ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

№5(95)
2021

ЖУРНАЛ КЛУБА «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

журнал для производителей и продавцов ювелирной продукции

JUNWEX MAGAZINE 16+

www.junwex.com

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

ПРОГРАММА ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

XXX Международный форум ювелирной индустрии

JUNWEX
ПЕТЕРБУРГ

2–6 февраля 2022

ЭКСПОФОРУМ

E-mail: junwex@junwex.com; Internet: www.junwex.com

junwex junwex_official junwex_fair

На правах рекламы

Fresh
JEWELRY

Great
Authentic
Unique
Due
Innovative

freshj.ru

На правах рекламы

16+

Реклама
на обложке:
ЮВЕЛИРНЫЙ БРЕНД VESNA JEWELRY
WWW.VESNA.GOLD

УЧРЕДИТЕЛЬ
Российское информационно-аналитическое агентство «РосЮвелирЭксперт» при поддержке Клуба «Российская Ювелирная Торговля»

РЕДКОЛЛЕГИЯ
В. В. Будный
руководитель Программы «Ювелирная Россия», председатель Высшего совета Клуба «Российская Ювелирная Торговля»
О. В. Будная
генеральный директор РИА «РосЮвелирЭксперт»
А. С. Горыня
председатель Союза ювелиров СЗФО
Г. Н. Ковалева
председатель жюри конкурсов Программы «Ювелирная Россия»
Д. Перкосси Папи
ювелир-дизайнер, Италия
Т. В. Носкова
директор журнала «Ювелирная Россия»
С. К. Ведовский
президент Клуба «Российская Ювелирная Торговля»
Э. Ю. Уткин
генеральный директор Ассоциации «Гильдия ювелиров России»

Руководители региональных представительств, вице-президенты Клуба «Российская Ювелирная Торговля»:
В. В. Батрашина (Хабаровск), Дальневосточный ФО
В. И. Бурда (Красноярск), Сибирский ФО
О. А. Доценко (Феодосия), Южный ФО
Е. В. Епимахов (Новосибирск), Сибирский ФО
С. А. Жердев (Санкт-Петербург), Северо-Западный ФО
А. К. Королев (Кисловодск), Северо-Кавказский ФО
Н. К. Лысько (Екатеринбург), Уральский ФО
А. В. Мохначевский (Якутск), Дальневосточный ФО
П. Н. Осокин (Красное-на-Волге), Центральный ФО
С. Е. Рыбаков (Тверь), Центральный ФО
И. Н. Савин (Нижний Новгород), Приволжский ФО
И. В. Смирнова (Иваново), Центральный ФО
Н. Г. Ткаченко (Владивосток), Дальневосточный ФО
Е. К. Шевелев (Хабаровск), Дальневосточный ФО
А. М. Юдин (Ейск), Южный ФО

РЕДАКЦИЯ
В. В. Будный – издатель
Т. В. Носкова – директор журнала «Ювелирная Россия»
И. С. Федорова – литературный редактор
А. Н. Добров – арт-директор
Е. И. Окочутина – технический редактор
И. Б. Каджая – редактор международного департамента
Л. М. Лебедева – корректор
А. В. Андронова – отдел распространения

АДРЕС РЕДАКЦИИ
197110, Санкт-Петербург, Лодейнопольская ул., д. 5, лит. А
Тел.: (812) 303-98-60, 320-80-99
E-mail: **noskova@junwex.com**
КОНТАКТНОЕ ЛИЦО: Татьяна Вячеславовна Носкова
www.junwex.com

ОТПЕЧАТАНО В ТИПОГРАФИИ «COLORIT РОССИЯ»
191123, Санкт-Петербург, Б. Пушкарская ул., д. 10
Тел. (812) 380-03-99
Общий тираж 14 000 экз.
Номер подписан в печать 6 октября 2021
Дата получения тиража из типографии 14 октября 2021

Редакция журнала принимает к рассмотрению статьи и иллюстрации в одном экземпляре, объемом до 0,5 п. л. (электронная версия обязательна).
Материалы не возвращаются и не рецензируются.
© «Ювелирная Россия», 2021 © Авторы публикаций, 2021
Перепечатка публикаций допускается с согласия журнала.
Ссылка на журнал «Ювелирная Россия» обязательна.
Журнал «Ювелирная Россия». Свидетельство о регистрации ПИ № ФС2 – 8476 Управления Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия по Северо-Западному федеральному округу

Содержание

10

18

22

ОТ ИЗДАТЕЛЯ
Приветствие участников Программы «Ювелирная Россия» 6

СЕКРЕТЫ УСПЕХА
Ювелирная мода 2022 10
Ставка на взаимовыгодное партнерство 14
Санкт-Петербургский ювелирный завод TALANT 16
Время умных 18

АКТУАЛЬНЫЙ РЕПОРТАЖ
Идеальное решение для современного рынка 22

ИНТЕРВЬЮ
Новые услуги от «Ювелирочки»: экспорт B2B и B2C 26
Бронза и семейные ценности 27
Люди покупают у людей 28
Опережая время 32

ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

Мужские изделия из золота и серебра

Павильон 55
Стенд В-205

Иваново
(4932) 585-332
(906) 512-18-68
jc-status@mail.ru
jstatus.ru

На правах рекламы

DANIEL
WELLINGTON

QUADRO
НОВЫЙ ВЗГЛЯД
НА КЛАССИКУ
ПРЕДСТАВЛЯЕТ TINA KUNAKEY

DANIELWELLINGTON.COM/RU
СОТРУДНИЧЕСТВО: POLINA.BORTINA@DANIELWELLINGTON.COM

Содержание

42

44

72

КРУГЛЫЙ СТОЛ
JUNWEX — место для продуктивной работы 34
Бирка по ГИИС ДМДК. Больших изменений не потребуется 39

КЛУБ «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»
Бизнес с удовольствием 40

ДИЗАЙН
Драгоценный символизм 42
Всероссийский конкурс «Признание Петербурга» 44

МАРКЕТИНГ
Без блога нет предлога 60
Движение к совершенству 64
Путь в онлайн и обратно 70

ЮВЕЛИРНЫЙ ТУРИЗМ
Бразилия: драгоценный карнавал 72

ВЫСТАВКИ
JUNWEX Premium 2022 78

JUNWEX

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

ПРОГРАММА ВЫСТАВОК
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

JUNWEX
ПЕТЕРБУРГ

2–6 февраля 2022
Санкт-Петербург, КВЦ «ЭкспоФорум»

JUNWEX *Premium*

9–13 февраля 2022
Москва, Гостиный Двор

JUNWEX
НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

18–22 мая 2022
Москва, ВДНХ

JUNWEX
МОСКВА

28 сентября – 2 октября 2022
Москва, ВДНХ

От редакции

Даже не знаю, что хуже: власть, которой плевать на народ, или народ, которому плевать на самого себя?
Михаил Задорнов

Нам, людям, которым Господь даровал жизнь, завещано дорожить каждым днем! Но время, переживаемое нами сегодня, оценке никаких небесных законов, кажется, уже не поддается. И это во всем! Вот, казалось бы, что мы так озабочены итогами выборов в Германии и при этом абсолютно флегматично относимся к выборам власти в собственной стране? Там что — для нас понятней закономерность происходящих событий? Правда, это не касается наших чиновников, в среде которых — открытое недовольство кадровой политикой! Многим чинушам надоело смотреть, как жируют счастливчики во власти. «Наворовали, дайте и другим пожить!» — цитата одного из недовольных. «Пожить» он понимает так же, как и вышестоящие.

Тут еще пандемия сделала неопределенным каждый наступающий день, а нас — людьми с ограниченными правами, как когда-то «врагов народа»... Как выполнить строжайшее требование повсеместно быть в маске, если в это же самое время QR-код позволяет плотно поужинать в ресторане. А при входе в аэропорт заставят снять маску, чтобы сравнить тебя с паспортным фото, где ты уже давно сам на себя не похож... С этой напастью вообще нет уверенности, что проснешься завтра! А если проснешься, то будет ли у тебя работа, или твою организацию закроют, что для многих из нас равносильно смерти.

Да что там говорить о вещах высоких, подвластных только Царю да Богу?! Тут в простых земных событиях не разберешься! Вот создали Общественный совет при Пробирной палате. В нем ювелиров — с гулькин нос. А к чему представители ассоциаций «корпоративных директоров», «участников фондового рынка», «экологов», «форекс-дилеров», «Первичных профсоюзов работников и обучающихся федерального государственного бюджетного университета», а также «Профессионального союза негосударственной сферы безопасности», «Российского союза налогоплательщиков» и наконец — «Фонда экономического сотрудничества русско-китайских отношений»?! Участникам рынка не объяснишь! Сразу видно в составителях списка Общественного совета людей незаурядных, большого государственного масштаба, мыслящих категориями, далеко опережающими развитие какой-то отдельной отрасли. Видимо, и правда кадровая политика в государстве заскорузла: не ценят таланты...

Испытание для всех еще дышащих сегодня — внедрение ГИИС ДМДК! Ведь все силы Минфина, Пробирной палаты, разработчиков, общественности и множества созданных советов, рабочих и экспертных групп брошены на внедрение новой, невиданной силы системы контроля! Высокие руководители, потеряв ориентир приоритетов, сбились с ног, бегая по мизерным мероприятиям, не ведая, что мечут

бисер перед теми, кто «личных кабинетов» не создает... В бизнес-среде произошел раскол интересов: малые и крупные участники рынка превратились в непримиримых врагов. Решающий голос получили искусственно созданные околовластные органы, именующие себя профессиональной общественностью. Чиновники, пользуясь вседозволенностью, пытаются навязывать «своих людей» в общественные лидеры.

Отраслевые общественные организации — Гильдия ювелиров России и Клуб «Российская Ювелирная Торговля», похоже, выбились из сил и в последнее время как-то поумерили пыл в выполнении своей общественной роли, чтобы только не ссориться с властью. Помня христианскую заповедь «...подставь другую щеку», они приняли на себя прежние великие грехи и сейчас не меняющегося «крупняка», свято надеясь на понимание никак не стыкующихся требований новой системы контроля с существующими технологиями. Да и мы приумолкли в своей обычной манере резкой оценки чиновничьего беспредела. Тоже молимся на пришедших новых, молодых, должных видеть по-другому... Ан нет! Эта «нежность» в отношениях общественности и представителей власти воспринята как слабость и смирение. Отношения ювелиров и регулятора ужесточаются. Недовольство выросло и, как бы это ни скрывали, пагубно сказалось на полученных в отраслевой среде голосах за «единороссов» на прошедших выборах.

Остаются незамеченными главные вопросы, тормозящие переработку драгоценного сырья внутри страны и выход отечественных ювелиров на внешние рынки. Регулятор продолжает оставаться жестким контролером, не способствуя развитию производственных технологий, и подрывает спрос, провоцируя повышение себестоимости продукции. Многие годы отрасль тлеет в огне противоречий — между Минфином и Минпромом. Усугубляют положение множество уже существующих тормозов в виде неоправданных критериев финмониторинга, коррупционности конкурсной системы получения господдержки, непрофессионализма РЭЦ. А впереди еще и новый претендент в помощь ювелирам с экспортом — созданное при ЕврАзЭС «Ювелирное экспортное бюро» с регистрацией в Казахстане.

Как понять происходящее? Понятно, что ничего не понятно!

Но мы держимся, как завещал один из правящей партии, которого похоже за чрезмерный оптимизм лишили телевизионного времени. Держимся и верим в умение слушать, в разум тех, кто мало говорит и повседневно создает материальные ценности на благо своей страны.

Хочется верить, иначе жизнь теряет ценность!

ZOLOTYE UZORY

JEWELRY

zouz.ru

20 лет

г. Кострома | ул. Советская, 38

+7 (4942) 37-13-00 | zolotue-uzoru@mail.ru

г. Москва | пр-т Мира, д.101, стр.1

офис 1217 (12 этаж) | +7 (495) 988-02-39

На правах рекламы

Ювелирная мода 2022

Vesna — это украшения с весенним настроением

Ювелирный бренд Vesna отражает лучшие мгновения влюбленности в жизнь и весну, дарит легкость, энергию и позитивный настрой круглый год.
Идея бренда — дарить радость женщине, делая ее еще более привлекательной, вдохновлять, заряжать энергией любви, раскрывать женственность, проявлять ее чувственность и сексуальность, наполнять гармонией с собой и миром. Ювелирные коллекции бренда объединяет идея женственности и весеннего настроения. В каждой из них вы найдете особенное украшение, чтобы подчеркнуть свою уникальность.

СДЕРЖАННАЯ КЛАССИКА

Идея базовых украшений классического бриллиантового дизайна воплощена в коллекциях Focus и Brilliance. Эффектные касты дополнены лаконичными шинками. Такие кольца идеально подойдут для предложения руки и сердца.
Благодаря уникальным технологиям алмазной грани и невидимой закрепки размер бриллианта визуально увеличивается, создается иллюзия крупного камня. Изысканное сияние алмазных граней многократно усиливает блеск бриллианта, раскрывая всю его природную красоту. Каждое кольцо дополнено элегантными серьгами, пуссетами и подвесками.

Украшения Vesna — блестящий выбор, когда хочется быть в центре внимания!

BLACK&WHITE

Украшения Black&White — беспроигрышный вариант на все случаи жизни! Контрастное сочетание черных и белых бриллиантов будет уместно как в официальном дресс-коде, так и в повседневном образе. В нынешнем осенне-зимнем сезоне черно-белые украшения на пике популярности. Они элегантны и универсальны. Черный — цвет тайны и мистики, белый — напротив, олицетворяет чистоту и непорочность. Вместе они образуют безупречный дуэт! Неизменно актуальное сочетание на все времена.

СТИЛЬНАЯ ГЕОМЕТРИЯ

Акцентные и лаконичные, дерзкие и одновременно строгие — украшения из коллекции Mainstream выполнены в стиле минимализма.
Декоративные элементы разделены на аккуратные квадратики, напоминающие плитку шоколада, а бриллианты в них — деликатные акценты. Геометричные украшения Mainstream превратят повседневный look в стильный запоминающийся образ, придав ему игривости и оригинальности.

Будь на стиле, выбирай свой мейнстрим!

СЕРЬГИ-КОНГО

Серьги-конго, пожалуй, самый популярный женский аксессуар. Базовый вариант — серьги классической круглой формы в виде колец разных диаметров. Невероятно притягательны серьги фантазийной формы, со вставками и без, тонкие или широкие. Вариаций множество!

Конго с бриллиантами — это особенные драгоценности. Такие украшения выбирают смелые и яркие женщины, которые не боятся быть в центре всеобщего внимания.

Серьги-конго небольшого диаметра с бриллиантами — универсальный выбор на каждый день: у них удобный и практичный замок, эргономичная форма. Это хороший вариант в качестве детских или подростковых серег. В коллекции есть модели как с классической бриллиантовой дорожкой, так и с одиночным камнем.

Конго среднего и крупного диаметра, а также фантазийных форм — уже более смелое решение. Эффектные необычные серьги способны преобразить любой образ, сделать его броским и неординарным. В таких украшениях сложно остаться незамеченной!

Раскрой себя истинную через украшения Vesna!

ЦВЕТНЫЕ КАМНИ

В новом сезоне стоит сделать акцент на яркие цветовые моменты. И драгоценные камни сейчас как никогда кстати. Насыщенные изумруды и красочные сапфиры идеально дополнят вечерний наряд. Коллекция Rendezvous от ювелирного бренда Vesna jewelry — это великолепные драгоценности с неповторимыми природными камнями.

МАКСИМУМ БЛЕСКА

Коллекция Ideale — роскошные украшения с бриллиантами от 0,3 карата, которые отлично подойдут для выражения самого искреннего чувства любви.

Природные бриллианты в высоких кастах раскрывают свой максимум блеска и сияния. Классические бриллиантовые модели-«одинарники» по-прежнему являются самими желанными украшениями. Вновь вырос также интерес к моделям колец-«трио», олицетворяющим прошлое, настоящее и будущее, символизирующим время, которое влюбленные проводят вместе. В иной трактовке три бриллианта обозначают любовь, верность и дружбу.

ЮВЕЛИРНЫЙ БРЕНД
VESNA JEWELRY
WWW.VESNA.GOLD

Vesna — это всегда Да!

BS

Brilliant
Style
Jewelry

СВОБОДА – ЧТО ЭТО ДЛЯ ВАС?

style.brilliant 2021

На правах рекламы

ИМПЕРИАЛ

Ставка на взаимовыгодное партнерство

Письмо ювелирной компании «Империал»

Дорогие партнеры! Мы убеждены: выстраивание качественных партнерских отношений — важнейшая задача.

Большая честь для нас, когда новые клиенты становятся постоянными, и мы каждый день чувствуем свою ответственность за успех сотрудничества.

Поэтому «Империал» разрабатывает и предлагает готовые решения, чтобы партнеры могли быстро и успешно реализовывать продукцию и оперативно оборачивать вложенные средства.

«Империал» поддерживает и сопровождает партнеров на всем пути — от отборки на ювелирной выставке до продажи конечному покупателю в салоне. Да, процесс не заканчивается отгрузкой украшений — с нее все только начинается!

Мы анализируем для вас тренды, чтобы создавать востребованные, модные украшения — такие, за которыми люди целенаправленно идут в ювелирный магазин, или изысканную классику на все времена. Мы знаем, что наши украшения не залеживаются на складах.

Команда «Империал» создает их на современном технологичном производстве, затем тщательно проверяет их качество, чтобы каждый клиент вашего салона остался доволен покупкой.

Мы помогаем продавать, чтобы партнеры могли чаще обновлять ассортиментную матрицу и наполнение ювелирных витрин.

Предоставляем качественные фото- и видеоматериалы еще до того, как отправили товар, чтобы вы могли анонсировать новые коллекции и подогревать покупательский интерес на своих онлайн-площадках.

Обучаем консультантов, обеспечиваем POS-материалы: буклеты по коллекциям, пособия для продавцов, фирменную упаковку. Предлагаем партнерам кросс-маркетинг, разрабатываем эффективные механизмы акций.

