



SUN STONE

Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

681 от 29 июня 2021

- www.junwex.com

Грозит ли Москве новый локдаун?

Пережитый в 2020 вынужденный простой для предприятий отрасли стал болезненным ударом, в значительной мере затруднившим развитие. Собственно наряду с катастрофическим падением покупательской способности в массовой среде граждан о развитии говорить можно с большой натяжкой.

Благополучными на фоне пандемии и неблагоприятных законов, принимаемых в экономике, оказались лишь продавцы премиального сегмента украшений. И объяснять контролирующим органам, почему казна этого успеха не почувствовала - время тратить зря.... Пусть учатся на своих ошибках, если не способны слышать и учиться на чужих.

Падение продаж в массовом сегменте, судя по анализу работы Секретариата Клуба «Российская Ювелирная Торговля» и информации поступающей от заводов - участников Единой Выставочной

Программы «Ювелирная Россия» продолжается и в этом полугодии.

Сопоставляя результаты обзвона на прошлой неделе Секретариатом Клуба ювелирных магазинов в Уральском ФО и результаты «развоза» своего ассортимента одним из крупных поставщиков ювелирной продукции в этом регионе, совпавшего по времени с звонками из Секретариата, видим следующее:

Из 851 магазина отказались от посещения октябрьской выставки JUNWEX Москва 59 (6.8%)/ Из них 19 закрылись, а остальные 40 причинами отказа от посещения называют недостаток средств на поездку. Посещают выставки только в своем регионе, «нам и так привозят», что собственно опять равно отсутствию оборотных средств...

У поставщика, развозившего продукцию в этом регионе, на 12%

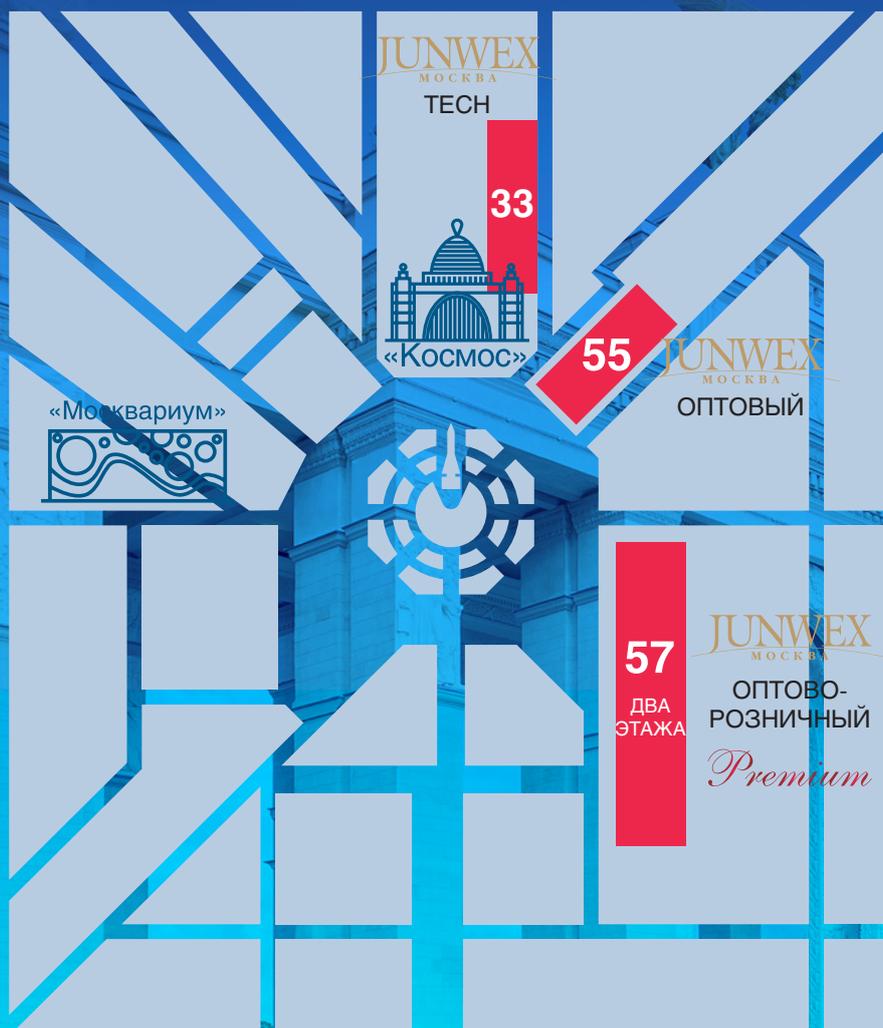
XVII МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА

