



NATASHA KIBELLE

Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

652 от 17 ноября 2020

- www.junwex.com

Билеты на JUNWEX на самых известных городских мероприятиях

4 декабря в Санкт-Петербурге пройдет церемония награждения победителей Проекта «ТОП 100» - лучших топ-менеджеров Петербурга и Ленинградской области, чьи решения имеют ключевое значение для экономики Северо-Запада.

Каждый гость этого мероприятия получит пригласительный билет на февральскую выставку «JUNWEX ПЕТЕРБУРГ», которая пройдет в КВЦ «Экспофорум» с 3 по 7 февраля.

Также пригласительные билеты будут вручены 10 декабря всем гостям **ЕЖЕГОДНОЙ ПРЕМИИ «ФОНТАНКИ.РУ»**, где JUNWEX выступит партнером мероприятия.

Эта премия - знак благодарности горожан самому качественному бизнесу Петербурга. В 2020 году выбрать лучших и вручить им награды - особая миссия. Ведь для многих этот год стал настоящим испытанием на стойкость и

выдержку. А для «Фонтанки» это еще и год 20-летнего юбилея.



В номинациях городской премии «Фонтанка.ру - Признание и Влияние» будут представлены: Банки, службы доставки, ВУЗы, бары и рестораны, АРТ-пространства, бизнес-центры и коворкинг, строительные компании, любимые торговые марки Петербурга, а отдельно наградят лучших работодателей и проекты «Бизнес-старт года».

ПРОГРАММА ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

XXIX Международный форум ювелирной индустрии

JUNWEX

П Е Т Е Р Б У Р Г

3–7 февраля 2021

ЭКСПОФОРУМ

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



junwex



junwex_official



junwex_fair

Завершились съемки по проекту «Ювелирный Туризм»

Конкурс “Сильные идеи для нового времени” этого года завершен, но план реализации ювелирного туризма в России продолжает свое развитие. Клуб “Российская Ювелирная Торговля” совместно с R&C Market Research Company движется дальше, предпринимая

необходимые шаги для того, чтобы ювелирный туризм стал в нашей стране возможным и доступным.

Медиа холдинг JUNWEX начал разработку и внедрение проекта ювелирного туризма еще в 1997 году.



Татьяна Будная

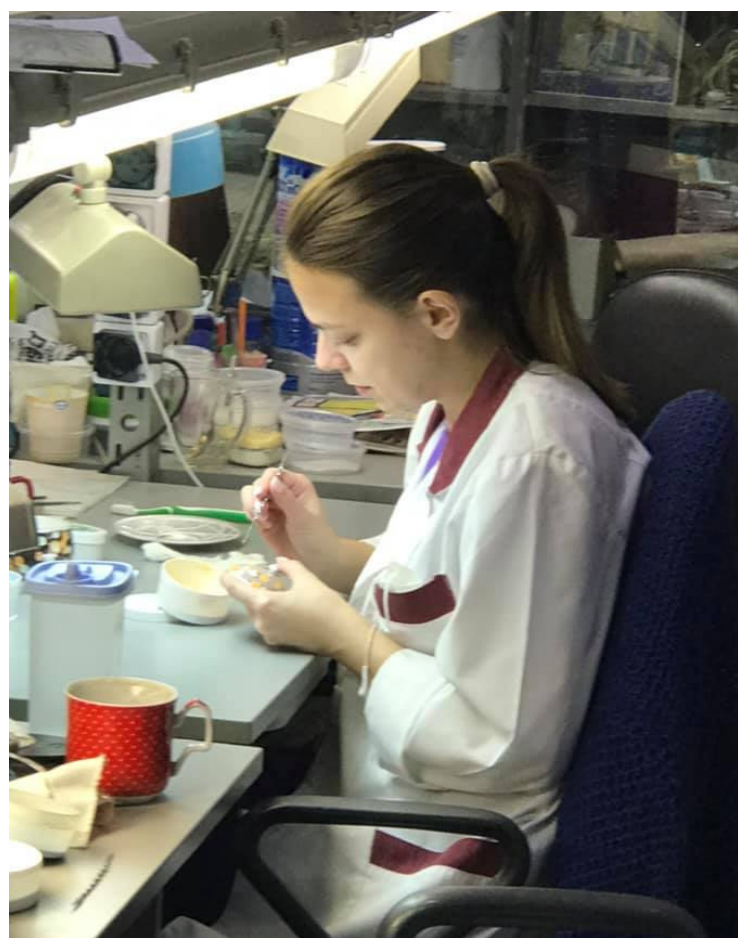
“Изначально эта задумка реализовывалась в виде организации поездок к коллегам в зарубежные компании для обмена опытом, а также на международные выставки. Мы были почти на всех континентах (осталась не охваченной только Австралия. Также мы принимали иностранных специалистов, которым было интересно узнать о ювелирной истории России.

