



ЮЗ «АЛЕКСАНДРА»

Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

690 от 31 августа 2021

• www.junwex.com

Центр притяжения для всей отрасли

Цените время и возможность за самый короткий срок объять необъятное? Это возможно только на JUNWEX Москва!

- Сразу три павильона ВДНХ (55, 57 и 33)
- >14 тысяч кв.метров экспозиции
- >300 экспонентов
- > 25 000 посетителей – это среднее количество посетителей

Эффективность проверена годами!

Выставка JUNWEX Москва 2021 уже 17я по счету, но если суммировать все выставки JUNWEX по России, то их число приближается к 70!

Будьте с лидерами!

JUNWEX - единственная выставка, отмеченная знаками UFI и РСВЯ (Российский союз выставок и ярмарок). Нас выбирают в качестве партнера CIBJO, Reed Exhibitions, UBM Asia (Informa), Messe Munchen.

Must visit для бизнеса и не только

Если Вы живете ювелирным делом, хотите знать все, что происходит на рынке, познакомиться со всеми, кто двигает эту отрасль вперед, кто задает тренды и отвечает за их развитие? Ждем Вас на JUNWEX!

Консолидация крупных, средних, малых и микро предприятий и представителей ювелирной

торговли – это одна из уникальных отличительных особенностей выставок JUNWEX. Это место встречи всех участников ювелирного рынка!

- Расширение контактов
- Гарантированные закупки оптовыми розничными покупателями со всех регионов России
- Узнаваемость и повышение значимости бренда на ювелирном рынке
- Возможность обучения и обсуждения важнейших отраслевых вопросов
- Для новых компаний – возможность эффектно заявить о себе и презентовать свою продукцию

Конкурс ювелиров “Лучшие украшения России” позволяет увидеть все великолепие мастерства художников, представить публике самые интересные изделия и конечно, получить заслуженное признание.

Вся Москва с нами!

В преддверии выставки и на время ее проведения столица становится масштабной площадкой для размещения информации о выставке. И конечно, сам комплекс ВДНХ ежегодно подтверждает свою исключительную притягательность и возможность обеспечения беспрецедентного потока посетителей.

Для розницы JUNWEX – это самый большой ювелирный магазин в мире, который откроет свои двери лишь на несколько дней. Выставка JUNWEX уникальна тем, что на ней представлен и premium сегмент, и дизайнерские новинки, и изделия доступные для покупки на любой бюджет.

До встречи с 27 по 31 октября!

Контакты Оргкомитета:

(812) 320 80 99
junwex@junwex.com

Когда главное – доверие!

Открыт прием заявок на участие в конкурсе «Надежный партнер 2021». Это не просто конкурсная номинация, это высокое и почетное звание, честное заслуженное ювелирным магазином.

Как проходит конкурс?

В голосовании за номинантов принимают участие ведущие поставщики ювелирных изделий со всей страны. Объективность, неподкупность, прозрачность выбора – вот главные преимущества этого конкурса.

Здесь нет ста номинаций, а есть только уважение, доверие, твердое «купеческое» слово и профессиональная честь!

Что получают победители?

- Организация персональных переговоров (отборки товаров, презентации коллекций) с тремя компаниями-поставщиками (на выбор победителя) во время выставки JUNWEX;

- Предоставление одного бесплатного номера на трое суток в любой предлагаемой Оргкомитетом гостинице во время выставки «JUNWEX Петербург 2022»;

- публикация в журнале «Ювелирная Россия» о Вас и Вашем бизнесе;

- видеointервью, которое будет размещено на официальном YouTube-канале JUNWEX и страницах Клуба «Российская Ювелирная Торговля» в соцсетях;

- возможность участвовать в работе Торгово-промышленной секции Клуба «Российская Ювелирная Торговля»

В Экспертный Совет конкурса приглашены ведущие представители отрасли.

Ежегодный конкурс «НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР» для торговых организаций

ЗАЯВКА НА ВЫДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ДЛЯ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ «НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР—2021»

ЗАПОЛНЯЕТСЯ УЧАСТНИКАМИ ВЫСТАВОК ПРОГРАММЫ «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»

ПОЖАЛУЙСТА, ВЕРНИТЕ ЗАПОЛНЕННУЮ ФОРМУ НЕ ПОЗДНЕЕ 17 СЕНТЯБРЯ 2021 Г.

Наименование компании: _____

Контактное лицо, должность: _____

Телефон: _____ E-mail: _____

В рамках выставки «JUNWEX МОСКВА» состоится Ежегодная церемония награждения лучших магазинов года дипломами «НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР—2021». Предлагаем Вам выдвинуть в число номинантов на соискание данного диплома Ваших партнеров, с которыми связывают прочные деловые и надежные отношения. Лауреатами диплома «НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР» становятся торговые предприятия, которые наберут наибольшее число баллов по итогам голосования.

Вручение дипломов будет проходить 27 октября 2021 года на церемонии официального открытия выставки «JUNWEX МОСКВА» в павильоне № 57 на ВДНХ.

Предлагаем включить Ваших партнеров в число номинантов на получение диплома:

	НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	АДРЕС ОРГАНИЗАЦИИ И ТЕЛЕФОН	ОСНОВАНИЕ ДЛЯ ВЫДВИЖЕНИЯ
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			

Представителям вышеперечисленных компаний Клуб «Российская Ювелирная Торговля» заранее подготовит именные бейджи для посещения выставки «JUNWEX МОСКВА».

М.П.