Мы готовы поддержать офлайн-события партнеров, выделить призовой фонд или взять на себя проведение клиентских дней и презентаций с участием представителя компании. Кстати, сейчас разрабатываем совершенно новый формат клиентских дней, он будет для конечных потребителей еще интереснее.

Мы очень ждем октябрьскую выставку, чтобы вновь встретиться с вами, дорогие партнеры. Приглашаем вас посетить стенд Ювелирной компании «Империал».

Будем рады представить новые эксклюзивные украшения, а также множество золотых новинок с бриллиантами и драгоценными камнями: серьги, колье и помолвочные кольца.

Для всех партнеров мы готовим увлекательные интерактивные мероприятия и уникальные подарки — хотим, чтобы вы, работая на выставке, отдохнули!

До встречи на JUNWEX, Ваш «Империал»

г. Кострома, ул. Зеленая,
дом 5, литер А, помещение 8

imperial_jewelry44

P.S. Дорогие партнеры, обращаем ваше внимание: изменился адрес сайта компании. Ищите нас здесь: ***imperial44.ru***

Павильон 55
стенд **B-104**

На правах рекламы

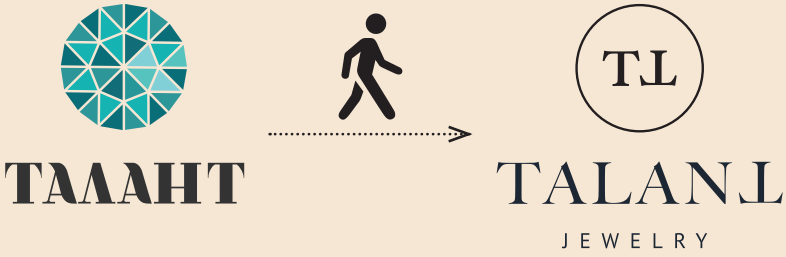
TALANL

JEWELRY

Санкт-Петербургский ювелирный завод TALANL — давно и хорошо известный на рынке производитель по-настоящему качественной ювелирной продукции современного дизайна. Множество ритейлеров из всех регионов страны охотно сотрудничают с этим производством легковесных ювелирных изделий из золота и серебра.

Чтобы оставаться востребованным и быть на волне покупательского интереса, нужно постоянно меняться, делать и предлагать много нового и интересного. Нужно развиваться самим и помогать развиваться другим. Мы запустили процедуру ребрендинга, осваиваем новые товарные направления, планируем различные дополнительные активности — все для того, чтобы стать ближе к покупателю, понятнее и лучше.

Начали с изменения фирменного стиля. Прошло 10 лет с запуска бренда, настало время, и появилась потребность меняться не только внутри, но и демонстрировать это «наружу». Считаем, что обновленный бренд позволит нам легче, доходчивее и понятнее коммуницировать. Будем использовать элементы нового фирменного стиля в продукции, маркетинговых материалах, чтобы покупателям было проще запомнить производителя качественных и востребованных товаров. Скоро запускаем новый сайт, обновляем палитру маркетинговых коммуникаций. По-другому стали относиться к презентации новинок, например...



РЕГУЛЯРНЫЕ НОВИНКИ

Компания четко осознает, что на fashion-рынке большое значение имеет постоянный выпуск интересных новинок. Мы ищем, слушаем, пробуем, тестируем, разрабатываем, ошибаемся, исправляем ошибки и снова создаем!

Так, на выставке **«JUNWEX Москва»** в октябре мы будем презентовать новые коллекции:

«АТМОСФЕРА» — легкие и одновременно мощные изделия

«КОД» — привычные формы и нестандартные решения

«АНАКОНДА» — необычные изделия, притягивающие взгляд благодаря подвижности фигурных звеньев, при этом остающиеся прочными и удобными для ношения. Украшения выполнены из золота трех цветов. Для каждого клиента возможно создание изделий индивидуальных форм с разными замками, количеством элементов и их комбинациями: принцип конструктора позволяет фантазировать и легко воплощать свои ювелирные идеи в жизнь.

«БЕСКОНЕЧНОСТЬ» — неоклассика на новый лад

Огромный склад готовой продукции • Все товарные направления
Все возможные варианты сотрудничества.

Павильон 57 • стенд А-127 • www.talant-gold.ru

На правах рекламы

Время умных

Традиция создателей голливудских блокбастеров заказывать у известных ювелирных марок украшения для того или иного фильма существует очень давно. В России подобное сотрудничество началось лишь в последние десятилетия. Узнав о том, что коллекции Fresh Jewelry выбраны для масштабного документально-игрового кинопроекта «Русь и Ганза: путь навстречу», мы побеседовали с главой этого Ювелирного дома Владой Федоровой.

Исторические костюмы, старинные корабли Ганзейского союза и русские ладьи, замки и крепости, терема и церкви, рыцарские доспехи и историческая утварь — все это в фильме «Русь и Ганза: путь навстречу» (режиссер Виктор Носкин). География съемок, в которых принимают участие Эммануил Виторган, Лариса Лужина, Татьяна Судец, Юрий Кузнецов, Александр Пашутин, Марк Рудинштейн и др., — Россия, Латвия, Эстония, Германия, Швеция. Этот яркий фильм с захватывающим и познавательным сюжетом адресован всем, кто живо интересуется древней и современной историей России, ее уникальной культурой и вековыми традициями. Главным персонажем является молодой ганзейский негоциант Мартин. Покинув границы привычного для него мира, он отправляется в далекий путь на Русь. Вслед за ним зритель проследует на старинном парусном судне дорогами западноевропейских купцов. В пути наш герой обретет новых друзей, познакомится с жизнью и бытом русских людей, постигнет все премудрости средневековой торговли, и... найдет свою настоящую любовь!

Влада Витальевна, расскажите, пожалуйста, как попали украшения Fresh на съемочную площадку?

Начать хочу с того, что сегодня, когда мир оказался в условиях многих ограничений, для каждого открываются широчайшие возможности, главное — их увидеть и использовать. У нас все получилось вполне закономерно. Поскольку Fresh — международная компания, наше производство находится за рубежом, я уже давно поняла, что законодатели в области оборудования для ювелирной отрасли — немцы. Благодаря тому что я начала общаться и подружилась с ведущими немецкими технологами, о нашей компании узнали

в Германии, правительство которой принимает участие в финансировании проекта «Русь и Ганза: путь навстречу». Фильм рассказывает о том, как в XIII столетии зарождались и развивались международные торговые отношения. Эта тема практически нескончаема, и вновь открытые факты достойны киновоплощения.

Для съемок костюмеры и декораторы выбрали три наши коллекции: Magie noire, Vintage и Status. Правда, изделия пришлось немного «состарить», сделать молоточком вмятины, добиваясь эффекта длительного и постоянного ношения печаток. В очередной раз заметила, как же красиво смотрятся перстни на мужской руке, особенно если они гармонируют с общим образом! В средние века, так же как и сейчас, мужчины носили перстни с крупными камнями. Кольца были оберегами, талисманами, символизировали принадлежность к определенной социальной группе, являлись атрибутами власти. Художники-оформители говорили мне, что именно мужские перстни Fresh Jewelry идеально дополнили образы героев фильма.

Вы тоже сыграли в картине эпизодическую роль, как впечатления?

Это очень интересный творческий опыт. Мне удалось почувствовать волшебную силу кино, которая может перенести нас на несколько веков назад и дать возможность увидеть, как

и чем жили люди в то далекое от нас время. Я для себя открыла много нового, побывав в огромных павильонах «Мосфильма», доверху наполненных различным реквизитом, увидев сложность съемки с нескольких камер, ощутив, насколько тяжел труд актеров, в течение нескольких дней работающих над одной и той же сценой...

Этот опыт очень важен и для бизнеса. Жизнь предоставляет безграничные возможности для его развития. Любое случайное знакомство может привести к плодотворному сотрудничеству. Благодаря участию в съемках я познакомилась с дипломатами из Латинской Америки — и вот уже готовим там презентацию! Приобрела кофточку в Интернете — оказалось, что у продавщицы

«Любое случайное знакомство может привести к плодотворному сотрудничеству.

подруга владеет пятью ювелирными бутиками в Бразилии. Сейчас ведем переговоры о поставках туда наших украшений. Могу даже спасибо сказать коронавирусу: передвижения по миру практически прекратились, времени у людей — вагон, поэтому, когда звонишь зарубежным компаниям, они выражают огромную заинтересованность в сотрудничестве.

Ведя бизнес по-старому, можно протянуть от силы год. Но этот пандемийный год уже завершился. Бизнес должен подстраиваться под новые условия. Как ни вспоминай прошлое, но иная реальность наступила. И внедрение ГИИС ДМДК тоже было вполне ожидаемо и неизбежно, как бы мы ни возмущались. Кто-то сможет вписаться в изменившийся рынок, кто-то нет. Я считаю, что наступило время умных, смелых, предприимчивых.

Чем будете удивлять на осенней выставке «JUNWEX Москва»?

Наша компания известна партнерам премиальным дизайном украшений и широким диапазоном коллекций — от fast fashion до неизменно популярных моделей и элегантной классики. В ассортиментном портфеле Fresh свыше тридцати разностилевых коллекций. Использование лучших материалов и инновационных технологий позволяет нам создавать ювелирные изделия, среди которых каждый покупатель найдет то, что искал.

В этот раз мы хотим представить на выставке коллекцию «Гауди», выполненную по новой для нас технологии, которая уже освоена европейскими брендами. Поскольку технология достаточно дорогостоящая, то

используют ее, как правило, в производстве изделий из золота. Она позволила нам получить воздушные, объемные изделия, дизайн которых вдохновлен творчеством одного из самых ярких и необычных архитекторов мира — каталонца Антонио Гауди. Творивший в эпоху модерна, этот гений создавал ни с чем не сравнимые объекты архитектуры и ландшафтного дизайна. В архитектуре Гауди нет прямых углов. В ней присутствует эргономика и трехмерное пространство — как в самой природе. Эту коллекцию мы успели презентовать в Турции, где ее уже ждут.

Нашей компании в этом году исполнилось десть лет, и она с самого начала работала под девизом «Европейские качество и мода по китайским ценам». Именно такая позиция позволяет нам сегодня быть в Top Jewelry company. Идея, заложенная в названии бренда — Fresh, актуальна сейчас как никогда. Мы видим, что ритейлеры, приезжая на выставку, обязательно посещают наш стенд: есть у них деньги или нет — все равно приходят. Оптовики говорят: надо зайти, посмотреть, что вы привезли, что будем закупать, какие тренды сейчас на пике спроса... Клиенты знают, что мы гарантируем надежное партнерство, высочайшее качество и современный дизайн, отвечающие международным стандартам.

Нельзя сказать, что времена сейчас тяжелые. Если ты умный, смелый и не ленивый, если не ноешь, а смело идешь вперед, то перед тобой откроются безграничные возможности. Я вообще люблю кризисы — они заставляют мобилизоваться и показать, на что ты способен!

«Человек постоянно находится в процессе творчества. Но человек ничего не создает, он открывает. Тот, кто стремится постичь законы природы для обоснования своей новой работы, трудится совместно с Создателем. Тот, кто только копирует, не помогает ему. Поэтому оригинальность состоит в возврате к первоисточнику. Антонио Гауди

Идеальное решение для современного рынка

О перспективах развития бриллиантового сегмента рассказывает CEO компании «ЛУКАС-ГОЛД» Хана Елазаров.

Меняется ли отношение российского покупателя к бриллиантам?

Очень часто бриллианты в России приобретают с инвестиционными целями. Особенно это заметно сейчас, когда на рынке не хватает выгодных инвестиционных предложений. Спрос повышается еще и потому, что растут цены на золото и бриллианты: люди стремятся успеть купить по сегодняшней стоимости. Бриллианты навсегда — эта аксиома принимается уже несколькими поколениями любителей ювелирных изделий.

> «В офлайн-магазинах мы увидели серьезный рост продаж, который продолжается по сей день. Средний чек увеличился на десять — пятнадцать процентов.

Как прошел пандемийный год для компании?

Как и всем, нам было непросто. В то время, когда все сидели дома в изоляции, мы решили использовать эту возможность для того, чтобы расширить наши направления деятельности. В частности, активизировали онлайн-продажи. Провели апгрейд нашего интернет-магазина, страниц в соцсетях. Усилили сотрудничество со всеми крупными онлайн-магазинами. Цифровой сервис очень востребован современным покупателем — это удобно, быстро, доступно. Но и в офлайн-магазинах мы увидели серьезный рост продаж, который продолжается по сей день. Средний чек увеличился на десять — пятнадцать процентов. Даже те торговые точки наших партнеров в регионах, которые были закрыты во время карантина, сначала медленно восстанавливали свои объемы, а затем, в последние месяцы 2020 года, тоже показали рост спроса на золото и бриллианты.

Расскажите, пожалуйста, об основных векторах развития производства «ЛУКАС-ГОЛД».

На российском рынке в течение двух-трех лет сформировался устойчивый интерес к крупным драгоценным изделиям по привлекательной стоимости. Ответом на потребности покупателей стало наше предложение — новые коллекции с выращенными бриллиантами. Эта разработка оказалась идеальным решением для клиентов, которые хотят роскошные и красивые украшения по достойной цене. Разработанные нами коллекции с выращенными бриллиантами стали лучшим решением в такой ситуации. На сегодняшний день «ЛУКАС-ГОЛД» — лидер в сфере огранки выращенных бриллиантов и ювелирных изделий с ними. У нас самый большой склад

готовой продукции, возможностями которого уже пользуются сотни ритейлеров из разных регионов России. Мы проводили обучение, обеспечили сайт необходимой информацией, подробно объясняли, в чем разница между алмазами, выросшими в природных и лабораторных условиях, получали обратную связь. Примечательно, что многие клиенты, увидев наши эффектные и красивые изделия с камнями высоких характеристик, были приятно удивлены. И теперь с радостью сообщают нам, что план продаж в их магазинах с помощью нашей продукции перевыполняется в три раза!

Конечно, далеко не все партнеры сразу восприняли новые коллекции. Даже некоторые из тех, кто работает на рынке по десять — пятнадцать лет, никогда не видели такую продукцию или ничего не знали о ней. Есть и те, кто категорически не рассматривает подобные предложения и не будет работать с выращенными бриллиантами. В любом случае процесс привнесения на рынок нового продукта достаточно трудный и долгий. Люди должны привыкнуть. В этом очень помогают выставки: когда клиенты видят, что этот товар покупают, он вызывает интерес, то готовы тоже попробовать!

У вас большой опыт в международном бизнесе, столкнулись ли вы с какой-то спецификой ювелирной индустрии в России?

Мы сотрудничаем с разными странами. Уже почти два десятилетия компания известна в международной ювелирной индустрии как надежный производитель украшений с чистыми камнями. Мы видим, что российский покупатель традиционно воспринимает ювелирные украшения как фамильные драгоценности, которые можно передавать от поколения к поколению. На рынках других стран такого нет. Там больше ориентируются на моду, тренды, а в России в покупку украшения вкладывается значение ценного подарка.

Насколько сложно соблюдать все требования отраслевого законодательства?

Все действующие требования отраслевого законодательства, касающиеся порядка оборота, учета, движения, перемещения и хранения ДМДК и изделий из ДМДК, а также правил продажи, оформления ярлыков достаточно адекватны, выполнимы и обоснованны. Цель их — предоставление конечному потребителю достоверной информации о товаре, его характеристиках, производителе. У нас не возникает сложностей в соблюдении установленных требований, поскольку ведется программа учета товара и деятельность ориентирована на потребителей нашей продукции.

«Уже почти два десятилетия компания известна в международной ювелирной индустрии как надежный производитель украшений с чистыми камнями.

ЛУКАС
МОСКВА

Как вы оцениваете введение ГИИС ДМДК?

Это позволит сделать процессы производства, переработки и реализации изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней более прозрачными, очевидными и ориентированными на получение покупателями достоверной информации о приобретенном товаре. При этом юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие свою деятельность с нарушением положений законодательства РФ в области оборота ДМДК и продукции из них, так называемые серые компании, вынуждены будут прекратить работу в связи с ужесточением администрирования ювелирной отрасли. Вместе с тем система

требует основательной доработки, поскольку в представленном виде не позволяет реализовать должным образом и в полном объеме возложенные на нее функции. Необходимо также отметить, что работа с ГИИС ДМДК требует значительных временных и человеческих ресурсов ее участников. Актуально было бы провести круглый стол или видеоконференцию с разработчиками, сотрудниками Пробирной палаты, службой техподдержки и непосредственными участниками ГИИС ДМДК с целью получения ответов на возникающие в процессе использования системы вопросы, учесть пожелания игроков рынка и получить в оперативном режиме обратную связь.

НАША КОМАНДА это художники и мастера ювелирной отрасли с опытом работы более 15 лет.

Мы внимательно изучаем и при необходимости внедряем современные технологии с сохранением традиций и творческого подхода в изготовлении ювелирных изделий.

ЮВЕЛИРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО ПОЛНОГО ЦИКЛА, БАЗИРУЮЩЕЕСЯ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Коммерческий отдел:
milova.e@miestilojewelry.com
8-931-299-73-55

Сотрудничество:
info@miestilojewelry.com
8-800-444-11-70

На правах рекламы

Новые услуги от «Ювелирочки»: экспорт B2B и B2C

В мае 2021 г. телеритейлер «Ювелирочка» запустила новое направление по экспорту ювелирных изделий от российских предприятий иностранным клиентам в любую точку мира. О возможностях, открывающихся в связи с этим для игроков отечественного рынка, рассказывает руководитель отдела внешнеэкономической деятельности компании «Ювелирочка» Юлия Марошкина.

В чем состоит новизна этой услуги?

До недавнего времени согласованной и регламентированной государственными органами механики подобных отправок для B2C не существовало. Идея проекта родилась в мае 2018 года после принятия указа «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года», предполагающего развитие экспортного потенциала страны, в том числе в сфере несырьевых неэнергетических товаров, к которой относится ювелирная продукция. Совместный проект с Минфином, Пробирной палатой и ФТС потребовал более двух лет тщательной проработки правовой базы и налаживания всех процессов осуществления экспорта потребителям для личного пользования. На каждое изделие в международном заказе требуется весомый пакет документов, на основе которых готовится акт государственного контроля и декларация на отправление. Упрощение документации в рамках фулфилмента позволило нам значительно ускорить процедуру. Эксперимент оказался весьма успешным. Мы практически сразу получили запросы от наших партнеров на расширение услуги для иностранных B2B-клиентов, теперь она распространяется и на этот сегмент.

