

# ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ



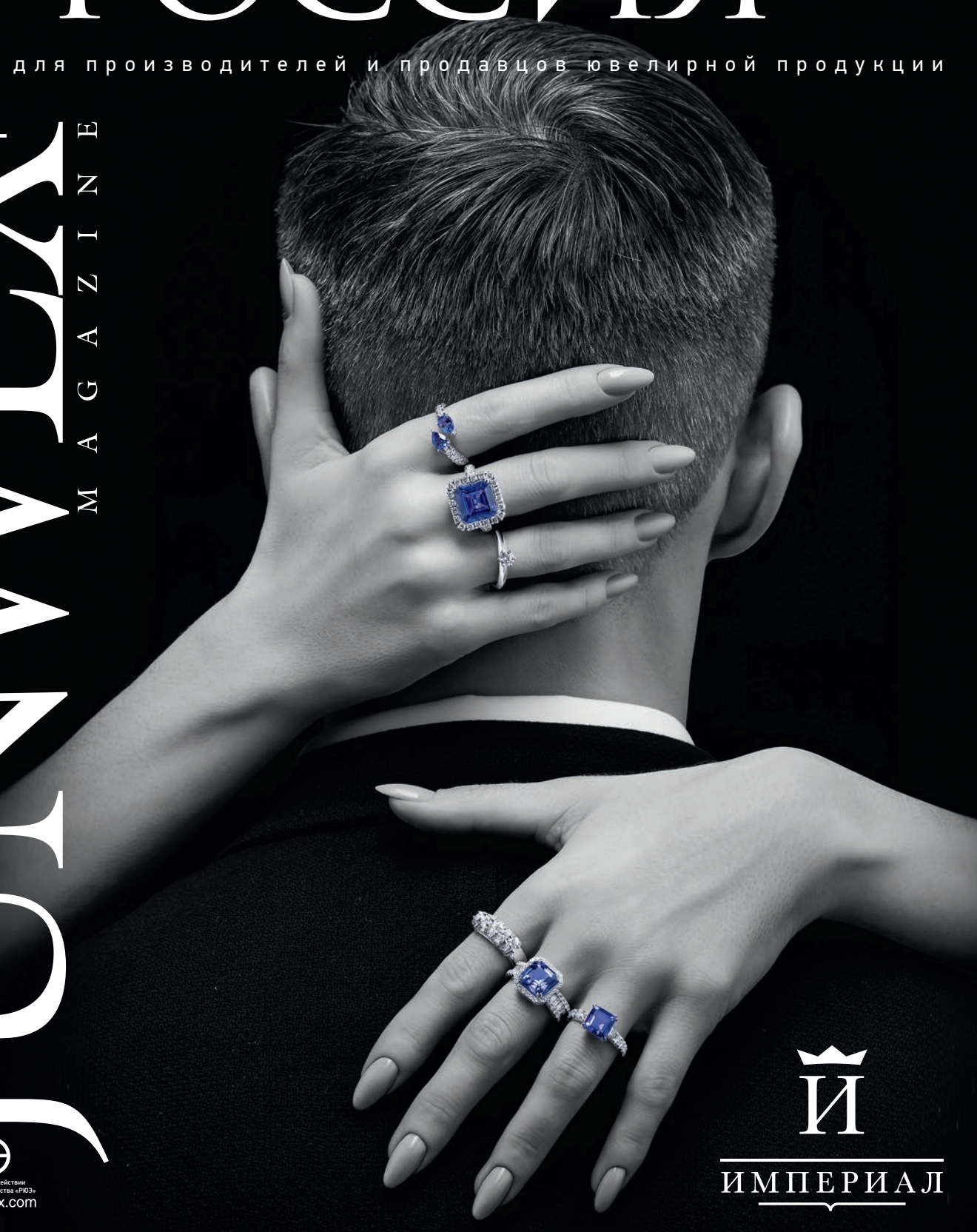
февраль  
№104 / 2024

журнал для производителей и продавцов ювелирной продукции

16+  
JUNWEX  
MAGAZINE

Выпускается при содействии  
информационного агентства «РОЗ»  
[www.junwex.com](http://www.junwex.com)

ИМПЕРИАЛ



BS

Brilliant  
Style  
Jewelry



[bsgold.ru](http://bsgold.ru)

156009, г. Кострома, ул. Юбилейная, 10Б  
[opt@bsgold.ru](mailto:opt@bsgold.ru)

bsgold.ru

ЗАЧЕМ ВЫБИРАТЬ, ЕСЛИ ЕСТЬ  
**BRILLIANT STYLE**

BrilliantStyle\_official  
brilliant.style

# Содержание



16+

Реклама на обложке:  
«ИМПЕРИАЛ»  
КОСТРОМА,  
УЛ. ЗЕЛЕНАЯ, 5А  
+7 (4942) 398 800  
WWW.UDKOS.RU

## УЧРЕДИТЕЛЬ

Информационно-аналитическое  
агентство «РЮЭ» 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 ООО «РЮЭ»

**А. С. Горыня**  
председатель Союза ювелиров СЗФО

**Г. Н. Ковалева**  
председатель жюри конкурсов  
Программы «Ювелирная Россия»

**Т. В. Носкова**  
директор ИД «Ювелирная Россия»

**С. К. Ведовский**  
президент Клуба «Российская Ювелирная Торговля»

Руководители региональных представительств,  
вице-президенты Клуба «Российская Ювелирная Торговля»:

**В. И. Бурда** (Красноярск), Сибирский ФО

**О. А. Доценко** (Феодосия), Южный ФО

**С. А. Жердев** (Санкт-Петербург), Северо-Западный ФО

**А. К. Королев** (Нисловодск), Северо-Кавказский 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

**А. Г. Яровов** (Ростов-на-Дону) Южный ФО

## РЕДАКЦИЯ

**В. В. Будный** – издатель

**Т. В. Носкова** – директор ИД «Ювелирная Россия»

**И. С. Федорова** – литературный редактор

**А. Н. Добров** – арт-директор

**Е. И. Окочуткина** – технический редактор

**Т. Н. Юдина** – корректор

**А. В. Андропова** – отдел распространения

## АДРЕС РЕДАКЦИИ

197110, Санкт-Петербург, Лодейнопольская ул., д. 5, лит. А

Тел.: (812) 303-98-60, 320-01-41

Е-mail: [noskova@junwex.com](mailto:noskova@junwex.com)

**КОНТАКТНОЕ ЛИЦО** Татьяна Вячеславовна Носкова  
[www.junwex.com](http://www.junwex.com)

## ОТПЕЧАТАНО В ТИПОГРАФИИ «COLORIT РОССИЯ»

191167, Санкт-Петербург, ул. Атаманская, д. 3/6

Тел. (812) 380-03-99

Общий тираж 10 000 экз.

Номер подписан в печать 11 января 2024

Дата получения тиража из типографии 23 января 2024

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», 2024 © Авторы публикаций, 2024

Перепечатка публикаций допускается с согласия журнала.

Ссылка на журнал «Ювелирная Россия» обязательна.

Журнал «Ювелирная Россия». Свидетельство о регистрации  
ПИ № ФС2 – 8476 от 07 февраля 2007 г. Управления Федеральной

службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере

массовых коммуникаций и охране культурного наследия

по Северо-Западному федеральному округу



12

8



18

## ОТ ИЗДАТЕЛЯ

Приветствие участников

XXXII Международной ювелирной выставки

«JUNWEX Петербург» ..... 4

## СЕКРЕТЫ УСПЕХА

TALANT... у каждого свой ..... 6

Холдинг SOKOLOV: развиваемся

и растем вместе с партнерами ..... 10

Primo Prezioso — выходим за рамки

ювелирной обыденности ..... 12

Сильнее, опытнее, быстрее ..... 16

## ВЫСТАВКИ

«JUNWEX Москва 2023» ..... 18

## КРУГЛЫЙ СТОЛ

Результаты выставки — лучшие! ..... 22





36



64



76

### ДИЗАЙН

RoseGrace: новые направления .....	35
Лучшие украшения в России .....	36

### ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

Вопрос на контроле .....	62
--------------------------	----

### МАРКЕТИНГ — НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

Делать сегодня то, о чем другие задумаются завтра .....	64
Считывание маркировки с изделий — «задача со звездочкой» .....	67
Маркетинговая стратегия для малого бизнеса .....	68
5 секретов создания эффективного креатива для онлайн-рекламы ..	72
Бижутерия — дополнение, а не замена .....	76

### БЛИЦ

Вызовы-2023 .....	78
-------------------	----

### ЮВЕЛИРНЫЙ ТУРИЗМ

Драгоценные лики Индии .....	80
------------------------------	----

80



# Уважаемые участники XXXII Международной ювелирной выставки «JUNWEX Петербург»!



Февральский отраслевой форум «JUNWEX Петербург» традиционно знаменует начало «ювелирного» года и открывает выставочную Программу «Ювелирная Россия». Впереди — решающая задача наполнения магазинов новыми летними коллекциями: выставка «JUNWEX Новый русский стиль», самый масштабный форум «JUNWEX Москва», определяющий лидеров отечественного ювелирного рынка, и декабрьский проект «JUNWEX Лучшие украшения в России» на премиальной площадке московского Гостиного двора.

Желаем вам энергии и оптимизма в преодолении проблем, успешных и стабильных продаж, благодарных и счастливых покупателей! Надеемся, что совместная работа Оргкомитета Программы «Ювелирная Россия» и ведущих общественных объединений — Гильдии ювелиров России и Клуба «Российская Ювелирная Торговля» — будет фундаментом для динамичного развития отрасли и достижения уважительного партнерства с органами государственной власти!

*Руководитель Программы  
«Ювелирная Россия» Валерий Будный*

JUNWEX  
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ  
ЮВЕЛИРНАЯ  
РОССИЯ

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФОРУМЫ  
ЮВЕЛИРНОЙ ИНДУСТРИИ

JUNWEX

МАЙ • МОСКВА

22–26 мая 2024  
ВДНХ

СЕНТЯБРЬ • МОСКВА

25–29 сентября 2024  
ВДНХ

ФЕВРАЛЬ • САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

5–9 февраля 2025  
ЭкспоФорум

ВЫСТАВКИ ЮВЕЛИРНЫХ  
УКРАШЕНИЙ И ПОДАРКОВ

JUNWEX

Лучшие украшения в России

МОСКВА • ГОСТИНЫЙ ДВОР

12–15 декабря 2024

WWW.JUNWEX.COM



# TALANT

JEWELRY

*...у каждого свой*



Мы можем с гордостью сказать, что сегодня завод TALANT – безусловный лидер отрасли в производстве миланского полотна и ювелирных украшений из него.







# ЗОЛОТО МИЛАНА

Уже много лет завод TALANT производит браслеты из миланского полотна. Серебряные с декоративными вставками и замками особенно понравились покупателям. Мы придумали к ним линейку шармов-клипс. Идея украшения-конструктора оказалась востребованной и принесла хорошие продажи. Следующим шагом в развитии ассортимента стали мягкие кольца.

На сентябрьской выставке JUNWEX в Москве TALANT Silver показал свежую и современную коллекцию Tessitura Milaneze – полноценную линейку серебряных комплектов, исполненных в разных стилевых направлениях. Женственные модели с крупным камнем разного цвета и огранки в окружении дорожки фианитов, актуальные четырехлистники с ониксом и перламутром собраны в комплекты с браслетом и чокером. Молодым девушкам мы предложили самим создавать яркие сетки, дополняя и кольца, и браслеты, и колье индивидуальной подборкой шармов-клипс. Такая вариативность

поддерживает сегодняшний тренд персонализации украшений.

На выставке JUNWEX в Петербурге мы рады представить абсолютно новую коллекцию золотых украшений из миланского полотна. Изящные тонкие браслеты, мягкие кольца и серьги из красного золота 585 пробы. Можно надеть комплект или собрать роскошный сет с уникальными декорами, дополнив его браслетами разной ширины.

При создании этой коллекции мы применили весь наш опыт создания украшений с миланом, знание нюансов золотого производства и понимание модных тенденций. Красивые элегантные золотые украшения займут достойное место в ассортименте TALANT jewelry.



[talantgold.ru](http://talantgold.ru)

КОМПАНИЯ «ИМПЕРИАЛ»  
ПРИГЛАШАЕТ ВАС ЗА НОВИНКАМИ  
НА ВЫСТАВКУ «JUNWEH ПЕТЕРБУРГ»  
С 31 ЯНВАРЯ ПО 4 ФЕВРАЛЯ 2024

## НАШ СТЕНД Н-200 ОПТОВЫЙ ЗАЛ Н



 imperial



 vk.com



 t.me



ИМПЕРИАЛ





# ХОЛДИНГ SOKOLOV: развиваемся и растем вместе с партнерами



## Директор по продажам ювелирного холдинга SOKOLOV Жанна Костюшкина:

Одним из ключевых драйверов роста для нас и в 2024 году остается оптовое направление, объединяющее более 4500 оптовых партнеров и франчайзи. За 11 месяцев 2023 года оборот ювелирного холдинга SOKOLOV увеличился на 58% по сравнению с аналогичным периодом 2022 года и достиг 35,9 миллиарда рублей. При этом оптовые продажи демонстрируют более чем двукратный рост. Чистая прибыль партнерских каналов (EBITDA) в компании составила 54%, а динамика регионального оптового канала без учета франшизного направления за 11 месяцев 2023 года выросла на 44% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. За 2023 год было открыто 85 магазинов франчайзи, из которых 27 под брендом Diamant, 58 под брендом SOKOLOV и SOKOLOV Diamonds.

**Наша основная задача сделать так, чтобы все наши партнеры были довольны и увеличивали свою прибыль, именно поэтому мы непрерывно работаем над скоростью, объемами и качеством продукции. Для этого открываем новые производственные площадки и совершенствуем уже имеющиеся, разрабатываем и выпускаем самые востребованные изделия и трендовые коллекции. Спасибо каждому из наших партнеров — мы развиваемся для вас и благодаря вам!**

# SOKOLOV

sokolov.ru

По вопросам сотрудничества  
zhanna.kostushkina@lucksa.ru,  
тел. +7 915 905 65 56



### Директор ювелирного завода «Ювелит» Евгений Кнутов:

Завод «Ювелит» — лидер российского рынка по объемам производства украшений из золота и один из крупнейших работодателей и налогоплательщиков Костромской области. Ювелирное производство — основа бизнеса SOKOLOV. За четыре года мы прошли путь от оптово-производственной компании до вертикально интегрированного холдинга, который объединяет производство, оптовую и собственную дистрибуцию. Исторически сложившийся пул оптовых региональных партнеров дополнили федеральная розничная сеть, сеть из 150 магазинов франчайзи, маркетплейсы и собственный интернет-магазин. Только за 2023 год завод в полтора раза увеличил объемы производства, выпустив более 30 миллионов украшений общим весом по драгметаллам около 50 тонн. Наша основная цель — обеспечивать бесперебойные поставки товара во все каналы продаж: оптовым дистрибьюторам и франчайзи, в свою розницу, на маркетплейсы, а также в Китай. Именно поэтому мы постоянно оптимизируем технологии, наращиваем производственные мощности, автоматизируя операционные процессы, а также открываем новые площадки. Помимо двух комплексов в Костромской области, у нас работает площадка в Ивановской области, а в декабре 2023 года запущено производство изделий из серебра в Ярославле.

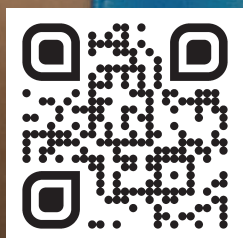
### Эксперт по ювелирной моде ювелирного холдинга SOKOLOV Елена Ракутина:

Сейчас мы видим укрепившийся тренд на fast fashion — быструю смену образов, под каждый из которых нужны свои аксессуары. Поэтому мы постоянно следим за тенденциями ведущих модных домов и мировых ювелирных брендов, мониторим интернет-порталы, посещаем различные ювелирные выставки. Большое внимание уделяем анализу трендов в области цвета, дизайна, использования камней и применения новых материалов. Над этим работает многочисленная команда художников и дизайнеров. Мы ежемесячно обновляем имеющиеся коллекции и несколько раз в год выпускаем новые сезонные и тематические линейки, в том числе в коллаборации с известными персонами и компаниями. По итогам 2023 года общее число уникальных моделей в нашем ассортименте превысило 55 000. SOKOLOV сегодня является лидером по рентабельности и прибыльности среди федеральных игроков ювелирного рынка.



**SOKOLOV**

Санкт-Петербург  
ЭкспоФорум  
31 января —  
4 февраля  
Павильон Н,  
Стенд Н-23



На правах рекламы

[primoprezioso.ru](http://primoprezioso.ru)

**H-400**  
EXPOFORUM

JUNWEX  
Петербург-2024

# PRIMO PREZIOSO —

## ВЫХОДИМ ЗА РАМКИ ЮВЕЛИРНОЙ ОБЫДЕННОСТИ

Primo Prezioso — набирающий популярность молодой, амбициозный, неординарный бренд ювелирной индустрии, главной целью которого служит привнести в рутинные будни европейский стиль и шик.

Мы часто слышим от наших покупателей, что сейчас все, как у всех. И действительно, многие российские ювелирные компании создают достаточно однотипные украшения, присущие традиционной ювелирной моде. Отталкиваясь от данных тенденций, мы собрали команду молодых, креативных, заинтересованных в результате специалистов, обладающих значительным опытом в ювелирной сфере. Над дизайном украшений Primo Prezioso работают художники

и дизайнеры, сотрудничающие с известными мировыми брендами, изучающие зарубежную культуру и вкладывающие полученные знания в свои творческие проекты. С полной уверенностью можно утверждать, что украшения бренда являются нестандартными, а благодаря уклону на европейский стиль и доступные цены, в сравнении с премиальными ювелирными брендами мирового уровня, являются востребованными на российском ювелирном рынке.

Красота итальянского дизайна, пронизывающая каждое изделие, придется по душе каждому клиенту, знающему себе цену и обладающему чувством уникального стиля. Primo Prezioso не следует стандартам, выходит за рамки привычного, что позволяет удивлять клиентов не только репликами известных брендов, но и новаторскими коллекциями, которые легко подчеркнут уникальность самооценки каждой отдельной личности.

Украшения Primo Prezioso не являются заурядными, это всегда про стиль и оригинальность, подкрепленную качеством и приятными, удобными условиями сотрудничества. Многие хотят иметь лучшее, не отдавая за это слишком много. Опираясь на эти желания, команда бренда стремится создавать доступные по цене, но непревзойденные по дизайну и качеству ювелирные изделия.

Primo Prezioso помогает выражать любовь к себе с помощью дополнения образов запоминающимися ювелирными украшениями. Они — универсальные, яркие, стильные, подходящие амбициозным, целеустремленным, элегантным, но и нежным натурам.

Primo Prezioso — не просто бренд, не соответствующий массовому мышлению и взглядам. Это — ваш уникальный стиль.



Отдел продаж: ☎ +7 920 380 78 80



ЮВЕЛИРНЫЕ  
ТРАДИЦИИ

# Только натуральные камни







На правах рекламы

[JEWTRAD.RU](http://JEWTRAD.RU)

# Сильнее, опытнее, быстрее

Интервью с основателем и руководителем  
компании Grigoriev Владимиром Григорьевым



**«JUNWEX Петербург» традиционно знаменует собой начало нового «ювелирного» года. Как прошел для компании год прошлый?**

Очень насыщенно и плодотворно! Начнем с того, что сразу после «JUNWEX Петербург 2023» наше предприятие отпраздновало новоселье: мы переехали в более просторное

и комфортное для нашего производства здание. У этого места особая, очень вдохновляющая атмосфера: здание располагается на берегу Волги в непосредственной близости от знаменитого духовного центра — Ипатьевского монастыря и святых мест явления Феодоровской иконы Божией Матери. Новое помещение позволило нам расширить и усовершенствовать участки литья и гальваники, мы приобрели современный 3D-принтер. Все эти шаги нацелены на улучшение качества готовой продукции и повышение объемов ее выпуска, освоение запланированных ассортиментных линеек. Кроме того, мы значительно усилили геммологический отдел. Наши специалисты прошли дополнительное обучение в Геммологическом центре МГУ по работе с лабораторно выращенными алмазами, мы закупили специальное диагностическое оборудование. Мы наблюдаем за этим трендом. Обязательно буду на выставке общаться с торговыми партнерами, чтобы узнать их мнения по вопросу использования синтетических бриллиантов.

**Какие коррективы внесли в деятельность компании законодательные изменения прошедшего периода?**

К трудностям мы отнеслись как к очередному испытанию, которое сделает нас сильнее. Нам пришлось усилить бухгалтерию, отделы IT и учета, поменять многие процессы в их работе. Также мы помогли нашим торговым партнерам освоить сложные процессы ГИИС и перейти на НДС. Внедрить физическую маркировку изделий было непросто, но мы с этим справились. Я отношусь к испытаниям как к определенному пути. По аналогии со спортом, увеличение нагрузки помогает стать сильнее, опытнее, быстрее. Такая

философия стала объединяющим фактором для нашей команды. Совместные тренировки в обеденный перерыв, пробежки по берегу Волги прочно вошли в нашу жизнь. Я твердо верю в формирование корпоративной культуры, личностное развитие и силу командного духа. Много времени уделяю и собственному профессиональному росту. Будучи участником «Бизнес-клуба 500» и общаясь с его резидентами — основателями ведущих отечественных корпораций, я вижу, что это приносит реальные результаты. С сильной командой можно воплотить проекты любой сложности!