Со временем эта идея трансформировалась в создание уникального продукта, нацеленного на участие в нём не только специалистов ювелирного профиля, но и всех интересующихся историей ювелирной отрасли граждан России и других стран”, - рассказывает Татьяна Будная, генеральный директор Клуба “Российская Ювелирная Торговля”.



Проект «Ювелирный туризм» позволяет привлечь внимание не только к таким известным и популярным туристическим городам как Санкт-Петербург или Москва, но и имеет большой потенциал развития в регионах России.

Это Кострома (ювелирная столица России), Калининград с единственными крупнейшими российскими залежами янтаря, Екатеринбург и Свердловская область - как кладезь потрясающих поделочных камней и изумрудов, республика Саха - с крупнейшей в России добычей алмазов, Дагестан - как пример традиционного мастерства, передающегося из поколения в поколение. И многие другие регионы.



Как в туризме, так и в ювелирном искусстве особое внимание всегда уделяется деталям. И это еще одна объединяющая составляющая двух направлений.



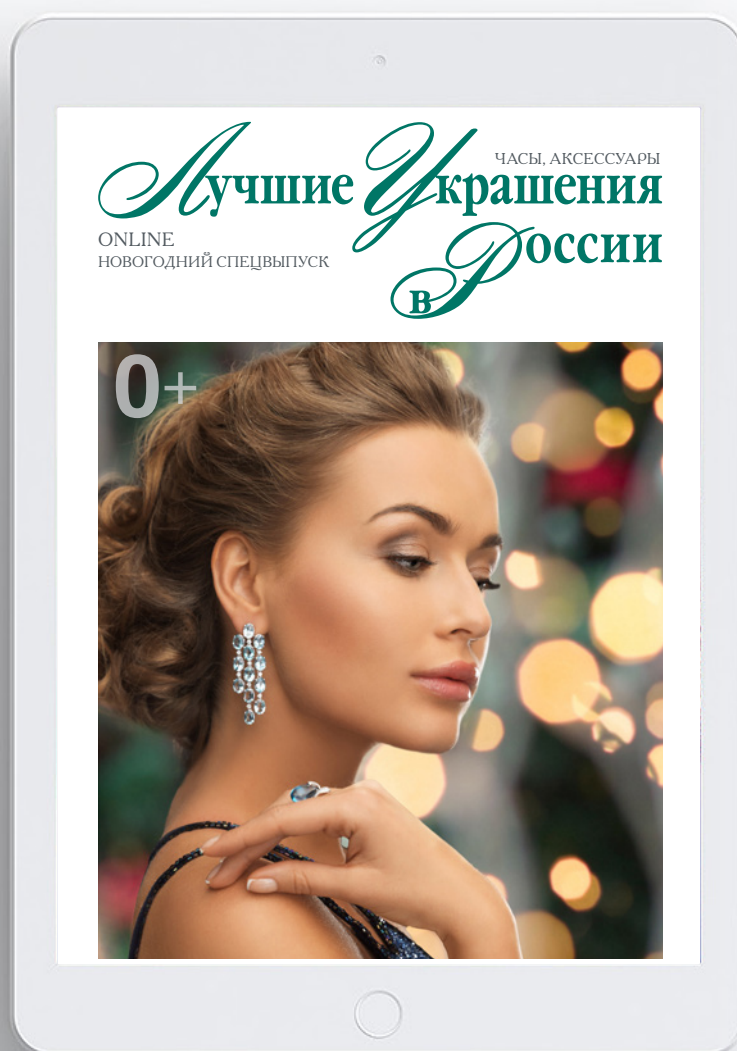
В отличие от многих стандартных пакетных предложений на рынке туризма, данный продукт дает возможность узнать что-то эксклюзивное, не растиражированное, прикоснуться к истории становления Российского ювелирного искусства.

