

Bijuterii cu poveste

Întreaga ta cutie de bijuterii ar putea costa mai puțin decât un singur inel purtând semnătura unui bijutier interbelic. Atrasă de povești din alte vremuri, Camelia Șucu investește, pragmatic, în podoabe cu vechime. De Diana-Florina Cosmin

Ce investiție poate fi mai bună decât bijuteriile? Pe timp de criză, le pui într-o batistă și-ai plecat. Aceasta este una dintre replicile preferate ale Cameliei Șucu, auzită într-un film vechi, de pe vremea războiului. O teorie care i-a rămas în minte și pe care încearcă să o aplice, în spirit pragmatic, ori de câte ori este tentată să-și completeze portofoliul de investiții cu o bijuterie veche și scumpă. Nu este singura în această situație. Același film vechi par să-l fi văzut și investitorii englezi, francezi sau americani, siliți, în ultima vreme, să fie tot mai inventivi în plasarea banilor. Ce-i drept din cauza unei alte crize decât cea la care se face referire în faimoasa replică. Din septembrie 2008 încoace, tot mai mulți dintre aceștia au devenit vizitatori discreți ai magazinelor de bijuterii de pe New Bond Street, din inima Londrei, strădă pe care se vând unele dintre cele mai rare și scumpe piese „vintage” din lume.

VINTAGE SAU SECOND-HAND. Deși termenul este tot mai vehiculat în ultima vreme, nu orice obiect cu vechime poate fi considerat ca aparținând categoriei „vintage”. O bijuterie devine obiect „vintage” dacă are o vechime de cel puțin 20-30 de ani, provenind, astfel, dintr-o altă perioadă istorică. Orice piesă cu o „vârstă” mai mică de

două decenii poate fi, cel mult, considerată bijuterie „la mâna a doua”. Pentru că astfel de piese vechi sunt și extrem de rare, prețul lor nu scade, în general, sub 1.000 de euro. Cât despre prețul maxim la care pot ajunge, „doar cerul este limita”, con-

O bijuterie poate fi considerată „vintage” dacă are o vechime de cel puțin 20-30 de ani

form faimoasei expresii americane. De cele mai multe ori, însă, randamentul „investiției” este pe măsură, având în vedere că Mihail Pacioianu, președintele Asociației Bijutierilor din România afirmă, tranșant: „O bijuterie clasică, din anii ‘30-‘40, nu își va pierde niciodată valoarea”. Ba chiar dimpotrivă! Mai ales atunci când poartă o semnătură celebră, precum Cartier sau Van Cleef & Arpels.

Cel mai bun exemplu în acest sens îl reprezintă investiția designerului american Calvin Klein. Acesta a cumpărat, în 1987, un colier „vintage” cu diamante și perle, care aparținuse ducesei de Windsor. Valoarea „plasamentului” său a fost de 200.000 de dolari. În decembrie 2007, același colier era vândut, la o licitație a prestigioasei case Sotheby’s, la un preț ce sărea

binișor de patru milioane de dolari. Un calcul rapid, pe care-l poate face orice investitor, relevă un câștig bun: de douăzeci de ori suma investită, în decursul a 20 de ani.

Explicația unei asemenea creșteri în valoare stă, în opinia lui Mihail Pacioianu, în faptul că o bijuterie veche are, spre deosebire de una nouă, trei componente valorice diferite care contribuie la prețul ridicat. Prima componentă este valoarea intrinsecă, dată de pietrele și metalul prețios din care este confecționată piesa; a doua este valoarea de raritate, având în vedere că bijuteriile vechi se găsesc greu și sunt în număr foarte mic, iar al treilea ingredient, care poate urca vertiginos prețul, îl reprezintă, în unele cazuri, valoarea istorică. „Faptul că o bijuterie a aparținut unei ducese sau unui membru al vreunei familii nobiliare o face și mai prețioasă”, afirmă Pacioianu. Nu întâmplător, o broșă cu safire și diamante aparținând fostei prime doamne argentine Eva Peron s-a vândut, în 1998, cu aproape un milion de dolari, în condițiile în care valoarea ei inițială fusese de 80.000 de dolari. „Factorul decisiv a fost proveniența bijuteriei”, afirmă François Curiel, chairman Christie’s Europe, casa de licitații care a vândut faimoasa bijuterie. Spre deosebire de o bijuterie veche, o bijuterie nouă, chiar aparținând unei case celebre, posedă – în cazul în care nu este vorba despre o ediție

FOTO: VALI MIREA; REUTERS



INVESTIȚII CARE STRĂLUCESC

Cele trei componente valorice ale unei bijuterii vechi – valoare intrinsecă, valoare de raritate și, respectiv, valoare istorică – se îmbină armonios în aceste două piese, disputate de marii colecționari ai lumii.