### Чем еще запомнился год?

Мы с командой много путешествовали: Байкал, Дагестан, Казахстан... Я побывал в Нижнем Новгороде, Баку, Краснодарском крае. Все это не просто поездки, а знакомства и встречи с нашими торговыми партнерами. Было и еще одно семейное событие — мы завели собаку. Дочка счастлива, а для меня пудель Мэни стал



**ЕКАТЕРИНА ФЕДОРОВА, «АГАТА»:** Я искренне благодарю наших партнеров — бренд Grigoriev — за совместную работу и поддержку во всем. Это компания, в которой в первую очередь ценятся человеческие отношения и взаимовыгодное сотрудничество. Для нас это очень важно!

мотиватором утренней пробежки, после которой я чувствую себя бодрым и энергетически заряженным на плодотворный и успешный день! И, конечно, на дальнейшие достижения меня вдохновляют отзывы наших партнеров.



**МАРИНА БЕЛОВА, GOLDEN LIFE:** С компанией Grigoriev мы работаем уже несколько лет. Мне нравится ее подход к созданию современных украшений высочайшего качества, которые так востребованы у наших покупателей. Клиенты целенаправленно приходят в наши магазины за изделиями компании, это уже особый уровень бренда! Лояльность компании к партнерам тоже на высоте, постоянно проводятся розыгрыши с ценными призами как для покупателей, так и для наших сотрудников! Владимир Валерьевич — очень творческий и целеустремленный человек — и это проявляется во всем, что он делает, — будь то формирование команды, разработка дизайна украшений или забота о партнерах (подарки для которых на праздники — это просто искусство!). Я желаю компании дальнейшего развития и покорения новых вершин!

« По аналогии со спортом, увеличение нагрузки помогает стать сильнее, опытнее, быстрее.

**G R I G O R I E V**  
d i a m o n d h o u s e  
«JUNWEX Петербург» павильон Н, **стенд Н-100**

# JUNWEX

## МОСКВА

### Выставка в цифрах:



5 дней



3 павильона



Площадь экспозиции  
15 000 м<sup>2</sup>



21 мероприятие  
деловой программы



Число участников  
373 компании



Число посетителей  
21 386 человек



7322  
бизнес-контакта



Несмотря на внешние обстоятельства, связанные с внезапными реконструкционными работами на ВДНХ, усложнившими логистику для организаторов, участников и посетителей, «JUNWEX Москва 2023», тем не менее, показала очень хорошую эффективность и поистине ажиотажный спрос на фоне ситуации предыдущих лет. В первую очередь, это произошло благодаря активности оптовиков, со вторника по пятницу заполнявших стенды ювелирных компаний. В предшествующий период с кризисом, пандемией, законодательными сюрпризами и внешнеполитическими, мягко говоря, «особенностями» от такого посещения и интереса оптовых покупателей многие отвыкли. В этот



раз прибывшие из всех регионов России, а также из Белоруссии, Казахстана, Киргизии, Узбекистана, Молдовы, Азербайджана, Грузии, Армении, стран Прибалтики торговые специалисты радовали объемами закупок и платежеспособностью. Уже в нулевой день участники отметили присутствие всех значимых региональных оптовиков.



**Анна Жердева, Primossa:**

Очень порадовало не только большое количество оптовиков, но и их драйв, эмоции, задор! После всех законодательных нововведений рынок почистился, остались самые активные и готовые работать в изменившихся условиях. Именно эти ритейлеры планируют открывать новые торговые точки. Я трудилась на стенде с десяти утра до десяти вечера, и работа была весьма продуктивной!



Порадовал и Клуб «Российская Ювелирная Торговля», мероприятия которого привлекли большую аудиторию общением с интересными спикерами, яркими мастер-классами, актуальными практическими семинарами, торжественными церемониями и праздничными фуршетами. Особым гостем встречи, посвященной презентации международных выставочных программ Клуба, стал Чамила Джаяратна, министр-советник Посольства Демократической Социалистической Республики Шри-Ланка в РФ.

Отдельного внимания заслуживает экспозиция JUNWEX Tech в павильоне 33, где более тридцати отечественных и зарубежных компаний широко представили оборудование, технологии, комплектующие, упаковку и расходные материалы для ювелирной индустрии.

Завершила программу выставки по традиции торжественная церемония награждения победителей ежегодного конкурса «Лучшие украшения в России», итоги которого в этот раз тоже вызвали оправданный оптимизм. В престижном творческом состязании приняли участие 34 предприятия, представив 79 изделий. Высшая экспертная коллегия с радостью отметила, что и работ стало больше, и среди победителей появились совершенно новые молодые марки.

Надеемся, что эстафету оптимизма «JUNWEX Москва» передаст следующей важной выставке года — «JUNWEX Петербург», которая также продемонстрирует позитивный настрой игроков рынка, их желание работать, дарить людям красоту и радость, несмотря ни на что!



**Александр Горня,**  
**председатель Союза ювелиров Северо-Запада:**  
То, что представлено на выставке, безусловно, радует: новые работы по-своему замещают продукцию западных брендов. Я впервые за многие годы увидел совершенно новое направление, которое мне очень понравилось. Компания Palekh Watch создала коллекцию часов, которые, на мой взгляд, гораздо лучше и эффективнее, чем, например, линейка Cartier 2012, и это прекрасно!

**Дмитрий Замышляев,**  
**заместитель руководителя Федеральной пробирной палаты:**

Наши ювелиры изготавливают потрясающие, удивительной красоты вещи! Я рад, что вы продолжаете работу даже несмотря на сложные времена. Уверен, что искусство, которое вы создаете, сохранится и будет развиваться.



**ЯРКИЕ МОМЕНТЫ  
С УКРАШЕНИЯМИ**

**ЛЕТО**

ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ

156009, г. Кострома,  
ул. Юбилейная, 24, оф.2

[opt@leto-j.ru](mailto:opt@leto-j.ru)

[leto-j.ru](http://leto-j.ru)

Leto\_jewellery

leto.jewelry

# Результаты выставки — ЛУЧШИЕ!



## **Алексей Густов, «Империал»:**

Начиная с нулевого дня выставки, у нас на стенде была максимальная загрузка, не хватало посадочных мест. Такая же ситуация наблюдалась у соседей. В целом настроение у ритейла позитивное, негатив прошлого года, связанный с ГИИС и НДС, ушел, люди адаптировались к новым условиям. Некоторых пока еще волнует введение маркировки, но закрываться никто не планирует, все хотят активно развиваться. Розничная торговля усиленно готовится к новому году. Ни от кого из наших клиентов я не слышал о падении продаж или о том, что в магазинах нет посетителей. Ушло предчувствие беды. Об этом говорят и цифры, с которыми не поспоришь: общий рост экономики, повышение заработной платы и отсутствие безработицы. Все благоприятствует тому, чтобы ювелирный рынок рос и развивался. Высокий курс доллара для нас некомфортен с точки зрения покупки золота и драгоценных камней, но зато он стимулирует работу на экспорт. Настораживает введение временных таможенных пошлин, это усложнит выход на внешние рынки. Мы и так платим пошлину при ввозе драгоценных камней, а теперь еще и при вывозе продукции, поэтому менее конкурентоспособны по сравнению с ювелирами из других стран. Однако высокий курс доллара все равно делает цены на российские изделия привлекательными.

Основную проблему в развитии рынка я вижу в дефиците квалифицированного персонала, и здесь радужных перспектив нет. По моим прогнозам, экономика будет расти, у населения будет увеличиваться заработная плата, соответственно, повысится спрос на ювелирную продукцию. Чтобы обеспечить его, нужны рабочие руки: удовлетворить запросы рынка при отсутствии сотрудников мы не сможем. Квалифицированные кадры оседают, в основном, в Москве и Петербурге, где зарплаты выше, или в других отраслях, где больше возможностей для роста. Если сравнивать положение в отечественной ювелирной отрасли с ситуацией в азиатских странах, то мы отстаем в технологическом плане: у нас больше ручного труда и слабая организация производственного процесса. В силу этих обстоятельств, с учетом повышения потребительского спроса, нам грозит экспансия импорта из Индии и других восточных стран. Надо работать над производительностью труда и внедрением технологий, которые максимально упростят процесс, чтобы мы могли обеспечить объем и широту первоклассного ассортимента. А пока специалистов высокого уровня найти сложно, и они выкручивают нам руки по зарплате. Отчасти руководители ювелирных предприятий сами создали такую ситуацию,

« По моим прогнозам, экономика будет расти, у населения будет увеличиваться заработная плата, соответственно, повысится спрос на ювелирную продукцию.



переманивая и перекупая сотрудников друг у друга, поднимая им ставки. А дальше из «драйверов» они превращаются в «якоря» и уже не развивают компанию, а тянут вниз: зарплаты растут, эффективность падает. Когда человек пресыщен, он думает уже не о работе, а об отдыхе. Единственный вариант — растить кадры самим, брать со студенческой скамьи и адаптировать под свое производство, выстраивать собственные системы управления. Что касается качественных технологий, их сегодня можно купить, вопрос в ценах и сроках. Мы отказались от европейского оборудования: турецкое, индийское, китайское совсем не хуже (а во многом даже лучше) и дешевле.

Сейчас очень развита система господдержки, для этого деятельность компании должна быть прозрачной. Государство выделяет деньги на развитие в надежде, что предприятие улучшит свою деятельность и будет платить больше налогов. Можно получить целевые долгосрочные кредиты под три-пять процентов на покупку оборудования и строительство промышленных зданий. В 1990-е годы мы о таком только мечтали. Есть возможность использования различных госпрограмм по повышению цифровизации производства, помогающих вывести бизнес на новый уровень. Сейчас выгоднее работать «по-белому»: действуют другие правила игры по сравнению с теми, что были десять лет назад. И кто не изменится, тому придется уйти с рынка.



### **Александр Дедов, Prestige:**

В первую очередь, хочется отметить создателей выставки JUNWEX и поблагодарить их за организацию мероприятия. Итоги мы будем подводить чуть позже, но уже сейчас можно сказать, что выставка была достаточно успешной. Мы обрели новых клиентов, увидели хорошую обратную связь по новому ассортименту и, что немаловажно, получили заказы от тех партнеров, которые длительное время не делали закупок из-за спада покупательской способности в регионах присутствия их торговых точек. Все это оставило позитивные впечатления. Также в период выставки мы презентовали наше новое направление — коллекцию православных изделий P.J. Orthodox, которая впоследствии, как мы планируем, станет отдельным, самостоятельным брендом с собственной производственной линией.

В целом, как и многие ювелирные компании, мы не стоим на месте. Стагнация в нашей индустрии — это движение назад, поэтому мы постоянно расширяем ассортиментную линейку, следим за тенденциями моды, стараемся производить продукцию, сочетающую в себе притягательную роскошь, актуальность и превосходное качество. Отдельно хочется поблагодарить наш коллектив профессионалов: людей с золотыми руками, работающих на производственных участках, внимательных и добрых сотрудников склада, ответственную и терпеливую бухгалтерию, отдел маркетинга и наш «спецназ» — ребят из отдела сбыта, которые большую часть времени находятся вне офиса, с достоинством перенося все тяготы и лишения менеджера активных продаж. Крепкого здоровья и большое спасибо, команда Prestige!

«Продажи растут от выставки к выставке и соответствуют нашему плану развития.»



### **Сергей Пинцак, Berger:**

На мой взгляд, ювелирный рынок чувствует себя достаточно хорошо. В непростые времена всегда есть возможности для активного роста, наша компания стремится сделать роскошь доступной, покупатели по достоинству оценивают это. Продажи растут от выставки к выставке и соответствуют нашему плану развития. У нас особенный ассортимент — украшения массивные и эффектные, но за счет того, что все они выполнены в технике прямого литья, имеют очень легкий вес. А это, в свою очередь, положительно влияет на итоговую цену для покупателя. Поначалу ритейлеры с опаской относились к новому ассортименту, но сейчас, когда его продажи показали хорошие результаты, объемы закупок значительно возросли. В целом, и у многих моих коллег торговля идет успешно. Считаю, что ювелирный рынок достаточно эффективно адаптируется в новых условиях.

### **Дмитрий Фуфлыгин, Trilliant:**

Наша компания была создана два года назад, но опыт работы в ювелирной сфере у каждого из основателей предприятия огромный. Конечно, когда мы открывали бизнес в сложный пандемийный период, определенные опасения были. Однако идеального времени для этого не существует, всегда будут какие-нибудь препятствия. Нужно просто брать и делать! Мы рискнули и не ошиблись. Наша продукция — это украшения с драгоценными камнями первой группы, исключительного качества и высоких характеристик.

Несмотря на то что выставка для нас дебютная, она прошла с очень хорошими результатами, мы довольны: поставленных целей достигли. К нам приехали и уже работавшие с нами клиенты, и новые — из различных регионов нашей страны, а также из ближнего зарубежья. Ритейлеры уверяют, что «кассу» они делают сейчас именно благодаря бриллиантовому ассортименту, поэтому у тех участников, кто работает в этом сегменте, выставка прошла удачно — спрос хороший.

Конечно, ГИИС и физическая маркировка активно «держат в тонусе» всех игроков рынка, но, по нашим наблюдениям, ситуация в отрасли достаточно стабильна. Мы стараемся сделать так, чтобы у наших партнеров было как можно меньше проблем, связанных с QR-кодированием украшений, и чтобы сотрудничество с нами было максимально комфортно в целом.





# Мужские изделия из **золота** и серебра



*Держим цены,  
сохраняя качество!*

**Иваново:** (4932) 585-332, (906) 512-48-68  
jc-status@mail.ru, **jstatus.ru**



### **Виктория Мартынова, «Жемчужное подворье»:**

Как постоянные участники «JUNWEX Москва», мы отметили, что эта выставка особенная, кардинально отличающаяся от всех предыдущих. Большое спасибо организаторам: такого успеха у нас не было со времен выставок в Гостином дворе. Не скрою, мы опасались: в связи с тем, что накануне мероприятия вдруг изменилась логистика павильона, наш стенд оказался в конце экспозиции. Мы понимали, что постоянные партнеры нас найдут, но сомневались, что до нас доберутся новые клиенты. У нас есть примета — не подводить итоги до окончания выставки, однако по косвенным признакам уже в первые дни стало понятно, что новых покупателей очень много. Обычно мы берем с запасом пятьдесят бланков новых договоров, в этот раз нам их не хватило. Приехали ритейлеры из всех регионов, включая Донецкую и Луганскую Республики. Кроме того, вернулись партнеры, которые несколько лет не работали с нами.

На рынке продукции с жемчугом произошло много изменений. Во-первых, стоимость сырья, привязанная к курсу доллара, увеличилась на четверть. Во-вторых, в Китае вырос спрос на жемчуг: первая леди государства появилась на публике с жемчужной нитью — и тут же закупки внутреннего рынка увеличились многократно! А чем больше спрос на жемчуг, тем сложнее его удовлетворить. Поставки сырья дорогого и среднего ценового сегментов на внешний рынок сократились, поэтому хороший жемчуг в следующем году будет в дефиците. А в России спросом традиционно пользуются качественные жемчужные изделия.

Перед нами стояла нелегкая задача вписаться в «нужный» чек при многократно подорожавшем жемчужном сырье. И если прежде, создавая изделия, мы акцентировали именно жемчуг, то теперь, наоборот, стали больше работать с металлом. С особым вниманием отнеслись к модельному ряду, поэтому средний чек на готовую продукцию у нас не сильно вырос. Мы изменились, не изменяя себе: нашли пустующую ассортиментную нишу. Прогнозируя, что в ближайшее время будет востребована бижутерия класса люкс по разумной цене, выпустили коллекцию качественных изделий из позолоченного и родированного ювелирного сплава с натуральным жемчугом и перламутром. Такие украшения сможет носить любая уважающая себя леди — за качество и надежность креплений мы отвечаем. Оптовая цена изделий — от 900 до 2500 рублей, и это высокомаржинальный товар для розничной торговли. К нам на стенд стояла очередь из оптовиков, уже в первые дни выставки вся коллекция была распродана, остались только образцы.

Большой объем кропотливой работы по сборке изделий новой бижутерийной коллекции мы доверили людям, которые могут работать только на дому: женщины в декретном отпуске, молодые мамы и люди, ухаживающие за престарелыми родственниками и инвалидами. Потому что, несмотря ни на какие рыночные изменения и проблемы, мы стараемся чтить и продолжать российские ювелирные традиции: производить в своей стране украшения для наших любимых женщин и создавать рабочие места на Родине.

«Прогнозируя, что в ближайшее время будет востребована бижутерия класса люкс по разумной цене, выпустили коллекцию качественных изделий из позолоченного и родированного ювелирного сплава с натуральным жемчугом и перламутром.

# Компания "ФИТ" напоминает:

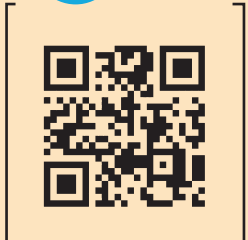


## Копейка рубль бережет!

СМОТРИТЕ НАС НА



БУДЬТЕ С НАМИ



ОПТОВЫЙ ОТДЕЛ:  
+7 (812) 333-41-47  
РОЗНИЧНЫЙ ОТДЕЛ:  
+7 (911) 926-64-10

На правах рекламы





**Виталий Чарторийский,  
«Промышленные технологии»:**

Мы опасались, что, поскольку павильон 33 находится за основными павильонами выставки, до нас посетители не дойдут. Но с нулевого дня, когда мы только появились на стенде, их уже было много. Ювелиры соскучились по новым технологиям и оборудованию, проявляя живой интерес. Видно, что отрасль после всех преобразований и потрясений в стране обретает новую жизнь. Поэтому предварительными итогами выставки я вполне доволен. Спросом пользовалось высокотехнологичное оборудование: литейные установки, вакуумные инжекторы, галтовки, печи для формовки, миксеры — все, что позволяет повысить производительность предприятия и достичь максимальной стабильности качества обработки изделий и готовой продукции. Примерно 70–80% вложений в ювелирное производство — это именно такое оборудование. Срок его средней окупаемости — десять лет.

Поставки из-за рубежа у нас продолжаются, однако существенно увеличились сроки: вместо трех-четырех месяцев теперь до полугода, в зависимости от типа оборудования и загруженности его производителя. Сказывается постковидная ситуация: большинство компаний в период пандемии сократили специалистов и нанимать заново не спешат, опасаясь рисков нестабильной политической обстановки. Логистика поставок тоже существенно усложнилась в связи с тем, что Прибалтика полностью перекрыла транзит в Россию и третьи страны. Турция не всегда выпускает товары некоторых таможенных кодов. Приходится искать пути через Дальний Восток, Китай, ОАЭ, Дубай. Мы на рынке уже более четверти века, со многими зарубежными партнерами сложились дружеские отношения. Большинство поставщиков относятся к ситуации с пониманием, считая происходящее временным явлением и надеясь, что разум возобладает, а кто-то занял жесткую позицию и отказался от сотрудничества. Примерно 30% поставщиков нам пришлось искать заново. Мы и сами стараемся выпускать оборудование, чтобы избежать потенциальных рисков для российских клиентов. В частности, начали производить роторные галтовки для ювелирной промышленности.



**Татьяна Шошина, «Zlatiss Ювелир»:**

У нас сейчас работают магазины в Москве и Московской области, а также собственное производство ювелирных изделий. На выставку JUNWEX мы вышли впервые, чтобы показать свой товар и оптовым, и розничным покупателям. Этой цели мы достигли: познакомимся с множеством клиентов не только из России, но и из-за рубежа, в том числе из Китая. У нас широкий ассортимент — от серебра до бриллиантов, но главное — в розницу мы продаем почти по оптовым ценам. Поэтому все, кто к нам приходит, без покупок не остаются. Спросом пользуются изделия покрупнее, но при этом подешевле.

 АРИНА



[www.arinajewel.com](http://www.arinajewel.com)

**Чень Делин, Ande Jewelry:**

Я часто посещаю международные ювелирные выставки во Франции, Италии, Америке, Гонконге и как визитер, и как экспонент, но в российском форуме принимаю участие впервые. Меня очень удивили два обстоятельства. Первое: среди экспонентов почти нет компаний, продающих огранку. На всех мировых выставках поставщики камней занимают огромную нишу. И второе: очень много компаний, работающих с золотом. Для меня Россия открылась как мощный рынок high jewellery с серьезными игроками и крупными объемами продаж. Вернувшись в Китай, мы будем планировать наше дальнейшее продвижение на этом рынке. Возможно, найдем российского партнера, реализующего продукцию нашей фабрики, либо зарегистрируем компанию на территории России. Я вижу огромный потенциал этого рынка, его финансовую емкость и перспективы для моего бизнеса. Это прекрасный шанс, который нельзя упускать. Уже на первой выставке мы нашли клиентов, проявивших интерес к нашей продукции, — из Москвы, Дагестана, Сибири и других регионов. По возвращении в Китай сразу начнем обрабатывать их заказы. Кроме того, у меня уже в голове созрели наброски коллекции, которую мы выпустим специально для российских покупателей.