Невозможно воспитать эстетику и культуру внутри общества без определенных знаний и впечатлений, полученных от изучения и восприятия всех видов искусств (живописи, архитектуры, театра, музыки и искусства ювелирных дел мастеров в том числе). И для нашей страны в целом это еще и отличная возможность познакомить иностранных гостей с новыми для них фактами и неизвестными в широких кругах эксклюзивными брендами России.

Ювелирное искусство должно по праву занять место в одном ряду с такими брендами, как русский балет и русская классическая музыка. В этом ключе созданный продукт по названию «ювелирный туризм» бесспорно, имеет широкий потенциал для развития.



Готовится спецвыпуск электронного журнала "Лучшие украшения в России" и он будет посвящен выпуску новых коллекций к Новому году



Это прекрасная возможность использовать предновогодний период для продвижения бренда. Накануне Нового года покупатели отключают режим экономии — расскажите им о своих коллекциях, праздничных скидках и специальных акциях

Итоги любой новогодней кампании — это результаты уже следующего года. Позаботьтесь о том, чтобы год начался успешно!

Цель проекта — презентовать ювелирные новинки покупателям.

Распространение — по всем медиа-ресурсам JUNWEX, по эксклюзивной базе VIP-покупателей, (850 контактов в Москве, Санкт-Петербурге, Сочи, Екатеринбурге и других городах России).

Вы сможете самостоятельно распространять его на своих сайтах, в соцсетях, с помощью электронной рассылки, WhatsApp или других

мессенджеров в вашем регионе, среди ваших клиентов.

Для ритейлеров — это возможность адресно и оригинально пригласить покупателей в свои магазины.

Для производителей ювелирных изделий — это отличный ресурс для продвижения бренда.



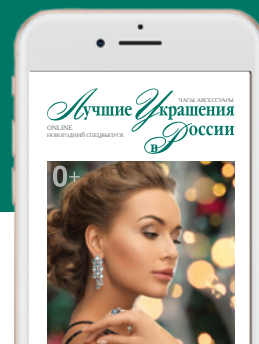
Стоимость рекламы в нашем издании является ниже средней в сравнении с другими.

Цены на размещение рекламных материалов

Формат	Стоимость
1/4 полосы	10 000 руб.
1 полоса (148x210 мм)	25 000 руб.
Интервью, имиджевая статья с адресным блоком и логотипом	30 000 руб.
1-я обложка + статья	45 000 руб.

ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ЖУРНАЛА
«ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»

СКИДКА 50%



Дорого обойдется: как маркировка изменит рынок

При введении маркировки на другие категории товаров эксперты и производители часто заявляли о неминуемом росте цен на продукцию. Однако в этот раз эксперты уверяют, что цены вряд ли вырастут, так как спрос на ювелирные изделия и так сейчас невелик.

В ассоциации “Гильдия ювелиров России” считают, что, скорее всего, издержки производители будут вынуждены переложить на себя. Это потребует дополнительных затрат, но включить их все в цену изделия по сегодняшнему рынку затруднительно.

Директор федеральной франчайзинговой сети “585*Золотой” Андрей Шляев

возражает: скорее всего, часть продавцов попытается компенсировать дополнительные расходы за счёт потребителя, но в то же время лидеры отрасли будут максимально сдерживать рост цен.

“Производители и продавцы должны будут установить такое оборудование и обучить сотрудников работать по новым правилам. В долгосрочной перспективе мы ожидаем, что все эти нововведения окажут влияние на рост стоимости товаров, но мы практически уверены, что крупные игроки сделают всё, чтобы этот рост не был резким и сильно заметным для покупателя”, — поддерживает эту точку зрения управляющий партнёр аналитической компании **Marketing Logic** Дмитрий Галкин.



Он предполагает, что рост будет сопоставим с сезонными колебаниями цен и инфляционными корректировками.