Подпись

Дата

**Подробная информация о Конкурсе «Надежный Партнер»
по тел.: (812) 320 93 11 или по e-mail: info@jewellerclub.ru**

Интересное на выставке

семинар

Приглашаем Вас на семинар в рамках выставки JUNWEX МОСКВА

Замкнутый круг «эпохи Instagram»

О чем поговорим?

- Задачи ювелирной фотосъемки – передать эмоции на расстоянии
- Статистические методы оценки. Какие из ваших фотографий работают лучше и почему.
- Все типы фотографий важны, фото «на моделях», для Instagram, «каталожка» - все они формируют «лицо вашей компании».
- Замкнутый круг, созданный «эпохой Instagram» - современное отношение пользователей к фотографиям.
- Особенности съемок «с моделями» и натюрмортов – как не «выкидывать деньги на ветер».

- Идеи для креативного фото - как находить корректные референсы.
- На что обращать внимание при выборе фотографа.
- Как уменьшить расходы на фотосъемку без снижения ее качества.
- Как заставить тренды работать на себя и с кого брать пример.
- Обойтись своими силами - кому не нужен профессиональный фотограф.



Спикер: Евгений Лаптев,

коммерческий фотограф с 1998 года («Alba-Longa», «LightLAB»)

Регистрация на info@jewellerclub.ru

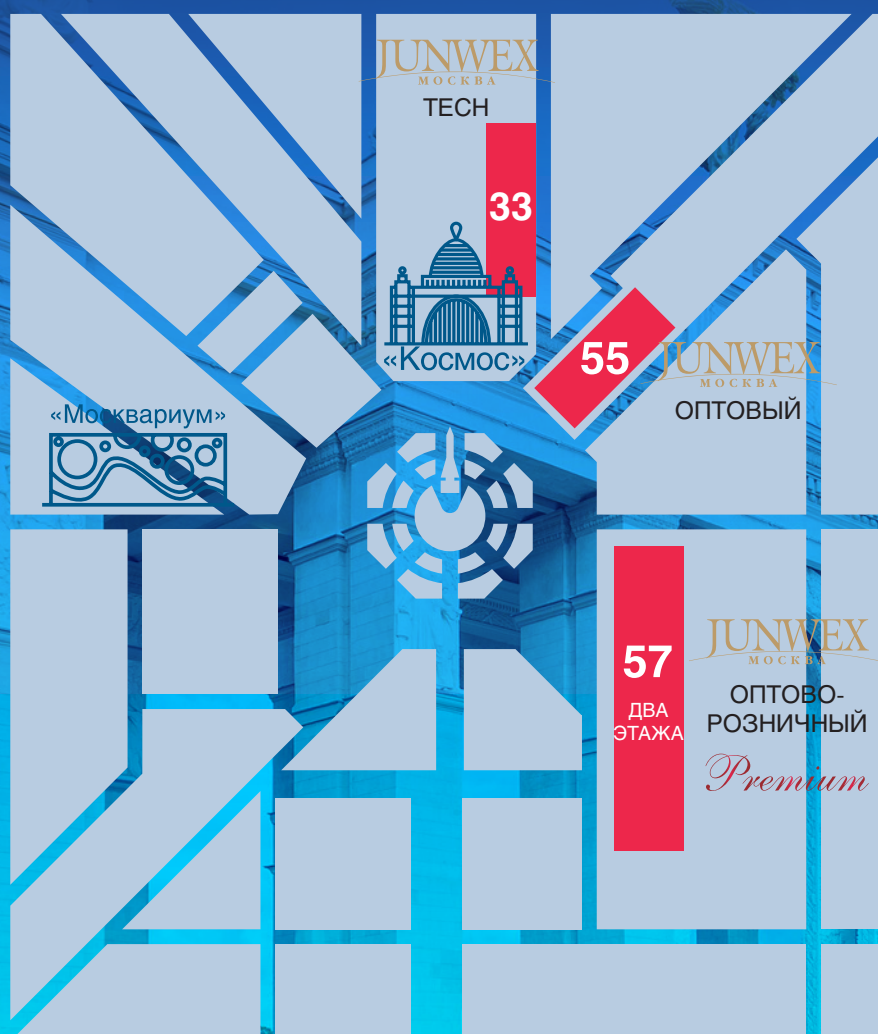
XVII МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА

JUNWEX

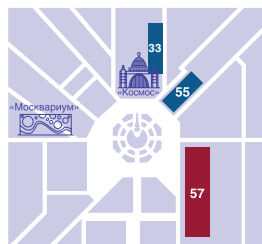
МОСКВА

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)