Какие преимущества получает в этом сервисе производитель ювелирных изделий?

Мы консультируем его по корректной подготовке документации для отправки коммерческого груза, обеспечиваем комплексное сопровождение от проверки первичной документации до вручения поставки заказчику, выбираем оптимального перевозчика по каждой стране отправления. Кроме того, плюсами являются возможность возмещения НДС продавцом, неограниченное количество единиц товара в поставке и количество отправляемых поставок. Для ускорения прохождения границы компании-перевозчики

Международные B2C и B2B отправки, январь 2020 – июль 2021

3000 заказов

16 000 изделий

70% серебро
30% золото

21 страна

самостоятельно проводят авансовые платежи за НДС и госпошлины с последующим выставлением счета продавцу или покупателю согласно заключенному контракту. При отправках в Европу заказчик поставки получает груз, «очищенный» от таможенных платежей и государственных пошлин, готовый к свободной продаже юридическим лицом.

Кто из ювелиров уже воспользовался сервисом?

Одним из первых это сделал партнер «Ювелирочки» — крупный поставщик драгоценных камней и ювелирных изделий «Лазурит-Д». Компания имеет собственную торговую марку BlooMStone — линейки дизайнерских украшений, пользующиеся спросом не только в России, но и за рубежом. Для клиента в США предприятие создало по индивидуальному эскизу эксклюзивное кольцо с редкими александритами из российского месторождения. Но уже на этапе разработки украшения у компании возникли сложности с информационной базой по официальной доставке и опасения за его сохранность. Благодаря нашим услугам фирма смогла успешно выполнить свои обязательства перед клиентом, который остался очень доволен покупкой.

По вопросам сотрудничества:
fulfillment@ves-media.com, 8 (903) 167-78-54

BroVanz production company

БРОНЗА и семейные ценности

В каждой семье есть традиции. Они могут иметь глубокие корни в прошлом, а могут формироваться сегодня, в соответствии с нынешним временем и пространством. Вероятно, у многих из нас есть нечто, доставшееся нам в наследство, — то, чем владели наши родители или родственники. Как правило, мы храним это как память о близких людях или событиях, значимых для нас и нашей семьи. Вещи, прожившие жизнь со своим владельцем, хранят в себе частичку его души. По ним можно узнать многое: что любили, чем гордились. Семейные реликвии и ценности не только хранят тайны и загадки, но и красноречиво рассказывают о прошлом, а иногда предсказывают будущее. Бронзовые изделия именно таковы. Они хороши вне времени, и с его течением становятся только прекраснее и дороже, вбирая и бережно храня энергию окружающего пространства и людей, владевших ими.

Компания BroVanz стала продолжателем традиций изготовления бронзовых изделий. При разработке новых произведений мы учитываем современные тенденции — вещи должны быть не только красивыми, но и рациональными. Нам важен их смысл и применимость в обыденной жизни. BroVanz стремится в своих изделиях объединить красоту с функциональностью. Это ярко отразилось во всех коллекциях: кабинетной, обувной, предметов интерьера и других.

В преддверии 2022 года компания разработала новую коллекцию «Тигры», в которую вошли держатели для книг, скульптуры тигра и тигриц с тигрятами. Тигр является символом природной силы, отваги и достоинства, защиты от темных сил и любого негативного влияния. Бронзовый «Тигр» от BroVanz несомненно принесет удачу и успех в новых начинаниях!

Книгодержатель «Семейная идиллия» олицетворяет собой классическую модель семьи с вечными ценностями и традициями: с сильным мужчиной, являющимся опорой для красивой и уверенной в себе женщины-матери и детей, делающих свои первые самостоятельные шаги в столь непростом окружающем нас мире. Этот держатель для книг функционален, оригинален, является прекрасным подарком и станет талисманом счастливой семейной жизни.

Предметы коллекции украсят интерьер, принесут хорошее настроение и помогут организовать пространство. Новая коллекция «Тигры» — это не только материальные ценности, но и иллюстрация семейных ценностей и традиций.

Наталья Ванчакова,
ООО «Техно-Бронз»/BroVanz™

Ждем вас
на стенде BroVanz:
павильон 57
Стенд Р-6

Авторская коллекция BroVanz «Тигры»

На правах рекламы

Люди покупают у людей

YouTube-канал «ФИТ» называют в пятерке самых популярных видеоблогов о ювелирных украшениях[1]. Мы попросили руководителя розничного направления компании Викторию Маслову поделиться опытом и рассказать о специфике работы с клиентами в Интернете.

Как начиналась история вашего YouTube-канала?

Компания на рынке уже более двадцати лет, и интернет-магазин у нас был достаточно давно. Однако онлайн-продажи пошли в рост, только когда мы начали развивать соцсети, в первую очередь YouTube. Канал зарегистрирован 17 сентября 2017 года, и на сегодняшний момент у него 23 500 подписчиков. Мы снимаем видеосюжеты разной тематики: этапы процесса производства, обзоры новинок, рассказы об авторских украшениях, знакомство с натуральными камнями и использованием их в ювелирных изделиях, отчеты об участии в выставках, фотоотзывы покупателей… Все ролики объединены единой стратегией — «Люди покупают у людей». Мы убеждены в правильности этого принципа. Конечно, покупка на маркетплейсе, возможно, более удобна, но совершенно обезличена. В нашем случае клиенты знают, что они приобретают драгоценное украшение не у какой-то фирмы, а у конкретных людей. Вот Саша — она связывается с покупателем после совершения заказа. Вот Наташа — ювелир, которая сделала украшение. Кроме того, мы хотим напрямую коммуницировать со своими клиентами, наращивать базу лояльных покупателей, а для них, в свою очередь, ценны наша экспертность и индивидуальный подход. Менеджер, консультирующий клиента, должен хорошо разбираться в своем товаре. Какой бы прекрасной ни была служба поддержки маркетплейса, она не сможет дать экспертный совет в узкоспециализированной области.

Как родилась идея такого персонифицированного видеоблога?

Как-то нам позвонила покупательница, желающая приобрести кольцо. Она увидела его на YouTube-канале одной девушки-блогера, показавшей украшение, которое ей подарили, и прочитавшей на бирке название нашей компании. Я нашла девушку, связалась с ней и поблагодарила ее за эту презентацию. Вскоре она купила у нас еще несколько украшений, показав их в блоге. Когда появилось ее видео, мы с помощью «Яндекс.Метрика» увидели, что посещаемость нашего сайта выросла в три раза. Я поняла, насколько это эффективный инструмент!

У нас уже был официальный канал на YouTube, где мы представляли профессионально сделанные ролики с презентацией цепей

[1] https://ktoskazal.site/jutub_juvelirnye_ukrashenija

и браслетов, но это не вызывало у аудитории особого интереса. Подписчиков было очень мало. Эти видео мы размещали в карточках товара в интернет-магазине, чтобы нагляднее представить покупателям ассортимент. Оказалось, что «живой» блог — именно то, что надо! В результате у нас даже значительно расширился ассортимент. Если раньше мы специализировались на бескаменке, то в дальнейшем появились украшения с натуральными камнями — как литьевые, так и полностью сделанные вручную. Несмотря на то, что для нас это было совершенно новое направление, мы достаточно быстро и успешно его освоили с помощью внедрения моделей с креативным дизайном и использования широкого диапазона разнообразных натуральных камней.

Благодаря YouTube-каналу приходят к нам и оптовики. Им тоже нравится смотреть видео о новинках, этот инструмент удобно применять для своих продаж. Одна из самых востребованных рубрик — «Новинки производства»: все обожают смотреть на то, что завтра появится в продаже. Нравится и видео «Ювелирная мастерская»: например, вот у нас есть такие камни, мы пока не решили, какой дизайн будет у изделий с этими самоцветами. Подписчики с удовольствием участвуют в обсуждении, придумывают модели, советуют, как воплотить ту или иную идею.

С помощью канала мы можем многое рассказать покупателям. В частности, объясняем, почему цепи ручной работы дороже изделий, выполненных цепевязальными автоматами. Когда мы сняли видео с полным циклом изготовления цепи, когда люди увидели, сколько сложных и тяжелых операций производит мастер, то писали нам: мы даже не предполагали, какой это трудоемкий процесс!

Я стараюсь контент максимально разнообразить. Если делать только продающие видео, будет скучно. Снимаю ювелирные выставки — подписчикам чрезвычайно интересно. Особенно жителям небольших городов, где выставки не проходят и ассортимент в ювелирных магазинах не очень большой. Показываю собственные ювелирные покупки. Благодаря такому «нерекламному» подходу у людей возникает доверие к нашему каналу. Ну и, конечно, часто покупательницы хотят приобрести именно то, что ношу я.

В каждом видео есть ссылка на сайт, где можно сделать заказ. Мы видим, что девяносто процентов трафика идет именно с YouTube. В Instagram вышел пост — завтра его никто не увидит. А YouTube, если набираешь в поисковой строке «Серебряные украшения», выдает множество видеороликов. Кроме того, по запросу система будет в дальнейшем постоянно рекомендовать каналы подобной тематики.

Как при активно работающем канале онлайн-продаж вы выстраиваете отношения с маркетплейсами?

На мой взгляд, сейчас сотрудничество с маркетплейсами наиболее эффективно для тех предприятий, у которых нет собственных каналов розничных продаж и своей аудитории. Когда-то работа с маркетплейсами была для нас «голубой мечтой». Мы даже начали это делать, но площадка выставила слишком много условий, а у нас продажи быстро развивались, и мы не успевали охватить все направления. В результате процесс как-то не сложился. Затем на маркетплейсы вышли наши оптовые покупатели, и мы разделили ассортимент. Там не присутствуют наши новинки и изделия ручной работы. Кроме того, мы соблюдаем определенную ценовую политику. Новые и эксклюзивные модели, созданные мастерами «ФИТ», можно купить только непосредственно у самой компании.

Ювелирная компания ФИТ

Подписаться

Я смотрю на маркетплейсах отзывы о покупках ювелирных изделий и часто вижу, что причина возврата покупателем изделия заключается в том, что на фото был один оттенок камня и клиент хотел именно такой, а в полученном изделии камень отличался от изображенного на картинке. Дело в том, что фото кольца с натуральным самоцветом — одно, а самих украшений — двадцать, рисунок камня может быть другим. Как говорится, дьявол в деталях. Человек получает заказ и пишет, что камень выглядит совсем не так, как на фотографии. Мы же после каждого заказа звоним клиенту, отправляем ему в мессенджер видеосъемку именно того изделия, которое он приобретает. И если человек не уверен, что украшение ему подойдет, никогда не настаиваем на покупке. Мы заинтересованы в том, чтобы покупатель остался доволен и пришел к нам снова.

Какова аудитория вашего блога?

Согласно статистике YouTube, восемьдесят процентов нашей аудитории — женщины сорока пяти — пятидесяти пяти лет. Многим важно посмотреть перед покупкой, как выглядят украшения «вживую» на человеке. Мы организуем примерку каждой новинки, при этом не используем профессиональных моделей, показываем все на себе или наших покупательницах. Например, когда в рубрике «Примеряем украшения» появилось видео с нашей постоянной клиенткой, которой за шестьдесят, мы получили от подписчиков множество благодарностей: «Не думали, что такие вещи можно носить в нашем возрасте, а оказывается, это вполне уместно и красиво!». Многие клиентки, приходящие к нам в офис и на выставку, с удовольствием участвуют в наших видеообзорах, демонстрируя свои покупки.

С точки зрения ценовых рамок: у нас спокойно приобретают украшения по предоплате и за двадцать тысяч рублей, и за пятьдесят тысяч, поскольку знают нас и доверяют нам. Много положительных отзывов, есть видео с покупателями — сомнения у клиентов не возникают.

В маркетинге существует термин customerlifecycle (CLF) — «жизненный цикл клиента». Для нас этот показатель очень важен. У нас много покупателей, которые с нами в течение всех трех лет работы блога. Мы дорожим своими клиентами и строим работу

так, чтобы они возвращались вновь и вновь. Для этого мы:

- создаем доверительные отношения с покупателями за счет индивидуального подхода;
- каждый заказ присылаем в фирменной упаковке;
- предварительно показываем клиенту подробные фото и видеосъемку изделия, чтобы не было потом разочарования;
- дарим подарки.

Мы не гонимся за сиюминутной выручкой, здесь нужно думать о долгосрочной перспективе.

Насколько сильна конкуренция в этом сегменте продаж?

Конкуренция среди блогов ювелирной тематики огромная. Но именно конкуренция заставляет двигаться вперед, постоянно придумывать что-то новое. Однако далеко не все находятся в равных условиях. Очень бы хотелось, чтобы все участники ювелирного рынка находились в правовом поле — под налоговым и пробирным надзором.

Какие планы у канала на ближайшее время?

«Планов громадье». Когда мы начинали, эту работу вела я одна. Теперь у нас онлайн-продажами занимается целый отдел. В сегодняшних условиях стоять на месте нельзя. Надо все время придумывать что-то новое, бежать впереди паровоза. Мы стремимся и удивлять наших покупателей неповторимыми авторскими коллекциями, и радовать интересным контентом. Следите за обновлениями!

АЛЬКОР
БРИЛЛИАНТЫ РОССИИ

PREMIUM

БЕЗУПРЕЧНЫЕ МОДЕЛИ • ПРИЗНАННОЕ КАЧЕСТВО
В НАЛИЧИИ от 0,5 до 1ct

www.alikor.com

На правах рекламы

Опережая время

Интервью с Антоном Куколевским, генеральным директором компании «Циркон С».

Компания «Циркон С» давно и хорошо известна на рынке, тем не менее расскажите, что представляет собой предприятие сегодня.

Компания была основана моим отцом Сергеем Куколевским в 1994 году, хотя ювелирным делом он занимался и до этого. Я пришел в компанию около семи лет назад, начал с производства и не понаслышке знаком со всеми технологическими процессами. Сейчас я являюсь генеральным директором, и все вопросы по развитию и управлению предприятием лежат на мне. Компания занимается прежде всего производством изделий из серебра со вставками натуральных камней — как поделочных, так и драгоценных. Мы непрерывно развиваем модельный ряд — над этим трудятся и штатные, и нештатные ювелиры-дизайнеры. Очень внимательно подходим к разработке и концепции и формы. Мы не продаем просто камни или просто металл; каждое изделие — это гармоничный ансамбль идеально подходящих друг другу элементов. Конечно, при этом мы стараемся идти в ногу со временем, соответствовать актуальным тенденциям. Анализируем модные тренды, благодаря Интернету следим за творчеством ведущих ювелирных марок. Изучая их опыт, мы не копируем, а интерпретируем дизайнерские решения с учетом нашей специфики, адаптируем идеи под наш рынок. Поскольку мы создаем коллекции в серебре, нам доступны различные, в том числе крупные эффектные формы. Полет фантазии дизайнеров ничем не ограничен, единственное условие — чтобы изделия были комфортными в использовании с точки зрения своего веса.

Как вы оцениваете покупательский интерес к цветным камням?

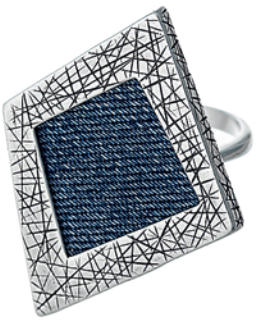
Спрос на натуральные поделочные и драгоценные камни только растет; по крайней мере, по продажам наших изделий мы это наблюдаем постоянно. Безусловно, прошлый год для ювелирного рынка был тяжелым, однако сейчас отраслевой бизнес очень осторожно, но движется в сторону роста. Первые шаги наметились в феврале, а весной тенденция стала заметнее. Думаю, что это связано в том числе с возобновлением туристических маршрутов внутри России: путешествуя, люди охотнее тратят деньги.

Какие результаты показала майская выставка?

Выставка прошла для нас очень хорошо. Продажи были на уровне 2018–2019 годов. Приехали наши постоянные партнеры, появились новые. Было много клиентов из ближнего зарубежья — Казахстана, Белоруссии. Изменились объемы закупок: некоторые крупные ритейлеры стали брать меньше товара, а другие клиенты, наоборот, приобретают в разы больше, чем прежде. Это рынок: кто-то выигрывает, кто-то проигрывает. Могу смело утверждать — отрасль жива! Дальше будем смотреть, как отреагирует на наши новинки конечный покупатель, как пойдут продажи в магазинах наших клиентов. Мы всегда стараемся получить обратную связь, чтобы развиваться в соответствии с пожеланиями розницы. У нас есть и свой магазин, но этого недостаточно, поскольку нам необходимо ориентироваться на информацию из разных регионов. Кроме того, мы активно продвигаем сайт и интернет-магазин, внедряем новые коммуникационные технологии. Для деятельности нашей компании не характерны жесткие правила: мы всегда готовы к изменениям. Главное не отставать от времени, а еще лучше — опережать его!

Ваше мнение по поводу ГИИС ДМДК?

Нас поставили в очень непростую ситуацию. С одной стороны, эта система имеет очень большой потенциал. Она может принести дополнительную прибыль честным производителям и продавцам, так как изделия, зарегистрированные в ней, получают большее доверие со стороны покупателей. Ювелирные изделия встанут в один ряд с товарами, сертифицированными «Честным знаком», РосТестом, ЕГАИС и так далее. По-моему, это позволит в значительной степени сделать наш рынок более чистым и прозрачным. Можно даже сказать, поможет перейти от «дикого» рынка к цивилизованному. С другой стороны, качество, способы информирования и порядок внедрения этой системы не могут не ужасать всех нас. Это позор исполнителей и полный провал руководителей, ответственных за нее. То, что сейчас происходит, можно сравнить с латанием дыр в недостроенном, спущенном на воду корабле, уже набитом под завязку пассажирами. Наша компания уделяет большое внимание изменениям в системе и старается своевременно пройти все необходимые этапы. В этой связи особую роль приобретают выставки JUNWEX, где мы, глядя в глаза покупателям и контрагентам, можем рассказать о наших успехах и, конечно, порадовать клиентов новыми изделиями!