Broșa Evei Peron

Bijuteria legendariei prime doamne argentinienne este o combinație unică de safire, diamante albe și diamante galbene, iar designul său inedit – reprezentând steagul Argentinei – a contribuit din plin la faima mondială a piesei. Safirele și diamantele albe compun dungile albastre și albe ale steagului, în timp ce diamantele galbene formează soarele. Ieșită, în anii '40, din mâinile celebrilor bijutieri de la Van Cleef & Arpels, broșa purtată de către Eva Peron la majoritatea evenimentelor oficiale a fost estimată, inițial, la o valoare cuprinsă între 80.000 și 120.000 de dolari. Cu toate acestea, prețiosul „drapel” s-a vândut, în 1998, la o licitație a celebrei case Christie's din New York, cu suma de 992.500 de dolari.



Colierul ducesei de Windsor



Colierul cu perle naturale și diamante face parte din colecția de bijuterii a ducesei de Windsor – faimoasa Wallis Simpson, femeia

pentru care regele Edward al VIII-lea a abdicat, devenind duce de Windsor. Piesa a fost scoasă la licitație în 1987, la Geneva, împreună cu cea mai mare parte a colecției de bijuterii a ducesei. Încasările, care au depășit șapte milioane de dolari, au fost donate integral Institutului Pasteur, din Paris. La respectiva licitație, designerul Calvin Klein i-a cumpărat acest colier soției sale, Kelly, prețul plătit fiind de 200.000 de dolari. Douăzeci de ani mai târziu, în 2007, soții Klein au scos la rândul lor la licitație colierul, la casa Sotheby's, din New York. Prețul obținut a fost de peste patru milioane de dolari.

limitată – strict valoarea intrinsecă, dată de pietrele prețioase, lucrătura și metalele din care este confecționată.

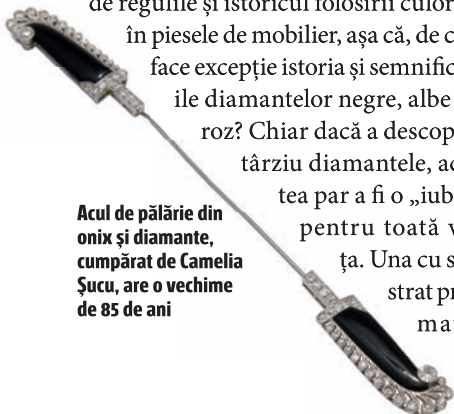
Bijuteriile „cu poveste” nu se găsesc, însă, pe toate drumurile și nici nu se cumpără de oriunde. Bentley&Skinner, unul dintre magazinele emblematice ale Londrei în materie de bijuterii vechi, oferă piese lucrate manual cu zeci de ani în urmă, în epoca victoriană, Art Nouveau sau Art Deco. Deși se vorbește peste tot despre bugete de criză, oficialii magazinului se simt la adăpost: clienții lor cheltuiesc la fel sau chiar mai mult decât în anii trecuți, după cum declară Stanley Lester, senior sales representative Bentley&Skinner. În asentimentul său este și Geoffrey Medinger, brand director al Van Cleef & Arpels în Marea Britanie: „Piese scumpe vor continua să se vândă, pentru că nu sunt considerate cumpărături, ci investiții.”

LUX INTERBELIC. În prezent, cele mai căutate și, implicit, cele mai costisitoare bijuterii vintage sunt cele din perioada interbelică, aparținând curentului Art Deco. Lucrătura și calitatea materialelor folosite sunt principalele elemente care cresc prețul, dar un nume de marcă îl poate dubla sau tripla. Cele mai căutate „semnături” sunt cele ale caselor de bijuterii Black Starr & Frost, Boucheron, Bulgari, Janesich, Mauboussin, Raymond Yard, Sterle, Cartier, Lacloche sau Van Cleef & Arpels, crede François Curiel.

Pentru Camelia Șucu, Londra este a doua casă, iar majoritatea bijuteriilor sale – puține la număr, dar cu o poveste aparte – sunt achiziționate din magazinele Cartier sau Chaumet din capitala Marii Britanii. „Îmi plac poveștile, mai ales cele frumoase”, recunoaște ea. Mai mult decât poveștile, îi plac pietrele prețioase, în special diamantele. A fost întotdeauna fascinată de regulile și istoricul folosirii culorilor în piesele de mobilier, așa că, de ce ar face excepție istoria și semnificațiile diamantelor negre, albe sau roz? Chiar dacă a descoperit târziu diamantele, acestea par a fi o „iubire” pentru toată viața. Una cu substrat pragmatic.

