	260

	IF	VVS <sub>1</sub>	VVS <sub>2</sub>	VS <sub>1</sub>	SI <sub>1</sub>	SI <sub>2</sub>	P <sub>1</sub>	P <sub>2</sub>	P <sub>3</sub>
<b>Gradacja 0,23 - 0,29 kr</b>									
D E F	2280			1800	1400	1180	880	780	480
G H	1880			1560	1250	1100	840	700	430
I J	1370			1180	1180	1000	770	620	380
K L	1050			950	900	840	720	520	340
M N O	870			820	760	670	550	470	300

Przedstawione w tabelach orientacyjne ceny wartości rynkowej netto podane są w USD za 1 kr masy. Obejmują one kamienie, których szlif, proporcja szlif i wykończenie oceniane są na bd - bd.

Ceny w obrocie wewnątrzbranżowym dla poszczególnych pozycji w zależności od wielkości transakcji, sposobu zakupu i rozbieżności w jakości szlifów mogą znacznie różnić się od podanych w tabelach.

\* Podane ceny uzyskano z Centrum Obrotu Diamentami i Kamieniami Szlachetnymi w Poznaniu.

## Ceny surowca bursztynowego 31 sierpnia 2002 r.

Wahania cen surowca bursztynowego zakupywanego przez polskich producentów nie zmalały od ostatnich publikowanych przez nas notowań z lutego tego roku. Ogólnie rysuje się tendencja wzrostu w granicach 10-20%, najwyższa w kategoriach wysokiej jakości (duże bryłki wyjątkowej urody).

W poszczególnych transakcjach dochodzi do spekulacyjnego wyśrubowania cen nawet o 50%. Takie ceny płacone są wyjątkowo, w sytuacji zupełnego wyczerpania zapasów u konkretnych producentów biżuterii zdobionej kamieniami bursztynowymi. Koszt materiału zużytego na niewielkie kamienie do biżuterii stanowi nieznaczny odsetek ogólnych kosztów produkcji i dlatego wytwórcy decydują się na zwiększone wydatki, mimo utrzymywania dotychczasowych cen zbytu wyrobów.

Bardzo wzrosło znaczenie dostaw surowca na rynek polski z Ukrainy. Nasze zamówienia nie mogą być nawet w połowie realizowane, bowiem brak możliwości szybkiego zwiększenia wydobycia z ukraińskich złóż.

Nadal nie podjęto w Polsce legalnej eksploatacji własnych złóż i nagromadzeń w kopalnych plażach pod osadami Wisły w jej delcie. Wiele osób i firm podejmuje inicjatywy w tym kierunku, lecz wciąż poziom opłat związanych z legalizacją wydobycia jest przeszkodą w osiągnięciu rentowności takiej działalności.

*Wiesław Gierłowski*