

«Ценность настоящего бренда — это запечатленное в вечности мгновение»

«Мы создаем вещи, которые, как музыка, делают жизнь прекраснее»

Честность с самим собой, покупателями и постоянное совершенствование — такова философия Виктора Моисейкина, главы ювелирного дома Moiseikin. Уральский ювелир, член Союза Дизайнеров России изобрел свой «язык» — закрепку Waltzing Brilliance, с помощью которой «оживил» камни, чтобы еще откровеннее говорить о простых истинах, любви и смыслах жизни с ценителями ювелирного искусства в Европе, Азии, США и на Ближнем Востоке.

— **Moiseikin — уже хорошо известный в мире бренд. В чем, по-вашему, его сила?**

— Хочется ответить киношной фразой: «Сила в правде». В России слово «бренд» часто используют всуе. Все хотят или пытаются быть брендом. Возможно, и мы станем брендом. Но пока я бы сказал, что Moiseikin — дизайнерская компания. В моем понимании бренд — это зрелость в буквальном смысле. Что-то сотворить мало. Надо довести до совершенства и... проверить временем. Для зрелого бренда, тем более в сегменте «люкс», важно создавать то, что становится классикой, которая будет восхищать десятилетиями. Ценность настоящего бренда — это запечатленное в вечности мгновение, отражающее современность, дух эпохи. А самая лучшая реклама — это довольные покупатели. Я считаю, что каждый в своей работе должен стремиться к совершенству, пусть даже оно не всегда достижимо. Поэтому сила, на мой взгляд, в честном отношении к тому, что делаешь, в уважении к покупателям. Если я вижу, что человек колеблется, всегда говорю: покупать нужно только в состоянии «увидел, влюбился, почувствовал себя счастливым». В конце концов, мы создаем вещи, которые, например, как музыка, делают жизнь прекраснее. Человек должен испытывать радость и удовольствие от соприкосновения с ними.

— **Расскажите о ваших уникальных технологиях.**

— Пять лет назад мы изобрели инновационную закрепку Waltzing Brilliance. Ее уникальность в том, что она «оживляет» камни, позволяет им свободно вращаться. С помощью этой закрепки можно создавать современные трехмерные поверхности, которые ранее невозможно было воплотить при классической технике крепления.



У наших изделий нет обратной стороны, они со всех сторон разные, где «лицо» и «изнанка», невозможно сказать. Мы применяем Waltzing Brilliance и в ювелирных украшениях, и в арт-объектах — везде, где нужно передать движение. Никогда не понимал, какой смысл в статичных украшениях, если они не взаимодействуют с человеком. Если нет эмоционального контакта с предметом, то зачем он? Поэтому, возвращаясь к первому вопросу, скажу, что сила искусства в правде и в жизни.

— **Ваши изделия — действительно тонкая ювелирная работа.**

— В каждом творении должна быть душа автора. Да, процесс создания ювелирных изделий очень сложный, в нем принимают участие много мастеров, иногда задействованы 10–15 специалистов. Каждый вкладывает частичку своей любви, своего таланта. И это не конвейер, не завод, где нет ни жизни, ни души, только деньги. Промышленная революция, которая позволила быстро создавать и тиражировать предметы, на мой взгляд, очень негативно сказалась на ювелирном искусстве. Почему-то стало звучать странное словосочетание «ювелирная промышленность». Мы же не говорим «музыкальная промышленность» — композиторы не штампуют симфонии.



Сегодня люди стремятся к осознанной жизни, более внимательно проживают каждое мгновение. Им важно, кто рядом с ними, что их окружает. Покупают вещь не потому, что о ней громко кричит реклама, а предчувствуя реальное удовольствие от обладания ею. Поэтому для меня все, что я создаю, — это искусство, способ выражения чувств. В какой-то момент я был в тупике: что бы ни задумывал сделать, уже случилось до меня. Крупные бренды «перепачкали» ювелирное поле от и до, взяли все образы, интерпретировали их множество раз. Но благодаря Waltzing Brilliance я смог выразить старые образы по-новому. Закрепка родилась как новый инструмент для иллюстрации эмоций, переосмысления давно известных истин. Птиц и сто лет назад создавали, но мы сделали ее так, что, глядя на нее, кажется, сейчас она вспорхнет — в ней есть жизнь. Кстати, мы до сих пор продолжаем изучать возможности закрепки, экспериментировать, и, к удивлению, удается открывать новое.

