

Bijuterii cu semnătură

Arta și afacerile se armonizează în aceeași montură. Chiar dacă greșelile artistului pot atenua, uneori, strălucirea businessului. De Raluca Bâra-Iacob și Diana-Florina Cosmin

Este foarte greu să vorbești cu bijutierul David Sandu despre cifre. Și asta – nu dintr-o pudibonderie atribuită artiștilor, pe nedrept considerați total ruși de latura pragmatică a vieții. Dimpotrivă. David Sandu se mișcă aproape firesc în zona de business și cunoaște limba tuturor clienților – de la împătimiții de artă la corporații, chiar dacă tot ceea ce face ține 100% de arta contemporană. „Faptul că lucrurile făcute au avut un feedback bun m-a îndreptat către afaceri. A fost o gramatică pe care am dobândit-o astfel”, explică el. Motivul reticenței este altul: dificultatea de a pune prețul corect pe estetic.

SUCCESSE MARI ȘI MICI. La vârsta de 15 ani, David Sandu vindea prima bijuterie făcută de el profesoarei de lucru manual de la Școala Generală nr. 146 din Capitală. Pentru brățara din alamă, cu lemn de abanos, elevul primea, în 1989, 300 de lei. Aproape 18 ani mai târziu, David Sandu avea să încheie cea mai mare tranzacție a micului său business cu bijuterii de autor: 6.000 de euro pentru un inel din aur, cu brilliant de 0,45 carate, vândut unui colecționar de artă contemporană din România. În 2008, atelierul său din Centrul Istoric – cartierul general unde lucrează cu trei angajați acum – i-a adus o cifră de afaceri de aproximativ 350.000 de euro. A fost vârful. Iar media aceleiași cifre pe ultimii patru ani și jumătate – practic anii în care a devenit vizibil – nu scade sub 100.000 de euro. A ajuns să se ocupe de bijuterii în mod firesc, după o ucenicie clasică, amintește de vremea breslelor. De la 13 ani a stat pe lângă sculptorul Vlad Gherghiceanu (la rândul său, ucenic al maestrului Rolando Negoită) nu mai puțin de cinci ani. Când tinerii de

David Sandu este primul român expozant la Târgul de Design de la Inhorgena, München



vârsta lui, ajunși la majorat, băteau bule-vardele, Sandu lucra deja în propriul atelier de-acasă. La fel de timpuriu, bijutierul a învățat că „furatul meseriei” este „un mit păgubos”. „Meseriile sunt foarte limpezi. Nu țin de o poezie sau de o inspirație. Este vorba despre o legătură foarte clară între cauză și efect. Pașii sunt foarte clari”, explică el abordarea artei bijuteriilor aproape cu nimic diferită de cea a altor meserii. Dar bijutierii români au fost nevoiți să urmeze pașii ai unor repere culturale și artistice aproape inexistente pe piața autohtonă și să se raporteze la zona germanică și SUA.

Astfel, nu mică le-a fost uimirea nemților care, în 2008, descopereau, la târgul de design de la Inhorgenta – München, în premieră printre expozanți, un bijutier... român! L-au întrebat, în primul rând, dacă este reprezentativ pentru școala românească. „Își dădeau seama singuri că e ceva în neregulă: dacă lucrurile stăteau așa de bine, ei de ce nu știau nimic despre ce se întâmplă cu bijuteria de autor în România”, își amintește David Sandu. Uimirea nemților și a altor vizitatori s-a materializat în contracte care au însemnat, în acel an, 20% din cifra de afaceri.

TESTE. Participarea la cel mai mare târg european de design a fost un adevărat test de duranță. Au fost încheiate acolo și contracte ferme cu galerii de artă, astfel că, în următorii ani, lucrările lui au luat calea expozițiilor din Namur (Galerie Namur) și Bruxelles (Galerie Brenart). Trei săptămâni de prezență în aceste

Tahiti, Sandu nu a urmărit calendarul pentru înscrierea la a doua etapă și a ratat participarea. Și viitorul atelierului, care se închegea ca afacere în 2002, trecea, în 2006, testul ieșirii pe Calea Victoriei. Anul trecut, însă, când criza financiară închidea magazin după magazin pe aceeași arteră, risipind micul vad care se înfiripase cu doi ani înainte, David Sandu s-a retras cu galerie cu tot în atelier. Nu poate totuși să-și ascundă dezamăgirea: „Este interesant cum principala arteră comercială nu produce vânzări proporționale cu propria imagine sau cu vizibilitatea pe care o oferă comercianților”. În prima lună în atelier, încasările lui le-au egalat pe cele făcute într-un trimestru pe Calea Victoriei.