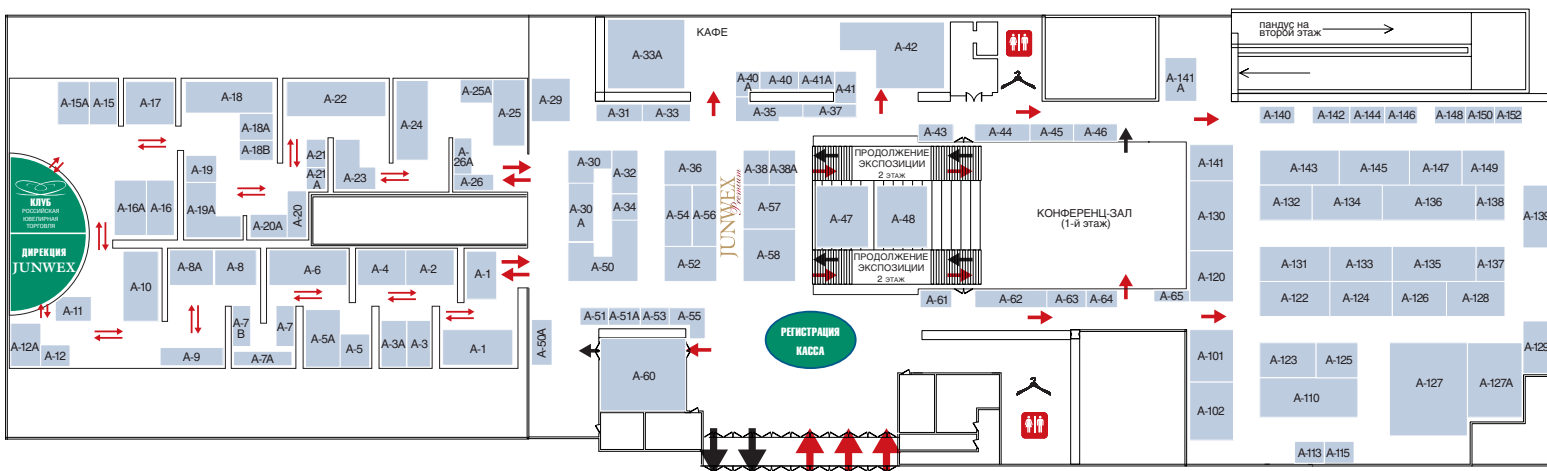
Павильон 57

ОПТОВО-РОЗНИЧНЫЙ ЗАЛ РАЗДЕЛ PREMIUM

27–31 октября 2021

1 ЭТАЖ

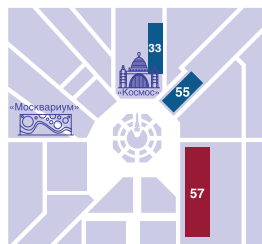
1 этаж



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
999, ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ	A-37
ART-JEWELLER	A-
BAGIRYAN	A-50A
BERGER	A-18
CHAMOVSKIHN, ЮД	A-50
CLARITY (ЯКУТСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ)	A-32
CORONA	A-145
DEWI	A-5A
GOLDEN FORUM	A-45
JEWEL	A-16A
KABAROVSKY, ЮД	A-33A
KRASNOE (СИДОРОВСКАЯ ЮФ)	A-30A
LA NORDICA	A-149
L-SILVER, КОРПОРАЦИЯ	A-132
MAXIM DEMIDOV	A-58
MIUZ DIAMONDS (МОСКОВСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД)	A-29
MOSTAR JEWELLERY	A-54
NATASHA LIBELLE	A-122
PLATINOR	A-3
ROBERTO BRAVO	A-101
RONDA	A-51A
RUBINOV JEWELRY	A-38
SALTO	A-137
SEVEN DIAMONDS	A-35
STYLE AVENUE	A-34
TALANT	A-127
TOMGEM PLUS (БАТАЛИНА А. А., ИП)	A-63
VARDANYAN	A-152
VIOLET (ВИОЛЕТ, ЮД)	A-143
ZLATO, ЮК ЗЛАТО (ЖЕМЧУЖИНА) / ОБЪЕДИНЕННЫЙ ЦЕНТР КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ	A-42
ZOLOTYE UZORY	A-1
ABPORA	A-40
АДАМАНТ, ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ	A-10
АДЕЛЬФИНА / ОБЪЕДИНЕННЫЙ ЦЕНТР КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ	A-42

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
АЛЬТМАСТЕР	A-146
АЛЬФА, ЮК	A-44, A-139
АНЖЕЛИКА	A-148
АПАРТ	A-30
АРГЕНТА, ФАБРИКА СЕРЕБРА	A-102
АРИНА, ЮК	A-8
АТАЛАНТА	A-51
АУДЖА	A-31
БАЛЕКС 925	A-7
БРИЛЛИАНТЫ БЕЛОМОРЬЯ (ЗВЕЗДОЧКА)	A-26
ВЛАДИМИР ПИЧУГОВ	A-33
ГАЛЕРЕЯ САРКИСЯН	A-52
ГОЛДИКА, БЮФ	A-20A
ГРАНАТ, ЮК	A-60
ЕЛИЗАВЕТА	A-125
ЖЕМЧУЖНОЕ ПОДВОРЬЕ, ТМ	A-110
ЗЛАТОГОР, ТМ	A-55
ЗОЛОТАЯ ПАУТИНА	A-43
ЗОЛОТОЙ ДРАКОН	A-20
ИНТЕР-ЧАС (VALENTIN YAREMIO)	A-140
ИОРДАНЬ / ОБЪЕДИНЕННЫЙ ЦЕНТР КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ	A-42
КАСТ, ЗАВОД	A-2
КИЭРГЭ	A-46
КЛИО	A-9, D-9
КОМДРАГМЕТАЛЛ	A-53
КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-123
КРАСНАЯ ПРЕСНЯ	A-130
КРАСНОЯРСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-6
КРЕПКИЙ ОРЕШЕК	A-22
КУСТОВ, ЮП	A-142
ЛАЗУРИТ-К (LAZURIT-K)	A-134
ЛАЙК	A-129A
ЛУКАС-ГОЛД	A-47
МАГНАТ	A-136
МАСТЕР КЛИО	A-128
МЕГАГОЛД, ЮК	A-120
МЕРКУРИЙ, ТД	A-39