JUNWEX

МОСКВА

27–31 октября 2021

Три павильона — 33, 55 и 57



**ЛУЧШАЯ ВЫСТАВКА РОССИИ
ПО ТЕМАТИКЕ «ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ОТРАСЛЬ»**
по данным Общероссийского рейтинга выставок составленного
Российским союзом выставок и ярмарок (РСВЯ) при поддержке
Торгово-промышленной палаты РФ (ТПП РФ)

уменьшилось число покупателей, а объем продаж сократился почти вдвое.

Из обзвона ювелирных магазинов в 69 российских городах за июнь месяц картина вырисовывается практически похожая на уральские показатели. Если учесть, что за два прошедших года число малых предприятий в отрасли (а ювелирные магазины Клубной сети все относятся к этой категории) сократилось на 27%, то вот собственно и картина для размышления о сегодняшних ювелирных продажах...

Если ковидный локдаун повторится, то последствия будут, видимо, ощутимее и можно предполагать, что падение грозит стать лавинообразным. Общие показания «по больнице» тоже не радуют. Количество заболевших ковидом резко увеличивается и санитарно-эпидемические меры, соответственно, ужесточаются.

В результате Военно-морской салон в Санкт-Петербурге начался без права публичного посещения мероприятия. Экспоцентр в Москве заявил о перенесении ранее планируемой выставки «Водное Шоу» с сентября на октябрь. Государственный

Кремлевский дворец (ГКД) переносит запланированные до конца сезона мероприятия на осень из-за введения ограничения максимального числа зрителей до 500 человек. На ВДНХ также принимаются меры ужесточения ковидного режима и пересмотра графика выставок, стоящих в плане на июль, август и сентябрь 2021 года.

Ну а по Москве Кремль уже поддержал решение столичного мэра Сергея Собянина, заявившего: «Предприятия общественного питания в Москве будут функционировать в “бесковидном” режиме с 28 июня. Начиная со следующего понедельника, посещать рестораны, кафе и прочие заведения общепита смогут исключительно следующие категории людей: прошедшие вакцинацию, переболевшие COVID-19 в течение последних шести месяцев либо имеющие отрицательный ПЦР-тест, действительный в течение трех дней. Бумажные справки или сертификаты приниматься не будут. Необходимо иметь специальный QR-код».

Для того чтобы не потерять стабильность, остается только внимательно следить за ситуацией, быть настороже и не болеть самим!

ГОТОВИМСЯ К ВЫСТАВКЕ

Начните работу в «JUNWEX Индекс» прямо сейчас!

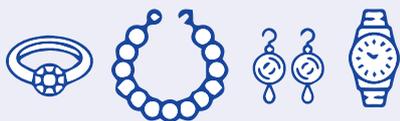
ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ
УЧАСТНИКА

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

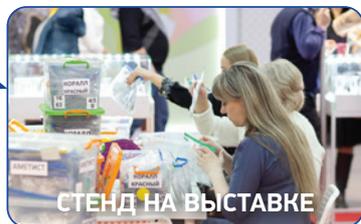


Ознакомление со списком
предложенных клиентов
и составление графика встреч



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

Регистрируйтесь на JUNWEX!

Личные кабинеты уже функционируют

Согласно актуальным требованиям Роспотребнадзора, в этом году регистрация на выставку в обязательном порядке должна осуществляться предварительно — посредством Личного кабинета посетителя.



ЭТАПЫ РЕГИСТРАЦИИ

Для посетителей, имеющих личный кабинет:

1. Зайти в Личный кабинет на сайте <http://index.junwex.com/authentication>
2. Подать заявку на посещение.
3. Получить письмо на e-mail с подтверждением.

Для новых посетителей:

1. Заполнить форму для создания Личного кабинета на сайте http://index.junwex.com/visitor_registration/)
2. Подтвердить e-mail.
3. Подать заявку на посещение.
4. Получить письмо на e-mail с подтверждением.