JUNWEX – место для продуктивной работы

Ольга Гельд, «Гранат»:
Выставка для нас прошла успешно, у нас был хороший стенд, много посетителей. Видно, что не у всех клиентов дела идут удачно. Кто-то переходит на серебро из-за снижения покупательской способности, однако есть и те, кто, наоборот, расширяет свое присутствие на региональных рынках и торгует успешно. Думаю, все зависит от того, насколько человек горит своим делом, вкладывается в новые форматы продаж и работает со своими розничными клиентами.

Сейчас время динамичное, переменчивое. Многие федеральные сети действуют на рынке очень мощно. За период пандемии, имея качественные интернет-площадки и эффективный маркетинг, они, конечно, нарастили обороты. Крайне сложно с ними конкурировать. Но ряд наших партнеров («Золотая Русь», «Якутская торговая компания» и другие) тем не менее могут это делать благодаря постоянному обучению персонала, использованию маркетинговых инструментов.

У нас очень много клиентов, с которыми сложились давние и долгосрочные деловые отношения. Мы всячески стараемся поддержать их, помогая сделать продажи еще более успешными. В частности, способствуем привлечению в их магазины новых покупателей, предлагая интересные молодежные коллекции — разнообразные кликеры, новомодные пусеты и каффы. В данном случае наша задача — не получение сверхприбыли, а обеспечение дополнительной целевой аудитории, омоложения клиентуры наших партнеров. Мы понимаем, как важно вырастить новый пласт розницы, который в дальнейшем придет в эти же магазины за обручальными кольцами и более дорогими украшениями. Нашим партнерам молодежные коллекции под маркой Lisa Geld понравились именно этой перспективой.

> «Мы сделали ставку на золото, так как считаем, что в обществе достаточно молодых людей из обеспеченных семей, имеющих возможность покупать золотые украшения.

Кроме того, мы создали «Школу виртуальных продаж», куда пригласили известного в отрасли специалиста по драгоценным камням Светлану Гураль. Сегодня мало просто владеть техниками продаж, надо воздействовать на эмоции покупателя. Именно о том, на какие «эмоциональные кнопки» надо нажимать при работе с разными группами целевой аудитории, и рассказывает на своих тренингах Светлана. Наши партнеры очень благодарны нам за практическую и информационную помощь!

Следует отметить, что продукцию, ориентированную на молодежь, выпускают и другие производители ювелирных изделий, но в серебре. Мы же сделали ставку на золото, так как считаем, что в обществе достаточно молодых людей из обеспеченных семей, имеющих

возможность покупать золотые украшения. Кроме того, есть и определенная категория женщин, которые хотят ощущать себя вечно молодыми и приобретают трендовые модели. В стране достаточно денег: те ритейлеры, кто работает с vip-клиентами, прекрасно себя чувствуют. Пока закрыты границы, есть шансы на хорошие продажи. Но, повторюсь: все зависит от того, насколько ритейлер может удержать клиентов и привлечь новых, насколько он занимается своим развитием и развитием своего персонала.

Татьяна Бондарчук, BONTA:
Каждую выставку у нас появляются один-два новых клиента. Однако из постоянных партнеров на «JUNWEX Новый Русский Стиль» удалось встретиться не со всеми: кто-то закрыл свои магазины, у кого-то продажи встали и закупок до осени не предвидится. Дело в том, что у нас много клиентов с Дальнего Востока, чьи магазины активно работали с потоками китайских покупателей, у которых наш ассортимент очень востребован. Мы выпускаем классические модели в современном прочтении. Отличие дизайна наших украшений в том, что в центре композиции всегда стоит драгоценный камень с его исключительной природной красотой. Приятно, что интерес к ювелирной классике мы наблюдаем и у молодых покупательниц: некоторые из них приходят за новинками к нам на стенд на каждой выставке.

JUNWEX 2021
27-31 ОКТЯБРЯ, ВДНХ
ПАВ.57, СТЕНД А-42
WWW.KU-UK.COM
KU&KU jewelry

Производство и оптовая торговля:
156013, г. Кострома, ул. Галичская, д. 100 стр. 6 / тел.: +7(4942) 49-41-47
Оптовое представительство:
123060 г. Москва, м. Октябрьское поле, ул. Расплетина, д. 24
т.: 89191098787 / e-mail: info@ku-uk.com

На правах рекламы

Артем Рождественский, Максим Одинцов, Platika jewelry:

Наше производство ювелирных изделий из платины и золота с камнями первой группы образовалось в августе 2020 года. Мы понимали, что для выхода на рынок нужно придумать что-то новенькое и интересное. В золоте — предложение широчайшее, а в платине его практически нет. При этом она набирает популярность. Наши умения и знания технологий позволяли работать в этом довольно сложном направлении. И мы не прогадали! Было, конечно, много экспериментов и ошибок, но нам удалось полностью поставить производственный цикл, и сегодня мы можем выпускать в платине любые изделия, в том числе эксклюзивные.

Люди хотят приобретать чистый драгоценный металл, и если в золотом сплаве половина — примеси, то платина имеет 950-ю пробу. Это хорошая инвестиция. Кроме того, платина более долговечна, со временем она не темнеет. Изделия из нее имеют все шансы стать истинными фамильными драгоценностями. Оптовики сначала реагировали с опаской: платина — это же очень дорого! Но, увидев наш прайс, удивлялись: она стоит как золото! Цены очень лояльные. Люди говорят: какой смысл покупать белое золото, если за те же деньги можно взять платину.

В выставках Программы «Ювелирная Россия» мы участвуем уже второй раз. К нам пришли и те оптовики, которые узнали нас на «JUNWEX Петербург», и новые партнеры. Появились клиенты из Казахстана, Якутии, Сибири, Дальнего Востока. В последних двух регионах покупатели особенно любят и понимают драгоценности в белом золоте и платине. Уверены, что, когда пандемия закончится, потенциал платины возрастет в разы. Ведь в Китае спрос на нее огромный, поэтому у дальневосточных ритейлеров она будет очень востребована. За этим драгоценным металлом — будущее!

Да и сейчас мы довольны результатами работы. Уже в нулевой и первый дни весенней выставки мы наблюдали бешеный ажиотаж. Рынок не просто ожил, он бурлит. И мы оказались в самой его гуще!

Lazurit & K

Золотые ювелирные украшения ручной работы из Москвы

Художник Елизавета Лёвушкина

Драгоценности вечны, когда в них история

www.lazurit-k.ru
Тел. +7 (495) 760-14-88, +7 (915) 387-38-24
E-mail: lazurit@lazurit-k.ru, a.belyaeva@lazurit-k.ru

ВДНХ, павильон №57, стенд №134

На правах рекламы

Роман Булай, Bellissima Tentazione:

Майская выставка оставила у нас хорошее впечатление. По ощущениям, оптовиков приехало больше, чем на февральскую, хотя традиционно весенняя выставка не самая крупная. Поток партнеров большой. Среди них и новые ритейлеры, и потенциальные клиенты, и, конечно, наши постоянные действующие партнеры.

Разумеется, с наступлением пандемии покупательский спрос видоизменился. Из бесед с владельцами магазинов и товароведами мы понимаем, что сейчас невозможно определить какую-то конкретную группу товаров, которым конечный покупатель отдает свои предпочтения, поэтому салоны стремятся поддерживать широту ассортимента, чтобы удовлетворить потребности абсолютного большинства своих клиентов. Наша компания специализируется на продаже украшений с бриллиантами и драгоценными камнями. В условиях жесткой конкуренции и огромного количества предложений в данном сегменте для нас остается приоритетным формирование собственного стиля в ассортименте, приятное для покупателя сочетание цены и условий и, конечно же, лояльный подход к каждому партнеру. Покупателям необходимо понимать, на что они тратят деньги, видеть качество и дизайн, оценивать перспективу своих вложений. Непосредственный контакт с закупщиком дает совершенно другой эффект, чем виртуальное предложение, и выставка самое подходящее место для этого.

Несмотря на препятствия, которые принесла нам пандемия, конкурентную борьбу, сложности, связанные с системой контроля нашей отрасли, мы намерены развиваться и радовать наших драгоценных партнеров новыми творениями. Мы благодарим всех, кто проявил доверие в сотрудничестве с нами, кто верит в нас и успешно продает наши украшения. И конечно, мы всегда открыты для новых партнеров и договоренностей!

Илья Курилов. Diamond Union:

Уже первый день «JUNWEX Новый Русский Стиль» показал очень хорошие результаты. Продажи отличные — скрывать нечего. Наши менеджеры активно поторговали и перед выставкой, поэтому к маю пришлось ускоренно выпускать дополнительные партии продукции. На стенд пришли в основном постоянные партнеры; к сожалению, с каждой выставкой новых искать все сложнее. На сегодняшний день одни из самых активных регионов с точки зрения продаж наших коллекций — Урал, Дальний Восток, Беларусь.

Судя и по нашим наблюдениям, и по отзывам клиентов, формируется устойчивая тенденция на рост рынка. Мы и в условиях карантина продолжали успешно работать, выполнять заказы и отгружать товар. Развитие компании не прекращалось. За 2020 год мы увеличили объемы продаж по сравнению с 2019-м в два раза. Возможно, сыграл роль и тот факт, что к традиционному для нас ассортименту мы добавили линейку премиальных изделий Alvada. Это интересные модели с оригинальными деталями, исполненные с высочайшим качеством. Новинки нашим партнерам очень понравились — равнодушных не было! В дальнейшем планируем развивать это направление и обязательно представим наши работы на конкурс «Лучшие украшения в России».

МАРКАЗИТ

MARCASITE.SU

ОТКРЫВАЕМ ПРОИЗВОДСТВО

МАРКАЗИТ

ОТКРЫВАЕМ ПРОИЗВОДСТВО

Дорогие друзья! Компания «Марказит» с вами вместе уже пятнадцать лет, и все эти годы мы радуем вас широким ассортиментом украшений безупречного качества. Именно наша команда в 2005 г. стала первой, кто предложил российскому рынку самую большую, полноценную и разнообразную коллекцию изделий с марказитом — уникальным ювелирным камнем, имеющим древнейшую историю. Пятнадцать лет — серьезная веха для компании, когда подводятся итоги и строятся новые планы, которыми мы готовы поделиться с вами, наши уважаемые партнеры!

Коллекции с марказитом давно стали важнейшим ассортиментным направлением в продажах тысяч ювелирных магазинов во всей стране от Калининграда до Владивостока. Мы продолжаем активное долгосрочное сотрудничество с предприятием Hong Factory (Таиланд). На производственных мощностях этого завода мы организовали выпуск собственной продукции с индивидуальным подходом к созданию каждой модели.

Коллекции будут более современными, нацеленными на аудиторию «18+».

Предлагая модели в стиле итальянского дизайна, мы работаем на опережение. Как известно, тренды ювелирной моды традиционно рождаются в Европе, именно поэтому мы обращаем взгляд на то, что будет актуальным в России уже завтра. Специально к «JUNWEX Москва» мы подготовили модные новинки из серебра, отличающиеся оригинальным дизайном и эффектной привлекательностью.

Рынок в постпандемийный период меняется очень быстро. Это касается и предпочтений клиентов, и их возможностей, и тенденций спроса.

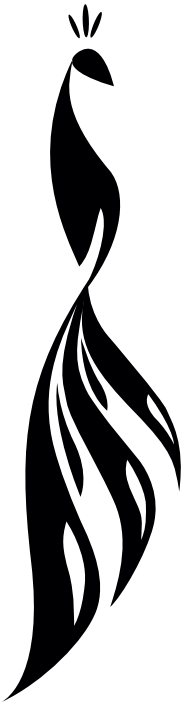
У молодежи сложилось свое представление, какими должны быть золотые украшения. Мы проанализировали рынок и поняли, что у нас есть потенциал, который позволит нам предложить продукцию из золота, востребованную в нынешних реалиях. Поэтому было принято решение о создании в Москве производства ювелирных украшений из золота совместно с предприятием MIGLIORI, которое использует самые современные и передовые технологии.

Благодаря технологическим инновациям мы можем выпускать в сложном дизайне с множеством разнообразных стилевых элементов широчайший диапазон изделий — пустотелые цепи, браслеты, серьги, украшения с драгоценными и полудрагоценными вставками. Пустотелые цепи имеют минимальный вес, а их прочность и надежность соответствуют полновесным изделиям. В частности, контроль качества на производстве подтверждает, что наша пустотелая цепь способна выдерживать груз весом более двух килограмм! Кроме того, нам очень важно, чтобы украшения были трендовыми, качественными и комфортными. Дизайн создается художниками-ювелирами из Италии, а мы дорабатываем эти модели с учетом потребностей российского рынка и нашего технологического процесса.

Благодаря обратной связи от клиентов мы видим, что интерес к нашей линейке золотых изделий огромен! Ряд заказов на эту продукцию уже получен. Настоящим хитом стала коллекция «Милан» — цепи и браслеты фантазийных плетений с различными декоративными элементами. Примечательно, что повышенным спросом подчас пользуются более объемные украшения. Конечно, дешево такие роскошные и высокотехнологичные изделия стоить не могут: ценовой сегмент этой продукции — «средний+». Однако, приобретая цепь стоимостью, например, 20 000 руб., покупатель получает украшение, которое выглядит на 40 000! Наша задача — выпускать качественные и эффектные изделия, доступные людям, поэтому мы стремимся к тому, чтобы розничная цена за грамм в наших цепях и браслетах составляла не более 6000 руб.

Дорогие партнеры, мы обещаем, что и впредь вы сможете выбирать у нас только лучшее! Чтобы привлекать интерес покупателей, компания должна предоставлять широкий спектр услуг, меняться в русле современных тенденций и быть всегда на шаг впереди конкурентов. Мы надеемся, что вы оцените наши усилия по достоинству!

С уважением, руководитель компании
«Марказит» Игорь Корогодин



МАРКАЗИТ

MARCASITE.SU

Москва, Ходынский бульвар, д. 5 корп. 4, оф. 6
тел. +7 (495) 730-51-14

Бирки для ГИИС ДМДК

Больших изменений не потребуется

Многих ювелиров волнуют сегодня вопросы: подойдет ли их бирка под требования обязательной маркировки и как организовать маркировку остатков изделий?

Для ответа стоит разобраться в том, какая дополнительная информация появится на бирке в связи с маркировкой для ГИИС ДМДК.

Прежде всего это уникальный идентификационный номер (УИН). Он наносится на бирку как в явном и легко читаемом потребителем виде цифровой строки, так и в виде двухмерного кода DataMatrix.

Номер уникален в рамках глобальной информационной системы контроля, и далее вам будет необходимо вести учет именно по нему, поэтому он просто заменит ваш прежний линейный код, а с учетом его размера (8 × 8 мм при печати в 300 dpi) большего места он не займет.

Обязательно внесение на бирку поясняющей информации о регуляторе: «Проверить подлинность изделия по УИН на сайте: http://probpalata/ru/». Эту надпись можно внести в предпечать бирки при ее заказе в типографии или впечатать самостоятельно на принтере вместе с информацией об изделии; много места это также не займет.

Таким образом, при грамотном подходе к печати бирка, которая сейчас используется вами и устраивает вас по всем прочим параметрам, может быть приспособлена под требования обязательной маркировки.

Все это справедливо для первичной маркировки новых изделий, но как быть с маркировкой остатков? В короткий срок вам потребуется либо перебирковать изделия, что крайне затратно, либо снабдить изделие дополнительной биркой (это разрешено правилами).

Дополнительная бирка упрощает процесс обязательной маркировки, сокращает временные затраты, не влияет на основную бирку. Бирка, прикрепляемая на нить уже опломбированного изделия, полностью соответствует ОСТ 117-3-002-95, применяется на рынке крупными сетевыми предприятиями более десяти лет, иногда используется как основная бирка. Печатают на ней термотрансферным принтером, используя обе стороны: она может заменить даже бирку-книжку. Размер бирки выбирается в зависимости от необходимого объема дополнительной информации. Минимальный размер, достаточный для нанесения информации под требования ГИИС ДМДК на одной стороне и четкого описания товара на оборотной (с целью исключить возможные ошибки), составляет 20 × 20 мм. После нанесения этой информации бирка становится несъемной.

Подводя итог, можно сказать, что больших осложнений в процессы бирковки обязательная маркировка не внесет, а УИН будет способствовать идентификации товара на каждом этапе проводящей цепочки. А мы как производители бирок готовы помочь с подбором или разработкой оптимальной для ваших задач бирки.

Андрей Половников, эксперт по маркировке ООО «ИД РАША»

ПРОСТО И УДОБНО
БИРКИ ПОД ГИИС МТ

На правах рекламы

РАЗРАБОТКА И ПРОИЗВОДСТВО ЮВЕЛИРНЫХ БИРОК

- РЕШАЕМ ЗАДАЧИ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ МАРКИРОВКИ
- УДОБНЫЕ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ БИРКИ ДЛЯ МАРКИРОВКИ ОСТАТКОВ СООТВЕТСТВУЮТ ОСТ 117-3-002-95
- СОКРАЩЕНИЕ ВРЕМЕНИ НА БИРКОВКУ, НЕ НАДО ИЗМЕНЯТЬ ОСНОВНЫЕ БИРКИ
- МОЖНО ПЕЧАТАТЬ НА ТЕРМОТРАНСФЕРНОМ ПРИНТЕРЕ С ДВУХ СТОРОН
- БОЛЬШОЙ ВЫБОР РАЗМЕРОВ
- ПОСТАВКА ТЕРМОТРАНСФЕРНЫХ ПРИНТЕРОВ И КРАСЯЩИХ ЛЕНТ

ООО «ИД РАША»
Санкт-Петербург
ул. Бабушкина, д.3
+7(812) 325-88-29
www. id-russia.ru

Бизнес с удовольствием

Интервью с вице-президентом Клуба «Российская Ювелирная Торговля» в ЮФО, руководителем сети магазинов «Золото Кафы» Ольгой Доценко.