Конечная стоимость внедрения для предприятий будет зависеть от того, какое технологическое решение выберет государство. Можно маркировать путём нанесения меток на само металлическое изделие, но для этого требуется дорогостоящее оборудование как на этапе нанесения метки лазером, так и при её считывании. Более экономный вариант — нанесение маркировки на бирку изделия. С точки зрения решаемой задачи, а она одна: прослеживание всех драгметаллов

и драгоценных камней, разницы в нанесении нет. А затраты могут отличаться существенно — от 5 млрд до 20 млрд рублей для всей отрасли.

По мнению генерального директора ювелирной компании **Miestilo** Сергея Боброва, нововведение будет способствовать наведению порядка в ювелирной отрасли, защитит добросовестных производителей и потребителей от контрафакта и дешёвой некачественной бижутерии, которую можно найти за бесценок на некоторых сайтах китайских ретейлеров.

Партнёр агентства **M. A. Research**, руководитель направления “Ретейл”

Анна Синявская отмечает, что маркировка ювелирных изделий сделает рынок заметно прозрачнее, позволит легче выявлять подделки и изделия, не соответствующие заявленному на этикетке. Это повысит доверие к ювелирной отрасли в целом.

ОДНАКО ДЛЯ НЕБОЛЬШИХ КОМПАНИЙ, КОТОРЫХ В РОССИИ ДОВОЛЬНО МНОГО, ВРЕМЯ НОВЫХ РАСХОДОВ МОЖЕТ ОКАЗАТЬСЯ ЧРЕЗМЕРНЫМ.

“По данным СБИС, в Петербурге и Ленобласти зарегистрировано 118 действующих производителей ювелирных изделий, но более-менее крупных компаний среди них меньше половины”, — подчёркивает Синявская.

Основательница петербургского бренда **E. Tolstaya Jewelry** Екатерина Толстая считает, что для ювелирной отрасли это будет такой же стресс, каким в своё время для ресторанной индустрии стал запуск системы “ЕГАИС”.

“На сайте производителя программного обеспечения, которым нам придётся пользоваться, написаны смешные формулировки типа:

“Работа с новой программой ляжет на плечи IT-отдела ювелирной компании”. По одной этой фразе видно, что у авторов инициативы вообще нет связи с реальностью”, — говорит Толстая.

Она добавляет, что ювелирная компания заводского масштаба состоит из нескольких человек, которые занимаются производством. Нововведения приведут к росту себестоимости продукта и, возможно, к уходу небольших мастерских и самостоятельных дизайнеров в тень.

Сергей Бобров считает, что существующих сейчас клейма-именника и бумажной бирки-этикетки вполне достаточно для контроля оборота и качества.

“Они позволяют потребителю отследить качество товара и в случае необходимости обратиться на завод-изготовитель, в независимую экспертизу и получить достоверную информацию о составе товара или в регулирующую организацию, например в пробирную палату”, — резюмирует он.

Тем не менее большинство экспертов признают, что перемены назрели. И ради них можно пойти



в том числе и на дополнительные траты. В это сложно поверить, но система маркировки в России не менялась более 300 лет. Клеймение ювелирных изделий берёт своё начало в 1700 году. За прошедшие 320 лет система пробирования и клеймения, естественно, безнадежно технологически устарела. Кроме того, нередки случаи, когда контрабандная продукция поступает в Россию уже с оттиском российского государственного пробирного клейма.

“Его подделывают за границей и никакой ответственности за это не несут, так как находятся на территории другого государства. Поэтому такая система уже не защищает.

А вот цифровые методы контроля — это новая современная технология. Да, она требует затрат, но за этим будущее. Раз в 300 лет-то можно хоть что-то менять”, — резюмируют в Гильдии Ювелиров.

// Деловой Петербург



В ТПП РФ предложили изменить ФЗ о драгметаллах и камнях

В Торгово-промышленной палате РФ предложили ряд поправок к закону «О драгоценных металлах и драгоценных камнях». Об этом заявил председатель комитета ТПП РФ по драгоценным металлам и драгоценным камням Михаил Дягилев.

«На основании решения правительства РФ механизм регуляторной гильотины в сфере драгоценных металлов и драгоценных камней распространяется на: федеральный государственный пробирный надзор; государственный контроль

при ввозе в Российскую Федерацию из государств, не входящих в Евразийский экономический союз, и вывозе из Российской Федерации в государства, не входящие в Евразийский экономический союз, драгоценных металлов, драгоценных камней и сырьевых товаров, содержащих драгоценные металлы.