**Карина Богдан, Sun Stone:**

Могу с уверенностью сказать, что выставка оказалась по результатам лучше, чем все прошлые три года. Первое впечатление: много клиентов «разморозилось». Они ходили к нам всю пандемию, им нравилась продукция, но закупок не делали. И вот наконец сказали: хотим, готовы! Но для нас это итог двухлетней работы: получается, что на протяжении нескольких выставок подряд мы вели с ними переговоры, тратили усилия, уделяли внимание... Весь прошедший период мы держались стойко, как оловянные солдатики, работали ради перспективы. И вот теперь, после тревожной тишины на «JUNWEX Москва 2022», после хаоса в сознании, мы увидели, что выстояли, жизнь продолжается! Людям сегодня как никогда важно себя чем-то радовать, получать положительные эмоции. Поэтому мы создали новый бренд Lama Store с яркой, радостной, вдохновляющей концепцией. Мы выбрали стратегию не «сидеть и ждать», а развиваться. За время пандемии мы сделали полный ребрендинг, создали новый сайт, обновили выставочное оборудование и оформление стенда с учетом уже накопленного опыта и изменившихся трендов рынка. Марка Lama Store родилась год назад на сентябрьской выставке — как защитная реакция на окружающие проблемы: на стенде я отрисовала первые эскизы, было придумано название, разработана концепция.

Украшение в пластиковом пакетике — это не наш путь. Мы всегда стараемся продавать эмоции. Несмотря на то, что средняя цена изделий у нас около 4000 рублей для розницы и около 1300 рублей в опте,



подача всегда премиальная: упаковка, открытки, продуманный до мелочей интерьер, особые зеркала, кофе, игристое... Среднему классу сейчас особенно тяжело. Но мы, девочки, без радостей чахнем. А ведь именно мы являемся вдохновением для мужчин: наряды, укладки, украшения дают нам заряд энергии, которой мы делимся с ними. Все наши клиенты приходят к нам за этой энергией позитива, яркими впечатлениями. Очень приятно, что среди ритейлеров появилось много молодых, у них горят глаза, им у нас все нравится. Это не те, кого я называю «староверы», для которых упаковка — лишний груз. Молодежь находит нас по соцсетям, потом приходит на выставку и отмечает, что даже здесь мы выделяемся на фоне других компаний. Мы прилагаем много сил, в том числе на выставке, для привлечения розницы, лучшей узнаваемости бренда. Каждые три дня в нашей студии проходят съемки, мы предоставляем весь визуальный контент для соцсетей — качественный и выполненный в единой стилистике. Наши партнеры очень высоко оценивают нашу поддержку, особенно медиа. Они понимают, что сотрудничать с Sun Stone и Lama удобно и приятно.

«Очень приятно, что среди ритейлеров появилось много молодых, у них горят глаза, им у нас все нравится. Молодежь находит нас по соцсетям, потом приходит на выставку и отмечает, что даже здесь мы выделяемся на фоне других компаний.»



### **Мехмет Сезен, Mostar jewellery:**

Нашему производству в Стамбуле уже шестнадцать лет. В 2019 году мы вышли на российский рынок и открыли торговый дом в Москве, где предлагаем покупателям не только бриллиантовые украшения собственного производства, но и эксклюзивные и интересные коллекции из других стран. В России мы сотрудничаем с крупными розничными сетями в различных регионах, хорошо знаем рынок и потребности клиентов, в соответствии с этим формируем ассортимент. Я с 2006 года работал в различных российских компаниях, научился быстро подстраиваться под обстоятельства, пережил кризисы 2008 и 2014 годов. Российский рынок постоянно меняется, а стоимость драгоценных камней и золота сильно зависит от курса доллара. Розничные покупатели не перестают удивляться росту цен! После ввода ГИИС ДМДК и изменения системы налогообложения для ювелирных компаний не крупные игроки рынка потеряли интерес к ювелирному бизнесу, для многих это создало новые горизонты развития. А после пандемии и санкций интересные украшения мирового уровня стали для российских компаний труднодоступными. В связи с этим наша фирма начала оказывать логистические услуги и другим импортерам ювелирных изделий.

Время подтвердило, что успех зависит от слаженности нашей работы. Мы стараемся лучше узнать своих партнеров, понять их интересы и предложить то, что им нужно. Безусловно, клиентская база расширяется и на выставках, и в результате переговоров, но особенно приятно, когда нас рекомендуют наши клиенты. Именно партнерские отношения продвигают нас вперед и способствуют повышению качества продукции в целом. Я уверен, что гибкие, взаимовыгодные условия и взаимопомощь — это залог развития и процветания. Приятно, когда клиенты говорят нам, что наш ассортимент позволяет наполнить салон неповторимой аурой. Удивление, очарование, восхищение «до мурашек» — это те эмоции, которые сегодня нужны покупателям.



### **Елена Павлюкова, Element soul:**

Наша компания очень молодая — товарный знак Element soul мы зарегистрировали в марте 2023 года. Однако то, что для узнаваемости на ювелирном рынке нам необходимо стать участниками Программы «Ювелирная Россия», я поняла еще в феврале 2022 года, побывав на проекте «Уникальная Россия». Тогда в Гостином дворе была представлена экспозиция JUNWEX Premium. Благодаря государственному софинансированию мы смогли выйти на «JUNWEX Москва».

Наши коллекции «Путь Шамана» и «Эволюция» — это палеонтологические вставки (возраст некоторых составляет более четырехсот миллионов лет), обрамленные в серебро. Такие ювелирные изделия непривычны для ритейлеров, но мы увидели их живой интерес. Украшения с окаменелостями и минералами уже успешно продаются в шоу-румах Москвы, Красноярска, Иркутска, Самары. Мы много экспериментируем с фактурами металлов и разрабатываем авторские ювелирные техники.

Минералогией и палеонтологией я увлекаюсь с раннего детства, но в ювелирное дело попала случайно. После травмы на горных лыжах был долгий период реабилитации, во время которого я освоила создание моделей украшений из воска. Итогом работы стало участие в одной из красноярских выставок, на которой было продано шестнадцать моих изделий. После этого мы приняли участие в международном фестивале «Этноподиум на Байкале», заняли там призовые места — и нас, как победителей, пригласили на Недели моды в Нью-Йорк и Сингапур. Я была удивлена, что людям понравилось мое творчество, и это вдохновило меня на создание новых коллекций и артефактов, которые мы представили на «JUNWEX Москва».

### **Пийуш Гупта, Super Gems:**

Много лет являясь постоянным участником выставок JUNWEX, я знаю, что в России пользуются спросом только качественные элитные камни. За полтора года продажи у нас выросли в два раза, особенно в сегменте вставок премиум-класса: редкие сапфиры, турмалин параиба, розовый морганит. Спрос увеличивается, поскольку многие покупатели рассматривают их как инвестицию. Например, только за последний год оптовые цены на мой любимый изумруд выросли на 30%! У нас в ассортименте драгоценные камни из Индии (славящейся отличной огранкой) и Таиланда (где лучшая полировка). Проблем с поставками из этих стран нет. С продукцией из Китая мы не работаем, там в основном «массовка».

Что касается трендов спроса, то с недавнего времени пальму первенства удерживают цветные бриллианты — например, оттенка «шампань». В мире по-прежнему сохраняется интерес к турмалину параиба. Поскольку этот камень часто используют в своих коллекциях Tiffany, Dior, Cartier, то и в России его продажи возросли. Вернулась мода на бусы, особенно популярны изделия из минералов группы опалов. Повышенным вниманием клиентов пользуется арizonская бирюза. На нынешней выставке у меня часто спрашивали ярко-розовые рубеллиты, морганиты, арбузные





**ТОРГОВЫЙ ДОМ «ГРАЦИЯ»,  
официальный дистрибьютор  
итальянского ювелирного дома  
Fraboso в России, представляет  
яркие и актуальные украшения  
из серебра, отвечающие  
самым высоким стандартам  
качества. Широкий ассортимент  
включает продукцию и других  
ведущих итальянских  
производителей ювелирных  
изделий. Мы следуем за быстро  
меняющимися тенденциями  
моды, чтобы всегда  
соответствовать требованиям  
искушенных ценителей  
украшений.**



**Бренд Fraboso уже почти  
40 лет покоряет сердца  
модниц во всем мире своими  
изящными и уникальными  
ювелирными коллекциями.  
Отличительные черты этих  
украшений – инновационные  
технологии, креативный  
дизайн, страстные эмоции  
и глубокая философия.**



Санкт-Петербург,  
Торфяная дорога, д. 7Ф  
✉ [torgdomgrazie@mail.ru](mailto:torgdomgrazie@mail.ru)  
☎ 89218761252, 89219837768

**Приглашаем познакомиться с новинками  
и уже любимыми моделями  
от знаменитых итальянских ювелиров на стенде**

**G-210**

турмалины, танзаниты, шпинели. В оправе из розового или черного золота самоцветы смотрятся очень красиво и необычно. Долгое время незаслуженно был забыт аметист, но сегодня он опять набирает популярность. Постоянным спросом у нас пользуется топаз London blue: этот яркий камень отлично подходит к светлой коже российских женщин.

Примечательно, что ювелиры сейчас начали использовать натуральные драгоценные камни, например изумруды, в серебряных украшениях. Кроме того, на второй план отошли традиционные варианты огранки, все хотят фантазийные: турмалин в форме сердца, рубеллит-«триллион». Очень интересные и эффектные украшения получаются с ониксом, лунным камнем в оригинальной огранке «гриб».

«Ювелиры сейчас начали использовать натуральные драгоценные камни, например изумруды, в серебряных украшениях.»



### Яна Мукушева, Palekh Watch:

Часовая мануфактура Palekh Watch основана в 2020 году, но выходить в информационное пространство мы начали совсем недавно. Наши почитатели просили нас побольше рассказывать о бренде, представлять его на мероприятиях и выставках. В рамках нашей стратегии продвижения мы решили принять участие и в профильной выставке JUNWEX. Важно, чтобы ниша B2B ювелирного рынка узнала о том, что есть такое направление и есть бренд, объединивший традиции старинного русского промысла, зародившегося еще в XVII веке, и современное часовое искусство. Основатель мануфактуры Анна Нестерова реализовала идею адаптировать хрупкую и многослойную лаковую миниатюру, создав утилитарную вещь, которая могла бы радовать обладателя не только в рамках интерьеров. Корпус наручных часов стал новым обрамлением палехской живописи. Небольшая группа художников из ОХП «Палех», владеющих исключительными знаниями о старинной технологии, работают вручную с сохранением всех традиций. Рисунок в восемь слоев наносится темперными красками на основе яичной эмульсии с помощью кистей толщиной наконечника всего в один беличий волос (это позволяет прорисовывать не только глаза персонажей, но даже ресницы!). Конечно, не все сюжеты в коллекциях относятся к классической палехской росписи, сейчас мастера придают им современное звучание. Однако это по-прежнему подлинное русское искусство, проверенное временем и преемственностью поколений.

«Важно, чтобы ниша B2B ювелирного рынка узнала о том, что есть такое направление и есть бренд, объединивший традиции старинного русского промысла, зародившегося еще в XVII веке, и современное часовое искусство.»

На выставке нам удалось продемонстрировать рынку, что в России возможно создавать шикарные, эксклюзивные, достойные вещи! Мы получили предложения о сотрудничестве, увидели высокую заинтересованность в наших изделиях. Обратная связь доказала, что мы на верном пути.

# ROSEGRACE: НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

Бренд RoseGrace — это производство современных дизайнерских украшений с драгоценными камнями I группы по эксклюзивным технологиям. Все украшения мы изготавливаем без посредников на собственном предприятии в Костроме. Сегодня мы рады представить вам разные направления развития бренда.

## Безупречный союз золота и платины

Элегантные золотые украшения с платиной привлекают взгляды самых искушенных ценителей ювелирного искусства. Наша новая коллекция — воплощение вкуса, роскоши и статуса. Платина прекрасно сочетается с бриллиантами, усиливая природный цвет и блеск камней. Это уникальный металл — гипоаллергенный, прочный и надежный в закрежке. Коллекция стала хитом продаж в нынешнем году и будет пополняться новыми великолепными украшениями!



## Украшения с изюминкой

Создавая драгоценности, мы всегда стремимся внести в них особые нотки шарма, модные нюансы, неординарные решения, чтобы покупатель мог подобрать из нашего широкого диапазона украшений что-то свое, позволяющее подчеркнуть его уникальность. Мы не боимся экспериментировать — например, используем сочетания цветных бриллиантов в украшениях на каждый день, но неизменно держим планку высокого стиля и элегантности.



## Самые выгодные предложения

Юные модницы тоже хотят выглядеть роскошно, и такие украшения теперь доступны каждому покупателю! К созданию детских украшений мы подошли подготовленными во всех смыслах, представив современный дизайн бриллиантовых детских серег по «фианитовым» ценам.



## Мужской выбор

Не забыли мы и о мужчинах, для которых развиваем линейку стильных, современных драгоценных колец. Коллекция порадует лаконичными, но при этом весьма эффектными и по-настоящему привлекательными моделями.

Бренд RoseGrace — это высокая точность новейших технологий для изящных украшений выверенного качества. Ключевой особенностью их изготовления является искусная работа ювелиров, влияющая в дальнейшем на подсветку бриллиантов. Для того, чтобы грани бриллиантов создавали идеальную поверхность, мы совершенствуем мастерство закрежки и разрабатываем инновационные методы крепления камней. Мы делаем все для того, чтобы воплотить вашу мечту об идеальном украшении RoseGrace!

Приглашаем на стенд № Н-500, где вы сами увидите, какое впечатляющее обновление ассортимента мы подготовили во всех направлениях — от базовых украшений до линейки премиум!



# ROSEGRACE

• JEWELRY HOUSE •

rosegrace.ru  
павильон Н стенд Н-500

# Лучшие Украшения В РОССИИ

ВСЕРОССИЙСКИЙ  
КОНКУРС ЮВЕЛИРОВ

## ВЫСШАЯ ЭКСПЕРТНАЯ КОЛЛЕГИЯ КОНКУРСА:

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

## ЧЛЕНЫ ЖЮРИ:

**Наталья Коровина** — искусствовед, художественный критик;

**Татьяна Мунтян** — искусствовед, ведущий научный сотрудник Музеев Московского Кремля;

**Анна Ратникова** — независимый эксперт;

**Галина Смородинова** — искусствовед, ведущий научный сотрудник Государственного Исторического музея;

**Елизавета** — искусствовед, научный сотрудник экспозиций и коллекций

**Тапакова-Боярская** — Санкт-Петербургского государственного университета.

Сентябрьский всероссийский конкурс «Лучшие украшения в России» убедительно показал, что объединенные силы организаторов знаменитой выставки «JUNWEX Москва» и коллективов многочисленных компаний — ее участников в борьбе за достойное существование ювелирной отрасли в нашей стране одерживают зримые победы. К сожалению, сложная обстановка в мире привела к уходу с рынка ряда игроков, но появление новых молодых творческих фирм и стремительный рост уровня профессиональных разработок за последние два-три года не может не радовать. Важно осознавать, что мы не только удержали позиции по количеству представленных на конкурс предметов ювелирного искусства,

но и демонстрируем расширение высокотехнологичных и дизайнерских решений. Такая тенденция привела к тому, что обладателя Гран-при нынешнего конкурса жюри пришлось выбирать из нескольких весьма достойных претендентов.

Также следует отметить, что, вопреки проблемам с логистикой на ВДНХ, количество ценителей ювелирных украшений, пришедших на JUNWEX, явно увеличилось. Покупатели, как и члены жюри конкурсов Программы «Ювелирная Россия», всегда с нетерпением ждут знакомства с новыми творческими работами участников выставки.

*Галина Ковалева*



# Гран-при

Галина Ковалева

Главную награду конкурса получила компания Platika jewelry, представившая на суд жюри часы «Метеорит». Развивая тему космоса, это предприятие решилось на освоение нового для себя направления — дизайна коллекционных часов из платины 950° с драгоценными вставками. Граненая поверхность корпуса подчеркивает структурные особенности метеорита, упавшего на Землю около миллиона лет назад. Циферблат и механизм автоподзавода декорированы ручной росписью известного мастера лаковой миниатюры Виктории Синельниковой. Многослойная живопись — сложная техника с использованием порошков золота и серебра — позволила художнице передать глубину космического пространства и детально изобразить рельеф нашей планеты. Несмотря на весьма объемный орнамент корпуса часов, активные цветовые акценты в росписи циферблата и яркость фактурного ремня из натуральной кожи, создателям удалось сохранить цельность композиции задуманного космического образа коллекционных ювелирных часов.



Часы  
«Метеорит»  
Platika jewelry  
(Кострома)

ГРАН-ПРИ

# Лучшее украшение или коллекция сезона

Галина Ковалева



**Браслет Grace**  
RoseGrace  
(Кострома)

Первое место в этой номинации завоевал бренд RoseGrace. Внимание жюри привлекли смелое современное решение формы драгоценного браслета Grace и его изысканная бриллиантовая поверхность с лаконичным рисунком лепестков розы. Он выполнен в технике «парящей» закрепки с высочайшим уровнем мастерства. Золото 750° с родиевым покрытием, 928 бриллиантов, ритмичная композиция, максимальная эргономичность — такое украшение станет гордостью его обладательницы.



ПЕРВАЯ  
БРИЛЛИАНТОВАЯ

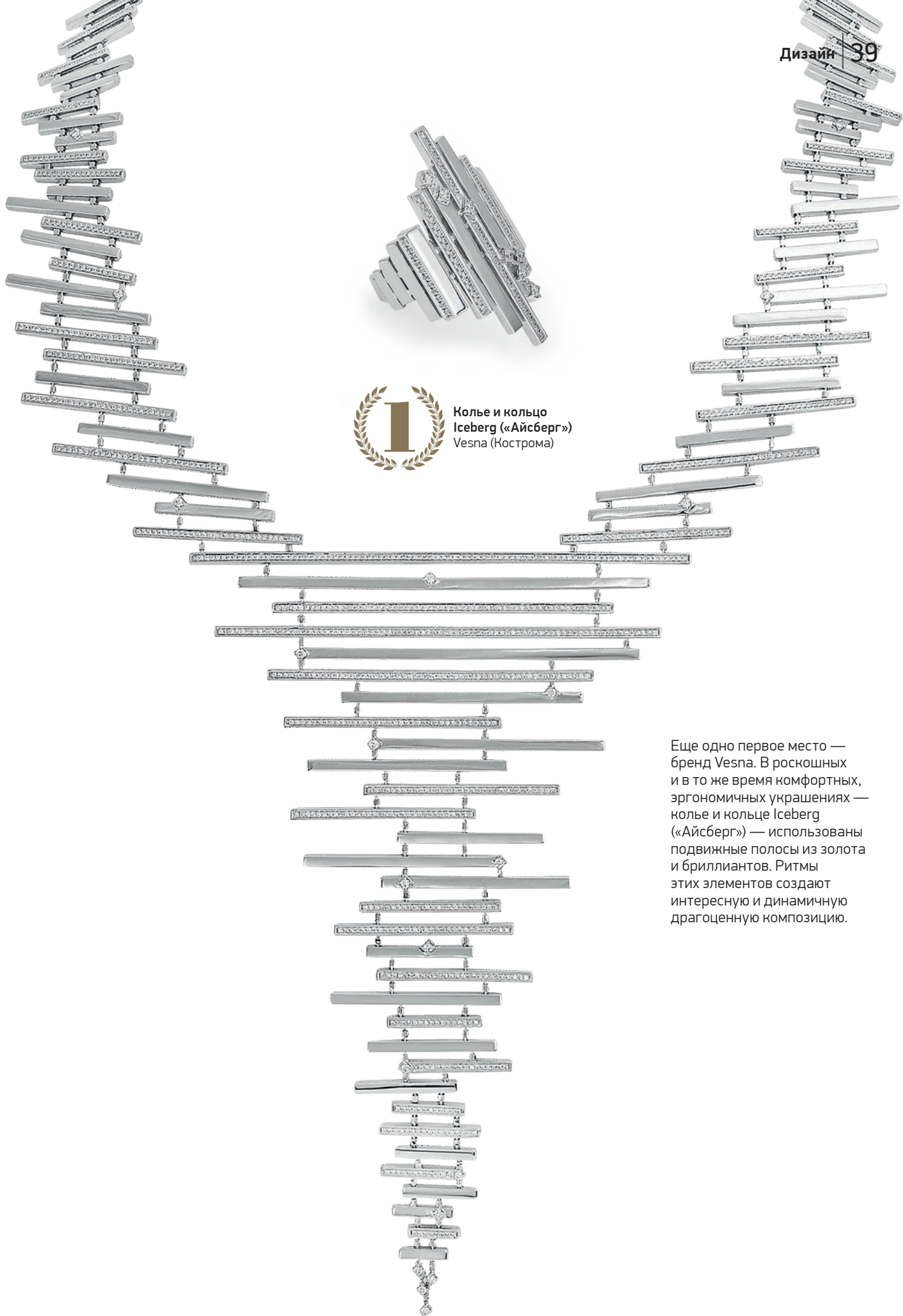
ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ

HALL H  
СТЕНД 203

[pbk-j.ru](http://pbk-j.ru)  
[pbkzoloto@yandex.ru](mailto:pbkzoloto@yandex.ru)







Колье и кольцо  
Iceberg («Айсберг»)  
Vesna (Кострома)

Еще одно первое место — бренд Vesna. В роскошных и в то же время комфортных, эргономичных украшениях — колье и кольцо Iceberg («Айсберг») — использованы подвижные полосы из золота и бриллиантов. Ритмы этих элементов создают интересную и динамичную драгоценную композицию.