НАЗНАЧЕНИЕ ВСТРЕЧ С УЧАСТНИКАМИ

Вы можете воспользоваться системой назначения встреч с участниками, отправить приглашения на встречи интересующим вас компаниям, составить и согласовать график посещения выставки. *Этот сервис будет доступен в Личном кабинете посетителя за 2 недели до начала работы выставки.*

ЗАЧЕМ ЭТО ДЕЛАТЬ ЗАРАНЕЕ?

- Личный кабинет посетителя содержит основную информацию о компании. На основании интересов формируется список полезных для бизнеса мероприятий
- В Личном кабинете составляется график встреч и в любой момент можно найти информацию о конкретной продукции или компании.
- Через Личный кабинет можно сделать запрос, который требует решения, и возможные партнеры будут автоматически о нем проинформированы.
- Готовые бейджи и пакет посетителя вы получите без очереди на стойке регистрации, в отдельном окне для представителей Клуба РЮТ.

- Готовые бейджи и пакет посетителя вы получите БЕЗ ОЧЕРЕДИ на стойках регистрации при входе в павильоны.

ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Организаторы обеспечивают на выставке соблюдение всех условий эпидемиологической безопасности для участников и посетителей. Технические возможности экспозиционные площадки позволяют сохранять безопасную дистанцию между людьми, регулировать потоки посетителей, проводить дополнительную дезинфекцию.

ВСЯ ИНФОРМАЦИЯ О ВЫСТАВКЕ:

www.junwex-msk.ru

+7 (812) 320 93 11

info@jewellerclub.ru

IJA CONF

25 октября
Москва

Международная
ювелирная
конференция



Конференция IJA переносится на октябрь

АКАДЕМИЯ IJA ПЕРЕДВИНУЛА IJA CONF XVII НА МЕСЯЦ ВПЕРЕД, ЧТОБЫ ПРЕДСТАВИТЕЛЯМ ЮВЕЛИРНОЙ ОТРАСЛИ НЕ ИЗ МОСКВЫ БЫЛО УДОБНО ПОСЕТИТЬ И КОНФЕРЕНЦИЮ, И ВЫСТАВКУ JUNWEX ЗА ОДНУ ПОЕЗДКУ.

НОВАЯ ДАТА – 25 ОКТЯБРЯ

Цели организаторов всегда неизменны – наполнить участников (собственников и руководителей, менеджеров и маркетологов, а также HR-специалистов):

- идеями, которые помогут развивать бизнес по всем фронтам – взрастить вдохновенную команду, усовершенствовать сервис и перейти на иной уровень управления.

- энергией, которой хватит на воплощение всех затей в жизнь, которая будет бить через край.

«Привожу с десяток новых идей для бизнеса!» – Михаил Лисовой, ювелирная сеть «Аквамарин».

IJA CONF – это:

16 спикеров, каждый из которых заразит вас энтузиазмом перемен к лучшему: Артур Салякаев, Ксения Поднебесная, Татьяна Пашутина, Алексей Карев, Алексей Фурсов, Елена Березовская и Евгений Маханьков.

ВЫ УЗНАЕТЕ:

- как использовать психологические триггеры в продажах;
- как создавать визуальный контент, который увеличит прибыль;
- как в ювелирном доме Podnebesnaya & Podnebesny общаются с клиентами премиум-сегмента;

■ как управлять продажами через систему мотивации персонала;

■ как удвоить продажи на Wildberries за полгода;

- и не только.

Экспозона, где производители представят свежие коллекции украшений.

Нетворкинг: возможность без суеты пообщаться с друзьями из отрасли и завести полезные знакомства. Связи решают все!

Присоединяйтесь, чтобы перенять опыт экспертов мирового уровня!

Регистрируйтесь на официальной странице конференции уже сейчас!

www.ija-academy.com

В Костроме обсудили проблемы экспорта и регуляторные изменения

28 ИЮНЯ В КОСТРОМЕ ПРОШЛА ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ, УЧАСТИЕ В КОТОРОЙ ПРИНЯЛИ ПРЕДСТАВИТЕЛИ БИЗНЕСА, ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ, РЕГИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ.

На встрече обсуждались самые острые вопросы изменения регуляторной политики в сфере драгоценных металлов и драгоценных камней, а также проблемы экспорта.