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
НЕФРИТ (ДАНИЕЛЯН Л. С., ИП)	A-23
НОВОЕ ВРЕМЯ	A-131
ОСТРОВ СОКРОВИЩ	A-41
ПАЛЛАДА	A-141
ПЕР СЕМПРЕ, ЮФ PER SEMPRE	A-57A
ПЛАТИКА	A-18A
ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИР, ФАБРИКА	A-3A
ПРИМАЭКСКЛЮЗИВ	A-17
РАДУГА, ЮФ	A-147
РАЗДОЛЬЕ	A-150
РИНГО	A-36
РУССКОЕ ВРЕМЯ ЧП	A-65
САЛАМ	A-138
САРГОН	A-48
САХА АЛААС ЯКУТИЯ	A-62
САХА АЛМАЗ ЯКУТИЯ	A-
СЕВЕРНАЯ ЧЕРНЬ	A-3A
СЕРЕБРО ИЗРАИЛЯ	A-21
СЕРЕБРЯНАЯ ВЕНЕЦИЯ, ТМ	A-3A
СИЯНИЕ СИБИРИ	A-57
СОРОКИН ЮК	A-126
СПЕЦСВЯЗЬ	A-141A
СУВЕНИРЫ БАЛТИКИ	A-56
СУГУЕВ М.Г.	A-133
СУПЕРДЖЕМС	A-144
ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДКА РДМ	A-5
УРАЛЬСКОЕ ЗОЛОТО & ДЕМАНТОИДЫ	A-64
ФАБРИКА ГАЛЬВАНИКИ	A-113
ФИТ	A-124
ХОТЬКОВСКАЯ ФАБРИКА РЕЗНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ	A-7A
ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ	A-42
ЭДМ-АРТ	A-7B
ЮВЕЛИРНОЕ ПОДВОРЬЕ	A-18B
ЮВЕЛИРНЫЕ ТРАДИЦИИ	A-129
ЮВЕРОС	A-
ЮВЭЛДИ	A-19



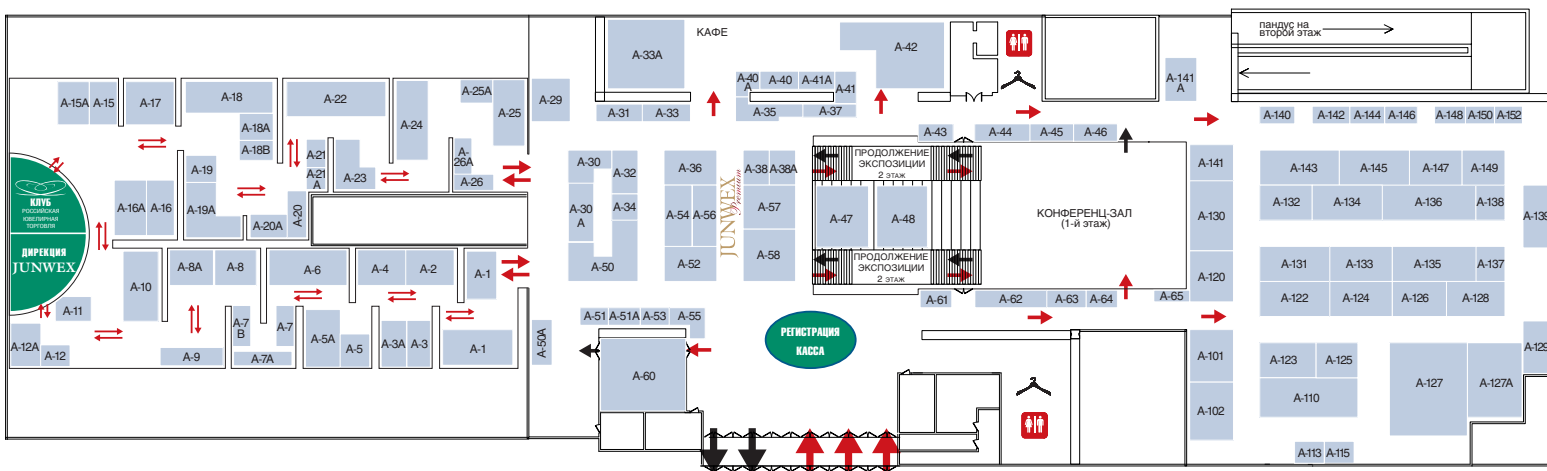
Павильон 57

ОПТОВО-РОЗНИЧНЫЙ ЗАЛ РАЗДЕЛ PREMIUM

27–31 октября 2021

1 ЭТАЖ

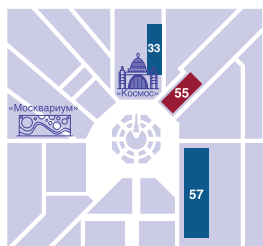
1 этаж



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
999, ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ	A-37
ART-JEWELLER	A-
BAGIRYAN	A-50A
BERGER	A-18
CHAMOVSKIH, ЮД	A-50
CLARITY (ЯКУТСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ)	A-32
CORONA	A-145
DEWI	A-5A
GOLDEN FORUM	A-45
JEWEL	A-16A
KABAROVSKY, ЮД	A-33A
KRASNOE (СИДОРОВСКАЯ ЮФ)	A-30A
LA NORDICA	A-149
L-SILVER, КОРПОРАЦИЯ	A-132
MAXIM DEMIDOV	A-58
MIUZ DIAMONDS (МОСКОВСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД)	A-29
MOSTAR JEWELLERY	A-54
NATASHA LIBELLE	A-122
PLATINOR	A-3
ROBERTO BRAVO	A-101
RONDA	A-51A
RUBINOV JEWELRY	A-38
SALTO	A-137
SEVEN DIAMONDS	A-35
STYLE AVENUE	A-34
TALANT	A-127
TOMGEM PLUS (БАТАЛИНА А. А., ИП)	A-63
VARDANYAN	A-152
VIOLET (ВИОЛЕТ, ЮД)	A-143
ZLATO, ЮК ЗЛАТО (ЖЕМЧУЖИНА) / ОБЪЕДИНЕННЫЙ ЦЕНТР КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ	A-42
ZOLOTYE UZORY	A-1
ABPORA	A-40
АДАМАНТ, ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ	A-10
АДЕЛЬФИНА / ОБЪЕДИНЕННЫЙ ЦЕНТР КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ	A-42