# Лучшее украшение или коллекция сезона

Галина Ковалева

Обладатель второго места — компания Per Sempre, представившая коллекцию Orient Express. Это своеобразная аллегория путешествия в вагоне знаменитого поезда, позволяющего увидеть, как постоянно меняются пейзажи и виды архитектурных объектов на большой скорости. Бриллиантовые овальные элементы в изделиях обширной золотой коллекции тоже меняют свои размеры и направления, создавая иллюзию движения.



Коллекция  
Orient Express  
Per Sempre  
(Москва)





Коллекция  
«Шанхай»  
«Грант»  
(Санкт-Петербург)

Еще одно второе место — ЮЗ «Грант» с коллекцией «Шанхай». В изделиях из белого и желтого золота, усыпанных бриллиантами и рубинами, авторы воплотили узнаваемые фактурные и пластические образы загадочного и притягательного мира рептилий.





**Колье Sirin**  
 Бренд «Богарта»  
 («Ювелирные традиции»)  
 (Кострома)

# Бенефис камня

*Наталья Коровина*

Первое место в этой номинации жюри присудило колье Sirin — драгоценному изделию прямо-таки царского достоинства. Произведение, представленное на конкурс брендом «Богарта» («Ювелирные традиции»), по богатству и разнообразию использованных самоцветов вполне могло бы стать небольшой минералогической коллекцией, если бы не было предназначено служить роскошным женским украшением. Живописная россыпь сапфиров, топазов, цитринов, агатов, горного хрусталя различной величины и форм огранки в оправе белого золота создает впечатляющий композиционно выстроенный ансамбль. Камни в драгоценном колье соединены подвижно, что усиливает игру самоцветов и позволяет мягко расположиться по изгибу груди. Подобная ювелирная работа — неоспоримое свидетельство таланта и мастерства ее создателей.



Колье  
«Утренняя звезда»  
Kabarovsky (Кострома)



Первый обладатель второго места — Ювелирный дом Kabarovsky, получивший награду за эксклюзивное кольцо «Утренняя звезда». Овальной формы камня искусной резьбы по камню с изображением женского профиля — смысловой акцент и центр притяжения внимания этой драгоценности. Камень в тонкой оправе предстает в окружении легких стрекоз, с большим мастерством выполненных в разных техниках горячей эмали, в том числе витражной, на золоте 750°, а мелкие бриллианты на зеленых листьях кажутся каплями утренней росы. По композиционному построению, грациозности линий, использованию изобразительных мотивов, технических приемов кольцо — своеобразный оммаж творчеству знаменитого французского ювелира Рене Лалика, непревзойденного мастера подобных украшений.



Кольцо  
«Розовый рассвет»  
Gevorkyan  
(Москва)

Великолепие и роскошь — такое определение более всего подходит для характеристики уникального кольца «Розовый рассвет», представленного неоднократно победителем профессиональных конкурсов — брендом Gevorkyan, хорошо известным любителям ювелирного искусства. Подлинным бенефисом камня можно назвать помещенный в центре кольца нежно-розовый граненый морганит в окружении расходящихся лучами цветных сапфиров. Природные самоцветы, в которых чудесным образом сконцентрировалась богатейшая палитра оттенков, никогда не утратят своей завораживающей магии, но только в искусных руках ювелиров они становятся подлинной драгоценностью. Кольцо «Розовый рассвет», получившее второе место, — достойное пополнение галереи драгоценностей, созданных в XXI столетии.



# Момент престижа

Наталья Коровина



Русское лото  
«Мишки в лесу»  
«Альтмастер»  
(Кострома)

Лидирующая в области серебряного художественного литья в «русском стиле» костромская фирма «Альтмастер» представила на сентябрьской выставке несколько нетипичную для этого предприятия вещь — русское лото «Мишки в лесу», практически целиком выполненное из карельской березы (серебро использовано исключительно для обозначения цифр на бочонках и замка футляра). В новой работе компания наглядно продемонстрировала, что умеет работать с различными материалами при создании разнообразных утилитарных предметов и достигает в этом высокого уровня художественного мастерства. Своеобразной перекличкой с русским искусством XIX в. стало воспроизведение одной из самых популярных картин Ивана Шишкина «Утро в сосновом лесу» на внешней стороне крышки футляра, что является единственным декором деревянного короба строгой прямоугольной формы. Новая работа костромичей получила первое место в номинации «Момент престижа».





Письменный набор  
из янтаря «Федерация»  
«Ювелирный дом  
Фоменко» (Калининград)



Еще одно первое место заслужил письменный набор из янтаря «Федерация», представленный на конкурс калининградской фирмой «Ювелирный дом Фоменко». Пять предметов этого статусного комплекта выполнены из гладких полированных пластин светлого янтаря в строгом обрамлении темных полос из твердого материала — полимерной смолы. Набор предназначен не для рядового интерьера, а для высоких кабинетов власти, что подчеркнuto торжественностью всей композиции.

Кольца «Династия» и «Наследие», с великолепным ювелирным мастерством выполненные московской фирмой JeWel, получили второе место в номинации. Два изумруда — овальной формы кабошон в одном украшении и минерал с огранкой «октагон» в другом — центры притяжения взглядов, а обрамляющие их бриллианты эффектно оттеняют благородную красоту драгоценных минералов. В этих кольцах элегантно решена извечная задача с подбором нужного размера, особенно актуальная, когда речь идет о приобретении дорогого изделия с уникальными камнями. В данном случае в золотую шинку встроено ювелирно исполненный механизм, с помощью которого владелец украшения может отрегулировать размер, не нарушая внешнего вида кольца.



Кольца «Династия»  
и «Наследие»  
JeWel (Москва)





Коллекция «Идея MIX»  
Колье-трансформер  
«Космос»  
SANIS (Санкт-Петербург)

Первый победитель в этой номинации — компания SANIS, представившая коллекцию «Идея MIX» и колье-трансформер «Космос». Главный посыл коллекции, охватывающей более тридцати изделий (каффы, пирсинг, монсерьги), — миксуй, будь современным, будь «в потоке». Золотые украшения смелого дизайна можно варьировать в различных образах бесконечно! «Идея MIX» — это в первую очередь история о творчестве. Колье покорило жюри сочетанием эффектного дизайна и продуманной функциональности. Оно создано в модной стилистике ювелирного «конструктора», позволяющей обладателю украшения «включить индивидуальность на максимум». По замыслу авторов, колье можно носить десятью различными способами!

## Жалейдоскоп: материалы, техника, идеи

Елизавета Тапанова-Боярская



Второе место заняла компания DeFleur, представившая коллекцию Parametrica, а также броши «Черный лебедь» и «Белый лебедь» из коллекции Samsara. Линейка Parametrica — это изделия сложных конфигураций, предназначенные для той, которая «не как все!» В коллекции Samsara воплощены узнаваемые символические образы — гимн истинной женщине, которая одновременно любит и ненавидит, притягивает и отвергает, дает надежду и играет чувствами. Белый лебедь олицетворяет чистоту, легкость, благородство. Образ черного лебедя — яркий, дерзкий и чувственный. Эти украшения — для наших современниц, желающих быть неповторимыми и загадочными, предстающими в самых разных амплуа.



Коллекция Parametrica  
Броши «Белый лебедь»  
и «Черный лебедь»  
из коллекции Samsara  
DeFleur (Бор)





Еще одно второе место — компания «Золотая подкова», предложившая на суд жюри браслет и кольцо из коллекции Marlen. Сет вдохновлен образом Марлен Дитрих и ее браслетом от Van Cleef & Arpels с рубинами и бриллиантами, который можно увидеть на руке актрисы в триллере Альфреда Хичкока 1950 года «Страх сцены». Примечательно, что создатели конкурсной работы предусмотрели возможность выполнить изделия из драгоценных металлов и камней по выбору заказчика.



Браслет и кольцо с рубином из коллекции Marlen «Золотая подкова» (Таганрог)



Коллекция «Чувства» «Золотые узоры» (Москва)

Коллекция «Чувства» компании «Золотые узоры» принесла этому предприятию также второе место. Она состоит из семи сетов — кольцо и серьги: «Страсть», «Соблазн», «Нежность», «Гармония», «Восхищение». По замыслу авторов, в драгоценных украшениях воплощена палитра чувственной женственности. Это сложная творческая работа, которая, безусловно, способна вдохновить, удивить и порадовать!



Серия брошей из коллекции «Пейзаж осени» Костромской ювелирный завод (Кострома)

Новая эксклюзивная коллекция Костромского ювелирного завода приглашает нас полюбоваться «Пейзажем осени». Трогательные, мастерски выполненные драгоценные образы селезня и утят обязательно принесут своим обладателям радость и удачу. Ярким современным украшениям жюри присудило первое место в номинации.



# Природные мотивы

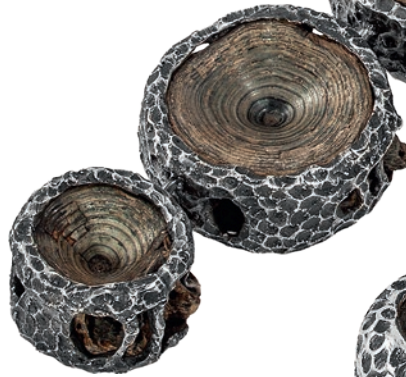
Елизавета Тапакова-Боярская

ЮД Kabarovsky — один из самых креативных российских брендов, создающий украшения, в которых модные тенденции гармонично уживаются с традиционными ювелирными техниками. Второе место в номинации заняла его авторская коллекция «Сканди», вдохновленная северной природой, удивляющей своей силой и одновременно хрупкостью. Изделия отличаются минимализмом и четкостью линий, характерные для скандинавского дизайна. Замысел автора, сочетающего темный фарфор с золотом и драгоценными камнями, очевиден: тонкие, нежные стебли растений пробиваются меж камней к свету, тянутся к жизни!



Авторская коллекция с фарфором «Сканди» Kabarovsky (Кострома)





Еще одним обладателем второго места стала основатель марки Element soul, член Евразийской ассоциации этнодизайнеров Елена Павлюкова, представившая на конкурс комплекты «Девонский период», «Древние глубины» и «Кабарга». Сочетание серебра, олицетворяющего индустриальный характер нашей жизни, и уникальных природных материалов делает изделия универсальными, демонстрирующими единство мужского и женского начал. Эти работы погружают человека в сакральный мир духов, иную реальность — между прошлым и настоящим.



Комплекты «Девонский период», «Древние глубины», «Кабарга»  
Element soul  
(Красноярск)

# Драгоценная фантазия

Галина Смородинова

Первое место в этой номинации жюри единогласно присудило бренду «Ринго». Фирма славится эстетизмом форм, особой стилистикой своих изделий, всегда блестяще исполненных. На этой выставке предприятие представило сет «Горы» (брошь, серьги, кольцо). На его создание художников вдохновили Уральские горы и их сокровище — малахит, известный как «камень царей». Получился яркий выразительный образ уникального природного места — брошь причудливых очертаний и объемов, ассоциативно напоминающих горы. Сложный рисунок из изумрудов разной формы, бриллиантов, черного рутения, родия, дивного зеленого цвета прозрачной нанокерамики с гравировкой внутренним ритмом напоминает причудливые узоры малахита.



**Комплект «Горы»**  
«Ринго»  
(Екатеринбург)



Фирма Barte представила замечательную веселую коллекцию актуального дизайна Swappers: кольца, браслеты, колье, серьги. Изделия состоят из модулей — своперов — разных по размерам и узорам цветной эмали. Свопера в украшениях легко меняются благодаря удобному механизму соединения, который является авторской запатентованной разработкой фирмы. Коллекция, в которой каждый элемент может соединяться с другим, позволяет создавать драгоценные комплекты в соответствии с индивидуальными предпочтениями. Конструирование по элементам открывает новые возможности сотворчества между ювелирами и их клиентами.



**Коллекция модульных украшений Swappers**  
Barte  
(Санкт-Петербург)





Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»  
ЭЛИТАРНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ

# Вступай в Клуб

## «Золотая карта»

### В РАМКАХ ВЫСТАВОК ПРОГРАММЫ «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»:

- привилегированный вход на все выставки Программы «Ювелирная Россия»;
- посещение выставки в день заезда участников;
- оперативное получение пакета документов по выставке;
- возможность составления графика встреч с партнерами и организации переговоров на стенде Клуба;
- участие в мероприятиях бизнес-программ Клуба;
- скидка до 10% на услуги рекламного агентства JUNWEX;
- скидка 5% на расселение в гостиницах;
- пользование камерами хранения на стенде Клуба.

### В МЕЖВЫСТАВОЧНЫЙ ПЕРИОД:

- привилегированное посещение крупнейших мировых выставок в составе официальных делегаций;
- участие в закрытых мероприятиях Клуба;
- подписка на журнал «Ювелирная Россия» и электронный еженедельник «Ювелирная Россия».

### СТОИМОСТЬ АККРЕДИТАЦИИ (ДО ТРЕХ СОТРУДНИКОВ):

На год — 5500 руб.; на три года — 15 000 руб.; на пять лет — 25 000 руб.



## «Платиновая карта»

### В РАМКАХ ВЫСТАВОК ПРОГРАММЫ «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»:

- привилегированный вход на все выставки Программы «Ювелирная Россия»;
- посещение выставки в день заезда участников;
- оперативное получение пакета документов по выставке;
- возможность составления графика встреч с партнерами и организации переговоров на стенде Клуба;
- информационно-маркетинговое обслуживание;
- бесплатное участие во всех торжественных, деловых, культурных и развлекательных мероприятиях Клуба (приглашения на две персоны);
- скидка до 15% на услуги рекламного агентства JUNWEX;
- скидка 5% на расселение в гостиницах.

### В МЕЖВЫСТАВОЧНЫЙ ПЕРИОД:

- привилегированное посещение крупнейших мировых выставок в составе официальных делегаций;
- подписка на журнал «Ювелирная Россия» и электронный еженедельник «Ювелирная Россия»;
- бесплатное однократное размещение информационной статьи в журнале «Лучшие украшения в России» (до 1000 знаков + фото);
- бесплатное однократное размещение интервью с руководителем компании в журнале «Ювелирная Россия» (тема согласовывается с редакцией);
- бесплатное предоставление фирменной символики Клуба.

### СТОИМОСТЬ АККРЕДИТАЦИИ (ДО ШЕСТИ СОТРУДНИКОВ):

Первый год — 40 000 руб., второй год — 20 000 руб.;  
на 3 года — 70 000 руб. (продление — 50 000 руб.); на пять лет — 100 000 руб. (продление 80 000 руб.).



# Культурные произведения

Галина Смородинова

Церковное искусство существует более двух тысячелетий, и каждая историческая эпоха привносит в него свои стилистические формы и декор. XXI век — не исключение, он предлагает нам новый взгляд на предметы личного благочестия. Однако православные индивидуальные святыни по-прежнему должны быть исполнены с соблюдением канонов, передавать религиозные чувства и переживания, отличаться высокими художественными достоинствами.



Подвес  
«Гимн любви»  
«Иордань»  
(Красное-на-Волге)

Фирма «Иордань» — постоянный участник конкурсов Программы «Ювелирная Россия» — неизменно демонстрирует оригинальные идеи, новые виды и формы изделий православной тематики. Представленный в этот раз и получивший первое место в номинации «Культурные произведения» изящного дизайна подвес «Гимн любви» напоминает нам слова апостола Иоанна: «Бог есть любовь, пребывающий в любви пребывает в Боге». Подвес полукруглой формы, состоящий из пяти подвижно закрепленных дуг с фразами, которые описывают значение и действие Любви: «не мыслит зла», «милосердствует», «не гордится»... Дуги крепятся к полосе, которая изящно переходит в сердцевидную петлю, завершающуюся декоративным элементом с надписью «Любовь», украшенным гранатом.

Элегантную, лаконичную коллекцию нательных четырехконечных крестов «Символ веры» представила фирма «Золотая подкова», ставшая обладателем второго места. Гладкие кресты из черного агата декорированы в разных вариациях скульптурными изображениями Распятия из белого золота, тернового венка из желтого золота, бриллиантами, а также надписями «Спаси и сохрани» — словами молитвы, помогающей обратиться душой к Богу.



Православный крест  
«Спаси и сохрани»  
«Ювелирные традиции»  
(Кострома)

Неотъемлемый символ нашей веры — нательный крест «Спаси и сохрани» — выполнен мастерами фирмы «Ювелирные традиции» в необычном художественном решении. Скульптурное Распятие наложено на крест, имитирующий фактуру дерева, рубины расположены на местах стигматов Спасителя. По сторонам креста изображены орудия страстей Спасителя — копьё сотника Лонгина и трость с губкой. Церковное искусство глубоко символично. Золото не подвержено коррозии; сияющее солнцем — оно указывает на Бога, белое — на душу человека. Драгоценные камни также несут в себе определенные смыслы: бриллиант говорит о чистоте и несокрушимой твердости веры, красные камни — рубин, гранат — своим цветом напоминают о Воскресении Христовом, Страстях Господних, крови мучеников. Компания «Ювелирные традиции» также заняла первое место в номинации.



Православные кресты  
«Символ веры»  
«Золотая подкова»  
(Таганрог)

# КОДЛАЙМ

[codelime.inforser.ru](http://codelime.inforser.ru)

СЧИТЫВАТЕЛЬ  
МИКРОКОДА  
С ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

## ПРЕИМУЩЕСТВА УСТРОЙСТВА:

ГОТОВОЕ  
КОМПЛЕКСНОЕ РЕШЕНИЕ

ИНТЕГРАЦИЯ  
С УЧЕТНЫМИ СИСТЕМАМИ

БЫСТРОЕ И ГАРАНТИРОВАННОЕ  
СЧИТЫВАНИЕ

ДОСТУПНАЯ ЦЕНА

ЗАРЕГИСТРИРОВАННОЕ  
ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ПО

ОПЕРАТИВНАЯ  
ТЕХПОДДЕРЖКА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



+7 495 899 08 38

[zakaz@inforser.ru](mailto:zakaz@inforser.ru) - по вопросам приобретения

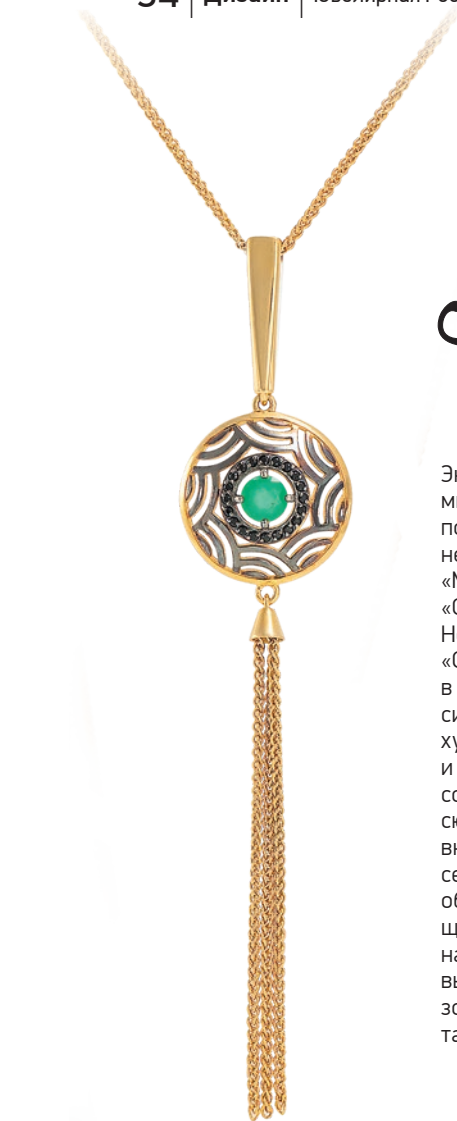
# Этнические мотивы

Анна Ратникова

Экзотический аромат восточной культуры, ее яркое многообразие не раз вдохновляли известный и почитаемый коллектив ЮД Kabarovsky. Совсем недавно мы награждали его авторскую коллекцию «Малика» и линейку мусульманских украшений «Сунна» за призовые места в этой же номинации. Новая авторская коллекция серебряных украшений «Саломея» переносит нас к событиям, описанным в Новом Завете. Образ иудейской царевны, ставшей символом роковой женщины, вдохновлял многих художников, поэтов, композиторов, а теперь и ювелиров. Танец юной Саломеи, повлекший за собой казнь Иоанна Крестителя, — известный сюжет, встречающийся в искусстве. Коллекция включает в себя два сета: серьги, кольцо и кольцо, серьги, кулон, браслет. Основной элемент, их объединяющий, — круглый, чуть выпуклый ажурный щиток. Сочетание позолоты, манящего изумруда, напряженного волнообразного орнамента, выполненного в черной эмали, и длинных подвижных золотистых кистей передает характер страстного танца Саломеи.