С особым интересом аудитория пленарной сессии ожидала выступления директора Департамента государственного регулирования отрасли драгоценных

металлов и драгоценных камней Юлии Гончаренко. В своём докладе она остановилась на пользе внедрения ГИИС ДМДК. Своё выступление Юлия Александровна начала со слов о том, что визит в Кострому считает важным, поскольку именно здесь находится один из самых главных (если не главный) кластеров отечественной ювелирной промышленности. Это косвенно подтверждает и тот факт, что одна из самых крупных пробирных инспекций расположена именно в Костромском регионе.

О внедрении ГИИС ДМДК директор Департамента государственного регулирования отрасли драгоценных металлов и драгоценных камней сказала следующее:



«Система запускается, находится в постоянной корректировке. При разработке ГИИС ДМДК мы понимали, что в пробирном надзоре и в обороте драгоценных металлов и камней многое устарело. Особенно это касается вопросов цифровизации. Со времён Петра I небольшие изменения претерпели клейма, а вот каких-то других серьёзных новшеств не было. При этом мы слышали обращения бизнеса о проблемах с доставкой, с отчётностью, с обратной связью от государства.

ГИИС ДМДК создавалась как раз для того, чтобы разрешить эти проблемы, обеспечить взаимодействие регуляторов и бизнеса в онлайн режиме, чтобы государство получило возможность корректно собирать статистику.

Не секрет, отчётность предоставлялась не всеми участниками рынка. Свести её воедино и получить реальную картину было невозможно. Бизнес, в свою очередь, благодаря этой системе получит освобождение от большой бумажной волокиты.

Сейчас отладка этой коммуникации находится в доработке. Мы понимаем, что нужно время на интеграцию внутренних систем участников рынка с общей системой. Разработчик в качестве сроков окончания этой отладки называет сентябрь-октябрь. Когда система будет готова, мы получим интегрированные системы Налоговой службы, ФТС, Росфинмониторинга. Это позволит избежать двойной работы».

Этапы внедрения ГИИС ДМДК

Разбираемся в этапах внедрения ГИИС ДМДК ювелирных изделий: с какого числа что будет добровольным, а что обязательным.

С 1 апреля 2021 г. добровольное:

- внесение в ГИИС ДМДК сведений о [произведенных] ювелирных изделиях отечественного производства и ввезенных в РФ;
- внесение в ГИИС ДМДК сведений о получении клейменных ювелирных изделий от Федеральной пробирной палаты;
- внесение в ГИИС ДМДК сведений о находящихся в обороте ювелирных изделиях (за исключением ювелирных изделий, принятых на комиссию от физических

лиц, реализуемых ломбардами не востребовавшихся ювелирных изделий, на которые обращено взыскание);

- нанесение двухмерного штрихового кода непосредственно на ювелирные изделия с внесением информации о них в ГИИС ДМДК.

С 1 августа 2021 г. добровольное:

- внесение производителями или осуществляющими ремонт ювелирных изделий сведений в ГИИС ДМДК о поступлении драгоценных металлов и драгоценных камней, используемых для их изготовления, а также об отгрузке (реализации) готовой продукции;



- нанесение двухмерного штрихового кода непосредственно на ювелирные изделия, принятых на комиссию от физических лиц, на не востребованные ювелирные изделия, на которые ломбардами обращено взыскание;
- нанесение УИН на ярлыки ювелирных изделий, принятых на комиссию от физических лиц и не востребованных, на которые ломбардами обращено взыскание, с внесением в ГИИС ДМДК сведений об указанных изделиях.

С 1 сентября 2021 г. добровольное:

- внесение сведений в ГИИС ДМДК о поступлении и реализации ювелирных изделий и их лома при скупке;
- внесение сведений в ГИИС ДМДК о поступлении и реализации сырья и продуктов переработки осуществляющими обработку (переработку) лома и отходов.

С 1 сентября 2021 г. в обязательном порядке:

- операции по специальному учету (постановка, снятие, внесение изменений) производятся исключительно в ГИИС ДМДК;
- операции по регистрации именников производятся исключительно в ГИИС ДМДК.

До 15 января 2022 г. в обязательном порядке:

- внесение в ГИИС ДМДК сведений об остатках драгоценных металлов, драгоценных камней, ювелирных изделий по данным бухгалтерского учета на 1 января 2022 г.