Ольга Анатольевна, что сегодня собой представляет компания «Золото Кафы»?
Сейчас у нас четыре магазина в Феодосии. Наш бизнес работал в Украине около двадцати пяти лет. Затем жизнь разделилась на две части: до присоединения к России и после нашего возвращения на Родину. Мы иначе и не мыслим: Крым и Россия — едины. В организации работы участвует вся семья. Сын, несмотря на то что по образованию программист, занимается множеством разных вопросов, начиная от освещения и систем безопасности и заканчивая финмониторингом и кассовыми аппаратами. Сестра — товаровед. Невестка продвигает наши магазины в соцсетях.

Два года назад в вашей жизни произошли изменения, которые сказались и на формате ведения бизнеса.
Да, я стала жить в двух странах — России и Египте. Но работа не остановилась, все задачи мы решаем вместе, благо современные технологии позволяют это делать в удаленном режиме. Разница во времени между Египтом в Феодосией всего один час. Пока я пью кофе, сотрудники уже приходят на работу и готовятся к открытию магазинов. Мы часто используем видеосвязь и обсуждаем все насущные вопросы — выручка, поставки, выплаты и так

далее. Я всегда стараюсь возвращаться в Россию во время курортного сезона, а также в период новогодних праздников и перед 8 Марта. В это время мы дружно украшаем наши любимые магазины. Я попробовала и теперь полностью уверена, что работа в удаленном режиме — это не страшно.

Как изменились продажи в пандемийный период?

Конечно, выручка упала значительно. Кроме того, из-за закрытия границ я в течение семи месяцев не могла приехать в Феодосию, это был весьма тревожный период. Сейчас работа магазинов стабилизировалась; в связи с ростом цен на металл объемы выручки повысились. Но главный фактор, который помогает нам справляться со всеми сложностями, — это дружный коллектив. Многие продавцы работают у нас более пятнадцати лет! Они пришли молодыми девочками, вышли замуж, родили детей... Мы как большая семья.

Есть ли какие-то формы работы, которые невозможно перевести в удаленный режим?

Да, нельзя работать без личного посещения выставок JUNWEX! Это должна быть встреча глаза в глаза! Я стараюсь сама заниматься отборкой товара, получаю от этого истинное удовольствие. Всегда с интересом жду новинок, которые готовят наши замечательные российские ювелиры. Выставки обожаю — это больше, чем работа, это встречи друзей и счастье общения!

Какие впечатления у вас от ювелирной торговли в Египте?

Я считаю, что по сервису мы ее превосходим. Что касается ассортимента, то мне очень нравятся эксклюзивные произведения восточных ювелиров. Обмана в бутиках нет. Цена украшения меняется ежедневно от стоимости унции золота на мировом рынке. Если я покупаю изделие 750-й пробы, то уверена, что проба будет именно такая. Египетские ювелиры очень законопослушны, в случае махинаций их ждет тюрьма. Вообще в Египте я себя чувствую легко и одухотворенно, возвращаюсь оттуда с огромным зарядом энергии, новыми идеями.

Планируете ли расширить бизнес? Думали ли об открытии магазинов в Египте?

В Египте — точно нет. Бизнес — это очень серьезно. Мы в него вложили душу и силы. Разумному достаточно. Можно открыть еще несколько магазинов в разных городах Крыма, но должно оставаться время на жизнь. Поэтому сегодня у меня есть семья, дом, любимая работа и место силы — Египет.

Драгоценный символизм

Мистический дуализм Врубеля в ювелирной интерпретации CHAMOVSKIKH

Концептуальные украшения — это драгоценности, которые помимо эстетического удовольствия и уверенности от обладания дорогой вещью дают человеку определенную энергетику, эмоции, причастность к настоящему искусству, красивую историю и некий стимул для размышлений.

Лимитированная коллекция «Царевна-Лебедь» — интерпретация мистического творения знаменитого Михаила Врубеля. «Царевна-Лебедь» — не просто украшения с великолепными драгоценными камнями и дизайном, соединяющим модные тенденции. Это концептуальное произведение ювелирного искусства, которое переняло у источника вдохновения таинственность, притягательность и восхитительную женственность.

Муза Врубеля, Надежда Забела, в его работах имеет множество воплощений. Это отражается и в парюрах серии, каждая из которых по-своему эксклюзивна. Объединяют украшения кружевные узоры, художественные мотивы, напоминающие русский кокошник, гармония форм и подвижность конструкций.

Первая парюра коллекции была создана с редкими центральными вставками — александритами, которые обладают выраженным реверсом, эффектом изменения окраски с синевато-зеленого цвета при естественном дневном освещении до красновато-фиолетового при искусственном. Этот эффект и уникальные трансформации украшений раскрывают двойственность образа Царевны-Лебеди.

В центре второй парюры — редкие турмалины Параиба. Популярность этих самоцветов стремительно увеличивается. Украшения признаны лучшими в номинации «Коллекция драгоценностей» в рамках выставки ювелирных и часовых брендов «JUNWEX Новый Русский Стиль 2019».

В третьей парюре бриллиантовое кружево эффектно подчеркивает красоту эксклюзивных рубеллитов. Чувственное сочетание ценят искушенные любители High Jewerly.

Все драгоценности серии дополнены нежными и изысканными нитями жемчуга уникального подбора. Так в украшениях воплощаются перламутровые переливы живописного полотна «Царевна-Лебедь».

Ювелирный дом CHAMOVSKIKH создает признанные произведения ювелирного искусства. На протяжении многих лет компания прочно занимает лидирующие позиции в премиальном секторе российской ювелирной промышленности.

Сегодня CHAMOVSKIKH — это собственное высокотехнологичное российское производство полного цикла, фирменные салоны, а также дилерская сеть и партнеры в России и странах СНГ.

Для создания украшений CHAMOVSKIKH использует природные драгоценные камни и самоцветы инвестиционного и коллекционного качества. Ювелирный дом предлагает собственные технологические новации и получил три патента на эти разработки.

Бренд имеет более 50 отраслевых наград — первые места и Гран-при, которые ежегодно вручаются на престижных международных конкурсах. CHAMOVSKIKH входит в Топ 10 ювелирных брендов России по версии «РосЮвелирЭксперта» и медиа-холдинга JUNWEX.

Ювелирный дом CHAMOVSKIKH
Екатеринбург
КД «Тихвинъ», ул. Сакко и Ванцетти, 99
ТЦ «Покровский пассаж», ул. Розы Люксембург, 4
тел. 8 800 234 99 22
www.chamovskikh.com
chamovskikhjh

На правах рекламы

Лидеры российского ювелирного рынка

Какие самые часто задаваемые вопросы члены жюри конкурсов Программы «Ювелирная Россия» слышали на майской выставке «JUNWEX Новый Русский Стиль»? Первый: изменилась ли численность участников конкурса? Второй: упал ли уровень творческих разработок в 2021 году? Отвечаю по порядку. Да, количество поданных на рассмотрение жюри работ уменьшилось, но надо учитывать, что основная подготовка ювелиров традиционно ориентирована на осеннюю выставку. Нет, мы продолжаем восхищаться новыми идеями, разнообразием тем и уникальными дизайнерскими решениями.

Галина Ковалева,
председатель жюри конкурсов Программы «Ювелирная Россия»,
президент Международного фонда поддержки ювелиров «Форма»

ВЫСШАЯ ЭКСПЕРТНАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Галина Ковалева	председатель жюри конкурсов Программы «Ювелирная Россия», президент Международного фонда поддержки ювелиров «Форма».

ЧЛЕНЫ ЖЮРИ:

Наталия Коровина	искусствовед, художественный критик;
Ольга Костюк	кандидат искусствоведения, ведущий научный отрудник Государственного Эрмитажа;
Татьяна Мунтян	искусствовед, ведущий научный сотрудник Музеев Московского Кремля;
Лариса Пешехонова	искусствовед, старший научный сотрудник Музеев Московского Кремля;
Анна Ратникова	независимый эксперт;
Галина Смородинова	искусствовед, ведущий научный сотрудник Государственного Исторического музея.

Доминантным в роскошном сете Rosetta другого победителя — Chamovskikh JH является кольцо, решенное как миниатюрный архитектурный объект, в котором под своеобразным куполом в виде крупного ограненного турмалина создано некое внутренне пространство, где подобно витражам расположены рубины, видимые только под определенным углом зрения.

1 МЕСТО

CHAMOVSKIKH
(Екатеринбург)
Гарнитур Rosetta

Коллекция драгоценностей

Лариса Пешехонова

В этой номинации только два победителя, разделивших между собой пьедестал первого места.

1 МЕСТО

«ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ KABAROVSKY» (Кострома)
Авторский сет «Орден Чертополоха» и эксклюзивный браслет «Маат»

Название авторского сета «Орден Чертополоха» ЮД Kabarovsky, конечно же, метафора, однако художественная интерпретация мотива этого знаменитого в Шотландии растения оправдывает его. Овальные кабошоны серафинита окружены пластически выразительной рельефной золотой ажурной оправой из листьев чертополоха и эмалевыми цветами, в которых тон зелени подобран под камень, а яркие фиолетовые соцветия придают живописность всей композиции.
Еще одна эксклюзивная работа фирмы — крупный эффектный браслет «Маат» с аллюзиями на стиль ар-деко, на наш взгляд, — произведение музейного уровня. Несомненно, его главным украшением являются яркие бирюзово-зелено-голубые рельефные элементы в виде стилизованных перьев, выполненные в технике горячей ювелирной эмали.

Драгоценный камень

Лариса Пешехонова

1 МЕСТО
SARKISSIAN
(Москва)
Кольцо «Шаттл»

Еще один обладатель первого места — бренд Sarkissian, представивший на конкурс кольцо «Шаттл». По задумке авторов, украшение должно напоминать космический корабль. Два крупных уральских изумруда необычайно насыщенного цвета и яркости подбирались в течение четырех лет. Столь же скрупулезно продуманы все нюансы дизайна изделия, получившие достойное воплощение в многодельной ручной ювелирной работе.

Первое место в номинации жюри присудило компании «Классика» за браслет «Мальдивы». Геометрическая форма звеньев из белого золота и жизнерадостный цвет минералов, ассоциирующихся с водой, небом и свежей зеленью, создают гармоничный баланс, когда в тактильном ощущении изделия чувствуется его вещность, а в восприятии образа — воздушность и солнечность.

1 МЕСТО
«КЛАССИКА»
(МАКСИМ ИВАНОВ)
(Москва)
Браслет «Мальдивы»

2 МЕСТО
«АУДЖА»
(Москва)
Коллекция
«Харизма»

Второе место — компания «Ауджа» с коллекцией «Харизма». Три сета этой линейки — своеобразный бенефис минералов, прозрачных и лучистых. Особенно эффектно выглядит комплект с большими аметистами и аквамаринами геометрических форм. В кольце сочетаются два крупных камня, а в серьгах они чередуются: в одной — фиолетовый низ и голубой верх, а в другой — наоборот.

1 МЕСТО
«ИОРДАНЬ»
(Красное-на-Волге)
Браслеты «Символы Православия» и складень «Нерушимая стена»

Фирма «Иордань» — постоянный участник выставок JUNWEX — неизменно представляет новые дизайнерские решения серебряных произведений церковного искусства. В этот раз предприятие получило первое место в номинации «Культовые произведения» за браслеты «Символы православия» и складень «Нерушимая стена». Браслеты состоят из ажурных круглых звеньев, которые украшены изображениями, имеющими глубокий сакральный смысл: лилия, корабль с Хризмой, рыбы, процветший крест, чаша Грааля, птицы, Агнец, голова Адама. На протяжении столетий христиане создавали язык символов, каждый из которых представляет своеобразное религиозное переживание и особую историю, входит в жизнь каждого человека, свидетельствуя о твердости, верности и глубине веры. Мастера фирмы с ювелирным изяществом и созвучной времени художественной стильностью показали сакральную глубину изображений, которые сохраняют свою значимость и в наши дни.

Культовые произведения

Галина Смородинова

2 МЕСТО
DINASTIA
(Кострома)
Кольца
«Символ веры»

Оригинальное дизайнерское решение художники нашли для складня с образом Божьей Матери «Нерушимая стена» — это и образ, и красивая подвеска. У этой христианской святыни-оберега просят о заступничестве: уберечь дом от бедствий и болезней, отвести беды, укрепить семейное благополучие и счастье.
Каждое изделие фирмы «Иордань» имеет аннотацию-паспорт с историей образа и объяснением символики.
Костромская ювелирная фирма «Династия» представила мужские кольца «Символ веры». Несмотря на внушительный вид, они легки, пластичны, эргономичны. Мастерски исполненные ажурные узоры, сливаясь со словами молитв, гармонично сочетаются с формой колец, придают им особую элегантность и стильность. Эти произведения завоевали второе место в номинации.

Модные тенденции

Лариса Пешехонова

1 МЕСТО

ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ KABAROVSKY (Кострома)
Модная коллекция Charme de Nacre
и авторский сет «Цветение гречихи»

Первое место в этой номинации получил ЮД Kabarovsky за коллекцию Charme de Nacre и авторский сет «Цветение гречихи». В изделиях модной коллекции сочетание морского перламутра неправильной формы с геометрическими элементами из металла работает на контрасте и подчеркивает красоту природного материала. В этом проявляется простота и находчивость дизайнерского решения. Графически выразительный рисунок украшений «Цветение гречихи», выверенные пропорции и продуманный масштаб изобразительных элементов, а также округлые формы камней — зеленого оникса и шпинели создают тонкий и лирический образ сета.

Второе место завоевала компания Corona с гарнитурами «Стрела Купидона» и «Любовь течет по проводам». Лаконичная композиция и говорящий, интригующий мотив составляют достоинство сета «Стрела Купидона». Благодаря вставкам из фианитов гарнитур входит в категорию бюджетных изделий и потому еще более привлекателен для многих покупателей. Своеобразным продолжением темы любовных флюидов, обыгранной в первом комплекте, является сет «Любовь течет по проводам». Использование в украшениях поп-артовской стилистики придает предметам задорный и в определенном смысле провокационный характер.

2 МЕСТО

CORONA (Кострома)
Гарнитуры «Любовь течет по проводам» и «Стрела Купидона»

Золотой стиль

Наталия Коровина

1 МЕСТО

«ГРАНТ»
(Санкт-Петербург)
Цепи из коллекции
«Ожерелья»

Цепи — один из древнейших видов ювелирных изделий, не теряющих актуальности и по сей день. За время их бытования в ювелирном деле было создано множество видов плетения. Но ювелиры неутомимы в своих творческих поисках в созидании новых моделей и усовершенствовании технологий изготовления цепей. Золотые цепи из коллекции «Ожерелья», представленные на конкурс компанией «Грант», — элегантные модные современные шейные украшения с красивым подбором чередования легких ажурных объемных элементов, один из которых в каждой цепи содержит буквенный логотип фирмы. При создании этих ожерелий использовано золото разных цветов — белое, желтое, розовое, в звенья некоторых цепей вкраплены бриллианты. Жюри присудило первую премию новой оригинальной коллекции золотых цепей.

2 МЕСТО

«ДИВА ЮВЕЛИР»
(Чебоксары)
Обручальные кольца
«Узоры любви»

Небольшое предприятие «Дива Ювелир» ограничивает свою деятельность созданием золотых обручальных колец. Компания является неоднократным победителем конкурсов в рамках выставок JUNWEX, и каждый раз в своей узкой ассортиментной нише она проявляет творческий подход в создании новых рисунков декоративных узоров, украшающих поверхности колец. Каждое из пяти колец «Узоры любви», получивших второе место в номинации «Золотой стиль», — это обновленный образ ювелирного украшения, играющего роль символа при заключении брака.

Две коллекции и кольцо, представленные компанией «Платика», стали обладателями первого места в этой номинации. В коллекцию «Весна» вошли кольца и серьги, демонстрирующие оригинальный дизайн и новый взгляд на расположение бриллиантов в композиционной структуре драгоценных украшений. Некоторый отход от классических канонов в размещении бриллиантов и их взаимодействии с сияющим блеском идеально полированного золота воспринимается как современное решение элегантных женских драгоценных украшений.

Кольцо «Ритмы солнца» — компактное и лаконичное по форме, при этом очень эффектно и заряжено сверкающей пульсирующей энергией. Исходит она из прекрасно найденного ритма бриллиантовых полос на фоне углубленных борозд яркого желтого золота.

1 МЕСТО

PLATIKA (Кострома)
Коллекции «Весна» и «Слияние»; кольцо «Ритмы солнца»

Коллекция «Слияние» состоит исключительно из серег. Эти серьги легки, воздушны и отличаются неким новшеством, заключающимся в сочетании в одном изделии двух драгоценных металлов — золота и платины. Драгоценность украшений подчеркивается вкраплениями бриллиантов.

Серебряный стиль

Татьяна Мунтян

Победитель в этой номинации — компания «Альтмастер». За что бы она ни бралась, все у нее получается творчески, оригинально и на высоком уровне исполнения. Авторский коллектив тщательно подбирает разные великолепные материалы, создавая из них гармоничные сочетания, обусловленные прежде всего идеей изделий. Так, внешний вид шахматной доски обусловлен темой произведения — «Ледовое побоище», поэтому она исполнена из прекрасного бахметьевского хрусталя с резьбой, матировкой и полировкой. Для традиционалистов изготовлена вторая шахматная доска с клетками из черного и белого мрамора. О качестве литья фигур и их проработке говорить не приходится — фирма «Альтмастер» давно заняла лидирующие позиции в этой отрасли серебряного дела.

1 МЕСТО

«АЛЬТМАСТЕР»
(Кострома)
Серебряные шахматы
«Ледовое побоище»
и подстаканник «Охота»

Подстаканник «Охота», получивший вместе с шахматами первое место, тоже представляет собой слаженный аккорд драгоценного металла и гравированного хрусталя. Тонкий узор на стекле продолжается в столь же тонком прочувствованном серебряном рельефе. По окружности предмета разворачивается увлекательное действо — сценка охоты на медведей, исполненная тщательно, во всех подробностях. Серебряный рельеф мастерски расположен на поверхности подстаканника. Верхнее кольцо оправы и ручка украшены деликатным мелким орнаментом, не отвлекающим от основного сюжета. Подстаканник с фигуративным изображением — сквозной и в силу этого выглядит не тяжеловесным, а изысканным и функциональным.