Авторская коллекция  
серебряных украшений  
«Саломея»  
Kabarovsky (Кострома)







Коллекция  
«Русский силуэт»  
«Золотые узоры»  
(Москва)

Есть фирмы, которые необходимо отметить за их постоянство в творческом переосмыслении нашего культурного наследия. Таковой является компания «Золотые узоры», работы которой в номинации «Этностиль» не раз завоевывали призовые места. На нынешней выставке третье место жюри присудило коллекции «Русский силуэт» с персонажами народных сказок. Русские сказки, знакомые нам с детства, сопровождают нас и во взрослой жизни — в литературных произведениях, на полотнах известных мастеров, балетной сцене и киноэкране. В ювелирном искусстве использование сказочных образов тоже не редкость. Коллекция включает в себя три комплекта серебряных украшений: «Жар-птица», «Царевна-Лебедь» и «Золотая рыбка». В первом сете (брошь, серьги, подвеска, кольцо) главный персонаж происходит из восточнославянских народных сказок и является олицетворением огня, света, солнца, а также искомого сокровища. В нарядных украшениях грациозная царственная пластика и красные всполохи золотого оперения (гранат, шпинель, эмаль) подчеркивают волшебство завораживающей своим пением птицы. Комплект «Царевна-Лебедь» (брошь, серьги, кольцо) демонстрирует нам сказочного персонажа, который ассоциируется с перевоплощениями и переменами, является символом преображения и восстановления гармонии, это идеал женственности, красоты и добра. Царевну украшает девичий венец в русском стиле с «жемчужной» поднизью; наряд и оперение расцвечены вставками зеленых агатов, топазов London blue, танзанитов, цитринов. В коллекции есть еще один популярный фольклорный и литературный персонаж — «Золотая рыбка». Брошь, серьги и кольцо на два пальца позолочены и декорированы небольшими вставками топазов, хризолитов, цитринов. Ювелирам удалось замечательно передать в пластике характер рыбки, исполняющей желания, — терпеливой, дружелюбной, бескорыстной, честной и справедливой.



# Этнические мотивы

Анна Ратникова

Первое представление на конкурсе нового бренда Lama Store оказалось удачным. Коллекция серебряных украшений «Нить» (серьги, подвес, кольца) привлекла внимание жюри свежей идеей, современным взглядом на традиции рукоделия, смелостью в использовании новых материалов (цветные полиэфирные нити) и заслуженно получила третье место в номинации «Этностиль». Интересно найденная тема может иметь продолжение в дальнейших работах компании, акцентируя внимание на значении нити в жизни человечества: от сухожилий животных и волокон растений до современных материалов — нитей тонких и прочных, всех цветов и любой толщины. Минимальными выразительными средствами — особая фактура поверхности украшений, включение цветных нитей в декор в виде стилизованной вышивки, простой геометрический орнамент — авторами создается новый яркий образ украшений с особой интонацией рукотворности.



Коллекция  
«Нить»  
Lama Store  
(Москва)



Коллекция  
«Оберегаемая луной»  
«Яспис»  
(Санкт-Петербург)

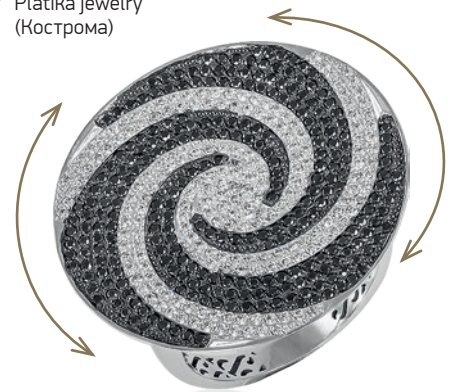
Компания «Яспис» хорошо известна своим оригинальным стилем, нестандартными изделиями, являющимися следствием увлечения и интереса к символике в традиционных культурах мира. На этот раз в центре внимания творческого коллектива, завоевавшего третье место в номинации, представив на конкурс коллекцию «Оберегаемая луной», стала подвеска-лунница. Такие подвески, известные с позднего бронзового века, бытовали в Древнем Египте, у многих земледельческих народов Европы и Азии. Это один из самых древних типов украшений, отражавший почитание луны, связанное с культом плодородия. Лунницы носили в составе ожерелий, бус, головных уборов. В конкурсной коллекции фирма представила две подвески: выполненную по мотивам кованых лунниц викингов с простым геометрическим орнаментом и ажурную с изображением фигур павлинов, соотносящуюся с древнерусскими украшениями. В коллекцию вошли также изящные браслет и серьги-трансформеры с элементами современной интерпретации формы подвески-лунницы.



Первое место получила компания Platika jewelry за кольца с вращением «Магия движения». Это фирма, которая много раз завоевывала призовые места в разных конкурсных номинациях, неизменно демонстрируя собственный стиль, современный и узнаваемый, безупречный вкус и высочайшее мастерство. Два эксклюзивных кольца из белого золота с белыми (186 вставок) и черными (258 вставок) бриллиантами — пример высокого минимализма в подходе к пластическому решению формы, позволяющему сконцентрировать внимание на «магии движения», чему способствует и декор в стилистике оп-арта. Ювелирные украшения с оптическими эффектами и кинетическими элементами появляются со второй половины XX века. Но исполнение далеко не всех подобных изделий достигает технического совершенства. Механизмы в кольцах Platika jewelry идеальны, и задача обмануть, заворочить глаз с их помощью выполняется в полной мере благодаря созданию иллюзии отделяющегося от плоскости зыбкого потока с «переливающимися» кругами. Кольца не только красивы и поражают искусностью работы и высоким уровнем мастерства, но также вводят нас в фантастический мир оптических загадок, удивления и радости.



**1** Кольца с вращением «Магия движения» Platika jewelry (Кострома)



# Кольцо

Анна Ратникова

Обычно в номинации «Кольцо» бывает немало претендентов на призовые места, но в этот раз призеров оказалось всего два. Дело в том, что многие интересные кольца были представлены в составе сетов и гарнитуров, а потому оценивались уже в рамках других номинаций.



**2** Коллекция колец «Медичи» Евгений и Лариса Ивановы (Москва)



Представители династии московских ювелиров — компании «Классика» — Евгений и Лариса Ивановы создали коллекцию из трех колец «Медичи», завоевавшую второе место в номинации. В эксклюзивных статусных украшениях классического дизайна из желтого и белого золота с бриллиантами основной акцент сделан на центральную вставку из красной шпинели Махенге (Танзания). Это минералы чистого насыщенного цвета и высокой каратности, что является большой редкостью. Коллекция посвящена женщинам из трех поколений богатейшего семейства правителей Флоренции — Марии, Маддалене и Луизе Медичи. Необходимо отметить культуру и высокий уровень ручотворного мастерства ювелиров компании «Классика» — этой дружной творческой семьи.

Компания «ПИ Jewelry» уже неоднократно становилась призером конкурсов Программы «Ювелирная Россия». Первый раз она очаровала членов жюри хрупкими изысканными цветами — маками, ромашками, одуванчиками, символами человеческих грез и ускользающей красоты, которые на самом деле были вполне утилитарными предметами — ложками для коктейлей. Впоследствии, вдохновленная успехом, основатель марки Светлана Пичкалова создала драгоценную утварь с вращающимися деталями, продолжающую традицию старинных движущихся кубков и прочих столовых предметов, способных привносить в повседневную жизнь задорное творчество.

В этот раз художница снова удивила и порадовала как посетителей выставки, так и членов жюри, представив на конкурс стопки «Торговые ряды Костромы» и сет «Деревенский», занявшие первое место в номинации «Путешествие во времени». Стопки, посвященные родному городу автора, имеют оправы в виде фасадов торговых рядов Костромы — Мучных и Красных, а сквозь стеклянные донца просвечивает серебряная брусчатая «мостовая».

# Путешествие во времени

Татьяна Мунтян



Стопки «Торговые  
ряды Костромы»,  
сет «Деревенский»  
ПИ Jewelry (Кострома)



Сет «Деревенский» включает в себя два предмета. Чарка в виде горшка, готового отправиться в печь, выполнена из серебра, с помощью которого мастерски имитирована темная шероховатая поверхность чугуна. А вот к тому, кто должен «чару пить и здраву быть», как говорится в народной присказке, ее подкатывают при помощи ухвата на колесиках, который может служить дополнительно вилкой для закусок. Так подчеркивается игровой, веселый момент в застолье, согласно старинной поговорке: «Чарочка-каток, покатися мне в роток!»

С костромской компанией победу в этой номинации разделил знаменитый завод «Северная чернь» из Великого Устюга. Художники и мастера предприятия продолжают лучшие традиции древнейшего центра черного производства и некогда главного художественного центра русского Севера. Утилитарный и эстетичный одновременно чайный набор «Элит» может служить дорогим и изысканным подарком. Предметы украшены остроконечными листьями с черневыми прожилками в духе мотивов мастера середины XX века Евстафия Шильниковского и изящными завитками, отсылающими нас к работам позапрошлого столетия. Изделия отличаются искусным наводом черни, ее густым бархатным тоном, сочетающимся с тонкой гравировкой и литьем.



**Чайный набор «Элит»**  
«Северная чернь»  
(Великий Устюг)



**Серьги-подвески**  
«ДНК Петербурга»  
Fillart  
(Санкт-Петербург)

Компания Fillart из Санкт-Петербурга на протяжении всей своей деятельности демонстрирует верность любимому городу и технике живописной эмали. В этот раз для воплощения образа Северной Пальмиры ювелиры применили не живописные, а иные средства художественной выразительности. Серьги-подвески «ДНК Петербурга» с мотивами чугунного ажюра балконов и перил многочисленных мостов, подвижно закрепленных фонарей отличаются тонкой, выразительной графикой линий и элегантностью, которые ассоциируются с городом на Неве. Коллекция заняла третье место в номинации.



# Лучшая коллекция серийного производства

Татьяна Мунтян

Новый бренд Lama Store, впервые представлявший свою продукцию на конкурсе Программы «Ювелирная Россия», сразу занял первое место в номинации. Впрочем, это неудивительно: марка создана уже знаменитой компанией Sun Stone, чьи конкурсные победы стали доброй традицией. Художники и мастера, виртуозно работающие с солнечным камнем — янтарем — как в области малой пластики и скульптуры, так и в жанре изящных украшений, обратились к иному направлению творчества — изделиям-трансформерам из серебра — фантазийным, актуальным, отличающимся многовариантностью. Так, серьги, состоящие из звеньев разных фактур и цвета металла, могут быть сколь угодно длинными либо компактными, а кольца в разных комбинациях каждый раз выглядят по-новому. Ко всему прочему, эти необычные и модные украшения вполне доступны по ценам. Коллекция «Трансформеры» является серийной, но ее трудно назвать массовой в силу оригинальности стиля.



Коллекция  
«Трансформеры»  
Lama Store  
(Москва)



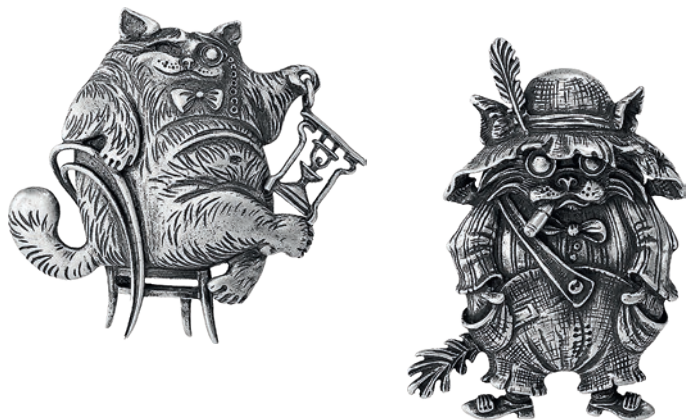


PRESTIGE  
— JEWELRY —



Коллекция  
«Литературные  
персонажи  
и герои сказок»  
Ки&Ки (Кострома)

Костромская компания Ки&Ки всегда предоставляет на конкурс интересные, запоминающиеся произведения, будь то полихромные серьги со «средневековыми витражами» или украшения в виде серебряных деревенских наличников, словно вырезанных из дерева. В этот раз фирма предложила коллекцию «Литературные персонажи и герои сказок», занявшую второе место в номинации и отличающуюся фантазией, искрометным юмором, качеством исполнения изделий. Булгаковская Маргарита, превращающаяся в летящую ведьму (впрочем, очаровательную, с распущенными золотыми волнистыми волосами), — сильная и решительная, сидящая верхом на современной швабре. Толстый и самодовольный Кот Бегемот вальяжно расположился на изящном венском стуле, а похожая на столичную франтиху Лиса Алиса на каблуках и в кокетливой шляпе кружится в танце. Эти серебряные украшения вполне можно назвать объектами малой пластики, настолько сложны их формы и мастерски обработана поверхность.



📧 [pj\\_gold](mailto:pj_gold)  
 🌐 [pj-gold.ru](http://pj-gold.ru)  
 ☎️ +7 (4942) 641-969  
 📧 [pj-gold@yandex.ru](mailto:pj-gold@yandex.ru)

«JUNWEX Петербург 2024»  
 КВЦ «ЭкспоФорум», 31 января – 4 февраля 2024  
**Павильон Н, стенд Н-208**

# Вопрос на контроле

Интервью с Уполномоченным по защите прав предпринимателей в Санкт-Петербурге Валерием Калугиным



**Валерий Валентинович, были ли за последние два-три года обращения к Вам со стороны представителей ювелирного бизнеса, связанные с изменениями в системе налогообложения?**

Обращения были, в том числе и коллективные, от руководителей общественных организаций, объединяющих представителей

ювелирной отрасли. Основная проблема очевидна — это запрет на применение специальных режимов налогообложения, в результате чего деятельность подавляющего большинства малых и средних ювелирных компаний просто перестает быть рентабельной.

По прошлогодним опросам предпринимателей при введении в действие Федерального закона №47-ФЗ свою деятельность планировали прекратить 78% субъектов МСП, осуществляющих торговую деятельность, и 73% производственных предприятий. Поэтому, учитывая крайне негативные социально-экономические последствия для широкого круга предпринимательского сообщества, данный вопрос находится на особом контроле.

Безусловно, я на стороне предпринимателей. В сложившейся непростой экономической ситуации нельзя допускать массовый исход предприятий вне зависимости от сферы деятельности. Кроме того, следует отметить, что введение запрета на применение УСН и ПСН для ювелиров не вполне корреспондируется с нормами Федерального закона от 24.07.2007 №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», которым закрепляется право на применение специальных налоговых режимов и определяется как мера реализации государственной политики в области развития МСП в России.

**Какие действия предпринимаются институтом бизнес-омбудсменов для нивелирования этой проблемы?**

Вопрос поддержки предприятий ювелирной отрасли не единожды поднимался на совещаниях Уполномоченных по защите прав предпринимателей. В качестве компромиссного решения федеральным



бизнес-омбудсменом Борисом Титовым было направлено предложение в Минфин о возможности применения субъектами МСП специальных налоговых режимов, но при этом установить обязанность уплаты НДС при покупке драгметаллов в слитках и обработанных природных алмазов у физлиц.

Кроме того, аппаратом Уполномоченного еще в декабре 2022 года было организовано направление обращения в Совет Федерации Федерального собрания РФ об оказании содействия в инициировании процесса приостановления действия положений Федерального закона №47-ФЗ для выработки решений, учитывающих права субъектов МСП.

К сожалению, предложения профессиональных общественных объединений, предпринимателей, региональных Уполномоченных по защите прав предпринимателей, федерального бизнес-омбудсмента пока остались без ответа.

В то же время, по итогам встречи Президента России Владимира Путина с членами Общероссийской общественной организации «Деловая Россия», состоявшейся 26 мая 2023 года, был утвержден перечень поручений, в том числе относящихся к ювелирной отрасли (поручение от 29.06.2023 Пр-1293).

Среди них:

- рассмотреть вопрос о возможности предоставления субъектам МСП, осуществляющим реализацию ювелирных и других изделий из серебра, права на применение специальных налоговых режимов;
- обеспечить внесение в законодательство РФ изменений, предусматривающих добровольный порядок клеймения ювелирных и других изделий из драгметаллов и драгкамней, маркированных средствами идентификации и предназначенных для экспорта в государства, не являющиеся членами ЕАЭС;
- подготовить и представить предложения по снижению административной нагрузки на организации и ИП, которые осуществляют реализацию ювелирных и других изделий из серебра, в том числе в части, касающейся соблюдения требований законодательства РФ о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма (совместно с Росфинмониторингом и при участии Общероссийской общественной организации «Деловая Россия»).

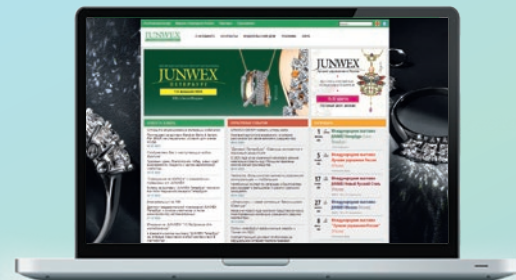
В настоящее время проводится работа по исполнению данных поручений Президента России.

### Сколько предприятий ювелирной отрасли ведут свою деятельность в Северо-Западном регионе?

Согласно данным, предоставленным в начале 2023 года Межрегиональным управлением Пробирной палаты России по Северо-Западному ФО, на специальном учете состоит 2383 субъекта, из которых юридических лиц — 1189, индивидуальных предпринимателей — 1194. При этом в период с 1 декабря 2022 года по 10 февраля 2023 года подали заявления и сняты со специального учета 300 субъектов, осуществляющих деятельность, связанную с оборотом драгметаллов и драгкамней (юридических лиц — 114, индивидуальных предпринимателей — 186).

# БУДЬ В КУРСЕ!

Самые важные новости ювелирной индустрии



Читайте на нашем сайте

**www.junwex.com**

самую актуальную информацию из мира ювелирной отрасли.

Изменения в законодательстве.

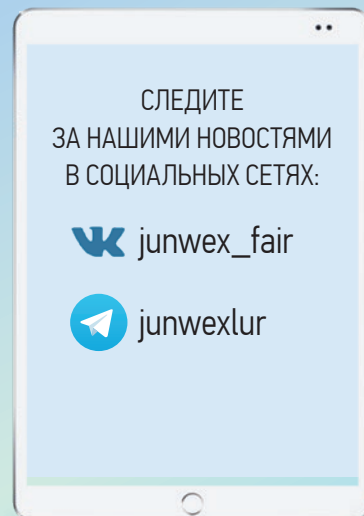
Об опытных игроках рынка и новичках индустрии.

Тенденции и прогнозы российской ювелирной торговли.

Будьте в курсе с **junwex.com!**



**Новинки ювелирной моды  
Билеты на выставки JUNWEX  
Анонсы мероприятий**



# Делать сегодня то, о чем другие задумаются завтра



Марина Хариби, «Россювелирторг»

За последние несколько лет мировые события активно вносили корректировки в привычную работу ювелирного бизнеса, жизнь клиентов и в целом трансформировали рынок. Собственник и топ-менеджер каждой компании оказались перед выбором: плыть по течению и будь что будет, надеясь на то, что все само придет в норму, или принимать новую реальность и пробовать ей противостоять, меняя в первую очередь себя, команду и свой бизнес.

Я уверена, чтобы остаться на плаву и не потерять позиции, нужны оперативные решения. А принимать их необходимо с учетом того, как будут задействованы три ключевых ресурса: восполняемые — финансы и люди, а также самый дорогой, который нельзя восстановить, — время. Чтобы комфортно чувствовать себя в потоке изменений, влияющих на положение ювелирного бизнеса в России, наша компания сформировала собственный подход к плавному управлению бизнесом и людьми, базирующийся на следующих принципах.

- Сотрудники — не просто персонал, а команда единомышленников. Рост и развитие каждого сотрудника — это успех компании в будущем.
- Важно дорожить каждым покупателем.
- Нужно сегодня претворять в жизнь то, о чем другие только задумываются.

Наша отрасль очень тесно связана с модой, поэтому продавцу-консультанту ювелирного магазина важно выглядеть стильно, быть профессионалом и экспертом для покупателей, повышая лояльность к компании. Сотрудники торговых залов в сети «Россювелирторг» всегда работали в элегантной фирменной одежде, но время изменилось, и форма «из вчера» потеряла свою актуальность. Мода внесла свои коррективы, потребовала полного обновления внешнего вида продавцов-консультантов.

Кардинальные изменения произошли у нас и в сфере обучения персонала. В нашей сети большой штат продавцов, которые работают в компании много лет (коэффициент текучести кадров за последний год составляет всего 2%), чем мы очень гордимся. Но, в любом случае, новые сотрудники появляются — и их нужно обучать, вводить в профессию. Между тем, люди, которые приходили устраиваться на работу пять лет назад, и те, кто приходят сейчас, в эпоху тотальной цифровизации, различаются просто колоссально. Меняются поколения, воспитание, система образования,



вся парадигма мышления и восприятия информации. Соответственно, это не может не отражаться на профессиональном обучении. Перед нами стояла задача выстроить систему, поддерживающую и развивающую уже опытных сотрудников с большим стажем работы. И сделать это так, чтобы они не сопротивлялись изменениям «руками и ногами» (что нередко случается), а воспринимали перемены столь же положительно, как введение новой фирменной формы.