6. До 1 апреля 2022 г. в обязательном порядке:

- внесение в ГИИС ДМДК уточненных сведений об остатках драгоценных металлов, драгоценных камней, ювелирных изделий по данным бухгалтерского учета на 1 января 2022 г.

С 1 марта 2022 г. в обязательном порядке:

- оборот драгоценных металлов, драгоценных камней осуществляется только при наличии средств идентификации (за исключением ювелирных изделий);
- ювелирные изделия (за исключением заявленных в качестве остатков) должны иметь присвоенный каждому такому изделию УИН и прикрепленный к изделию ярлык, оформленный в соответствии с Правилами.

С 1 сентября 2022 г. в обязательном порядке:

- ювелирные изделия, заявленные в качестве остатков, должны иметь УИН и прикрепленный к изделию ярлык, оформленный в соответствии с Правилами.

С 1 марта 2023 г. в обязательном порядке:

- на ювелирные изделия (за исключением заявленных в качестве остатков) должны быть нанесены двухмерные штриховые коды непосредственно на сами изделия.

С 1 марта 2024 г. в обязательном порядке:

- на ювелирные изделия, заявленные в качестве остатков, должны быть нанесены двухмерные штриховые коды непосредственно на сами изделия.

Обращаем внимание, что документом не определены сроки начала этапа добровольного оформления ярлыков ювелирных изделий в соответствии с Правилами (этап обязательного оформления ярлыков ювелирных изделий в соответствии с Правилами наступает с 1 марта 2022 года для вновь произведенных ювелирных изделий, и с 1 сентября 2022 года для заявленных в качестве остатков).

Однако исходя из того, что добровольное нанесение УИН на

ярлыки ювелирных изделий, принятых на комиссию от физических лиц, установлено документом с 1 августа 2021 года, можно предположить, что этап добровольного оформления ярлыков вновь произведенных ювелирных изделий в соответствии с Правилами (т.е. осуществление производителем печати на ярлыке УИН в виде двумерного штрихового кода) должен начаться одновременно с нанесением двумерного штрихового кода непосредственно на ювелирные изделия, т.е. с 1 апреля 2021 года.

Рождение нового лидера отрасли. «Арт-КАРАТ» приобретает «АДАМАС»

БЕЛГОРОДСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД «АРТ-КАРАТ» (SVETLOV) УЧАСТВУЕТ В ПРИОБРЕТЕНИИ СТАРЕЙШЕГО ОМНИКАНАЛЬНОГО ЮВЕЛИРНОГО РИТЕЙЛЕРА РОССИИ «АДАМАС». СДЕЛКА ЗАПЛАНИРОВАНА НА ИЮЛЬ 2021 ГОДА.



Участником сделки по приобретению «АДАМАС» является один из основателей ритейла и БЮЗ, Председатель совета директоров БЮЗ «Арт-КАРАТ», Михаил Несветайло. Также совладельцем компании станет Президент объединения предприятий «Вымпел А» Эдуард Бендерский.

В начале 2021 года Михаил Несветайло сообщил об амбициозных планах по вхождению «Арт-КАРАТ» в топ-3 ведущих ювелирных компаний России. Сделка с «АДАМАС» встраивается в логику этого заявления.

По мнению Михаила Несветайло, слияние двух брендов позволит получить синергетический эффект и усилить позиции каждого из них за счет развития лучших отработанных в компаниях практик.

В 2022 году количество магазинов обновленной сети должно увеличиться до 250. Новые собственники также намерены преодолеть финансовые и репутационные издержки, связанные с последними годами деятельности «АДАМАС».

Сейчас «АДАМАС» и «Арт-КАРАТ» входят в ТОП-10 компаний-игроков рынка по объему выручки.



Белгородский ювелирный завод является единственным в Центральном федеральном округе производителем ювелирных изделий и на протяжении пяти лет экспансивно развивается как высокотехнологичное производство с собственными центрами оптовой и розничной торговли в России, Белоруссии, Казахстане.

В 2020 году завод произвел 1 977 кг готовой продукции. Выручка от продаж компании «БЮЗ «Арт-Карат» по итогам 2020 года составила 1,1 млрд. руб. При этом в 2020 году компанией получено 109,4 млн. руб. чистой прибыли.