В соответствии с Планом мероприятий по реализации механизма регуляторной гильотины была создана рабочая группа «Драгоценные металлы и камни», которая в результате 17 проведенных совещаний подготовила проект федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О драгоценных металлах и драгоценных камнях».

В законопроекте актуализировались обязательные требования с учетом современного уровня развития и отменялись устаревшие обязательные требования, содержащиеся в действующей редакции закона «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» и в других нормативных правовых актах.

Актуализированные обязательные требования в законопроекте были направлены на борьбу с внешними рисками (угроза жизни и здоровью людей, предотвращение значительного материального, экологического ущерба) и исключали контроль за рисками внутрихозяйственной деятельности, коммерческими, управленческими и т. п. рисками.

Многие вопросы, которые нашли отражение в законопроекте, ранее неоднократно обсуждались на отраслевых совещаниях, в том числе и на заседаниях Комитета ТПП РФ по драгоценным металлам и драгоценным камням с представителями Минфина России.

Законопроект был направлен на снижение избыточной административной нагрузки на отрасль и применение рискоориентированного подхода при осуществлении государственного контроля», — сказал Дягилев.

Минфин: отменить НДС на золото смогут в 2022

Минфин планирует отмену НДС на продажу золота с 2022 года, сообщил замглавы министерства Алексей Моисеев на форуме “Российский рынок драгоценных металлов”.

По его словам, до этого необходимо запустить систему маркировки драгметаллов, драгкамней и изделий из них (ГИИС ДМДК) и убедиться, что она работает и не дает возможности мошенническим схемам.

“Чем быстрее мы внедрим эффективную систему, тем быстрее перейдем к вопросу об отмене НДС на золото. Я исхожу из того, что мы решим проблему, и НДС на золото может быть отменен с 1 января 2022 года, это наш план”, - сказал замминистра. При этом он подчеркнул, что пока не обещает этого.

Тестирование системы начнется 1 декабря 2020 года, сообщил Юрий Зубарев, руководитель Федеральной

пробирной палаты. С 1 января 2021 года на сайте Пробирной палаты появятся личные кабинеты и начнется маркировка. С 1 июля 2021 года оборот ювелирных изделий без средств идентификации будет запрещен. Полностью перейти на систему маркировки планируется до конца 2022 года - с 1 января 2023 года оборот изделий без физической маркировки будет под запретом.

Отмена НДС на золотые слитки поможет оживить рынок инвестиций в золото и открыть российским вкладчикам и инвесторам доступ к нему, считает Татьяна Фиц, директор отдела взаимодействия с центральными банками и обсуждения государственной политики Всемирного совета по золоту.

“Золото является безопасным активом и диверсификатором портфелей, что особенно важно во времена кризисов, таких как нынешняя пандемия”, - напоминает она.

ГОТОВИМСЯ К ВЫСТАВКЕ

Начните работу в «JUNWEX Индекс» прямо сейчас!

ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ
УЧАСТНИКА

ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ
ПОСЕТИТЕЛЯ

Онлайн-регистрация
на участие в выставке

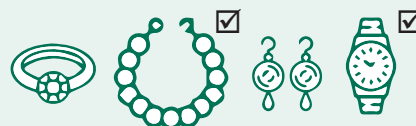
Онлайн-регистрация
на посещение выставки

Актуализация информации
о продукции,
которую вы планируете
представить на выставке



Система
осуществляет
таргетинг
клиентов
и отправляет
вам список
потенциальных
контрагентов

Выбор из предложенного
списка тех ассортиментных позиций,
которые вас интересуют на выставке.
Формулировка своих потребностей
в открытом вопросе

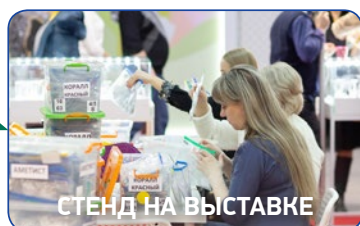


Ознакомление со списком
предложенных клиентов
и составление графика встреч

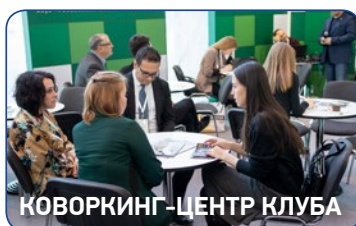


Система
формирует
и сохраняет
в вашем ЛК
график встреч на
выставке с учетом
ваших пожеланий