Раньше, когда сотрудники приходили на обучение, они переживали четырнадцать дней стресса. Знания передавались буквально «из уст в уста». В первый рабочий день стажер получал информацию в печатном виде. Конспекты переписывались вручную. Отдел персонала проводил первые тренинги своими силами, записывали первые обучающие видео. В итоге информация транслировалась, но не было контроля, нельзя было понять, кто усвоил материал, а у кого остались вопросы. Кадровые и временные ресурсы использовались неэффективно. Структура была, но новые сотрудники встраивались в нее с трудом, а уже

работающим было сложно обновлять знания и навыки, поскольку информации становилось все больше и больше. Пришло понимание, что нужно оцифровывать и автоматизировать систему обучения. В 2021 году «Россьювелирторг» создал собственную обучающую платформу для продавцов-консультантов «Лига успешных продаж». И сегодня обучение доступно им абсолютно в любое время и с любого устройства — телефона, планшета, компьютера. Каждый сотрудник имеет личный кабинет, в котором видит свои результаты и различные программы обучения. Старший продавец контролирует процесс обучения, анализирует прогресс своей команды в целом и каждого продавца в отдельности. Материал структурирован и подается в определенном порядке, согласно этапам работы продавца-консультанта в компании. В формировании этого материала принимают участие все сотрудники, реализуя свои творческие способности. Также продавцам доступен информационный ресурс, где представлено все необходимое: стандарты работы, база поставщиков и т. д. За освоение знаний сотрудник получает баллы, с помощью которых формируется рейтинг продавцов, а лучшие в нем — еще и дополнительные баллы от управляющих сети. Свои баллы сотрудники могут обменять на мерч от «Россьювелирторг». Иными словами, компании удалось выстроить эффективную систему обучения. Но обучение только ради обучения бессмысленно, поэтому логичным завершающим этапом системы является аттестация продавцов.

«Вчера» она проходила раз в год в виде тестов на бумаге, ролевых игр, «тайного покупателя» и письменных презентаций товара. Аттестация «сегодня» — каждые три месяца. Тесты на бумаге заменили онлайн-тесты на

«Россьювелирторг» создал собственную обучающую платформу для продавцов-консультантов «Лига успешных продаж».





«Аттестация стала сложнее, но при этом глубже, информативнее и эффективнее для бизнеса.»

платформе, с моментальной проверкой и аналитикой, а ролевые игры, «тайных покупателей» и презентации — аудиобейджи (что дает объективную оценку реальных диалогов с реальными клиентами). Используются и другие форматы — например, кейсовые и практические задания по мерчендайзингу и т. д. После аттестации каждый сотрудник получает обратную связь от экспертов и составляет индивидуальный план развития на ближайшие три месяца, имея при этом возможность выбрать себе в наставники любого сотрудника компании. Да, аттестация стала сложнее, но при этом глубже, информативнее и эффективнее для бизнеса. Благодаря изменениям в системе обучения, мы получили высокопрофессиональную команду.

Но если нет других людей — покупателей, то и смысла в этом нет. А покупатели также подвержены внешним факторам: меняются потребительские ценности и причины, по которым приобретаются украшения. «Вчера» их покупали в качестве семейных реликвий, по особым поводам, чтобы передать по наследству. Золото являлось вложением средств, а также символом престижа и статуса в обществе. Сегодня украшения — это продолжение мыслей и эмоций человека, способ самовыражения. Покупатели стремятся быть разными в своих образах. Покупка драгоценностей стала возможностью порадовать себя, просто поднять настроение.

Реагируя на зазвучавшие в торговых залах отзывы — «это дорого», «не для всех»,

«нет ничего необычного и интересного», мы пришли к пониманию: нужно доносить до изменившегося покупателя, что стильные украшения были, есть и будут всегда! Необходимо менять восприятие, разрушать стереотипы. Покупатель теперь оказался в другом информационном пространстве. Жизнь ушла в онлайн, и «Россювелирторг» последовал за ней. Сегодня взаимодействие с клиентами происходит не только с помощью классических рекламных каналов (наружная реклама, ТВ, радио и т. д.), используются и электронная почта, и sms-рассылки, и мессенджеры, и таргетированная реклама. Программа лояльности также стала более доступной. Карты постоянного покупателя теперь виртуальные. Ежедневно ведется огромная работа по наполнению социальных сетей — как способ стать ближе к покупателю еще до его прихода в салон. Предварительное онлайн-знакомство, комфортное для клиента, значительно повышает его лояльность к бренду. Весь контент в формате постов, сторис и рилс, не только рассказывает об акциях и показывающих украшения, но и знакомящих с компанией и ее принципами, создается силами сотрудников. Есть и развлекательный контент — смешные сюжеты, часто основанные на реальных событиях, произошедших в салонах. И, конечно, общение с аудиторией: ответы на вопросы, комментарии и т. д.

Раньше взаимодействие с клиентом строилось, исходя из выявления его потребностей. Каждый «продажник» знает, насколько важен этот этап. Но что, если самим формировать потребности? В рамках этой парадигмы в штате нашей компании появилась позиция ювелирного стилиста. Его видеообзоры из салонов, с ювелирных выставок и т. д. направлены на формирование потребностей клиентов. Если правильно показать стильное украшение, объяснить его преимущества и рассказать, почему оно покупателю нужно, то все его выражения будут закрыты!

«Россювелирторг», действуя согласно своим ценностям, растет и меняется вместе с людьми и делает это системно, эффективно противостоя внешним факторам. Так было «вчера», есть «сегодня» и будет «завтра»!

*Марина Хариби, «Россювелирторг»*

# Считывание маркировки с изделий — «задача со звездочкой»

К концу 2023 года прямая маркировка появится на ювелирных изделиях из драгоценных металлов.

Однако опыт предприятий, которые уже работают с DataMatrix на изделиях, да и наш опыт реализации проектов с применением прямой маркировки говорят о том, что это всегда «задача со звездочкой». На рынке уже есть действующие устройства, но в нашей компании рождается свой концепт решения этой задачи с учетом различных вызовов.



- **Не всегда просто и быстро находится код маркировки, нанесенный на изделие.**

Визуальный поиск кода, особая подготовка поверхности для обеспечения считывания (например, намеренное загрязнение или полировка), извлечение из упаковки — это «лишние» операции, увеличивающие время обработки партии маркированных изделий. Если обе руки специалиста будут свободны, а никакие дополнительные действия не потребуются, дело пойдет быстрее.

- **Внимание работника может рассеиваться между результатом сканирования на экране компьютера и самим устройством.**

Усталость рождает ошибки, обусловленные человеческим фактором. Удобнее, когда в поле зрения специалиста, работающего с устройством, находятся и собственные руки с изделием, и результат сканирования, и цифры считанного УИИНа.

- **Универсальная интеграция в любые процессы ювелирного предприятия.**

Ювелирные предприятия по-разному организуют свои процессы. Важна возможность встроить устройство в любой привычный алгоритм действий без особых требований к характеристикам компьютера пользователя.

Если это связь с 1С, то алгоритм похож на работу с привычным торговым сканером: по нажатию кнопки или при потоковом считывании кодов с изделий передается значение УИИНа, тем самым формируется его поиск или создаются новые строки в системе.

В другом случае пользователю достаточно увидеть последние цифры УИИНа на экране устройства, вписать их на блистер либо напечатать этикетку/бирку с кодом, считываемым обычным сканером, либо сравнить их с тем, что есть на бирке.

**В итоге возникает понимание**, что устройство должно быть самостоятельным — как обычный сканер штрих-кода для работы с изделиями без дополнительных на них воздействий. Формат — стационарный (как микроскоп), важно наличие собственного экрана. Маркированное изделие подносится к объективу, а поиск и распознавание осуществляются автоматически. В случае считывания пользователь получает визуальное подтверждение на экране и слышит сигнал, как при использовании привычного торгового сканера.

Эту статью мы написали в начале декабря, когда прототип такого сканера был готов и успешно опробован у нашего заказчика — Ювелирного дома «Роза К». В рамках выставки «JUNWEX Петербург» на нашей информационной стойке можно увидеть этот инструмент в действии.

*Андрей Половников, эксперт по маркировке ООО «ИД РАША»*



## ПРОИЗВОДИМ ЮВЕЛИРНЫЕ БИРКИ

- БОЛЬШОЙ ВЫБОР РАЗМЕРОВ И ФОРМ ЮВЕЛИРНЫХ БИРОК
- ПОДБЕРЕМ МАРКИРОВКУ ПОД ВАШУ ЗАДАЧУ: БИРКИ, ПРИНТЕР, КРАСЯЩИЕ ЛЕНТЫ
- ИСПОЛЬЗУЕМ ПРОВЕРЕННЫЕ МАТЕРИАЛЫ. ВАШ ПРИНТЕР ТОЧНО БУДЕТ ПЕЧАТАТЬ НА НАШИХ БИРКАХ.
- УДОБНЫЕ БИРКИ С ХВОСТИКОМ. ПЕЧАТАЙТЕ ЛЮБУЮ ИНФОРМАЦИЮ: ПОД ГИИС, ЦЕННИКИ, ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ
- ЭКОНОМИЧНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ МАСТЕРОВ: БИРКИ ДЛЯ ПЕЧАТИ НА ОФИСНЫХ ПРИНТЕРАХ

ПОДРОБНЕЕ НА САЙТЕ:  
[www.id-russia.ru](http://www.id-russia.ru)



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

# Маркетинговая стратегия для малого бизнеса

## Подбираем инструменты для разных этапов жизненного цикла продукта



---

Несколько лет назад в США было проведено исследование, показавшее, что более чем у 50% малых и средних предприятий нет маркетинговой стратегии, а все их действия по продвижению происходят ситуативно и без системы. По наблюдениям специалистов, аналогичная картина наблюдается и в России. Возникает вопрос: действительно ли маркетинговая стратегия необходима для малого бизнеса или можно обойтись без нее. Руководитель Elena Melnik Studio, эксперт в сфере брендинга Елена Мельник рассказывает про обязательный минимум инструментов, которые нужны небольшим предприятиям на рынке B2B.

## ПЯТЬ ЭТАПОВ РАЗВИТИЯ ПРОДУКТА: КАКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОВОДИТЬ

Если следовать классическим учебникам по маркетингу — будь то работы Филипа Котлера, Жан-Жака Ламбена или Джека Траута, сначала необходимо найти потребность и только потом под нее разрабатывать решение. При этом процесс развития продукта должен состоять из следующих этапов:

- написание бизнес-плана,
- создание бренд-платформы,
- разработка фирменного стиля,
- формирование маркетинговой стратегии,
- тактическое планирование с конкретными инструментами и креативами.

На практике случается по-разному. Иногда уже существующий продукт нужно как-то упаковать и «пристроить», а порой внешние условия за время разработки так меняются, что первоначальные гипотезы становятся нежизнеспособны. Чтобы не оказаться в такой ситуации, важно регулярно тестировать продукт на всех этапах развития бизнеса. Вот программа минимум из пяти блоков.

**Уровень идеи.** Здесь достаточно проведения глубинных интервью по трем срезам: управленческому, проблемному и UX (user experience — пользовательский опыт). Проблемное исследование направлено на поиск потребностей целевой аудитории. Управленческое призвано выявить сильные и слабые стороны продукта или услуги. UX работает на более предметном уровне: можно протестировать customer journey, необходимость или избыточность функций будущего продукта и т. д. Самое сложное на этом этапе — найти инсайты. Новые потребности не всегда сформулированы или даже поняты представителями целевой аудитории.

**Уровень MVP (minimum viable product — минимально жизнеспособный продукт).** Продукт уже обрел черты, но все еще слишком быстро меняется, чтобы тратить силы на полноценную маркетинговую стратегию. Достаточно сделать SWOT-анализ по своей компании и конкурентам, при этом не забыв про косвенных соперников и товары-заменители. Важно также продолжать проводить тесты для получения обратной связи от потребителей. Сложности на этом этапе: нечеткое

понимание целевой аудитории или ее сегментов и из-за этого чрезмерная субъективность.

**Уровень работающего продукта (есть продажи и клиенты).** Продукт вошел в стадию зрелости. Сейчас важно «подтянуть» все обязательные элементы, которыми на этапе стартапа было некогда заниматься: провести ревизию миссии и позиционирования на предмет их актуальности, точнее — выделить целевую аудиторию и ключевые сообщения. Оттолкнувшись от этого, можно будет найти свой голос, создавать бренд-платформу и уже дальше разрабатывать маркетинговую стратегию. Сложности на этом этапе: процесс трудный, долгий и как будто необязательный. Компании уже привыкли вкладывать в то, что непосредственно влияет на рост краткосрочной прибыли. Работа на перспективу или над косвенными элементами делается скорее «для галочки» — на это исполнителям не хватает времени, а KPI от этого не зависят.

**Уровень выхода на окупаемость.** У вас есть товар-звезда, который приносит стабильный доход. С точки зрения устойчивости бизнеса тут стоит оценить внутренний портфель компании, например, составить матрицу BCG. Дальше полученные ресурсы следует распределить по двум направлениям: на развитие новых продуктов для диверсификации бизнеса и на поддержку товара-звезды. Более точные рекомендации зависят от конкретного бизнеса, продукта и ситуации на рынке. Например, для товара-звезды следует целенаправленно проработать медиаполе. Это позволит узнать, как конкуренты создают и поддерживают свой имидж, а компании — повысить доверие аудитории к продукту и бренду в целом, создать их устойчивые образы. Сложности на этом этапе: необходимо привлекать больше ресурсов по всем направлениям, в том числе и в маркетинге.

**Уровень достижения лидерства (компания заняла ведущие позиции в своей нише и не планирует сильно масштабироваться).** На этом этапе точно стоит сформировать полноценную маркетинговую стратегию. Скорее всего, пора обновляться и «перепридумывать» себя, чтобы не потерять лидерство, укрепить позиции и найти новые направления для развития бизнеса. Сложности на этом этапе: укоренение тенденций, которые были

«Важно регулярно тестировать продукт на всех этапах развития бизнеса.»

«Необходимо привлекать больше ресурсов по всем направлениям, в том числе и в маркетинге.»

«Фирменный стиль помогает привлечь и заинтересовать потенциальных клиентов, а с имеющимися создается эмоциональную связь.»

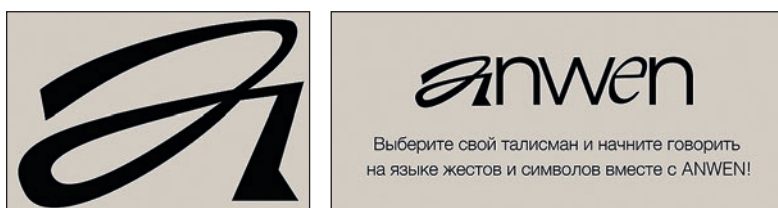
отмечены на предыдущем этапе, но к ним также могут добавиться бюрократические и корпоративные особенности. Изменения могут встретить сопротивление внутри компании, поскольку изменят статус-кво, поэтому точно нужна профессиональная и независимая экспертиза извне.

### ПОМОЩНИКИ В РЕАЛИЗАЦИИ: КАК НАЙТИ БАЛАНС

Стратегия есть, теперь ее нужно реализовывать. Главная опасность тут в иллюзии простоты: логотип могут создать автоматические конструкторы в Сети, тексты — ChatGPT и т. д. На деле получается не очень легко: дизайн не выходит консистентным и адаптируемым к разным форматам и носителям, по Photoshop или Figma легко изучить базу, но из-за отсутствия специализированных знаний и насмотренности, как у профессионального дизайнера, красиво сделать не получается. Тексты тоже лучше напишет связка «копирайтер-редактор-корректор», чем сотрудник отдела продаж. При этом забывать про тот же фирменный стиль небольшой компании точно не стоит. Оригинальная визуальная составляющая и точное позиционирование — то немногое, что позволяет бизнесу выделиться на фоне множества предприятий такого же формата и крупных конкурентов с более крупными финансовыми возможностями. Фирменный стиль помогает привлечь и заинтересовать потенциальных клиентов, а с имеющимися создается эмоциональную связь. Но в штат

компании малого или среднего бизнеса всех специалистов по маркетингу и брендингу не возьмешь, значит — нужно балансировать и искать компромиссы:

- привлекать фрилансеров. Согласно исследованиям, треть малых предприятий используют аутсорсеров, а 52% планируют это делать;
- использовать no-code платформы для сборки тестовой версии продукта. Например, лендинги или доступы к пробным курсам на Tilda;
- разобраться в нейросетях, которые способны экономить время и упрощать работу с контентом разного формата. Например, улучшить качество аудиозаписи с диктофонного уровня почти до студийного поможет Enhance Speech от Adobe, составить структуру лендинга и быстро написать бриф — ChatGPT, создать свободные от авторского права изображения для соцсетей и сайта — Midjourney, DALL-E и Stable Diffusion, быстро отредактировать фото — Photogram и т. д.;
- собирать и структурировать информацию (подключить и настроить сервисы сквозной аналитики к сайту, пользоваться UTM-метками, сервисами статистики и анализа соцсетей и т. д.);
- не экономить на том, что точно принесет результат. Например, у многих компаний неправильно составлена или вовсе не построена воронка продаж. А кто-то не потрудился оформить страницы в соцсетях. Тут стоит помнить, что 27% пользователей социальных сетей используют их в первую очередь для исследования и поиска продуктов для приобретения. В B2B-сегменте покупатели редко приходят из соцсетей напрямую, но они их изучают при выборе контрагента, значит — страницы выступают в роли витрины;
- диверсифицировать усилия, помня о том, что инструменты продвижения работают с разной скоростью. Например, контент-маркетинг и SEO в среднем приводят первых клиентов через 6–12 месяцев после начала использования. Пока над ними идет работа, нужно задействовать другие инструменты, такие как директ-маркетинг и прямая реклама.

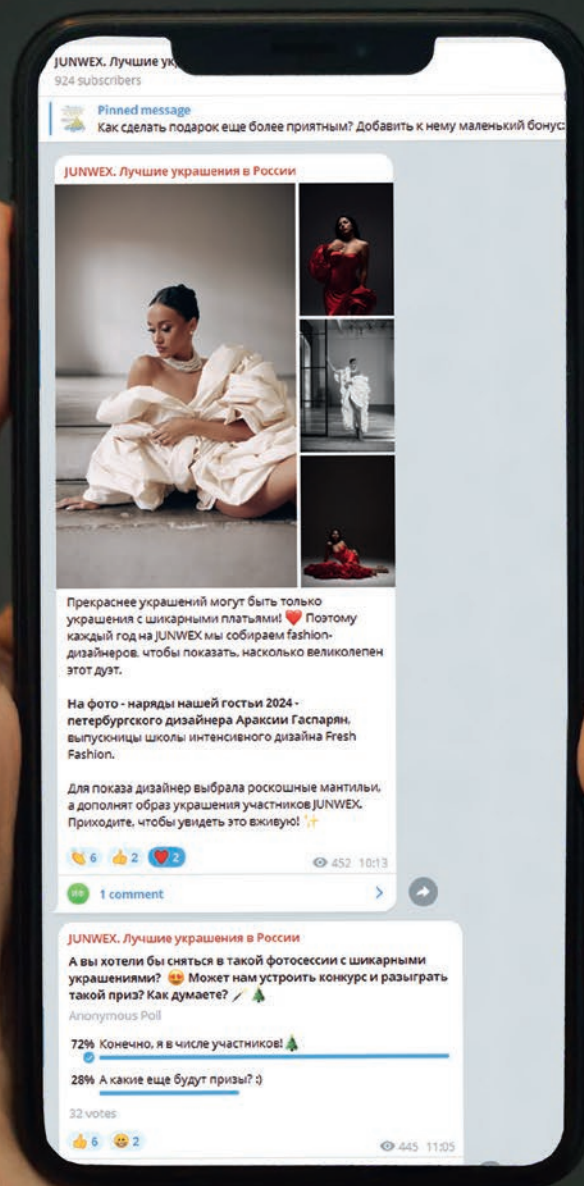




# ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛ



## JUNWEX



# 5 секретов создания эффективного креатива для онлайн-рекламы

Татьяна Паверман



Рекламный креатив — это визуальные послания, которые бренд адресует своей целевой аудитории в Интернете. От качества объявлений во многом зависит успешность рекламной кампании — заинтересуется потенциальный клиент вашим предложением или оставит его без внимания.

По моим наблюдениям, ошибки в данном случае встречаются гораздо чаще помарок в технических настройках, они свойственны как начинающим специалистам, так и рекламщикам со стажем. Причина проста: люди не до конца понимают особенности продвижения ювелирной продукции в Сети. Использование визуала уровня листовки для доски объявлений кажется им хорошей идеей... Вынуждена разочаровать: такое работать не будет.