Белгородский ювелирный завод «Арт-Карат» признан ведущим российским производителем ювелирных украшений из золота и награжден отраслевым знаком «Лидер отрасли». Победители определены на основании данных Пробирной Палаты России и РИА «РосЮвелирЭксперт».

Ювелирная сеть «АДАМАС» создана в 1993 году. Сейчас у компании 180 магазинов в более чем 70 городах России.



Forbes: Почему в России закрываются ювелирные магазины и заводы

ПРОДАЖИ И ПРОИЗВОДСТВО ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПАДАЕТ. ПРИЧИНЫ В РОСТЕ ЦЕН НА СЫРЬЕ, ЭКОНОМИЧЕСКОМ КРИЗИСЕ И ПАНДЕМИИ. ЮВЕЛИРЫ УХОДЯТ В ИНТЕРНЕТ

Объем продаж ювелирных изделий в России в денежном выражении останется неизменным уже третий год и по итогам 2021 года составит примерно 240 млрд рублей. Зато в натуральном выражении (изделия в штуках и граммах) ожидается падение от 15% до 20%.

По данным Гильдии ювелиров России, количество ювелирных заводов в России сократилось с 4500 в прошлом году до 3500 в этом, магазинов — более чем с 20 000 до 12 000-15 000, количество

сотрудников в отрасли — со 160 000 примерно до 100 000 человек. Московский ювелирный завод, например, закрыл в 2020 году 35 магазинов.

Небольшой рост есть только в количестве мастерских по ремонту ювелирных изделий: с 5300 до более 6000 соответственно. Это связано с тем, что люди не могут сейчас себе позволить покупать новые украшения и стараются починить старые, поясняют в Гильдии.

«ЗОЛОТОЕ» СЫРЬЕ

Основная проблема — рост цен на сырье. Стоимость золота и драгоценных камней с прошлого года увеличилась на 50-60%. На драгоценные металлы и камни приходится 85-90% стоимости

изделия. По данным Центробанка, в декабре 2019 года цена золота составляла 2900-3000 рублей за грамм, серебра 34-35 рублей за грамм. В прошлом году повышение цен по золоту - на 50%, по серебру - на 75%. Грамм золота в декабре 2020 года стоил уже 4300-4500 рублей, серебра – 60-61 рубль.

Камни – товарнебиржевой. По оценке Гильдии ювелиров, природные камни за тот же период подорожали в два-три раза. Например, самый популярный камень топаз вырос в цене с \$5 за карат до \$11-12.

Подорожание существенно ударило по производителям, из-за дефицита оборотных средств, они не могут закупать золото в достаточном количестве и производить изделия.

Так, в 2019 году было произведено 57 т ювелирных изделий из золота, заклеено 30 млн штук. В 2020 году было произведено лишь 39 т изделий и заклеено 21 млн штук. Тенденция на снижение продолжится и в этом году, уверены эксперты.

РАСТЕТ ТОЛЬКО ЛЮКС

Повышение стоимости изделий у производителя вынуждает торговые сети повышать цены. Больше всего пострадал массовый сегмент, продажи в натуральном выражении в прошлом году упали на 30%.

В то же время люксовый сегмент вырос в два раза. Те, кто раньше покупал драгоценности за рубежом и сейчас из-за пандемии не имеет возможности выехать, приобретают изделия в России. Наибольшим спросом пользуются изделия с редкими природными камнями – рубинами, изумрудами, сапфирами, гранатами, аквамаринами, турмалинами, танзанитами.

«Клиенты оценили комфорт приобретения товаров в России. У нас широкий выбор моделей, высокий уровень сервиса и включены все пошлины. Кроме того, конкурентоспособные по сравнению с Европой цены на часы и ювелирные изделия. Все это стало важным фактором для роста продаж», – пояснили Forbes в пресс-офисе компании Mercury.



Продажи ювелирных украшений в январе — июне 2021 года у Mercury выросли более чем в полтора раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В компании отмечают рост интереса к часам и украшениям как к инвестициям. Например, вырос запрос на часы со сложными функциями, такие как Patek Philippe, все модели Rolex и ювелирные украшения с исключительными характеристиками, подтвержденными международными сертификатами.

«Продажи украшений категорий премиум и люкс у нас растут перманентно, из года в год. В данном сегменте мы никогда не наблюдали

падение и не наблюдаем сейчас, — рассказала Forbes директор по продажам и развитию Московского ювелирного завода Анастасия Саранцева. — К категории люкс мы относим украшения стоимостью от 1 млн рублей и выше».