Glumește, spunând că acestea sunt „prietenele cele mai bune ale femeilor”, însă nu și-a făcut un scop din acumularea de bijuterii. Investește doar în „piese” care o reprezintă și de care nu se desparte niciodată: „O bijuterie poate fi superbă, dar dacă nu rezonază cu tine și nu «face contact» cu personalitatea ta, ce rost are?”. Inelul pe care nu îl dă jos niciodată a fost cumpărat tot din Londra, de la Cartier, și are un diamant montat pe un suport „vintage”. I s-a explicat cum a fost prelucrată piatra, din ce an este suportul și, simțindu-i sensibilitatea față de „poveștile din alte vremuri”, bijuterii celebrei case franțuzești i-au mai prezentat câteva bijuterii vechi. Atunci a cumpărat și un ac de pălărie din onix și diamant, din 1924, asemeni celor purtate, la promenadă, de către doamnele din perioada interbelică.

Pe lângă capacitatea de conservare sau chiar de multiplicare a valorii investiției pe timp de criză, apetitul crescut pentru bijuterii vechi mai are și un substrat cultural, profund uman. Și afaceriștilor versați le place să audă „povești” din alte vremuri, mai ales când sunt legate de diamante și pietre prețioase. O zecime din lichiditățile Cameliei Șucu, adică în jur de trei milioane de euro, sunt plasate, în prezent, în artă și bijuterii. Cu toate astea, strălucirea diamantelor nu pare să-i orbească pragmatismul. Nu și-a impus niciun „plafon” pentru investiția în bijuterii, dar gândirea strategică, de antreprenor, are aproape întotdeauna întâietate. Și-a dat seama de acest lucru în 2005, când a avut ocazia să probeze, pentru o ședință foto la New York, un superb colier cu diamante DeBeers, în valoare de 1.500.000 de dolari. Primul gând care i-a trecut prin minte a fost legat de afaceri, nu de multe carate ale diamantelor: „M-am gândit imediat ce business aș putea să construiesc cu suma asta”. Deși își consideră bijuteriile o investiție care nu se devalorizează niciodată, Camelia recunoaște că adevărata „investiție” care ar tenta-o – cu singura condiție să aibă un partener de afaceri cu experiență în domeniul respectiv – ar fi un business legat de bijuterii cu vechime. Diamantele sunt, într-adevăr, „cele mai bune prietene ale femeilor”, dar câtă vreme nu este vorba de o investiție într-un... magazin de diamante, pentru Camelia Șucu nu „cerul”, ci „simțul practic” rămâne limita. **F**



Acul de pălărie din onix și diamante, cumpărat de Camelia Șucu, are o vechime de 85 de ani

CE ÎNSEAMNĂ VINTAGE?

Există nouă mari perioade istorice pentru bijuteriile „vintage”:

» Georgiană (1714-1837)

Bijuterii făcute de mână, decorate cu pietre prețioase și cu design inspirat de natură (frunze, flori, păsări). Sunt foarte rare și sunt considerate, deja, piese antice.

» Victoriană timpurie (1837 - 1850)

Bijuterii cu aer romantic, reprezentând păsări sau flori gravate cu mîgală în aur. Bijuteriile caracteristice perioadei sunt perlele, broșa din pietre prețioase colorate și cameea.

» Victoriană mijlocie (1860-1880)

Design sobru, piese masive, din pietre de culoare închisă precum onix, ametist sau granat, montate în aur galben.

» Victoriană târzie (1885-1900)

Design feminin, cu diamante și alte pietre strălucitoare, deschise la culoare, precum safirul.

» Arte și Meșteșuguri (1894-1923)

Bijuterii lucrate cu mîgală de către artiștii vremii. Modelele sunt simple, iar pietrele sunt colorate și cât mai puțin prelucrate.

» Art Nouveau (1895-1915)

Design inspirat din natură (fluturi, flori, pene de păun). René Lalique este exponentul perioadei, folosind în bijuteriile sale email, sticlă prelucrată și fildeș.

» Edwardiană (1901-1914)

Cele mai populare materiale sunt diamantul, perlele și platina, iar simbolul perioadei este designul „filigranat”, bijuteriile capătând aspectul unei danțete fine.

» Art Deco (1920-1935)

Linii geometrice, culori tari și materiale precum email, bakelit sau celoid. Măgelele din sticlă de murano și piatra de chihlimbar se folosesc în coliere lungi și brățări purtate câte două sau trei deodată.

» Retro (1935 - 1950)

Bijuterii inspirate de Hollywood, în care predomină culorile tari și designul elaborat. Cele mai cunoscute piese sunt inelele cu pietre mari (inele de cocktail) și brățările „talisman”, de care sunt prinse mici amulete cu diverse forme.