Важнейшей чертой рекламы в Интернете является интерактивность, а ее основная задача сводится к привлечению внимания пользователя и созданию стимула для моментального перехода на посадочную страницу (сайт, группа, чат-бот и т.д.). В отличие от других типов рекламы, где подобный переход физически невозможен, мы вообще не должны заботиться о фирменном стиле, запоминании слоганов и логотипов: это «фишка» билбордов, радио- и телерекламы, где человеку нужно заложить в голову ассоциации, связанные с вашим товаром, чтобы он узнал его спустя время на магазинной полке. При этом мы располагаем буквально долями секунды, чтобы заинтересовать: люди пришли в Сеть развлекаться, и нам приходится конкурировать с громадным объемом легкого для восприятия контента. Любые шаблоны, которые будут активировать у пользователя пресловутый эффект «баннерной слепоты» и намекать на продажи, не вызовут отклика

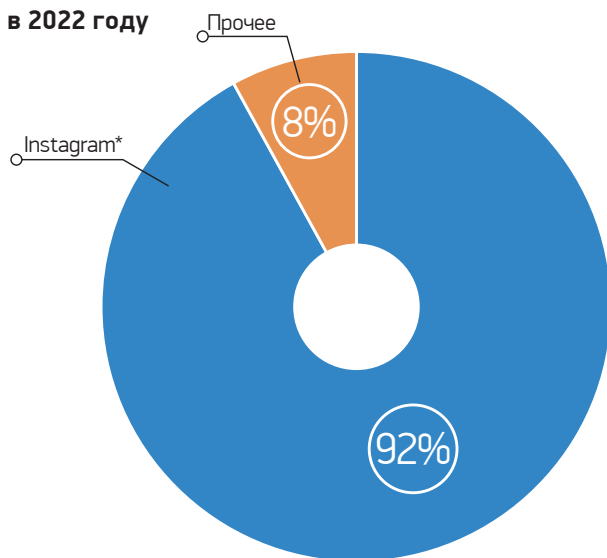
и лишь побудят поскорее «смахнуть» надоедливую картинку или ролик.

Какими же свойствами должен обладать креатив, способный генерировать продажи? За девять лет работы интернет-маркетологом мне довелось изучать сотни рекламных кампаний ювелирных

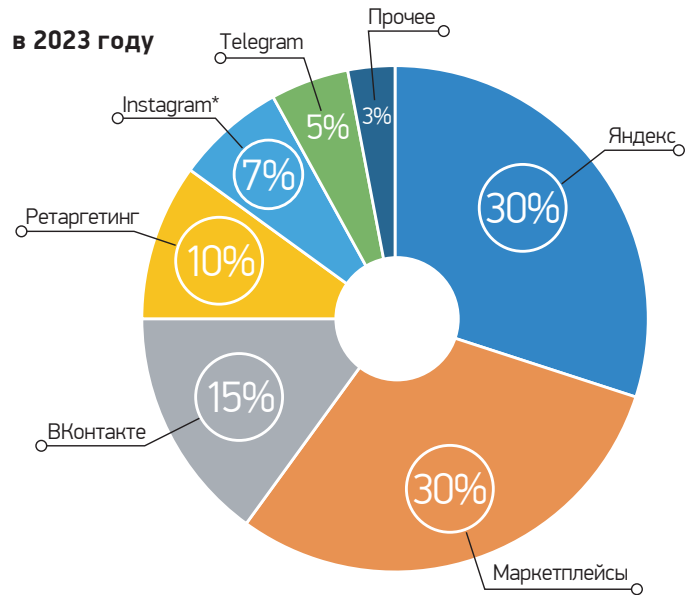
изделий — значительный объем данных. Сравнив результаты (а онлайн-реклама как раз позволяет максимально точно отслеживать, что «заходит», а что — нет), я выработала свой подход к созданию объявлений. Вот пять ключевых моментов, на которые я бы хотела обратить внимание.

**ОТКУДА ПРИХОДИЛИ КЛИЕНТЫ:**

**в 2022 году**



**в 2023 году**



Рекламный бюджет — 10–20% от выручки  
\* продукты корпорации Meta запрещены в России

**1 WOW-УКРАШЕНИЯ:  
ДЕЛАЕМ АКЦЕНТ  
НА ТОП-ПОЗИЦИЯХ**

Часто российские ювелиры ставят в рекламу ничем не примечательные или, скажем прямо, устаревшие модели украшений. Особенно неуместно, если такие объявления таргетируются на молодежь. Перед запуском объявления обязательно проанализируйте свою целевую аудиторию, подберите наиболее «вкусные» предложения для каждого сегмента. Разницу в покупках онлайн и офлайн тоже важно учесть. Подумайте, как отстроиться от конкурентов. Идеально, если ваши украшения будут выделяться за счет необычной формы, цвета, материалов. Постарайтесь продвигать действительно уникальные вещи, которые станут визитной карточкой бренда и будут отражать его философию.



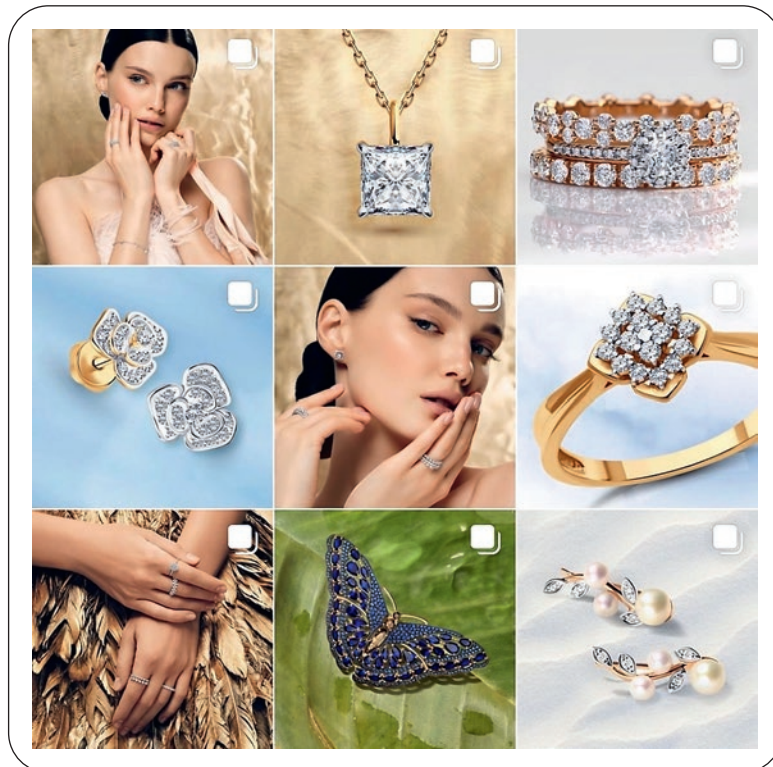


### ИСПОЛЬЗУЕМ КАЧЕСТВЕННЫЙ КОНТЕНТ — МИНИМУМ ДИЗАЙНА, АКЦЕНТ НА ИЗДЕЛИИ

Удивительно, но мне до сих пор в рекламе регулярно попадаются размытые изображения, неправильно обрезанные видео... Строго следите за качеством визуала, учитывайте формат размещения. Загружайте профессиональные фотографии и ролики с грамотно выставленным светом: только мастер сможет показать подлинную красоту ваших изделий. Не нужно выдумывать «суперкреативы» с обилием «душного» дизайна — надписей, логотипов, ленточек и бантиков: просто красиво снимите игру света в камнях, блеск оправы из драгоценного металла... Фон желательно использовать спокойный, в любом случае он не должен перетягивать на себя внимание. Выигрышно смотрится демонстрация изделий на моделях: присутствие человека делает кадр интереснее и дает представление о размере и других характеристиках украшения. При этом для фотографий важно не «отрезать» конечности (часто мы видим картинку, на

### ОДИН КРЕАТИВ — ОДИН ТОВАР

Не пытайтесь посредством одного объявления познакомить пользователя со всем своим ассортиментом: надо сделать точный выстрел, «то самое» предложение, которое с наибольшей вероятностью зацепит потенциального клиента и приведет на посадочную страницу. Попытка включить как можно больше изделий в креатив лишь демонстрирует отсутствие у вас уверенности, что среди обилия ваших товаров действительно есть что-то стоящее. Еще один минус «многообразного» подхода в том, что при уменьшении картинки или видео (а многие смотрят рекламу с телефона) украшения могут просто «затеряться». Исключением здесь могут стать объявления в формате «карусели» или грамотно составленные коллажи. Иногда бывает уместно показать несколько похожих товаров, отличающихся какой-то деталью или цветом.



которых сложно определить, на какой части тела располагается вещь). Хорошо работает видео с чередованием планов (дальний/средний/крупный) или эффектом плавного приближения-удаления.



## украшения из стекла ручной работы

Работа мастеров Байкала.  
Отправка после заказа. Доставка  
от 2 дней.

Консультация стилиста >

Цена от 2500 рублей >

Подарочные сертификаты >

Доставка от 2 дней >

[Перейти на сайт](#)

## ТЕКСТ ДОПОЛНЯЕТ ИЗОБРАЖЕНИЕ

Визуальная и текстовая части объявления должны работать в связке, а не дублировать смыслы. Незачем прописывать словами то, что пользователь прекрасно увидит на картинке. Без жалости вырезайте все фразы, без которых можно обойтись. Стоит осторожно подходить к использованию сложных шрифтов или нескольких вариантов написания букв, а также 3D-эффектов и других излишеств. Из-за перегруженности композиции пользователь просто не успеет сконцентрироваться на той информации, которую вы пытаетесь ему сообщить. Следует отказаться от пространных приветствий и вступительных слов («В честь юбилея нашего магазина...», «Только в канун Нового года...», «Специально ко дню рождения нашего директора...»). Отдельная тема — красивые, но пустые фразы («Сочиняй мечты», «Веселее вместе», «Верхом на звезде» и пр.). Подобные эмоционально окрашенные, но в целом бессмысленные слоганы начинают работать только при многократном повторении. Вирусная реклама — удел крупных компаний с огромными бюджетами, тогда как большинство игроков российской ювелирной отрасли — это малый и средний бизнес. Наконец, безжалостно выбраковываем то, что я называю стоп-словами или словесным мусором: эпитеты «прекрасный», «восхитительный», «потрясающий», «удивительный» и подобные им, не несущие никакой полезной информации. Текст пишем по принципу «четко и по делу»: можно указать цену (в том числе в формате «старая — новая»), сведения о доставке, использованных материалах, важных аспектах производства, истории конкретного изделия.

## БУДЬТЕ АККУРАТНЕЕ СО СКИДКАМИ

Скидки работают, когда ценность товара очевидна и к покупке клиент уже морально готов. В иных случаях есть риск уронить значимость вашего предложения. Регулярно в рекламе ловлю противоречивые формулировки: «Уникальные украшения по очень доступной цене». Лучше все-таки определиться, на чем вы делаете акцент — на уникальности или дешевизне?

Помните, что идеальных, «вечнозеленых» креативных решений не существует. Онлайн-реклама — это бесконечный поиск сочетаний макетов и настроек, которые в моменте приносят наилучшие конверсии. Главное — не останавливать конвейер гипотез и избегать базовых ошибок, тогда ваши объявления будут работать, а интернет-продажи — устойчиво расти.

*Татьяна Паверман*



# Бижутерия — дополнение, а не замена

Несколько лет назад я полностью переориентировала свою работу на сегмент бижутерии и сейчас на основании отзывов моих партнеров — руководителей ювелирных магазинов — могу смело утверждать: расширение ассортимента за счет такой продукции — это гарантированное привлечение новых покупателей. А вот отсутствие бижутерии в ваших витринах — наоборот, потеря клиентов.

«У бижутерии низкая закупочная стоимость, магазин имеет возможность поставить выгодную для себя наценку.



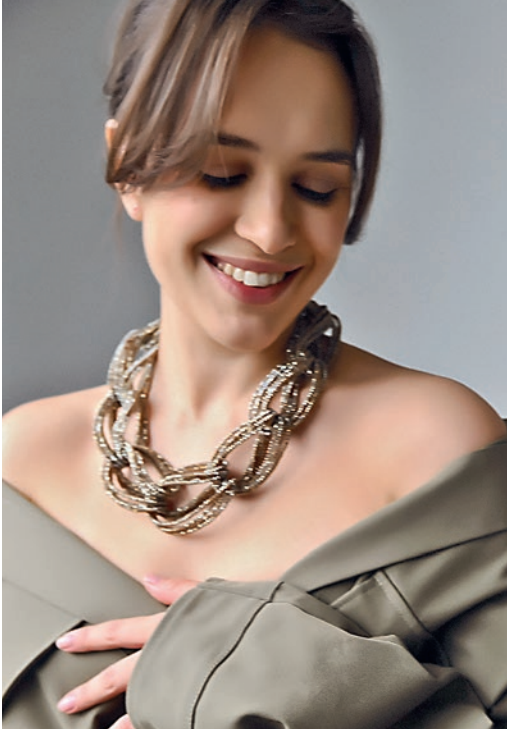
Татьяна  
Никулина,  
Charle

Во многих ювелирных магазинах 70% покупок совершают постоянные клиенты. Однако так сложилось, что молодежь 16–25 лет весьма неактивно посещает ювелирные салоны. Они убеждены, что там нет товара, который им хочется видеть. А если они находятся в поиске украшений, то подчас обращаются туда, где продается бижутерия не слишком высокого качества.

Когда женщина покупает драгоценность в ювелирном себе, то она с удовольствием приобретет там и для дочки что-нибудь недорогое, но ультрамодное. Качественная бижутерия в этом случае — идеальный вариант. Причем если цена клиентку устраивает, то она купит комплект: к серьгам — брошь или кольцо, к колье — браслет. Помимо увеличения среднего чека вы при этом достигаете еще одну важную цель: «выращиваете» своих будущих покупателей, приучаете их приходить к вам. По мере взросления их покупки будут все более статусными и дорогими — на свадьбу, юбилей и т.д.

Кроме того, поскольку у бижутерии низкая закупочная стоимость, магазин имеет возможность поставить выгодную для себя наценку на изделия, варьируя ее, тем самым увеличивая прибыль.

Большинство знаменитостей в повседневной жизни и на сцене сегодня предпочитают



дополнять свои образы именно бижутерией. Многие популярные звезды глянца удачно вписывают в свой экранный и личный имидж яркие, эффектные, оригинальные украшения. Молодежь ориентируется на этот стиль и следит за покупками своих кумиров. Для продвижения такого товара вы вполне можете привлечь себе в помощь соцсети селебрити, найдя там фото с моделями, аналогичными тем, что выставлены в ваших витринах.

Столь же массивные изделия, выполненные из золота или серебра, будут стоить баснословно дорого, а мода на такие трендовые аксессуары быстротечна. Вкладываться



в украшения, которые актуальны в одном-двух сезонах, не хочется (да и не каждая женщина может себе это позволить), но при этом нельзя отказываться от желания быть модной и яркой. Согласитесь, с цветными волосами и эпатажными брюками ювелирные изделия традиционных форм не сочетаются. Иногда клиентки приходят в магазин с платьями и блузками, чтобы подобрать аксессуары именно под эти наряды. И здесь особенно важна роль продавца, который должен быть немного и стилистом, и психологом. Он должен знать, что сегодня в трендах, что демонстрируют на подиумах. Мы не имеем права оставаться в стороне и игнорировать тренды, поскольку современный покупатель о них очень хорошо осведомлен.

Ну и еще один безусловный плюс: бижутерия «работает» круглый год, у продаж такого ассортимента вообще нет сезонности.

Некоторые ритейлеры опасаются, что потенциальный покупатель может отдать предпочтение недорогим изделиям, вместо того чтобы купить золото. Но это не так! Если человек идет к вам за серьгами с изумрудами, то он их и купит. Драгоценности и бижутерия — не взаимозаменяемые, а дополняющие друг друга категории. Главное — не делать из бижутерии «развал» и «рынок». Витрины с этими изделиями должны быть оформлены столь же красиво, как и витрины с драгоценностями. Аналогично надо подходить и к оформлению бирок.

Воспользуйтесь всеми перечисленными преимуществами, которые предоставляет люксовая бижутерия, и вы будете довольны результатами продаж.

*Татьяна Никулина, Charle*

«Важна роль продавца, который должен быть немного и стилистом, и психологом.



«Драгоценности и бижутерия — не взаимозаменяемые, а дополняющие друг друга категории.



## Татьяна Бондарчук Bonta

Вызовы-2023

### Какие основные проблемы принес этот год?

В первую очередь, проблемы, возникшие после перехода отрасли на общую систему налогообложения. Второе — рост цен на металл, а следовательно — повышение себестоимости изделий и снижение покупательской способности.

### Главный урок, который Вы вынесли из этого года?

Мы осознали необходимость перехода на новый ассортимент и начали выпуск изделий, более доступных по цене и максимально отвечающих требованиям покупателя.

### Согласны ли Вы, что кризис — лучшее время для развития бизнеса?

Вполне возможно, но только не в ювелирном производстве.

### Заметили ли Вы изменения в спросе?

Востребована более дешевая продукция.

### Произошли ли в работе компании серьезные изменения? Есть ли у Вас ресурсы для реорганизации процессов?

Для перехода на ГИИС нам потребовались значительные ресурсы.

### Какую роль для ювелирного бизнеса в нынешний период сыграли выставки JUNWEX?

Это место встречи производителя ювелирных изделий и покупателя. Выставки предоставляют возможность работы с давними партнерами и приобретения новых клиентов, а также позволяют понять, что актуально на сегодняшний день.

### С уходом ряда игроков рынка увеличилось ли у Вас число клиентов?

Наша компания этого не заметила.

### Ювелиры часто верят в приметы. В какую верите Вы?

Мы верим только в себя!



## Екатерина Андреева «Крепкий орешек»

Вызовы-2023

### Год принес Вам больше проблем или возможностей?

Проблем было достаточно, но желание работать стерло их из сознания. Возможность остаться на рынке и радовать клиентов новыми украшениями стала основой для борьбы с трудностями.

### Главный урок, который Вы вынесли из этого года?

Никогда не паниковать и ничего не бояться. Народная мудрость «что ни делается — все к лучшему» реально работает.

### Согласны ли Вы, что кризис — лучшее время для развития бизнеса?

Кризис не является стимулом для развития бизнеса, он только дает возможность сильным людям еще больше собраться и выстоять. Лично мне

комфортнее развиваться в спокойных рыночных условиях.

### Произошли ли в работе компании серьезные изменения? Есть ли у Вас ресурсы для реорганизации процессов?

Были осуществлены серьезные кадровые перестановки и увеличение штата, улучшение качества аналитической работы и технического обеспечения компании. Для реорганизации процессов силы и ресурсы есть — это основа основ.

### Заметили ли Вы изменения в спросе? Что стало более востребованным?

Спрос на изделия из золота не упал, хотя рост цен на рынке был значительный. Особенно востребованы украшения, созданные по технологии прямого литья, которые при объемном виде имеют максимально легкий вес.



**Какую роль сыграли выставки JUNWEX в этот период для ювелирного бизнеса?**

Они дают возможность изучения потребительского спроса, обсуждения с постоянными партнерами совместного плана движения вперед, а главное — дарят уверенность в завтрашнем дне.

**С уходом ряда игроков рынка увеличилось ли у вас число клиентов?**

Количество клиентов не увеличивается, а, наоборот, снижается. Не все торговые ювелирные

предприятия выдержали перевод отрасли на работу в ГИИС и введение новой схемы налогообложения. Мы потеряли примерно 30% клиентской базы.

**Ювелиры часто верят в приметы. В какую верите Вы?**

«Крепкий орешек» в приметы не верит, мы просто крепко стоим на ногах и уверены в том, что мысли материальны. Вся наша команда мыслит позитивно, верит в лучшее и счастливое завтра!



## Ирина Мирошник

### Per Sempre

**Какие основные проблемы принес этот год?**

Ответ на этот вопрос зависит от нашего отношения к жизни и способности видеть возможности даже в сложных ситуациях. Конечно, год был непростым. И мы осознаем, что он оказался сложным не только для ювелирной отрасли, но и для многих других сфер деятельности. Проблемы, с которыми мы сталкиваемся, заставляют нас выходить из зоны комфорта. Можно видеть в непростых ситуациях только проблемы или же обратить внимание на возможности для развития, если мы умеем правильно подойти к решению задач.

**Главный урок, который Вы вынесли из этого года?**

Один из ключевых уроков, который мы усвоили в течение текущего года, — нужно быть гибкими и уметь быстро перестраиваться в поиске новых путей достижения поставленных целей. Иногда эти изменения могут привести к результатам, превосходящим то, что мы изначально планировали.

**Согласны ли Вы, что кризис — лучшее время для развития бизнеса?**

Как представители ювелирной отрасли, мы убеждены, что кризис не может быть лучшим временем для бизнеса. Важно сохранять оптимизм и верить в свои силы. Кризис может быть сложным испытанием, но при правильном подходе и умных решениях из него можно выйти без потерь. И нужно всегда помнить, что кризис имеет начало и конец.

**Есть ли у Вас ресурсы для реорганизации процессов?**

Учитывая наш опыт в ювелирном производстве с 2005 года, можно смело ответить, что сотрудники

являются основным и самым ценным ресурсом компании. И мы — счастливые его обладатели!