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
АЛЬТМАСТЕР	A-146
АЛЬФА, ЮК	A-44, A-139
АНЖЕЛИКА	A-148
АПАРТ	A-30
АРГЕНТА, ФАБРИКА СЕРЕБРА	A-102
АРИНА, ЮК	A-8
АТАЛАНТА	A-51
АУДЖА	A-31
БАЛЕКС 925	A-7
БРИЛЛИАНТЫ БЕЛОМОРЬЯ (ЗВЕЗДОЧКА)	A-26
ВЛАДИМИР ПИЧУГОВ	A-33
ГАЛЕРЕЯ САРКИСЯН	A-52
ГОЛДИКА, БЮФ	A-20A
ГРАНАТ, ЮК	A-60
ЕЛИЗАВЕТА	A-125
ЖЕМЧУЖНОЕ ПОДВОРЬЕ, ТМ	A-110
ЗЛАТОГОР, ТМ	A-55
ЗОЛОТАЯ ПАУТИНА	A-43
ЗОЛОТОЙ ДРАКОН	A-20
ИНТЕР-ЧАС (VALENTIN YAREMIO)	A-140
ИОРДАНЬ / ОБЪЕДИНЕННЫЙ ЦЕНТР КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ	A-42
КАСТ, ЗАВОД	A-2
КИЭРГЭ	A-46
КЛИО	A-9, D-9
КОМДРАГМЕТАЛЛ	A-53
КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-123
КРАСНАЯ ПРЕСНЯ	A-130
КРАСНОЯРСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-6
КРЕПКИЙ ОРЕШЕК	A-22
КУСТОВ, ЮП	A-142
ЛАЗУРИТ-К (LAZURIT-K)	A-134
ЛАЙК	A-129A
ЛУКАС-ГОЛД	A-47
МАГНАТ	A-136
МАСТЕР КЛИО	A-128
МЕГАГОЛД, ЮК	A-120
МЕРКУРИЙ, ТД	A-39

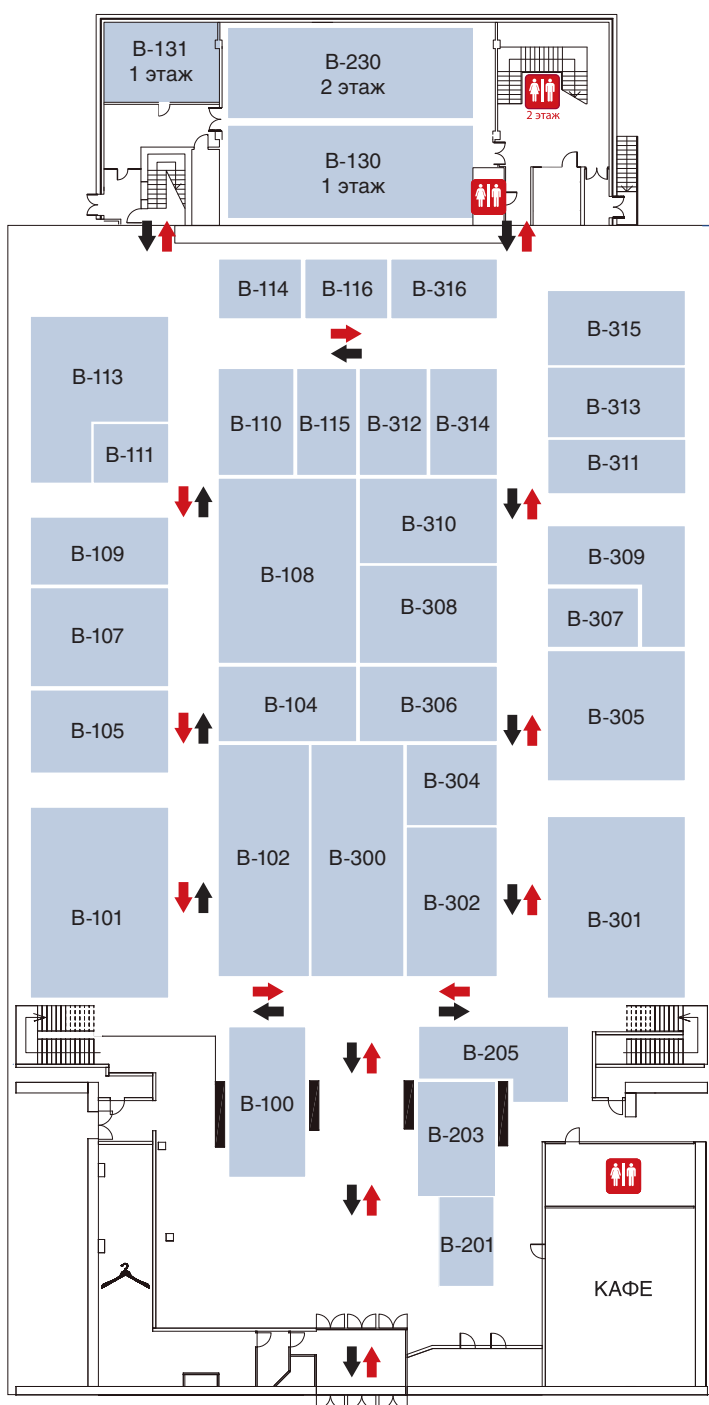
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
НЕФРИТ (ДАНИЕЛЯН Л. С., ИП)	A-23
НОВОЕ ВРЕМЯ	A-131
ОСТРОВ СОКРОВИЩ	A-41
ПАЛЛАДА	A-141
ПЕР СЕМПРЕ, ЮФ PER SEMPRE	A-57A
ПЛАТИКА	A-18A
ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИР, ФАБРИКА	A-3A
ПРИМАЭКСКЛЮЗИВ	A-17
РАДУГА, ЮФ	A-147
РАЗДОЛЬЕ	A-150
РИНГО	A-36
РУССКОЕ ВРЕМЯ ЧП	A-65
САЛАМ	A-138
САРГОН	A-48
САХА АЛААС ЯКУТИЯ	A-62
САХА АЛМАЗ ЯКУТИЯ	A-
СЕВЕРНАЯ ЧЕРНЬ	A-3A
СЕРЕБРО ИЗРАИЛЯ	A-21
СЕРЕБРЯНАЯ ВЕНЕЦИЯ, ТМ	A-3A
СИЯНИЕ СИБИРИ	A-57
СОРОКИН ЮК	A-126
СПЕЦСВЯЗЬ	A-141A
СУВЕНИРЫ БАЛТИКИ	A-56
СУГУЕВ М.Г.	A-133
СУПЕРДЖЕМС	A-144
ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДКА РДМ	A-5
УРАЛЬСКОЕ ЗОЛОТО & ДЕМАНТОИДЫ	A-64
ФАБРИКА ГАЛЬВАНИКИ	A-113
ФИТ	A-124
ХОТЬКОВСКАЯ ФАБРИКА РЕЗНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ	A-7A
ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ	A-42
ЭДМ-АРТ	A-7B
ЮВЕЛИРНОЕ ПОДВОРЬЕ	A-18B
ЮВЕЛИРНЫЕ ТРАДИЦИИ	A-129
ЮВЕРОС	A-
ЮВЭЛДИ	A-19