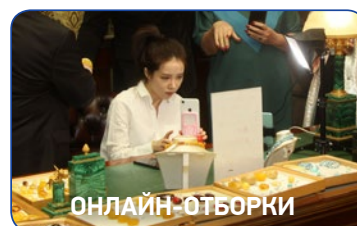
Ознакомление со списком
предложенных поставщиков
и составление графика встреч



СТЕНД НА ВЫСТАВКЕ



КОВОРКИНГ-ЦЕНТР КЛУБА



ОНЛАЙН-ОТБОРКИ

I ЭТАП

II ЭТАП

III ЭТАП

Прогнозы, скорее, ОПТИМИСТИЧНЫЕ

Отечественная ювелирная отрасль переживает сейчас не лучшие времена. Коронавирус и девальвация рубля сильно ударили по доходам населения, эксперты предсказывают рекордное падение

спроса. Однако штормит российский ювелирный рынок не в первый раз, пандемия стала лишь очередной точкой бифуркации. Может ли она трансформироваться в точку роста и какие к этому есть предпосылки?



Максим Ломоносов



Эксперт по ювелирным изделиям, основатель ювелирного бренда «GRAF КОЛЬЦОВ»

За последние 20 лет отечественный ювелирный рынок сильно изменился, причём в лучшую сторону. В 90-е он больше напоминал базар, где никто не думал о покупателе и жил по формуле «купи подешевле — продай подороже». Причём базар в прямом смысле слова — большинство украшений, представленных в витринах того времени, привозились

из Турции. Они не блистали ни дизайном, ни качеством, но всё равно разлетались практически мгновенно, голодному после советского дефицита покупателю всё было в новинку. После на арену вышли китайские компании, демпинговавшие на ценах, одновременно занять часть рынка пытались немцы и итальянцы.



ВСЁ ЕЩЕ ЛУЧШИЕ ДРУЗЬЯ

Большую роль в позитивной трансформации отечественного ювелирного рынка сыграли сами покупатели. Россияне выросли во всех смыслах, стали самодостаточными, критически мыслящими, избирательными.

Спрос на качественные ювелирные украшения и сервис выступает естественным фильтром, очищающим отрасль от недобросовестных участников, в том числе из-за рубежа. Поэтому нынешний кризис не отбросит её обратно в 90-е, во времена «барыг-перекупов», лишь окончательно освободит место для самых сильных

игроков. И здесь у российских компаний много преимуществ.

Безусловно, пандемия ударила по отрасли — закрылось большинство точек розничной торговли, многие бренды и производственные компании понесли серьёзные убытки. Но для многих участников рынка это не первый кризис. Плюс спрос на ювелирные украшения, особенно из золота и бриллиантов, в России за 20 лет менялся несильно, хотя цены на жёлтый металл ощутимо подросли.

Поэтому прогнозы на будущее скорее оптимистичные — сегмент ближе к концу 2020 года вполне может показать незначительный рост, ещё через год ситуация

окончательно стабилизируется. Не последнюю роль в этом сыграет переход в онлайн.

ВСЕ В СЕТЬ

В период всеобщей самоизоляции продажи ювелирных украшений значительно сократились. Во многом это связано с тем, что основной упор большинство специализированных магазинов до недавнего момента делали на офлайн-формат. Это неудивительно — для потребителей покупка украшения является своеобразным ритуалом, часто связанным с важными событиями в жизни.

На интернет-площадке невозможно создать особую атмосферу ювелирного салона, даже качественные фото не всегда передают все нюансы. Онлайн-магазины имели немногие, хорошо работающие — единицы.

Сейчас ситуация меняется к лучшему. Всё большее количество ювелирных брендов успешно выходит в интернет, продажи начали расти. Оценили формат и потребители, особенно в больших городах. Наибольший успех в онлайн-торговле демонстрируют

компании, у которых есть опция оплаты изделий после примерки, продумана презентация и выстроена логистика. Их немного, данный сектор рынка только формируется. Но уже понятно, что он сулит большие перспективы.