В 1 кв 2021 года продажи дорогих изделий с бриллиантами выросли на 20% по сравнению с аналогичным периодом 2020 года, говорит коммерческий директор сети ювелирных магазинов «Адамас» Дмитрий Досько.

Количественно продажи снизились, подтверждает он. Но рост среднего чека (как за счет стоимости единицы проданного товара, так и за счет количества позиций в чеке) перебивает это падение почти в два раза. «Наша выручка по работающим магазинам сейчас превосходит значения 2019 года», — уверяет Досько.

ЭПИДЕМИЯ ЧУТЬ НЕ УБИЛА РЫНОК

Эпидемия коронавируса и связанные с этим ограничения в прошлом году

привели практически к полной остановке работы производителей. Из-за закрытия торговых центров многие ювелирные сети были закрыты в среднем от двух до четырех месяцев.

Из всех сегментов розничной торговли рынок ювелирных изделий пострадал сильнее всего, отмечает гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров. Ретейлеры были вынуждены закрывать торговые объекты, которые из-за снижения трафика оказались экономически неэффективными, напоминает он.

Летом прошлого года о сокращении количества магазинов объявляли ювелирная сеть «585 золотой», Московский ювелирный завод и «Адамас».

Так как отрасль не была включена в список наиболее пострадавших, Гильдия ювелиров в апреле 2020 года обращалась к министру промышленности и торговли Денису Мантурову. Без господдержки последствия для

отрасли будут катастрофическими, писали ювелиры. Они просили предоставить отрасли налоговые каникулы, реструктурировать кредиты, перевести арендные платежи на процент от выручки, снизить ставки страховых платежей и повысить пособия по безработице.

В результате торговлю ювелирными изделиями в список пострадавших включили (они смогли воспользоваться мерами господдержки: кредиты на заработную плату, льготные тарифы на соцстрахование и пр. — Forbes), а вот российские производители остались ни с чем.

Практически все производство в России ориентировано на выпуск продукции бюджетного ценового сегмента, где средний чек составляет 8000 рублей.

В основном это индивидуальные украшения из серебра и легковесные изделия из золота. 98% предприятий отрасли относятся к малому и микробизнесу, в регионах традиционного производства

ювелирных изделий развит формат семейных компаний.

«В ювелирном кластере Костромы сосредоточено большинство российских производств (на них приходится 40% всех произведенных ювелирных изделий), у нас трудится почти 20 000 рабочих.»

Однако наш бизнес почему-то не сочли пострадавшим, хотя нас обязали на некоторое время закрыть заводы на локдаун. Даже открывшись, работать толком было невозможно.

Отгружать товар было некому, розничные сети были закрыты», — говорит Максим Гутерман, коммерческий директор ювелирного завода «Топаз» (бренд Karatov).

СПАСЕНИЕ В ИНТЕРНЕТЕ

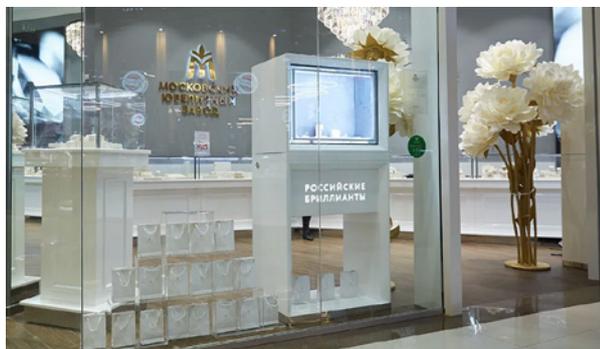
Дистанционная торговля ювелирными изделиями могла существенно помочь торговым сетям, но она стала возможна лишь с декабря 2019 года. До этого в стране действовал президентский указ от 1992 года, запрещающий отрасли торговать онлайн.

Перед кризисом продажи большинства ювелирных компаний через интернет не превышали 4% от оборота, поэтому компании оказались не готовы к работе в условиях пандемии.

Mercury запустила онлайн-продажи часов и ювелирных изделий в марте 2020 года. Это направление активно развивается и имеет большой потенциал (до 500 000 уникальных пользователей в месяц), отмечают в компании. Общий уровень онлайн-продаж в 2021 году увеличился в два раза по отношению к 2020 году.