2 МЕСТО

«АЛЬТАИР-ВДВ» (Санкт-Петербург)
Елочные игрушки: «Дед Мороз», «Снегурочка», «Самовар»; Шар «Хохлома»; «Шар с бантами»

При нынешнем изобилии елочных игрушек драгоценных изделий этого типа единицы. Обладатель второго места — фирма «Альтаир-ВДВ» — нашла свою нишу: ее изделия отличаются разнообразием, интересными, нешаблонными формами и отделками, хорошим исполнительским мастерством и, что немаловажно, приемлемыми ценами, позволяющими наряжать рождественскую красавицу в подлинные драгоценности. Покупатель может приобрести «Снегурочку» в белоснежной шубке из серебряных нитей, пузатый «Самовар» — символ домашнего уюта и благополучия, «Шар» с причудливыми узорами, вдохновленными традиционной хохломской росписью.

3 МЕСТО

BALTSILVER (Санкт-Петербург)
Кольцо «Чеширский кот», серьги «Месяц», броши «Кролик», «Шляпник» и «Алиса» из коллекции «Алиса в Стране чудес»

Оригинальная, яркая коллекция «Алиса в Стране чудес» предприятия BaltSilver выполнена под влиянием произведения английской литературной классики, ставшего чрезвычайно популярным в последнее время благодаря блестящим голливудским вариациям на эту тему. Выразительные молодежные броши, серьги, подвесы и кольца: «Чеширский кот», «Алиса», «Месяц», «Кролик», «Шляпник» — подойдут как девушкам, так и юношам, демонстрирующим ироничный подход к моде и, в частности, к украшениям, помогающим осознать собственную индивидуальность.

Жемчуг и янтарь

Анна Ратникова

1 МЕСТО
SUN STONE
(Янтарный)
Коллекция
«Стадо слонов»

С 90-х годов XX века у калининградских художников объемная резьба становится одним из самых динамично развивающихся направлений в работе с янтарем. Мастера высокого класса используют его богатые пластические возможности в создании эксклюзивных работ, в том числе и предметов украшения интерьера. В последнее десятилетие одним из самых ярких и интересных явлений в этом сегменте стали произведения компании Sun Stone, неоднократно занимавшие призовые места на конкурсе. На этот раз была представлена, мощно прозвучала и также завоевала первое место коллекция «Стадо слонов», в создании которой были использованы уникальные образцы янтаря, потребовавшие долгой кропотливой работы при их отборе. Авторы продемонстрировали виртуозное владение разнообразными приемами обработки янтаря с учетом особенностей текстуры и цвета камня. Выбор образов именно этих животных неслучаен. Во многих культурах слон — талисман, символизирующий удачу и процветание, а статуэтки слонов с поднятым хоботом приобретаются для привлечения материального достатка и благополучия.

Первое место в этой номинации получила компания Primossa. Созданное ею из белого золота эксклюзивное кольцо «Афродита» — прекрасное пластическое воплощение образа рождающейся из морской пены богини. В греческой Античности именно жемчужина считалась символом Афродиты. Выразительно скульптурный абрис кольца мягкой волной, устланной внутри мелкими бриллиантами, обрамляет уникальную жемчужину с очаровательной бриллиантовой каплей на ее идеальной поверхности. Это тот редкий случай, когда блестяще выполненная оправа безукоризненно подчеркивает форму, цвет и блеск жемчуга.

1 МЕСТО

PRIMOSSA
(Санкт-Петербург)
Кольцо
«Афродита»

2 МЕСТО

«ЖЕМЧУЖНОЕ ПОДВОРЬЕ» (Москва)
Коллекции прет-а-порте и от кутюр «Огонек надежды»

Достойно всяческого уважения и поощрения стремление коллектива компании «Жемчужное Подворье» воплотить в художественных образах своих изделий сложные гуманистические идеи. Две коллекции изящных подвесок прет-а-порте (в серебре) и от кутюр (в золоте) «Огонек надежды», выполненных в виде стилизованных фонариков, заняли второе место. Внутри каждой подвески свободно размещены полные внутреннего свечения прекрасные жемчужины. В форме фонариков угадываются архитектурные элементы храмовых сооружений разных религиозных конфессий. В этом ювелирном повествовании авторы призывают нас увидеть за всем внешним разнообразием проявлений человеческого бытия то, что нас всех объединяет, делает похожими друг на друга — наша внутренняя сущность со стремлением к счастью, доброте, чистоте помыслов, что испокон веков во многих культурах и олицетворяет жемчуг.

Калейдоскоп: материалы, техника, идеи

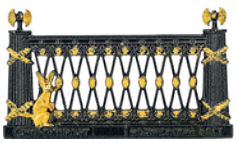
Ольга Костюк

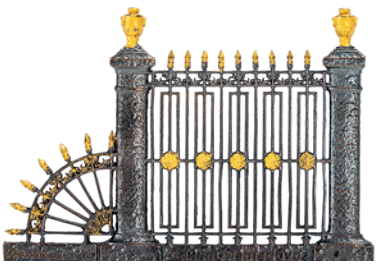
Конкурсы ювелирного искусства, проведенные в условиях пандемийных ограничений, несколько отличаются от состоявшихся ранее. Тем не менее, несмотря на уменьшение числа участников, нынешнее творческое состязание продемонстрировало ряд необычных художественных работ.
Первое место в номинации «Калейдоскоп: материалы, техники, идеи» присуждено компании «Платика», представившей на конкурс кольцо «Астрономия», отличающееся многими смелыми творческими находками. Идея изделия, продиктованная юбилеем полета Юрия Гагарина в космос, ярко воплощена в составных элементах украшения. Несколько осей-орбит подвижны и укреплены в космическом равновесии. На них укреплены «планеты» нашей солнечной системы, выполненные из драгоценных минералов. И весь этот гармоничный мир вращается вокруг центра — солнца, составленного из мерцающих золотистых сапфиров и бриллиантов. Особый шарм украшению создает сочетание полихромных камней с платиновой основой.

1 МЕСТО
PLATIKA
(Кострома)
Кольцо
«Астрономия»

3 МЕСТО
FILLART
(Санкт-Петербург)
Магниты «Санкт-Петербург»
и «Решетки Санкт-Петербурга»,
коллекция «Цуба»

Еще одно третье место получила компания Fillart, давно и успешно работающая над созданием изделий с полихромными эмалями, чеканкой и гравировкой. На нынешнем конкурсе предприятие показало серии художественно исполненных подвесок «Цуба» и магнитов с видами северной столицы — «Санкт-Петербург» и «Решетки Санкт-Петербурга». Сувениры в виде знаковых элементов городского пейзажа: решеток, мостов, набережных — отличаются характерной для фирмы элегантностью решений, которая видна в проработке деталей и общей композиции изделий.





2 МЕСТО

GEM SILVER (Москва)
Кольца «Вершина» и «Праздник»,
подвески «Атмосфера», «Родник»,
«Ночной полет»

Второе место было отдано компании Gem Silver. Значительное количество интересных изделий, представленных на конкурс, позволило мастерам предприятия шире показать свой творческий диапазон. Кольца «Вершина» и «Праздник», пожалуй, оказались наиболее выразительными. Нельзя не отметить и подвески «Атмосфера», «Родник», «Ночной полет», отличающиеся яркими дизайнерскими решениями. В каждом из украшений драгоценный минерал, являющийся его идейной основой, цветовой и смысловой доминантой, удачно дополнен художественной оправой.

3 МЕСТО

«ФИТ»
(Санкт-Петербург)
Коллекция
пряжек на ремни

Третье место заняла компания «ФИТ». На этот раз мастера предприятия создали коллекцию пряжек на ремни. Ремень или пояс, очень распространенный и популярный элемент женского костюма, предстал перед нами с непривычной точки зрения. Минералы, ключевые элементы декоративных композиций пряжек, придали традиционным изделиям драгоценный шик.

Изделия серийного производства

Галина Ковалева

1 МЕСТО

ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ KABAROVSKY (Кострома)
Коллекции «Тессура» и «Фаянж»

В этот раз жюри приняло решение исключить из конкурса номинацию «Изделия массового производства», в которой рассматривались достойные работы, пользующиеся широким спросом и не претендующие на индивидуальность стиля ювелирной компании. Дело в том, что творческие поиски Ювелирного дома Kabarovsky стали поводом для введения несколько иной номинации — «Изделия серийного производства», которая более полно отражает особый подход к выпуску подобной продукции, основанный на уникальности идеи и ее воплощения. Думается, в дальнейшем это может раскрыть новые грани понятия «драгоценность».

Жюри высоко оценило коллекции «Фаянж» и «Тессура». В первой благодаря нюансному решению различных по цвету материалов, использованию техник филиграни и прозрачной эмали создана иллюзия тонкой кружевной ткани. Вторая построена на контрасте цветных вставок, выполненных в технике горячей эмали, и холодной мерцающей фактуре металла. Разные по восприятию и дизайнерским решениям природных мотивов, эти изделия объединены обращением к простым геометрическим формам.

3 МЕСТО

SOFIA BRILLIANT (Кострома)
Коллекция Legend

Обладатель третьего места — Sofia Brilliant. Коллекция Legend предоставляет широчайший выбор украшений с разнообразными модулями, выполненными из золота и бриллиантов. Выразительность дизайнерских решений удачно подчеркивается игрой света на гранях камней и поверхности металла.

Второе место занял Ювелирный завод «Грант», представивший коллекцию Jungle Grant (Zebra и «Змеи»). Легкие и изящные изделия из золота различных цветов всегда найдут достойное место в драгоценном гардеробе любой женщины. Ритмические рисунки, красивые и непредсказуемые орнаменты, которыми отличается окраска обитателей экзотической фауны, не перестают вдохновлять дизайнеров и неизменно привлекают к себе наше внимание.

2 МЕСТО

«ГРАНТ»
(Санкт-Петербург)
Коллекции Jungle Grant
(«Змеи» и Zebra)

Без блога нет предлога...

...Предлога зайти в ваш магазин или на сайт, выбрать заинтересовавшие изделия, купить то, о чем вы рассказали читателям в своем аккаунте. Виктория Браун — журналист, маркетолог и основательница блога The Jewellery Spot поделилась опытом эффективного продвижения своего бизнеса в Интернете.

Если вы хотите реализовать свои маркетинговые коммуникационные планы, блог — тот самый инструмент, который поможет вам общаться с клиентами, привлекать трафик на ваш сайт и повышать ценность бренда, причем инструмент совершенно бесплатный и доступный вам сейчас.

Ведение блогов, как мне кажется, в настоящее время недостаточно распространено в ювелирной индустрии. Имея опыт работы в журналистике и PR (и будучи ювелиром-самоучкой со страстью к современным украшениям), менее года назад я решила создать блог The Jewellery Spot. На сегодняшний день я получила: сеть контактов в сфере торговли ювелирными изделиями, почти 2000 подписчиков в Инстаграм, множество приглашений на различные тематические мероприятия и зарождающийся бизнес. Ничего из этого не случилось бы, если бы я не вложилась в свой блог.

У каждого бренда должен быть блог. Почему? Это помогает связаться с потенциальными клиентами. Благодаря ведению блога у вас будет шанс обсудить с ними то, что важно для вас и для них, найти точки соприкосновения интересов. Блог побуждает людей посещать ваш веб-сайт или страницу в соцсети, придает вам авторитет в индустрии и помогает укрепить доверие к бренду. Кроме того, блог может увеличить SEO вашего сайта, что позволит ему оказаться на вершине рейтинга поисковых запросов и привлечь еще больше потенциальных клиентов.

Вы можете приглашать в качестве гостей известных людей, которые приведут своих подписчиков в ваш блог. Вы можете также создавать гостевой материал для их блогов в ответ, что утвердит имя бренда перед более широкой аудиторией.

Блог может открыть новые возможности для успеха, выполнять роль витрины магазина и помогать вам формировать сеть единомышленников — потенциальных клиентов.

Не исключено, что вы уже пробовали вести блог и теперь ответите мне: «Это не работает», «Я не знаю, что публиковать» или «У меня просто нет времени». Я понимаю вас! Для того чтобы настроить и обновить блог, понадобится некоторое время. Но, на мой взгляд, результаты того стоят. Ведению блога вам (или вашей маркетинговой команде) не обязательно посвящать весь день. Необходимо только продумать стратегию, как это делать разумно.

1 ПРОИЗВОДИТЕ КОНТЕНТ СЕРИЙНО.

Все мы знаем о ценности серийного производства — мы же работаем в ювелирной индустрии! Вам нужно применить тот же принцип к маркетингу. Планировать содержание блога раз в месяц (когда вы в ударе) будет намного быстрее, чем писать его каждую неделю. Если вы действительно сосредоточитесь на этом, то создание достаточного объема контента на месяц не займет у вас больше пары часов.

2 ИСПОЛЬЗУЙТЕ ТОТ ЖЕ КОНТЕНТ ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РАССЫЛОК, ЧТО И В СВОЕМ БЛОГЕ.

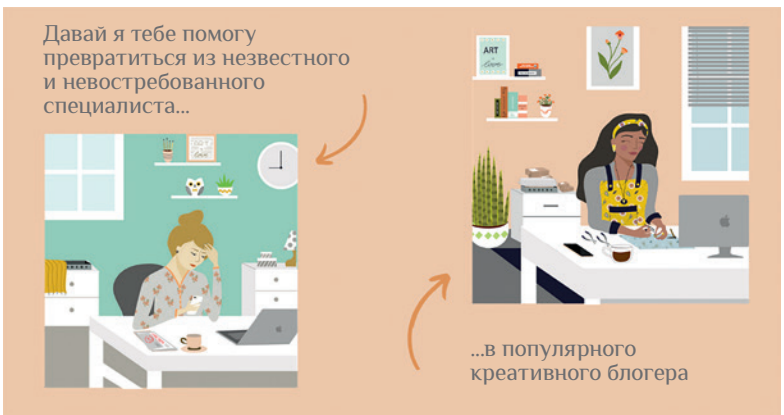
Скорее всего, вы уже создаете контент для своих сообщений в Интернете (а если нет, то вам бы следовало). Использование того же материала, только слегка видоизмененного, сэкономит вам кучу времени, вы ведь уже проделали самую тяжелую работу. Это обеспечит также единообразие ваших маркетинговых сообщений на разных платформах, что очень важно, если вы хотите, чтобы ваш бренд был услышанным.

3 ПРИГЛАСИТЕ В КАЧЕСТВЕ ГОСТЕЙ БЛОГЕРОВ ДЛЯ ОБЛЕГЧЕНИЯ РАБОЧЕЙ НАГРУЗКИ.

Вам не нужно создавать весь контент самостоятельно. На самом деле некоторые очень успешные блоги (например, популярный Selfish Mother) почти полностью основываются на материалах, которые были созданы другими пользователями. Кроме того, приглашенные блогеры, ориентированные на вашу аудиторию, обогатят ваш блог отличными от вашей точками зрения. И разумеется, привлекут свою аудиторию к вашему бренду. Я называю это победой!

4 ЯРКИЕ КАРТИНКИ ПОМОГУТ НЕ УСЛОЖНЯТЬ.

Представим, что вы действительно ограничены во времени и сейчас не в духе для написания текстов. Не волнуйтесь: простое яркое фото заменит тысячу слов. Так что, если у вас есть изображения, которые



соответствуют истории вашего бренда, не бойтесь время от времени использовать их в качестве маркетинговых сообщений в блоге, добавив лишь подписи. Людям настолько не хватает времени, что они не всегда готовы читать эссе каждую неделю.

ПУБЛИКУЙТЕ РЕЖЕ.

Если вы делаете все вышеперечисленное, но по-прежнему не справляетесь с созданием контента для своего блога, то просто измените объем контента, который вы обычно публикуете. Главное в маркетинге — регулярность. Гораздо лучше публиковать сообщения раз в месяц, но каждый месяц, чем стремиться к еженедельной частоте постов и выпускать их спонтанно. Составьте план, которого вы действительно сможете придерживаться. В этом кроется весь секрет успеха. Если вы один раз что-то опубликуете в своем блоге, это ничего не изменит. Два или три раза тоже не дадут результата. Откровенно говоря, я бы на это не тратила время. Но если вы действительно стремитесь преуспеть, то последовательность является идеальным ключом к эффективному блогу. Это нормально, если вы «выходите в эфир» ежемесячно в одно и то же время (однако имейте в виду: чем реже вы публикуете сообщения, тем дольше ваш блог будет раскручиваться). В среднем на создание эффективного блога уходит 12–18 месяцев, поэтому очень важно сохранять последовательность по мере наращивания аудитории.

Надеюсь, мне удалось убедить вас в огромных преимуществах ведения блога и в том, насколько легко им управлять. Увидимся в блогосфере!

Перевод Надежды Чугуновой

Иллюстрации из блога Виктории Браун

SVETLOV
JEWELRY

Бриллиантовый блеск и брызги шампанского

Ювелирные тренды осень-зима 2021 / 2022

В ожидании рождественских вечеров вдохновляемся актуальными украшениями из ювелирных коллекций SVETLOV, в которых каждая женщина будет сиять ярче звезд.

«Украшение должно быть символом любви. Оно должно следовать за движениями тела так, чтобы сливалось с вами и ощущалось абсолютно естественным дополнением, а не чем-то лишним» — Вивианна Торун Бюлов-Хюбе, известный шведский дизайнер, одна из первых женщин-ювелиров.

Длинные серьги из золота не покидают списки главных трендов среди украшений. Подвижное соединение элементов создает игру бриллиантов при каждом движении. Серьги SVETLOV отличает надежный английский замок и очень легкий вес изделия.

Минимализм и лаконичные формы коллекции **Black Stone** остаются фаворитами стилистов и в грядущем сезоне. Закрепка паве надежно удерживает дорожки бриллиантов и фокусирует внимание на изделии. Строгие линии — главный акцент, оттеняющий великолепие нежной женственности.

Украшения вне времени, изящные и элегантные. Классические сапфиры в коллекции SVETLOV **Timeless** — актуальны как для торжества, так и для уютных встреч с друзьями у камина.