КАМЕНЬ ПРЕТКНОВЕНИЯ

После адаптации к новым реалиям рынка российская ювелирная отрасль вновь встанет перед наболевшими вопросами. Во-первых, отсутствием профильной производственной базы. Отечественная ювелирная промышленность последние три десятилетия практически не развивалась и до сих пор сильно зависит от импортных технологий и оборудования.

Во-вторых, необходимо реформировать систему подготовки профессиональных кадров. Грамотных специалистов на нашем рынке немного, что неудивительно — учебная программа в профильных вузах откровенно слаба и сильно устарела. Обе проблемы требуют комплексного подхода, и во многом именно они тормозят масштабное развитие отечественного ювелирного рынка.



Алексей Феликсов



генеральный директор «585*Золотой»

В офлайн-торговле ситуация сейчас не самая позитивная. После того как в России сняли ограничения, покупатели довольно медленно возвращаются в магазины.

Розничный формат сейчас переживает не лучшие времена. Ужесточаются требования со стороны государства к ведению офлайн-торговли, большинство клиентов стараются вообще не посещать публичные места.

«585*Золотой» в данный период рассматривает именно интернет-торговлю как самую быстро растущую и обладающую огромным потенциалом в ближайшее время.

Сумма среднего чека в наших розничных магазинах по сравнению с прошлым годом не изменилась, а онлайн – выросла. Изменилась

структура спроса: в 2020 году клиенты в «585*Золотой» стали покупать больше серебряных украшений (серьги, кольца, браслеты, подвески и т.д.), а также золотых цепей, как женских, так и мужских – что отвечает главному тренду на аксессуары.

Клиенты становятся более избирательными и стремятся инвестировать в золотые украшения с натуральными инкрустациями. Больше других в 2020 году продавались ювелирные изделия с полудрагоценными камнями – топаз, хризолит, цитрин, гранат и др. На следующий год мы прогнозируем рост продаж украшений уже с драгоценными камнями – алмаз, изумруд, рубин, сапфир.

В сентябре этого года значительно (примерно на 20%) выросли продажи

цепей и браслетов большого веса из золота. Люди хотят быть уверенными, в том, что в кризис они не потеряют свои деньги, покупая такие украшения. Наши клиенты по-прежнему рассматривают ювелирные изделия как инвестицию в будущее.

Любой кризис можно рассматривать как катастрофу, а можно – как шанс.

В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ ДЛЯ КОМПАНИЙ ЗАЛОГОМ УСПЕХА СТАЛА СКОРОСТЬ, БЫСТРОТА РЕАКЦИИ, МОБИЛЬНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ РЕШЕНИЙ.

КАК И МНОГИЕ КРУПНЫЕ БРЕНДЫ, МЫ ОШИБАЛИСЬ, ПРОБОВАЛИ, НАСТРАИВАЛИ ПРОЦЕССЫ, ИЗОБРЕТАЛИ – ЭТО НАС ОБЪЕДИНИЛО И ЗАКАЛИЛО.

В частности, мы поняли, насколько важна логистика интернет-магазинов. Всем не хватало курьеров – специалисты отмечали рекордный рост спроса на их услуги. И для нас решение этого вопроса стало одним из тех вызовов, которые помогают становиться лучше. Главное направление сейчас – автоматизация, именно в ней мы видим увеличение доходности.

Кроме того, мы используем



инновационный подход к мерчендайзингу и витринам. Вся выкладка товара организована так, чтобы клиентам было легко определиться с выбором среди огромного ассортимента.

Совсем скоро в наших магазинах можно будет купить популярные во всем мире зажигалки Zippo. И уже сейчас мы готовим к производству коллекцию украшений под брендом «Love is» – в следующем году она появится на полках наших магазинов.

Так что в планах на 2021 год – выпуск знаковых коллекций, как в сотрудничестве со знаменитыми брендами, так и собственного производства.

New Name New Look
Same Commitment to the Industry

**JEWELLERY
& GEM**
WORLD HONG KONG

**NEW
DATES**

9 – 13. 11. 2020

AsiaWorld-Expo • Hong Kong

The World's Number One Fine Jewellery Event



JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

Тел : (812) 303 98 69

Fax : (812) 320 01 41

www.junwex.com

press@rjexpert.ru



@junwex_fair



@junwex



@junwex_official