— **Любая новая технология рискует быть скопированной конкурентами. Кто-то уже пытался воспроизвести?**

— Waltzing Brilliance, или «русская закрепка», как ее называют, запатентована в России, США, Евросоюзе и Китае. Несмотря на это, нас скопировали. В первую очередь в Китае, довольно крупная известная компания. Поначалу меня сильно расстроил этот факт, прежде всего, потому что идею взяли, но реализовали плохо. Сейчас мое отношение изменилось. Китайские партнеры, да и все, к кому я обращался с этой историей, смогли меня убедить, ликуя: «Поздравляем, вас копируют! Значит, создали дей-



ствительно хороший продукт». Как оказалось на практике, рейтинг изделия, которое копируют, выше. При этом я знаю одно — кто хочет, тот купит только оригинал.

— **Вы довольны активными на китайском рынке?**

— Азиатский рынок — глобальный, быстрорастущий, интересный. Мы работаем во многих крупных городах под своей торговой маркой. Здесь очень образованные покупатели с осмысленным потреблением, более широким мироощущением. Они сохранили связь с природой, своими традициями. А вот провокационное искусство им чуждо.

— **Есть разница в предпочтениях азиатских и европейских клиентов?**

В Европе и России люди живут «быстро», крупными, широкими мазками, часто не обращая внимания на детали. В Азии, особенно в Японии, меня научили замечать нюансы, более тонко воспринимать жизнь. Это про любовь к совершенству — кайдзен. У нас даже в ОТК теперь висит постер «Ничего совершенного нет, но все можно улучшить». Перфекционизм не всегда полезен — может жизнь исчезнуть, а вот стремление к совершенству должно быть постоянным. При этом не стремиться удовлетворить спрос, а делать то, во что влюбится весь мир. Это сложно, задача максимум. Но для себя мы поставили такую планку — создавать не дифференцированные коллекции для каждой страны, а уникальные предметы универсальным дизайн-кодом и понятным, но не банальным языком символов. Воплощать в продукции свое видение мира, свою философию. Сильному бренду не нужно искать покупателей, они должны его хотеть.

— **Помимо украшений, Moiseikin — это сувенирная коллекция и арт-объекты.**

— Да, собственно, то, с чего мы начинали. В мире до сих пор не так много компаний, которые работают в стиле Фаберже. К соединению материалов, характерному для русской ювелирной школы, мы подошли по-своему — мало металла, больше камней с «русской закрепкой». Множественность деталей, с одной стороны, сложна в исполнении — чем больше оркестр, тем труднее достичь гармоничного звучания, с другой — получается действительно интересная синергия традиций, материалов, сотрудников.



— **Как звучит «уральская история» в изделиях?**

— Безусловно, мы напитаны красотами края. Но не спекулируем только образом Хозяйки Медной горы. Тот же самый малахит — главный герой коллекции «Русские кружева». Для меня русскость проявляется не в использовании известных образов, а в умении сочетать металл и камень, в характерной философской мысли, особой колористике, характерной для русского искусства, не только ювелирного — яркие сочные цвета, контрастные сочетания, например, уральских аметистов и демантоидов. «Умозрение — в красках», как сказал князь Трубецкой об иконописи.



— **Вас можно считать «ювелирным посланцем» Екатеринбурга?**

— Интерес иностранцев к родине посредством творчества — предмет моей гордости. После знакомства с Moiseikin 90 процентов покупателей и партнеров хотят приехать в Екатеринбург, чтобы «увидеть место, где создаются эти работы». И у нас действительно очень талантливый город. Здесь исторически добывают и умеют обрабатывать камень, много хороших компаний, мастеров. И мы продолжаем и развиваем уральские традиции, а для осознанных покупателей это важно. Я люблю бывать в разных городах, но жить хочу именно здесь. С одной стороны, Екатеринбург — современный, с другой — в нем есть провинциальный наив. Это сочетание мне нравится. Не зря же мы стоим на границе, где сходятся две энергии — быстрого Запада и глубокомысленной Азии.