PRINCIPII. Fiecare piesă a lui David Sandu spune povestea unui „ce se întâmplă dacă...?” (...sudezi, niteuiești, aduci împreună două piese detașabile). Și nu de puține ori păstrează un dialog cu obiecte din bijuteria clasică. „Să nu fii pasager sau episodic în ceea ce faci” – repetă David Sandu principiul care îi asigură constanța pe această piață „vie” grație a numai 20 de nume. „Doar patru-cinci sunt constant interesate de bijuteria de autor, restul se intersectează sporadic”, spune el. Dintre competitori, îi recunoaște pe Elena Crișan, Marian Nacu, Alina și Dan Băncilă. Pe lângă proiectarea bijuteriilor, David Sandu se ocupă și de toate achizițiile de materiale și materii prime (90% importate din Germania), care îi ocupă cel puțin trei-patru zile în fiecare lună. Chiar dacă prelungirea artei în business s-a petrecut firesc, David Sandu nu

PODOABE DE LUX

Scritoarea americană Elyse Karlin este considerată una dintre cele mai pertinente voci în domeniul bijuteriilor de autor, fiind în prezent redactorul-șef al revistei „The Magazine of Jewelry and Related Arts”. În toate cărțile sale, Karlin a evidențiat importanța unui curent artistic relativ trecut cu vederea, și anume Arts and Crafts, originar din Marea Britanie a sfârșitului de secol XIX. Acesta pune accentul pe simplitatea liniilor, meșteșugul tradițional și originalitatea creatorului. „Chiar dacă perioada Arts and Crafts s-a încheiat de mult, fiecare bijutier care lucrează în studioul său la o colecție de autor are o legătură indestructibilă cu acest curent”, afirmă Karlin. Practic, „meșteșugarii de lux” din Arts and Crafts au evoluat înspre bijuterii „handmade” de lux din zilele noastre. Numărul colecționarilor de bijuterii a crescut exponențial în ultimul deceniu, iar piesele „de autor” sunt cele mai râvnite tocmai datorită unicității lor. Unul dintre designerii de bijuterii cel mai puțin cunoscut de publicul larg, dar ale cărui creații au îmbogățit și continuă să îmbogățească portofoliile investitorilor-colecționari, este italianul Orlando Orlandini, ale cărui bijuterii au fost expuse chiar în Palatul Pitti din Florența. În 2000, acesta a fost declarat învingător în Competiția Internațională de Design al Bijuteriilor Gold Virtuosi pentru un „șal” de inele de aur legate între ele, cu un guler din plasă de platină, ale cărui fire erau încrustate cu diamante.

Colecționarii și cei care doresc ceva deosebit investesc fără să clipească: șalul de aur costă 148.500 de dolari, iar brățările și colierele între 10.000 și 30.000 de dolari. Granița dintre bijuterie și artă este traversată și de branduri renumite, precum Frey Wille, ale cărui ateliere vieneze concep, printre altele, colecții-omagiu inspirate de arta lui Claude Monet, Gustave Klimt, Hudertwasser sau Alphonse Mucha, având ca principal material emailul.

Bijuteriile dețin o conotație comercială mai accentuată față de sculptură, pictură sau alte forme de artă cu o mai mare libertate de comunicare

galerii echivalează pentru businessul cu bijuterii aproximativ șase-șapte luni de vânzări în România. Artistul a înțeles importanța prezenței pe plan internațional, așa că investește, anual, aproximativ 30.000 de euro pentru expoziții, târguri, promovarea noilor colecții. Există, însă, și „episoade” în care chiar artistul pare a lucra în defavoarea lui. După ce a câștigat locul întâi pentru Europa Centrală și de Est la concursul „Tahitian Pearl Trophy”, cu un inel din argint, abanos și perle de

poate trata cu aceeași detașare cele două fețe ale sale. Artistul lucrează la o colecție de serie limitată, controlată și numeroasă, care să fie o extensie a brandului actual de unicate. Omul de afaceri speră la o creștere cu 40% pentru anul viitor din această nouă direcție. Iar dacă artistul pare să fi găsit formula succesului în orice condiții, omul de afaceri nu poate decât să spere că deciziile luate vor fi profitabile. **F**