Павильон 55

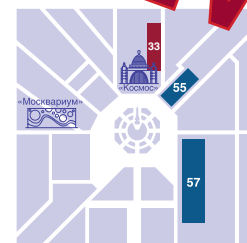
ОПТОВЫЙ ЗАЛ

27–29 октября 2021



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
BELLISSIMA TENTAZIONE	B-116
BRILLIANT STYLE	B-203
DELTA (ДЕЛЬТА, КЮЗ)	B-130 (зал, 1 этаж)
DIAMOND UNION (БРИЛЛИАНТ СОЮЗ)	B-109
DINASTIA (ДИНАСТИЯ, ЮЗ)	B-308
EFREMOV	B-230 (зал, 2 этаж)
FJ (ИП ФЕДОСОВ В.И)	B-314
MASTER BRILLIANT	B-108
PRESTIGE JEWELRY	B-304
RUSGOLDART	B-315
SOFIA BRILLIANT	B-115
UNIPRICE	B-111
VESNA JEWELRY	B-105
АКВАМАРИН, ЮЗ	B-107
АЛРОСА, АК	B-131 (зал, 1 этаж)
АЛЬКОР, КЮФ	B-301
БЕЛЫЙ БРИЛЛИАНТ	B-114
БОЛЬШАКОВ	B-316
БРИЛЛИАНТЫ КОСТРОМЫ	B-305
ГРАНТ, ЮЗ	B-102
ИЛЛАДА, ЮП	B-307
ИМПЕРИАЛ, ЮК	B-104
КАРАВАЕВСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА	B-312
КЛОНДАЙК, ЮФ (KLONDIKE)	B-101
КОСТРОМСКОЙ АЛМАЗНЫЙ ДОМ	B-101
КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИР	B-309
КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИРПРОМ	B-102
КРАСЦВЕТМЕТ	B-306
ЛЕТО	B-201
МАРКАЗИТ	B-313
ПЕРВАЯ БРИЛЛИАНТОВАЯ	B-110
РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ	B-302
САНИС, СЗЮЗ	B-300
СЕНАТ	B-310
СЕРЕБРО РОССИИ	B-113
СТАТУС, ЮЗ	B-205