Будьте ослепительны в украшениях SVETLOV и играйте с образом каждый день!

Представительства SVETLOV:

РОССИЯ:

г. Белгород: +7 (4722) 77-74-30
г. Москва: +7 (495) 792-39-58
г. Новосибирск: +7 (923) 129-25-25
г. Пермь: +7 (910) 320-34-35
г. Самара: +7 (927) 691-06-11
г. Ростов-на-Дону: +7)919) 220-14-49

КАЗАХСТАН:

г. Алматы: + 7 (701) 962-74-88

svetlovb2b.com

На правах рекламы

Движение к совершенству

В 2012 г. Россия присоединилась к международному движению WorldSkills. Сегодня его миссия — продвижение передовых мировых стандартов подготовки кадров и развитие уровня профессионального образования. Год от года расширяется список компетенций, связанных с ювелирным делом. Мы побеседовали с экспертами и участниками Ворлдскиллс Россия, попросив их рассказать о востребованности специалистов индустрии в современных реалиях и влиянии движения на рынок труда.

Николай Шаронов, менеджер компетенции «Ювелирное дело», руководитель «Академии ювелирного искусства Шароновых», кавалер орденов Карла Фаберже и Франца Бирбаума:

Компетенция «Ювелирное дело» в мировом движении насчитывает уже более двадцати лет. Первые соревнования на национальном уровне в России состоялись в 2013 году, а выступать на международных соревнованиях мы впервые отправились в 2015 году. Тогда в Сан-Паулу (Бразилия) состоялся первый чемпионат с участием российских ювелиров. У нас еще не было представлений о требованиях состязания, поэтому результатом стало четырнадцатое место из семнадцати стран-участниц. Но после этого была получена необходимая информация и сделаны выводы относительно подготовки. Сформирован план, по которому мы начали движение, включая общую систему подготовки ювелиров в колледжах страны. Ведь именно им необходимы изменения, для того чтобы выпускать ювелиров нового уровня. Различные зарубежные тренировки и открытые чемпионаты помогали интегрироваться в мировое профессиональное сообщество, что, в свою очередь, способствовало развитию специального образования в стране. Была сформирована площадка для тренировки национальной сборной WorldSkills Russia— «Академия ювелирного искусства Шароновых», которая сейчас базируется в Москве. Она стала своеобразным флагманом движения внутри компетенции, которая аккумулирует передовые практики и внедряет их в процесс обучения, в том числе через российские чемпионаты. Все приложенные усилия обеспечили результативность. На следующем чемпионате мира, состоявшемся в 2017 году в Абу-Даби (ОАЭ), Россия в компетенции «Ювелирное дело» получила золото — успех, который подтолкнул на дальнейшее развитие. На чемпионате мира, который прошел в 2019 году в Казани, нам удалось удержать звание чемпионов: Россия получила еще одну золотую медаль по компетенции. Амбициозные планы на этом не заканчиваются, мы активно готовимся к борьбе за золото на чемпионате мира в Шанхае в 2022 году.

Движение WorldSkills International (WSI) зародилось в 1947 г. в Испании, когда в послевоенный период миру катастрофически не хватало квалифицированных рабочих рук. На сегодняшний день к WorldSkills присоединились 85 стран. За 9 лет российского участия в нашей стране прошли сотни региональных, корпоративных, вузовских и национальных чемпионатов, мировое первенство по профессиональному мастерству WorldSkills Kazan 2019. Благодаря деятельности движения в системе профобразования сегодня используют эффективные инструменты подготовки кадров в соответствии с мировыми стандартами и потребностями новых высокотехнологичных производств.

С момента вхождения России в WorldSkills изменилось к лучшему многое, начиная от учебных заведений, которые переоснастили свои мастерские, и заканчивая студентами, которые стали более вовлеченными в профессиональную деятельность, потому что это движение дает очень хорошие перспективы молодым специалистам. Преподавательский состав, региональные эксперты постоянно проходят обучение и через движение имеют доступ к мировым практикам, которые внедряют в образовательный процесс, — это также позитивно влияет на успеваемость студентов. Те из них, кто принимает участие в чемпионатах, проходят серьезный цикл тренировок, повышая общий уровень обучающихся.

Если говорить о национальной сборной WorldSkills Russia, то тренировочный процесс включает серьезную практическую подготовку — выполнение различной сложности заданий в металле, направленных на геометрию и

> «Различные зарубежные тренировки и открытые чемпионаты помогали интегрироваться в мировое профессиональное сообщество.

пластику, плоскостных и с выходом в пространство. Для того чтобы разбираться в конструкциях, проводятся занятия по пластическому моделированию и макетированию. После мирового чемпионата в 2017 году в компетенции «Ювелирное дело» в мире произошли изменения, инициаторами которых были мы: был добавлен креативный модуль, подразумевающий создание по заданной теме части изделия, спроектированной самостоятельно. Теперь в связи с этим в тренировочный процесс участников сборной включено проектирование как часть дизайна, который, в свою очередь, является неотъемлемой составляющей индустрии. Так как движение мировое, то английский язык, в том числе знание профессиональной терминологии, тоже входит в программу тренировочного процесса. Созданный тренировочный комплекс, который модифицируется под определенные изменения, доказал свою результативность полученными золотыми медалями мировых чемпионатов. Мы стараемся внедрить что-то подобное в регионах, чтобы колледжи из своих студентов воспитывали востребованных специалистов, которые сейчас так нужны индустрии, — думающих и креативных ювелиров, способных отвечать вызовам нового времени, дизайнеров-мастеров, готовых придумывать и на высшем уровне воплощать в материале любую идею. Таких специалистов будут единицы, но в нашей отрасли больше и не нужно.

> «Созданный тренировочный комплекс, который модифицируется под определенные изменения, доказал свою результативность полученными золотыми медалями мировых чемпионатов.

WorldSkills дает своим участникам возможность взаимодействовать с любой страной мира — это вопрос карьерного роста и желания развиваться после участия в чемпионатах. Помимо этого остается возможность продолжать деятельность внутри российской рамки в качестве тренеров или экспертов. Так, чемпион мира 2017 года был в тренерском составе команды до 2019 года, а чемпион мира 2019 года сейчас находится в тренерском составе и помогает готовить участника на чемпионат мира в Шанхае в 2022 году. Оба участника имели предложения о работе из других стран — Бразилии, Франции, Австралии. Пока молодые специалисты выбрали профессиональное развитие внутри страны, но ничто не мешает им в дальнейшем откликнуться на эти предложения или найти новые. Чемпионаты — отличный шанс заявить о себе в достаточно юном возрасте.

Региональные и национальные чемпионаты всегда проходили в очном формате — это профессиональные праздники, которые собирают экспертов и участников из разных уголков страны. Студенты видели своих соперников, могли общаться, соотносить свой уровень с уровнем конкурентов и зачастую разъезжались, оставаясь друзьями (контакты, которые могут пригодиться в дальнейшем, — тоже один из плюсов движения), Но ввиду того что всех нас настигла пандемия, в 2020 году мы провели первый чемпионат в дистанционном формате. Каждый регион выполнял задание в местном учебном заведении под наблюдением камер,

чтобы сохранить честность соревнований. По окончании работы эксперты отправляли изделия в центр управления, где проводилась оценка по установленным критериям задания — это технологии изготовления, такие как пайка и выпиливание, и креатив — создание части изделия вместе с эскизами по заданной теме. Конечно, удаленный формат влечет за собой корректировку процедуры соревнований, но в целом из года в год мы замечаем позитивные изменения в результатах участников, что не может не радовать.

Евгений Алешин, менеджер компетенции «Обработка янтаря», генеральный директор ЮД «Янтарь и Я»:

На сегодняшний день «Обработка янтаря» является презентационной компетенцией, ввести ее в основной перечень компетенций WorldSkills планируется в 2022 году. Инициатива ее создания не случайно возникла в Калининградской области, ведь наш регион обладает девяноста процентами запасов янтаря. С каждым годом популярность этой компетенции растет, поскольку янтарь становится все более привлекательным материалом для изготовления самых разных изделий. Участие в чемпионатах по стандартам WorldSkills не только обеспечивает определенный профессиональный опыт, но и дает возможность показать себя и на российском, и на мировом уровне. Победители демонстрируют свои знания и навыки руководителям отраслевых предприятий страны, а также достойно представляют отечественную школу обработки янтаря на международных состязаниях. Достижения наших участников позволяют не только популяризовать деятельность в сфере обработки «солнечного камня», но и показать другим странам, стремящимся перехватить инициативу в развитии компетенции, что мы являемся лучшими в этой области и не планируем уступать кому-либо!

Александр Поляков, менеджер компетенции «Проектирование и моделирование ювелирных украшений»:

Современные предприятия, занимающиеся изготовлением ювелирных украшений, при

поиске кандидата на должность художника все чаще выставляют такие требования к вакансии, как знание рисунка от руки, графических программ, программ по созданию трехмерных моделей и так далее. Если раньше профессиональные учебные заведения отрасли действовали каждый в рамках своих требований, региональной специфики, традиций школы, то сейчас благодаря разработке единых стандартов WorldSkills внедряется такая форма итоговой аттестации, как демонстрационные экзамены, учитывающие именно те критерии оценки, которые будут востребованы производством. По итогам экзаменов участнику выдается skills-паспорт, который можно предъявлять работодателям.

Компетенция «Проектирование и моделирование ювелирных украшений» появилась всего год назад и начала быстро набирать обороты, поскольку обучение по этому направлению весьма актуально. Ее введению предшествовала огромная подготовительная деятельность: создана презентация компетенции, собран пакет рекомендательных писем от отраслевых предприятий, разработаны техтребования, стандарты конкурсного задания и прочее. Мы оцениваем не творчество, а в первую очередь навыки участников. К сожалению, пандемия несколько замедлила темпы

«По итогам экзаменов участнику выдается skills-passport, который можно предъявлять работодателям.

развития компетенции. Но мы уже успели провести один региональный чемпионат в Москве и один вузовский — в Екатеринбурге. К каждому состязанию участников приходится очень долго тренировать, поскольку задания сверхсложные даже для профессионалов. Помимо обучения и подготовки конкурентоспособных кадров чемпионаты позволяют расширить экспертное сообщество и обмениваться опытом между учебными заведениями.

«Участие в чемпионате WorldSkills дало множество знакомств по всей России и миру; кроме того, это очень хороший соревновательный опыт.

Александр Емелин, победитель чемпионата мира WorldSkills Kazan 2019 по компетенции «Ювелирное дело»:

Я окончил Красносельское училище художественной обработки металлов, прошел обучение в «Академии ювелирного искусства Шароновых». Участие в чемпионате WorldSkills дало мне множество знакомств по всей России и миру; кроме того, это очень хороший соревновательный опыт. Первый этап был региональным, затем в 2014 году — национальный, проходивший в Казани, после которого в 2016 году я попал в национальную сборную WorldSkills Russia по компетенции «Ювелирное дело». Меня и моего руководителя — менеджера компетенции Николая Шаронова пригласили на международное соревнование в Норвегию, где мы одержали победу. В 2017 году состоялась дружеская тренировка в Бразилии. В октябре 2018 года — победа на чемпионате WorldSkills England. В ноябре 2018 года — на WorldSkills France. Еще через год на открытых международных отборочных соревнованиях в Австралии мы также получили золото. И в итоге на чемпионате мира WorldSkills Kazan 2019 завоевали первое место. В этом престижном профессиональном состязании по компетенции я конкурировал с участниками из 16 стран. Наиболее сильными соперниками России были Китай, Бразилия, Корея, Индия, Иран. В жюри входили международные эксперты и один независимый эксперт, который оценивал дизайн. Конкурс шел в течение четырех рабочих дней, ежедневно нужно было выполнить объекты, которые в результате собираются в готовое изделие. Следует отметить, что под изделием подразумевался не готовый ювелирный продукт, а набор основных навыков мастера — таких как пайка, дифовка, шлифовка, выпиловка, гравировка, подгонка в размер и вес... Несмотря на то что чемпионат — это «битва», где каждый друг другу конкурент, на площадке сохранялась дружеская атмосфера, что также очень важно, потому-то ювелирный мир тесен и в перспективе мы все — коллеги и друзья!

Победа в чемпионате мира помогла мне поверить в себя, в то, что все реально, стоит только захотеть, приложить силы и проявить терпение. Ну и, конечно, мне поступило множество предложений по работе из разных стран мира.

Сейчас сложно сказать, как подход WorldSkills повлияет на деятельность российских ювелирных предприятий, но на специальное профессиональное образование в отрасли это движение влияет самым непосредственным образом: благодаря ему в колледжах появляется оборудование, соответствующее мировым стандартам.

В будущее я смотрю уверенно. Какой бы кризис в индустрии драгоценностей ни происходил, среди потребителей всегда будут и состоятельные люди, и не очень. А ювелирное изделие — это аксессуар, которым подчеркивается статус и индивидуальность. Ювелирное искусство будет всегда, поскольку мы всегда будем стремиться улучшить себя, украсить — у человеческой природы этого не отнять. Но, конечно, оно будет трансформироваться, меняться вместе со временем и людьми, и это нормально.

Bellissimo

Павильон 57
Стенд А-61

+7 (495) 917-55-19

Оптовое
представительство
+7 (916) 626-83-98

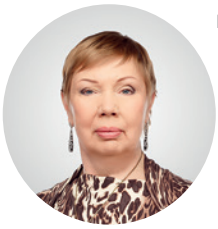
bellissimojewelry.ru
e-mail: bellissimojewelry@mail.ru

На правах рекламы

Путь в онлайн и обратно

В нынешних условиях многое непонятно, в том числе — что сегодня собой представляет бизнес-среда. Остались ли еще предприниматели, готовые не только пережидать сложные времена, но и вопреки им развивать свое дело. Не секрет, что многие владельцы розничного бизнеса опустили руки, приняв решение сдавать собственную коммерческую недвижимость в аренду. Это не требует постоянного вовлечения, не треплет нервы: не нужно лихорадочно подстраиваться под те или иные инициативы власти и реалии рынка...

Какой же он, сегодняшний бизнес? Та экономическая действительность, в которой российские ювелиры работали последний год, очевидным образом привела к пересмотру стратегических и тактических решений.



«У меня никогда не было долговременного бизнес-плана: вся моя предпринимательская биография — это импульсивные и интуитивные решения, — признается Нина Глушакова («Частная коллекция»). — Но есть такая черта в характере: если я за что-то берусь, то мне нужно довести дело до результата. И пока этого не произойдет, я не отступлюсь. Сейчас со мной в бизнесе муж и дочь. Стратегией, планами на будущее и ключевыми переговорами занимаюсь только я лично. Стартапами — тоже я, просто потому, что хорошо подхожу для этой роли. У меня есть такое качество, как жгучее желание работать: если я увлекаюсь чем-то, я умею мобилизоваться и зажигать других. Я готова рисковать, готова экспериментировать. Мой бизнес выдержал все кризисы, в первую очередь потому, что я не теряла самообладания. Со щенячьего возраста у меня была позиция — не сожалеть о прошлом и идти дальше. Трудности я воспринимаю с азартом. Думаю, люди теряются в кризис именно потому, что эмоционально не справляются. Или плывут на ложные маяки. То, что происходит сейчас, — это, конечно, не похоже ни на что. Когда все началось, я, как и все, не могла понять, что это такое и как в этом жить и работать. Но потом пришло понимание: это уникальный опыт, раньше мы поднимались в новую реальность по ступенькам, а сейчас на лифте взлетели сразу на 101-й этаж. И, как раньше, уже не будет никогда. Нет смысла тратить силы на сожаления, надо строить все

выставочные площадки. Мировые СМИ принимают это, например, New York Times пишет, что „для малых и средних компаний выставки являются окном в мир“».

Прогнозируя развитие событий, Хаттендорф утверждает, что «следующие 12–18 месяцев будут посвящены „торговле“ на „торговой выставке“. Речь идет о встречах покупателей с продавцами для ведения бизнеса и о том, чтобы поскорее вернуться после онлайн к личному общению. Людям и компаниям потребуется повторно подключиться, чтобы восстановить свои деловые отношения, которые поддерживаются благодаря цифровым и онлайн-событиям во время ограничений. Деловые мероприятия были и остаются наиболее актуальным маркетинговым каналом для малых и средних

заново. Сейчас надо быть как флюгер — молниеносно реагировать на изменение ветра и уметь мобильно разворачиваться».

«Пандемия со временем закончится, даже если вирус останется, — уверен Кай Хаттендорф, управляющий директор Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI). — Бизнес восстановится, и жизнь вернется к норме. Площадки и места встреч, которые мы создаем, и наша отрасль в целом будут иметь ключевое значение для восстановления экономики, и все больше правительств понимают это. Некоторые рынки быстро оправятся, другим потребуется больше времени. Но мы знаем — из наших глобальных исследований и опыта работы на таких рынках, как Китай, — что компании стремятся вернуться на

предприятий, а они составляют подавляющее большинство клиентов нашей отрасли».

Однако обсуждение общей «гибридизации», которое практически все игроки провели в 2020 г., будет развиваться и становиться более конкретным. Слепое упование на «виртуальную торговую выставку» позади! Многие игроки уже поняли, что она умножает сложности и минимизирует финансовый результат. Для того чтобы «гибридность» стала максимально эффективной, чтобы потенциал этого формата был успешно реализован, всем нам предстоит пройти долгий путь.

Бразилия: драгоценный карнавал

Бразилия занимает почти половину Южноамериканского континента и является страной с самым большим видовым разнообразием в мире, распространенным в шести наземных природных зонах и трех больших морских экосистемах. Своеобразные климатические и географические условия способствовали зарождению в недрах этой территории несметных природных богатств: там можно отыскать месторождения нефти, газа и руды, но геологическая изученность Бразилии находится на низком уровне. Тем не менее если речь идет о драгоценных минералах, то славу главной сокровищницы мира у нее не сможет отобрать ни одна страна! Аквамарины, алмазы, аметисты, изумруды, топазы, турмалины Параиба, рубеллиты, опалы, агаты, горный хрусталь — столь восхитительный калейдоскоп способен вскружить голову любому!