Онлайн-торговля стала выходом и для «Адамаса», признает Дмитрий Досько. Однако, ювелирные украшения — это товар, который покупатели все равно хотят перед покупкой примерить и потрогать вживую, отмечает он. «Мы не ожидаем, что доля онлайн-продаж в будущем превысит 20-25% от общего объема продаж компании», — говорит Досько.

У бренда SOKOLOV онлайн-канал обеспечивает порядка 30% выручки, аудитория интернет-магазина достигла 3 млн человек в месяц,



говорит управляющий партнер бренда Артем Соколов. В итоге компания закрыла 2020 год с ростом операционной прибыли на 60%.

Московский ювелирный завод тоже фиксирует рост онлайн-продаж: их доля выросла до 15% по сравнению с 7-8% год назад.

Ювелирные украшения в прошлом году стали одной из самых быстрорастущих категорий, признают маркетплейсы. За прошлый год на Ozon оборот от продаж ювелирных изделий вырос в 5,4 раза, отмечает Илоанга Ершова, директор по развитию бизнеса Ozon.

В 2021 году тенденция продолжилась: оборот от продаж ювелирных изделий в первом квартале 2021 вырос вчетверо

год к году, средний чек при этом не увеличился относительно показателей первого квартала прошлого года и составляет порядка 2000 рублей.

В 2020 году оборот ювелирной продукции на Wildberries достиг 5 млрд рублей, а с января по май 2021-го — 2,6 млрд рублей, что на 50% больше, чем за аналогичный период прошлого года, сообщил представитель компании.

Средний чек в 2020 году был около 1655 рублей, за пять месяцев 2021-го он подрос до 1688 рублей. Сейчас у Wildberries продажей ювелирных украшений занимается 1067 поставщиков, их число год к году увеличилось почти в три раза.

В пять раз выросло количество предпринимателей и брендов ювелирных изделий с декабря 2019 года к декабрю 2020 года на Ozon.

По итогам первого квартала 2021 число продавцов на маркетплейсе выросло более чем в четыре раза год к году.

Источник: Forbes



Италия ждет открытия VICENZAORO в сентябре

РЫНОК ЗОЛОТА И
ДРАГОЦЕННОСТЕЙ С
УВЕРЕННОСТЬЮ СМОТРИТ
НА ПРЕДСТОЯЩУЮ
МЕЖДУНАРОДНУЮ ВЫСТАВКУ
VOS VICENZAORO SEPTEMBER.

Выставка The Jewellery Boutique Show, организуемая компанией IEG - Italian Exhibition Group, наконец-то пройдет вживую с 10 по 14 сентября 2021 года в городе Виченце.

Выставка состоится совместно с выставкой T.Gold, посвященной оборудованию и современным технологиям, и мероприятием VOVintage, проводимым специально для показа высококачественных винтажных часов.

“VOS, - заявил IEG CEO Коррадо Перабони, - будет первым в этом году международным мероприятием для этого сектора в Европе”.



Fope, Roberto Coin, Crivelli, Bros Manifatture, Unoerre, Graziella Group, Chrysos, Karizia, World Diamond Group и другие крупнейшие производители уже зарегистрировались.

Предполагается, что это мероприятие станет значимым событием в деловом мире и послужит установлению полезных связей по всему миру.

VBI - покупательский индекс Vicenzaoro, периодически отслеживающий настроения репрезентативной группы штатных специалистов ювелирной индустрии со всего мира,

в июне показал, что уверенность в будущем этого бизнеса выросла более чем вдвое по сравнению с прошлым годом.

В равной степени быстро растет готовность покупателей из стран Ближнего Востока и Северной Америки, а также Европы и Италии к участию в выставке VOS с физическим присутствием.



Organised by **ITALIAN EXHIBITION GROUP**
Pioneering the future



LITHUANIA

XVIII INTERNATIONAL BALTIC JEWELLERY SHOW

AMBER TRIP

VILNIUS, 2021
NEW PLANNED DATES
ARE **18-21 AUGUST**



LITEXPO
LAISVES av. 5, VILNIUS
LITHUANIA

Contact us
for more
information:



+370 618 53538
info@ambertrip.com
www.ambertrip.com

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