NEW

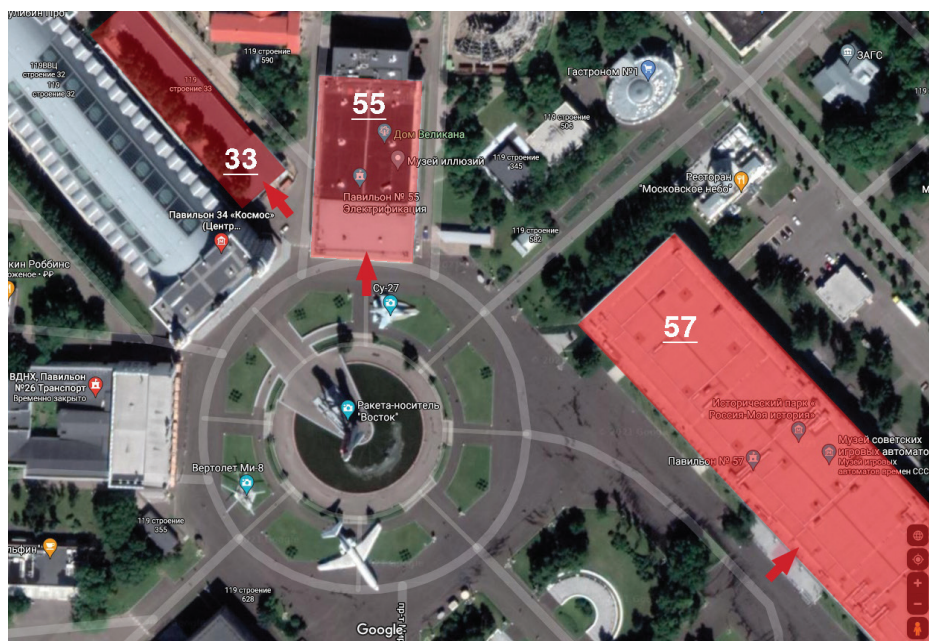
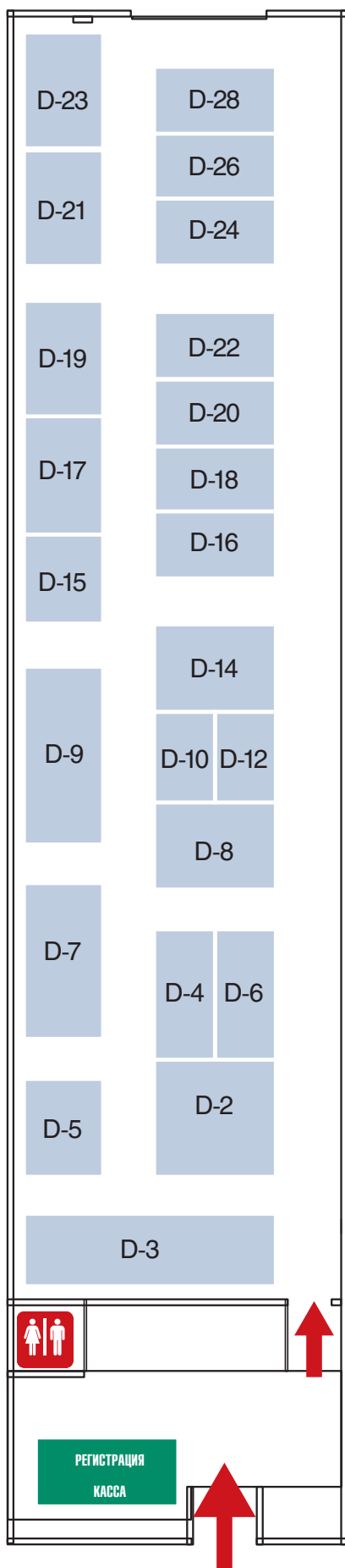


Павильон 33

ОПТОВЫЙ ЗАЛ РАЗДЕЛ TECH

27–31 октября 2021

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
3D-СИСТЕМ	D
FASTI	D
GALVANO	D
LAZER BLAZE	D-8
LEGOR	D
PROGOLD	D
SISMA	D
SOLIDMASTER	D-4
БУЛУНМАЗ ИНСТРУМЕНТ	D
КЛИО	A-9, D-9
ЛАЗЕР-ШАБЕР	D-7
РУТА	D-2
САПФИР, ЮВЕЛИРНЫЙ ТЕХНОПАРК	D-1
ШАРПЛЭЙЗ	D-16
ЮВИН	D-5



Необходимо отстаивать интересы всех участников рынка!



Уважаемые коллеги!

Я - Сергей Куколевский, основатель и руководитель компании ЦИРКОН С. Фирме исполнилось 27 лет, поэтому я позволю не считать себя новичком в ювелирном бизнесе. Я новый человек в Совете Гильдии, и, как новичку, режут глаз некоторые моменты в ее работе.

Безусловно, руководство совершенно точно определило основные направления деятельности на данный момент - ГИИС, возможная налоговая реформа, ВЭД. При этом, упущен еще один очень важный аспект - вовлечение в Гильдию новых членов, охват

всех регионов и становление Гильдии как ВСЕРОССИЙСКОЙ организации, по сути-профсоюза ювелиров! Это позволило бы более представительно выступать в органах власти, например.

Также это позволило бы снизить членские взносы, а еще лучше-получить дополнительные средства для работы (пресса, командировки, организация встреч, конференций и т.д.). На первых порах можно пригласить представителей других существующих объединений и регионов как гостей на наши совещания, обязательно на октябрьскую конференцию в качестве участников, а затем постараться вовлечь их в работу Гильдии.

Внедрение ГИИС - дело решенное и, в общем, правильное, но недодуманное. Наше государство принимает решения, которые нас всех ставят в одну позу, а потом уже разъясняет, что и как делать. Программа сырая, много

косяков, страшно даже подумать, какой коллапс может наступить после ее запуска. И те шаги, которые предпринимает руководство Гильдии по внедрению и отладке системы, заслуживают поддержки и одобрения.

Кроме того, практически не учитывается разнородность участников рынка - есть гиганты, как в производстве, так и в торговле, они производят и продают БОльшую часть ювелирных изделий, особенно золота в масс-сегменте. Как правило, они являются собственниками занимаемых площадей или арендуют их у аффилированных структур, т.е. платят сами себе. Они же - плательщики НДС.

Вторая, самая большая группа участников рынка- малый бизнес: небольшие производства, особенно серебряные, представителем которых я являюсь, и небольшие частные ювелирные магазины.

В большинстве своем предприятия этой группы находятся на арендуемых площадях. В основном, эти предприятия сидят на УСН.

Третья группа-художники, мастера-ювелиры, индивидуальные,

микробизнес и магазины. Располагаются они либо по домам-подвалам-чердакам, либо арендуют маленькие помещения. Их доля в ВВП отрасли незначительна, но именно они создают ювелирное лицо нашей страны, их работы побеждают на российских и международных конкурсах! Сидят на патенте или УСН.