BRUMANI

BRUMANI

МНОГОЛИКИЙ ТОПАЗ

Земля Бразилии не устает удивлять человека огромными запасами природных богатств: в копях наряду с алмазами встречаются кварц, гематит, магнетит, монацит, турмалин, кианит, ксенотим, циркон, рутил... Например, широко известны залежи красных топазов возле Ору-Прету. Многоцветные турмалины встречаются в Минас-Жерайс. В кварцевых жилах на территории Виктория-да-Конкиста находятся залежи аметистов, в базальтах штата Риу-Гранди-ду-Сул — агат. Топаз по внешнему виду и окраске можно спутать с аквамарином, зелеными и

BRUMANI

BRUNER

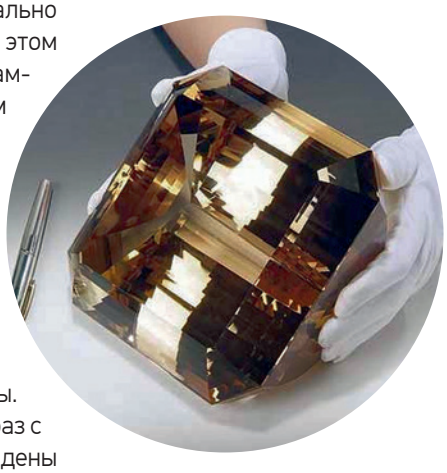
желтыми разновидностями берилла, цирконом, цитрином, перидотом, сапфиром и даже алмазом. Известна история, когда бриллиант «Браганза» фантазийной огранки, претендовавший на то, чтобы быть самым большим на тот момент бриллиантом мира, оказался топазом! Первое официальное упоминание об этом камне относится к 1797 г., когда он был подарен будущему королю Португалии Джону VI во время церемонии представления его как принца-регента. По легенде, позднее, уже став королем, Джон, переехавший в Рио-де Жанейро, заказал изготовление новой короны, во время работы над которой и обнаружилась истинная минеральная сущность ставшего знаменитым камня. К сожалению, дальнейшая судьба уникального псевдоалмаза неизвестна. Вообще, крупные топазы в Бразилии не редкость. Самый большой из официально зарегистрированных топазов мира носит название «Эльдорадо». Он был

VIANNA

В стране насчитывается более 103 870 видов животных и 43 020 видов растений — это более 20% всего видового разнообразия планеты, обнаруженного на суше и в воде. Различные климатические зоны благоприятствуют формированию самых разных биогеографических регионов. Путешествуя по Бразилии, вы можете увидеть и джунгли Амазонки (самый большой тропический лес в мире), и каатингу (низкорослые полузасушливые леса), и серрадо с его саваннами, и атлантический лес (стокилометровая полоса тропических лесов вдоль юго-восточного побережья), и пампасы (плодородные южноамериканские степи), и Пантанал — обширную болотистую пойму. Кроме того, в стране имеется морская береговая линия площадью 3 500 000 кв. км, куда входят коралловые рифы, дюны, мангровые заросли, лагуны, устья рек и болота.

обнаружен на месторождении в Минас-Жерайс в 1984 г. Камень весил более 120 кг, при огранке было потеряно 80% веса, однако удалось добиться ровного золотисто-коричневого тона кристалла. Крупный топаз природного светло-голубого цвета, весивший изначально около 35 кг, был найден в марте 1979 г. в этом же штате в районе Теофилу-Отони. Из камня изготовлен ограненный топаз весом 21 327 карат в форме сферы фацетной огранки, не имеющий видимых включений, который сейчас находится в Национальном музее естественной истории в Нью-Йорке, и камнерезное изделие весом 34 650 карат.

В середине XVIII столетия в регионе Ору-Прету в Бразилии впервые нашли интересные оранжево-розовые кристаллы. Поначалу их тоже перепутали — на этот раз с цитринами, но затем выяснилось, что найдены топазы эталонного ювелирного качества и необыкновенного цвета. Торговое название этого минерала — топаз империал; чем насыщеннее цвет оранжево-розовых тонов, чем больше выражена розово-красная составляющая цвета, тем дороже бразильский камень.



ТОПАЗ «ЭЛЬДОРАДО»

АГАТЫ: ПЕЙЗАЖИ И ПОРТРЕТЫ

Палитра оттенков натурального агата всегда поражала воображение художников. На одних камнях мы видим морозный закат, на других — море перед штормом, на третьих — горный пейзаж. В Бразилии можно встретить практически все известные геммологам виды агата. Впервые этот минерал был обнаружен в 1827 г. бродячими артистами. Когда добыча была налажена, камни из Бразилии отправляли для дальнейшей обработки и продажи в Европу. В последние десятилетия во многих бразильских городах появились фабрики со специальным оборудованием для обработки агатов. Южноамериканские образцы по форме напоминают миндаль, их размер обычно не превышает 10 см. Как правило, бразильские агаты сочетают в себе два, реже три цвета. Полосы не слишком четкие, текстура размыта, поэтому мастера зачастую тонируют камни, чтобы добиться большей выразительности рисунка.

ЦЕННЫЙ И МОДНЫЙ

Конечно, нельзя не упомянуть еще один уникальный камень, главным месторождением которого по сей день остается Бразилия, — турмалин Параиба. До недавнего времени он вообще добывался только в этой стране и получил имя в честь штата, где был впервые найден в 1987 г. Позже залежи минерала обнаружились на Мадагаскаре и в Мозамбике, однако торговое название владельцы бразильских месторождений стремятся сохранить только за местными камнями, и они значительно дороже африканских. За последние 50 лет стоимость турмалина Параиба возросла примерно в 70 раз. Как правило, его образцы весят по 2–3 карата, из-за небольших размеров они тяжело поддаются обработке. Эксклюзивным правом на выкуп камней весом более 3 карат обладает компания Tiffany & Co.

«Для меня в турмалине Параиба заключено все самое прекрасное, что Бразилия может предложить миру, — признается дизайнер

ANTONIO BERNARDO

BRUMANI

Карьеру ювелира Антонио Бернардо начал в 1970-е гг. Изделия мастера отличают сложность конструкции и драгоценные вставки редкой красоты. Одно из знаковых украшений в творчестве Бернардо — заколка «Муха», не только ставшая символом марки, но и вдохновившая дизайнера на дальнейшее создание ироничных, поэтичных и соблазнительных коллекций украшений. Бернардо с удовольствием экспериментирует и исследует в своем творчестве философские и космические темы.

VANCOX

Недавно в Бразилии был найден агат, сразу ставший звездой социальных сетей из-за сходства с героем популярного детского телешоу «Улица Сезам» — Коржиком. Американец Майк Бауэрс, коллекционер минералов из штата Калифорния, разместил на своей странице в Facebook видео с необычным камнем. Бауэрс нашел минерал, который снаружи был белым и шершавым, на территории муниципалитета Соледади. После того как геммолог Лукас Фассари осмотрел находку и разрезал образец пополам, оказалось, что внутри он совсем другой — голубой с белым — и удивительно напоминает забавного монстра. Бауэрсу предлагали выкупить у него камень за 10 000 $, но пока в планы владельца это не входит.

Антонио Бернардо. — Его невероятно мощная энергетика и фантастический синий цвет олицетворяют одновременно и вечно живой океан, и бескрайние небесные просторы над ним».

ТАЙНЫ АМЕТИСТОВЫХ ЖЕОД

Аметист — еще один драгоценный камень, который в основном добывается именно в Бразилии; там наиболее распространены камни фиолетового и багряного оттенка. Месторождения этих самоцветов связаны с гидротермальными образованиями и россыпями, а также с пегматитами, вулканическими породами. Аметист может залегать внутри жеод в виде сростков кристаллов на кварцевой подложке либо в виде щеток — тесно сросшихся друг с другом камней, торчащих вверх треугольными блестящими гранями. Роскошные аметистовые жеоды находят в Рио-Гранде-ду-Сул — самом южном штате страны; в шахтерских городках можно

DANIELLE

Мировой столицей добычи аметистов считается город Аметиста-ду-Сул, где каждые два года, в марте, проходит отраслевая ярмарка и выставка камней Expopedras. В центре города находится пирамида, внутренние стены которой облицованы местным аметистом. Расположенная рядом церковь, построенная в честь святого Гавриила, покровителя шахтерского города, также облицована аметистом. Старые шахты, в которых работа уже прекращена, сейчас превращены в винные погреба с продукцией соседних виноделен. Все это вкупе с обилием магазинов, продающих аметисты, привлекает в город множество туристов и бизнесменов со всего мира.

ALFARI
КРАСОТА ПРИРОДЫ В БЕЗУПРЕЧНОЙ ФОРМЕ

ПРЕДЛАГАЕМ ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ДРАГОЦЕННЫХ И ПОЛУДРАГОЦЕННЫХ КАМНЕЙ
Россия, 125430, МОСКВА, МИТИНСКАЯ УЛ. , 16
+7(495) 641-11-66, +7(495) 222-94-94 alfarigem@mail.ru alfarigem

На правах рекламы

Самый большой на сегодняшний день обработанный ювелирами аквамарин был обнаружен в Бразилии еще в начале 1980-х гг. Огранщик Бернд Мунштайнер придал камню форму обелиска с эффектной гравировкой в центре. Цвет кристалла — сине-зеленый, высота — 35,5 см, фактический вес — 2 кг, или 10 363 карата (до обработки минерал весил 45 кг!). Этот знаменитый аквамарин, названный в честь императоров Бразилии Педру I и Педру II «Доном Педро», занимает почетное место в Вашингтонском музее:

FORUM ROMANO

FORUM ROMANO

приобрести невероятные экземпляры щеток и друз. Процесс обработки жеод требует опыта, аккуратности и знания множества специфических нюансов. В жеодах кроме аметиста можно обнаружить и другие минералы, например оникс, халцедон, агат, сердолик.

ИЗУМРУДНОЕ БОГАТСТВО

С 1970-х гг. Бразилия является постоянным поставщиком изумрудов, чему способствуют активные разработки в районе Итабира — Нова-Эра (Минас-Жейрас). Прекрасный цвет этих камней и хорошая прозрачность высоко оценены рынком самоцветов. Типичный размер изумрудных кристаллов варьируется в рамках 2–20 мм, вес — от 0,2 до 20 г. Сортировка сырья происходит непосредственно около города Итабира. На выходе получается продукция, рассортированная по 15 признакам и пяти размерным диапазонам, в общей сложности — около 75 категорий изумрудного сырья.

Есть месторождения изумрудов со светло-зеленым и желтоватым оттенками и в других районах Бразилии: всего в стране насчитывается более 6000 выработок.

BRUNER

MANOEL BERNARDES

VIANNA

Широчайший выбор ювелирных изделий и сопутствующих товаров

Informa AllSecure

Istanbul Jewelry Show is an Informa AllSecure Event.

ISTANBUL JEWELRY SHOW

Международная выставка ювелирных изделий, часов и материалов

24 - 27 МАРТА 2022 г.

Стамбульский выставочный центр

#istanbuljewelryshow

Следите за нашими новостями...

www.istanbuljewelryshow.com

При сотрудничестве

Официальный международный медиа-партнер

Официальный онлайн медиа-партнер

Является членом

При поддержке

Безопасный Спонсор

Место Проведения

Организаторы

В СООТВЕТСТВИИ С ЗАКОНОМ НОМЕР 5174 НАСТОЯЩАЯ ВЫСТАВКА ПРОВОДИТСЯ ПОД КОНТРОЛЕМ СОЮЗА БИРЖ И ПАЛАТ ТУРЦИИ (TOBB).

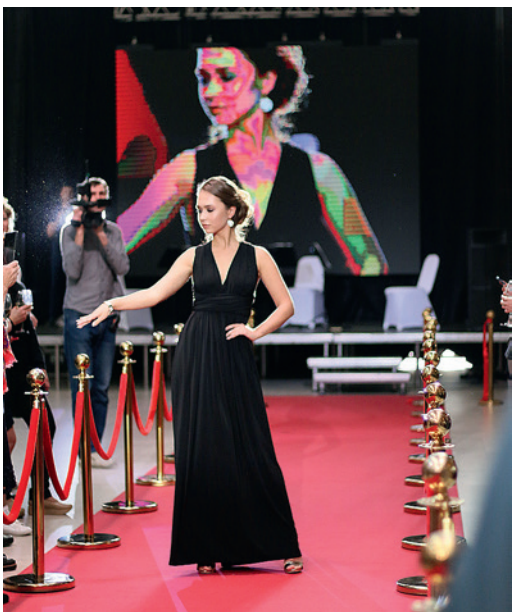
На правах рекламы

JUNWEX 2022 Premium

Четвертая выставка-конкурс ювелирных изделий Hi-End класса JUNWEX Premium состоится 9–13 февраля 2022 г. в Московском Гостином Дворе.

В 2022 г. JUNWEX Premium и Всемирный конкурс ювелиров им. Карла Фаберже уже в четвертый раз объединяют создателей украшений премиального сегмента со всей России. Выставка-конкурс уникального формата знакомит покупателей — ценителей ювелирного искусства с российскими брендами и самыми достойными именами современной индустрии драгоценностей класса люкс, демонстрирует высокий уровень развития отечественной ювелирной отрасли.

Международная коллегия жюри Всемирного конкурса ювелиров им. Карла Фаберже, куда входят эксперты мирового уровня, в этом году будет особенно авторитетной, поскольку



Россия, родина Карла Фаберже и страна с древнейшими традициями ювелирного искусства, имеет потенциал стать организатором всемирного события, привлекающего положительное внимание на международной арене. Конкурс с исторически неоспоримым именем Фаберже — успешный шаг, объединяющий мировые ювелирные бренды первой линейки в конкуренции с другими потребительскими рынками и в то же время дающий стимул эффективному выходу отечественных ювелиров на международную арену. В событии, имеющем формат комплексной программы с высоким статусом, примут участие ведущие мастера эксклюзива, российские предприятия, выпускающие драгоценные украшения соответствующего уровня, лидеры ювелирной индустрии, крупные компании в области добычи и переработки благородных камней и металлов, международные инвесторы, а также элита мировой культуры.

Предложение со стороны России уникального и перспективного Всемирного конкурса имени Карла Фаберже положительно воспринято международной общественностью и является логичным шагом закрепления имени великого мастера за страной, где находится Дом Фаберже, площадь его имени и единственный в мире музей Фаберже, расположенные в Санкт-Петербурге.

формируется в сотрудничестве с организаторами главных континентальных ювелирных выставок: VicenzaOro, JCK Las Vegas, Jewellery & Gem WORLD Hong Kong.

JUNWEX Premium 2022 пройдет на одной площадке параллельно с Художественно-промышленной выставкой-форумом «Уникальная Россия», организованной при поддержке Министерства финансов РФ, Министерства промышленности и торговли РФ, ФАДН России.

Экспозиция представляет инновационный спектр арт-проектов, посвященных юбилейным датам, знаковым для страны событиям и явлениям: 1160 лет российской государственности, 350 лет Петру I, 100 лет СССР, 90 лет Северному морскому пути, «Россия будущего 2022–2222», «Меценаты — от слов к делу» и др. Свои творческие проекты подготовили: Академия акварели и изящных искусств С. Андрияки, Московская государственная художественно-промышленная академия им. С. Г. Строганова, Союз кузнецов России, Русское географическое общество, Международный художественный фонд, ТСХ ДПИ и др. Стенды региональных министерств продемонстрируют экспонаты, подтверждающие уникальный характер того или иного региона. В рамках выставки запланированы концерты, балы, показы мод, презентации социальных и бизнес-инициатив и т. д. В 2021 г. экспозицию посетили свыше 23 000 человек, представители 70 российских и зарубежных СМИ, разместивших о форуме более 200 публикаций в различных медиаресурсах. В этом

Президент Владимир Путин объявил 2022-й Годом народного искусства и нематериального культурного наследия народов РФ. Под эгидой этой темы Оргкомитет выставки планирует провести ряд культурных, художественных, деловых и общественных мероприятий.

году за счет объединения коммуникационных каналов Программы «Ювелирная Россия» и организатора ХПВФ «Уникальная Россия» круг задействованных СМИ, федеральных и региональных, составит более сотни.

Отличительной чертой выставки является ее мощная историческая составляющая, основанная на дореволюционной традиции. Первая Московская художественно-промышленная выставка «Уникальная Россия» была открыта в 1831 г. при поддержке Министерства финансов Российской империи. Целью мероприятия было оказание «полезного влияния на промышленное развитие России». За 19 дней выставку посетили более 125 000 человек, в том числе император Николай I со своей семьей. Он высоко оценил качество отечественных изделий и лично совершил покупки на сумму 26 799 рублей золотом.

Сотрудничество JUNWEX Premium с выставкой «Уникальная Россия» — своеобразная «перекличка времен»: раздел с произведениями искусства прошлых эпох, представленных на стендах ведущих антикварных фирм, логично сочетается с Всемирным конкурсом им. Карла Фаберже, где побеждают работы выдающихся современных мастеров. Возможно, именно эти драгоценности в будущем станут самыми желанными лотами мировых аукционов!

Единая экспозиционная площадка и одновременное проведение двух столь ярких и масштабных мероприятий позволят привлечь к работам российских ювелиров максимальное внимание со стороны правительственных структур, прессы, широкой аудитории покупателей, ценящих, любящих и поддерживающих искусство, обеспечат широчайший резонанс и успешные коммерческие результаты!

ПОЧЕМУ Я ПРИНИМАЮ УЧАСТИЕ В JUNWEX PREMIUM?

- ☑ Это мой сегмент продукции
- ☑ Мероприятие ориентировано на мою целевую аудиторию
- ☑ Я найду новых клиентов
- ☑ Я смогу достойно представить коллекции своим клиентам
- ☑ Выставка способствует формированию премиального рынка
- ☑ У Premium — хороший PR
- ☑ Это уникальная возможность утвердиться на премиальном рынке

9–13 февраля 2022
Москва, Гостиный двор

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

www.junwex.com

E-mail: overseas@junwex.com

На правах рекламы

CHAMOVSKIKH
JEWELLERY HOUSE
тел. 8 800 234 99 22 | www.chamovskikh.com chamovskikhjh
На правах рекламы