**Заметили ли Вы изменения в спросе?**

В сфере ювелирных украшений, за исключением роста спроса на обручальные кольца, значительных изменений не происходит. Наблюдается небольшой рост интереса к изделиям с уникальным и оригинальным дизайном, отличающихся от массовых предложений на рынке.

**Какую роль для ювелирного бизнеса в нынешний период сыграли выставки JUNWEX?**

В последние несколько лет, которые были непростыми для ювелирной отрасли, JUNWEX занимает важное место в ее поддержке и развитии. JUNWEX — это не только прекрасная площадка для демонстрации наших изделий, но и место, где мы получаем подтверждение того, что наш труд необходим и действительно ценится. Мы гордимся тем, что наши работы удостоиваются высокого признания во время выставок JUNWEX.

**С уходом ряда игроков рынка увеличилось ли у вас число клиентов?**

Этот фактор не оказал никакого влияния на работу компании, поскольку количество наших клиентов осталось неизменным. Однако у нас есть перспективное предложение, о котором мы расскажем вам позднее.

**Ювелиры часто верят в приметы. В какую верите Вы?**

Мы не придаем особого значения приметам, поскольку уверены, что наш успех зависит исключительно от нас самих. Мы берем на себя ответственность за свои решения и их результаты.

## Вызовы-2023

# драгоценные Луки पुनर्वास

*Не счесть алмазов в каменных пещерах,  
Не счесть жемчужин в море полудённом —  
Далекой Индии чудес.*

**Ария индийского гостя из оперы  
Н. А. Римского-Корсакова «Садко»**

---

Индия — колоритная и многогранная страна-лабиринт, страна-сон, полная загадок и сюрпризов. История в несколько тысячелетий, самобытная культура, этническое разнообразие, экзотическая кухня — для многих визит в Индию открывает совершенно другой мир. И в нем люди не представляют своей жизни без украшений! Спрос на драгоценности в Индии растет всегда, независимо ни от каких факторов.

---

Это неудивительно, ведь индийские украшения выглядят поистине волшебными, никого не оставляя равнодушным. Ювелирные изделия из различных провинций страны — частые гости мировых аукционов. А современные индийские ювелиры с успехом составляют конкуренцию таким маркам как Cartier или Boucheron.

Слава индийских драгоценностей — и уникальных природных, и созданных руками искусных мастеров — пришла в Европу в первой трети XIX столетия, когда в коллекциях высокопоставленных британских персон появились сокровища махараджей (вспомните «Знак четырех» Конан Дойля или «Лунный камень» Уилки Коллинза). Стремящиеся жить «по-английски» индийские князья во время своих визитов сначала в Лондон, а затем и в другие европейские столицы заказывали ювелирам — поставщикам монарших дворов драгоценности со вставками великолепных самоцветов и алмазов, подвергавшихся сложнейшей огранке. Это стало началом интереснейшего взаимопроникновения двух культур в сфере ювелирного искусства. Практически все ведущие французские марки в тот или иной период своей деятельности выпускали коллекции, вдохновленные индийскими традициями. Да и сами аутентичные украшения ручной работы из Индии пользуются спросом в самых разных странах мира — ведь, надевая их, любая девушка чувствует себя сказочной принцессой, а дама — королевской особой. Конечно, тяжелые золотые изделия с многочисленными драгоценными камнями сложно вписать в европейский стиль одежды, а вот серебряные, особенно выполненные в технике филиграни, великолепно смотрятся даже с повседневными нарядами, создавая интересные и небанальные образы.

### СТРАНА СОКРЫТОГО ЗОЛОТА

История добычи золота в Индии восходит примерно к II—III вв. н.э., но полномасштабные отработки месторождений с помощью современной для той эпохи техники начались только в 1850 г. под британским контролем. Индия — один из крупнейших потребителей золота в мире, однако на территории страны разведывается лишь около 10% минеральных ресурсов, при том что, например, в Австралии



в разведку вовлечено почти 100% полезных ископаемых. В последние годы развитие местной золотодобывающей промышленности идет более активно, чему способствует неуклонный рост цены на этот металл, но и по сей день золотые запасы Индии слабо изучены. Крупнейший золотой рудник в стране — Sindesar Khurd в Раджастане.



Раджастан переводится как «Царская земля». Один из городов штата именуется Джайсалмер — «Золотой город». Такой цвет строениям в нем придает желто-коричневый песчаник, из которого построено большинство расположенных там домов. В Индии есть и другой «золотой город», названный так по иной причине. Джалгаон (штат Гуджарат), считающийся самым крупным поставщиком ювелирных изделий на внутренний и внешний рынки, заслужил славу благодаря созданным местными мастерами изделиям из золота превосходного качества.



По оценкам экспертов, сырьевых ресурсов там хватит до 2027 г. Еще один крупный рудник, Zawar, согласно прогнозам, прекратит работу в 2029 г.

### СТРАНА ПЕРВОГО АЛМАЗА

Испокон веков уникальные минералы находились у местных жителей буквально под ногами. Именно в Индии был найден первый в мире алмаз. Индийцы первыми начали гранить камни, увидев, как раскрываются при этом их красота и сияние. Неслучайно украшения в Индии в равной степени являются важнейшей составляющей и женского, и мужского традиционных костюмов. Но если женщины подчеркивают драгоценностями свою красоту, то мужчины — силу и мудрость.

Одни из самых распространенных в этом регионе минералов — корунд и его разновидности: рубины и сапфиры. Яркий насыщенный цвет рубинам придает хром, но он же и снижает качество минерала: зачастую красные корунды имеют дефекты в виде трещин, разрывов, что уменьшает стоимость камней. Качественные рубины считаются редкостью и стоят наравне с бриллиантами. А сапфиры и топазы имеют

относительно недорогую стоимость, что делает их особенно популярными у покупателей-туристов. Крупнейшие месторождения индийских бериллов находятся в штате Раджастан, и добыча там ведется со второй половины XX в. Славится страна и уникальными желтыми топазами, и обилием поделочных камней. Агат, лазурит, яшму, сердолик, лунный камень используют в создании не только украшений, но и сувениров, предметов интерьера.

### СТРАНА ТАЙНЫХ ЗНАНИЙ

Жители Индии подбирают украшения с определенными драгоценными и полудрагоценными камнями индивидуально, вкладывая в них сакральный смысл. Знающий ювелир и ведический астролог всегда дадут советы: какой минерал вам необходим, какого размера должен быть камень, на каком пальце следует носить кольцо с ним... Считается, что с помощью украшений человек может усилить свои внешние и внутренние качества. Поэтому индианки носят те или иные драгоценности на определенных зонах тела (на чакрах — энергетических точках).





Считается, что наиболее талантливые мастера мина-кари, в совершенстве освоившие искусство розовой эмали, на протяжении многих веков живут в городе Варанаси, штат Уттар-Прадеш. По легенде, этот город — земная обитель бога Шивы. После свадьбы с Парвати он поселился в небесном жилище на горе Кайлас. Но однажды, когда божественные супруги рассматривали Землю, их глазам предстал дивный город, полный великолепных дворцов, храмов и садов. Тогда Шива и Парвати спустились на Землю и обосновались в нем. В Варанаси представлены святилища всех богов индийского пантеона, не зря его называют «городом тысячи храмов». Самый знаменитый из них — конечно, посвященный Шиве Каши Вишванатх — «Золотой храм», на позолоту куполов которого было использовано 800 кг драгоценного металла. Здание еще одного почитаемого храма, разрушенного мусульманами, было вновь построено в 1785 г. В нем хранится лингам — святыня, спрятанная когда-то от глаз захватчиков в колодце храма. Символическое абстрактное изображение Шивы, обвитое серебряной коброй и украшенное цветами, стоит в обрамленном серебром углублении в полу.



Наваратна в переводе с санскрита означает «девять планет», ведь каждый из камней в украшении символизирует определенную планету. Располагаются самоцветы в строгой последовательности по отношению друг к другу: рубин (в центре), алмаз, жемчуг, красный коралл, гессонит, желтый сапфир, кошачий глаз, синий сапфир, изумруд. Такое расположение неслучайно: например, кошачий глаз и гранат ассоциируются с двумя естествами мироздания — Кету и Раху, находящимися в вечном противостоянии. Энергетическая сила, высвобождаясь в их схватке, по утверждению астрологов, движет Землю.

Например, тика — украшение для волос у замужних женщин — касается лба, а в этой точке, согласно ведическому учению, в организм проникает духовная энергия. И каждая женщина сама выбирает, какие камни должны быть в тике, чтобы она служила оберегом, способствовала обретению мудрости. Индианки уверены: украшения — это любовь и благополучие в семье, и чем чаще у женщины появляются новые драгоценности, тем более и более укрепляются супружеские чувства, а богатство увеличивается.

Самым популярным в Индии украшением является наваратна, и это не вид изделия. Так может называться и кольцо, и ожерелье, и браслет, и кулон — главное, чтобы в нем были скомбинированы девять основных для ведической астрологии камней, сочетание которых оттачивалось тысячелетиями. Такой талисман призван ограждать обладателя — неважно, какого пола — от любого негативного влияния, приносить удачу, благополучие и счастье.





Согласно легенде, техника бидри перешла к людям от богов. Когда-то давно один очень бедный мастер зарабатывал на жизнь, вырезая фигурки из дерева. Как-то раз по неосторожности он отрубил себе часть руки. Мастер рыдал и больше всего горевал о том, что его семья теперь умрет от голода. И вдруг перед ним предстал садху — святой, который поделился секретом техники, способной принести мастеру достойные деньги. Главным условием было использовать знания по совести, не гнаться за излишним богатством, а секрет передавать в поколениях только от отца к старшему сыну. Однорукий мастер стал известен в округе. Люди приходили к нему и покупали драгоценные фигурки, отличавшиеся особой плавностью линий раскрывающихся цветочных бутонов, грацией движений танцовщиц, стремительностью бега диких животных.

## СТРАНА ДРЕВНИХ РЕМЕСЕЛ

Индийские мастера до наших дней сохранили секреты старинных ювелирных техник. Одна из них — искусство украшения поверхности металла с помощью горячей эмали, зародившееся в Древней Персии, — минакари. Причем с помощью этой техники зачастую декорируются не только внешняя, но и внутренняя, скрытая от посторонних глаз часть изделия. Выделяются три основных разновидности минакари. Первая, самая популярная, предполагает, что мастер работает с эмалью только одного цвета, и чаще используется для создания свадебных украшений. Вторая характеризуется насыщенной и яркой эмалевой палитрой, где преобладают темно- и светло-синий, красный, белый и зеленый цвета. А третья вдохновлена красотой нежных роз и лотоса: в изделиях, выполненных в этой технике, доминирует эмаль розовых оттенков.

Кундан — известный в Индии еще в период правления Великих Моголов способ закрепки камней. Золото раскатывали до минимальной толщины, затем поверхность драгоценной фольги очищалась настолько, что камень попросту вдавливался в нее. Поместив самоцветы в углубления на поверхности металла, мастер оборачивал их узкими и тонкими лентами такой фольги, которая прекрасно удерживала вставку без использования крапанов и нагревания. Плотно сжатые золотом драгоценные камни вплотную прилегали друг к другу, образуя сложный узор. Еще одним достоинством этой техники закрепки являлось то, что у мастера была возможность скрыть несовершенные формы камней, различия в их размерах. И по сей день многие ювелирные дома Индии используют при создании своих коллекций приемы кундан.

Бидри — способ художественной обработки металла, который зародился в XVI столетии в городе Бидар, штат Карнатака, во время правления султанов Бахманидов. На подготовленную металлическую поверхность из сплава меди и цинка наносится гравировка. Далее в этот узор укладывают тонкую серебряную нить, которая тщательно вбивается в канавки. Позже происходит процесс финальной обработки и чернения изделия.

Такие произведения не только высоко ценятся в Индии, но и с успехом продаются на экспорт.

Таракаши, искусство серебряной филигранны, в основном распространено в районе Каттака — бывшей столицы штата Ориссы. Нелучайно иногда эту технику, история которой насчитывает более пятисот лет, называют каттака. Материалом для филигранных изделий служит витая или гладкая, иногда уплощенная вальцовкой проволока из меди, серебра, реже — из золота. Отдельные элементы узора



соединяются пайкой. Мастер из мельчайших отрезков витой проволоки набирает на металлической пластинке специальными щипчиками рисунок, посыпает его измельченным в порошок сплавом и нагревает.

### СТРАНА РАЗНОЦВЕТНЫХ ГОРДОВ

Одним из главных центров ювелирной индустрии Индии является Джайпур — столица штата Раджастан. Считается, что здания города, основанного в 1727 г. махараджей Савай Джай Сингхом II, были окрашены в 1875 г. в розовый цвет — традиционный цвет гостеприимства, чтобы приветствовать посетившего Индию с визитом супруга королевы Виктории консорт-принца Альберта. Но Джайпур, до сих пор остающийся популярным туристическим местом, известен как «розовый город» в том числе благодаря материалу для строительства зданий — местному песчанику терракотового оттенка.

Определить общее число людей, работающих в Джайпуре в сфере ювелирных изделий, практически невозможно. Этот сектор включает в себя более сотни фабрик по огранке драгоценных камней, ювелирные



предприятия, значительную по объему кустарную индустрию, семейные мастерские, ремесленные лавки на базарах и т.д. По некоторым данным, численность занятых в ювелирной сфере этого города превышает 300 000 человек. Для ювелирной промышленности Джайпура самыми важными камнями в коммерческом отношении являются изумруд и танзанит, но в целом местные компании



Триумф английского владычества над Индией — пышная процессия, возглавляемая принцем Уэльским, который позже стал королем Эдуардом VII, — запечатлен на гигантском (7,6 × 5,1) полотне кисти Василия Верещагина «Шествие слонов. Въезд принца Уэльского в Джайпур в 1876 г.». Художник стал очевидцем исторического события и достоверно передал впечатление о нем потомкам. Картина с недавних пор вновь предстала перед зрителями в обновленной галерее Мемориала королевы Виктории в Калькутте.



производят огранку широкого спектра материалов. При этом некоторые крупные фабрики зачастую сотрудничают с кустарными производствами, например, давая заказы на изготовление украшений с драгоценными камнями. В последние годы Джайпур постепенно из ведущего центра огранки превращается в не менее сильный центр производства ювелирных изделий.

Во множестве городов штата Гуджарат местные жители тоже заняты созданием украшений из золота, серебра, драгоценных

камней, жемчуга, кораллов, кости. Например, Сурат является центром мировой огранки и полировки алмазов, в том числе российских. Самое удивительное, что в этом «алмазном городе» и его окрестностях нет месторождений драгоценных камней. Вероятно, дело в том, что алмазный бизнес в Индии весьма закрытый: большое влияние в торговле бриллиантами во всем мире имеют выходцы лишь из нескольких семей — уроженцев этого региона. Люди, работающие в алмазной отрасли, связаны общими кастовыми, родовыми и даже семейными узами. По оценкам экспертов, более 50% ограненных в Сурате камней затем идет в ювелирные дома и мастерские на изготовление колец, а меньшая часть — на производство всех остальных видов ювелирных изделий.

Кашмир, северная область Индии, славится в первую очередь сапфирами, отличающимися глубиной, насыщенностью и однородностью василькового цвета. Эти минералы были обнаружены случайно в результате оползня 1881 г., поскольку местность была труднодоступна и опасна для путешественников. В период с 1882 по 1887 г. Занскарская горная гряда стала центром обширной добычи сапфиров, являя свету кристаллы размером больше мяча для поло. В летние месяцы добыча велась день и ночь, пока ресурсы не стали стремительно сокращаться. В итоге месторождение практически полностью истощилось, и в последующие годы добыча велась нерегулярно и зачастую неофициально. Да и по качеству найденные образцы заметно уступали первоначальным. Поэтому кашмирскими принято именовать только те, найденные в старой шахте более ста лет назад бархатисто-синие кристаллы с легкой «шелковой дымкой» внутри, не нарушающей великолепную прозрачность камня. Сейчас их можно увидеть в музеях, крупнейших частных собраниях и изредка — на мировых аукционах.

### СТРАНА МОДНЫХ БРЕНДОВ

Одна из самых известных в мире индийских марок Kalyan (Дели), учитывая вкусы своей целевой аудитории, в 2012 г. выбрала лицом бренда Айшварию Рай. Знаменитая актриса Болливуда смогла покорить Лос-Анджелес



Айшвария Рай для Kalyan





и сердца зрителей во всем мире. Однако ни экзотическая красота, ни талант «принцессы специй» не уберегли марку от проблем с рекламными кампаниями, которые сопровождались всевозможными скандалами. В настоящее время послом Kalyan является модель и актриса Сонам Капур, а украшения бренда по-прежнему остаются мечтой каждой индийской невесты.

Senco Gold and Diamonds (Калькутта) — один из крупнейших игроков ювелирного рынка в Западной Бенгалии. Коллекции бренда отличают скульптурность и замысловатый дизайн золотых изделий с традиционными восточными узорами, образами животных и цветов. Особой популярностью у местных покупательниц пользуются подвески и ожерелья с изображением богинь Дурги и Кали.

Shree Jewelers — люксовый бренд родом из Хайдарабада. Основатели бренда гордятся умением сочетать элементы традиционной старины с современным дизайном. В коллекциях марки — изделия с бриллиантами изысканной огранки, соблазнительными драгоценными камнями, молочно-белым жемчугом, рубинами и другими индийскими самоцветами.

Основатель бренда Bhagat Вирен Бхагат, которого иногда называют «Аладдин из Мумбая», родился в семье потомственных торговцев



драгоценными камнями и ювелиров. Однажды он оказался в римском магазине Bulgari, как раз тогда этот ювелирный дом выпустил коллекцию украшений с индийскими мотивами. Вирен был обрадован и раздосадован одновременно: разве индийские ювелиры не могут продвигать свою культуру так же — громко, дорого, роскошно? Разве не должны украшения быть национальной гордостью его родной страны?

Из этой идеи и родилась концепция Bhagat. Несмотря на то, что стоимость драгоценностей этого бренда исчисляется семизначными цифрами, его украшения очень востребованы и зачастую раскупаются еще на стадии работы над ними. Неповторимый стиль Бхарата — это синтез традиционных мотивов империи Великих Моголов и современных тенденций. «Визитной карточкой» компании стали тончайшие, едва заметные оправы из платины, которую Вирен предпочитает другим металлам. Его любимые камни — священные «пять сокровищ» эпохи Моголов — алмазы, рубины, изумруды, сапфиры и жемчуг. Зачастую вставки для одного украшения — колумбийские изумруды, добытые в XVII столетии, кашмирские сапфиры, алмазы «чистой воды» из Голконды, жемчуг из Басры — подбираются в течение нескольких лет, чтобы в итоге составить уникальное и гармоничное единство. «Я ищу камни с историей, это моя страсть. У меня свое мышление, и я не управляем рынком. Я люблю индийскую эстетику, но смотрю на нее издалека», — говорит ювелир, чья компания выпускает не больше 50–60 уникальных изделий в год.





Krishniah Chetty and Sons



Khurana

Ювелирный дом Khurana, основанный в 1950 г. и получивший около тридцати престижных национальных наград, сегодня имеет статус эталона эксклюзивного дизайна и непревзойденного мастерства. Во время свадебных торжеств Сонам Капур и Ананда Ахуджи на традиционной церемонии сангит сестра невесты Джанви Капур блистала в украшениях именно этого бренда из коллекции Nizaam.

Драгоценности Khurana включили в свои свадебные наряды Гитанджали, Дришти и многие другие популярные индийские актрисы.

Orra, крупнейшая в стране сеть розничной торговли бриллиантами со штаб-квартирой в Мумбаи, продает и золотые монеты, и исторические украшения, и свадебные коллекции, и серебряные изделия... Среди эксклюзивных ювелирных линеек бренда — коллекция с религиозным смыслом «Мантра Сиддхи» и даже украшения для слабовидящих людей.

Дизайн коллекций Krishniah Chetty and Sons представляет собой сочетание свежего взгляда на моду и этнических мотивов. Несмотря на то, что бренд специализируется в основном на свадебных украшениях с бриллиантами, в его ассортименте есть драгоценности на все случаи жизни. Каталог компании разделен по темам, благодаря чему покупатели могут выбрать украшения в соответствии с самыми разными событиями — начиная от семейных праздников, религиозных церемоний и заканчивая инаугурацией.

Ювелирная компания Surana Jewellers, считающаяся одной из лучших и старейших в Джайпуре, является лидером в создании украшений с драгоценными камнями и эмалью в техниках минакари и кундан. Коллекции бренда выглядят по-королевски роскошно, изысканно и ярко. Это драгоценности, хранящие славу древних сокровищ Раджастхана.



Orra



Krishniah Chetty and Sons

XXIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ЮВЕЛИРНЫХ И ЧАСОВЫХ БРЕНДОВ

# JUNWEX

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

22–26 МАЯ 2024  
МОСКВА, ВДНХ

XX МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

# JUNWEX

МОСКВА

25–29 СЕНТЯБРЯ 2024  
МОСКВА, ВДНХ

[WWW.JUNWEX.COM](http://WWW.JUNWEX.COM)



# TALANT

*silver*

*... у каждого свой*