При переводе всех участников ЮВЕЛИРНОГО рынка на общую систему налогообложения выиграют только крупные предприятия, работающие с золотом на собственных площадях! Затраты с НДС (на металл, коммуналку и др. расходы), который идет в зачет, в долевом соотношении у них значительно выше, чем у производителей серебра, стоимость которого не так существенна в цене изделий, живущих на арендуемых без НДС площадях.

Ратующие за перевод всех на общую систему налогообложения невольны, а скорее осознанно, пытаются потопить малый ювелирный бизнес! При этом они не понимают, что если не будет продукции малых предприятий, интересной и дорогой, потеряется главное

конкурентное преимущество больших заводов - дешевизна их продукции. А деньги просто уйдут за границу!

И еще. Государству гораздо проще войти в десяток предприятий с контрольным пакетом и сделать из теперешних хозяев топ-менеджеров, чем сделать это с тысячами малых. Просто посмотрите, что уже произошло со многими крупными прибыльными предприятиями и банками. Если где-то происходит монополизация, государство рано или поздно становится главным монополистом

Считаю, необходимо отстаивать интересы ВСЕХ, особенно малых участников рынка. Сейчас не самые легкие для ювелирной отрасли времена, при увеличении налоговой нагрузки многие предприятия и индивидуальные, которые сейчас платят налоги, разорятся и либо пойдут на биржу, либо уйдут в тень.

Для нашего родного большого и богатого государства это либо непонятно, либо неважно, но Гильдия, по-моему, своих сдавать не должна!

Конечно, если на какую-либо общую систему налогообложения переведут всю страну, например на единый 10% налог, это временно затормозит торговлю из-за неизбежного повышения цен, но затем все будут работать в более-менее равных условиях.

С ВЭД я столкнулся несколько раз, выезжая на выставки за границу, и отправляя посылки зарубежным контрагентам. При существующем положении дел овчинка выделки не стоит. Гильдия совершенно правильно ведет работу в плане облегчения этой деятельности

Евразийское экспортное бюро-штука, возможно, и интересная, но какая-то мутная. Что конкретно для экспортеров, импортеров, экспонентов зарубежных выставок оно будет делать? Сколько это будет стоить? Какова процедура? И почему оно в дружественном Казахстане и под руководством уважаемого Г. Геворкяна?

Ювелирная отрасль России все-таки помощнее, основные производители, они же экспортеры готовых изделий и импортеры вставок, оборудования и

комплектующих, находятся в России. Или это зеленая дорожка для дешевого китайского, например, импорта?!

В заключение, одно предложение: Внести изменения в регламент работы Совета: отменить доверенности членов Совета. Только ЛИЧНОЕ участие, личное мнение по решаемым вопросам.

С уважением отношусь ко всем членам Совета, но при голосованиях Совет должен знать личное мнение каждого члена, а не мнение доверенного лица. Если кто-то из членов Совета не может лично участвовать на каком-то

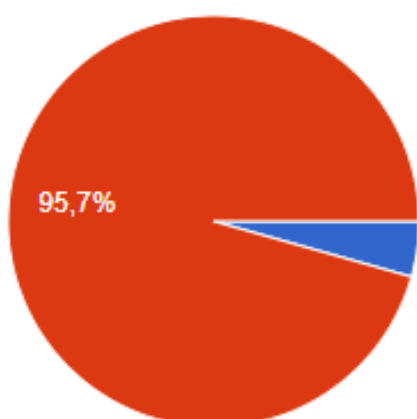
совещании, пусть примет решение коллег. А если не хочет-зачем тогда быть в Совете, для визитки?

Для того, чтобы каждый член Совета мог высказать свою точку зрения по повестке дня, а она известна всем заранее, предлагаю выносить их на предварительное обсуждение, также предлагаю продумать вопрос о создании открытого чата Совета для ознакомления всех членов Гильдии с работой Совета по решению насущных вопросов.

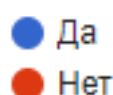
С уважением,
Сергей Куколевский

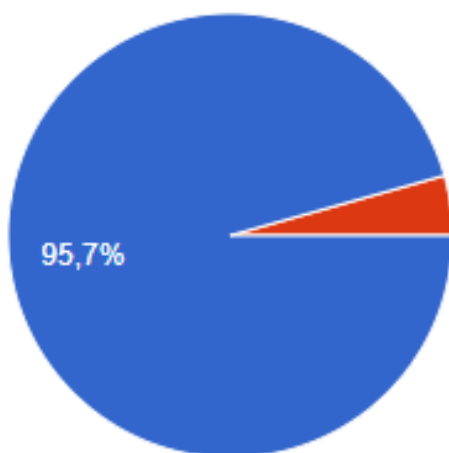
Результаты мини-опроса, в котором предлагали высказать свое мнение относительно перехода на общий

режим налогообложения. Делимся промежуточными результатами:



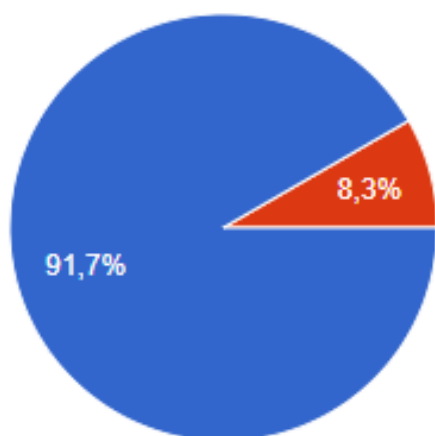
Согласны ли Вы с решением о переходе всех игроков на общий режим налогообложения?





Поддерживаете ли Вы сохранение упрощенной системы налогообложения (УСН, патентная система)?

● Да
● Нет

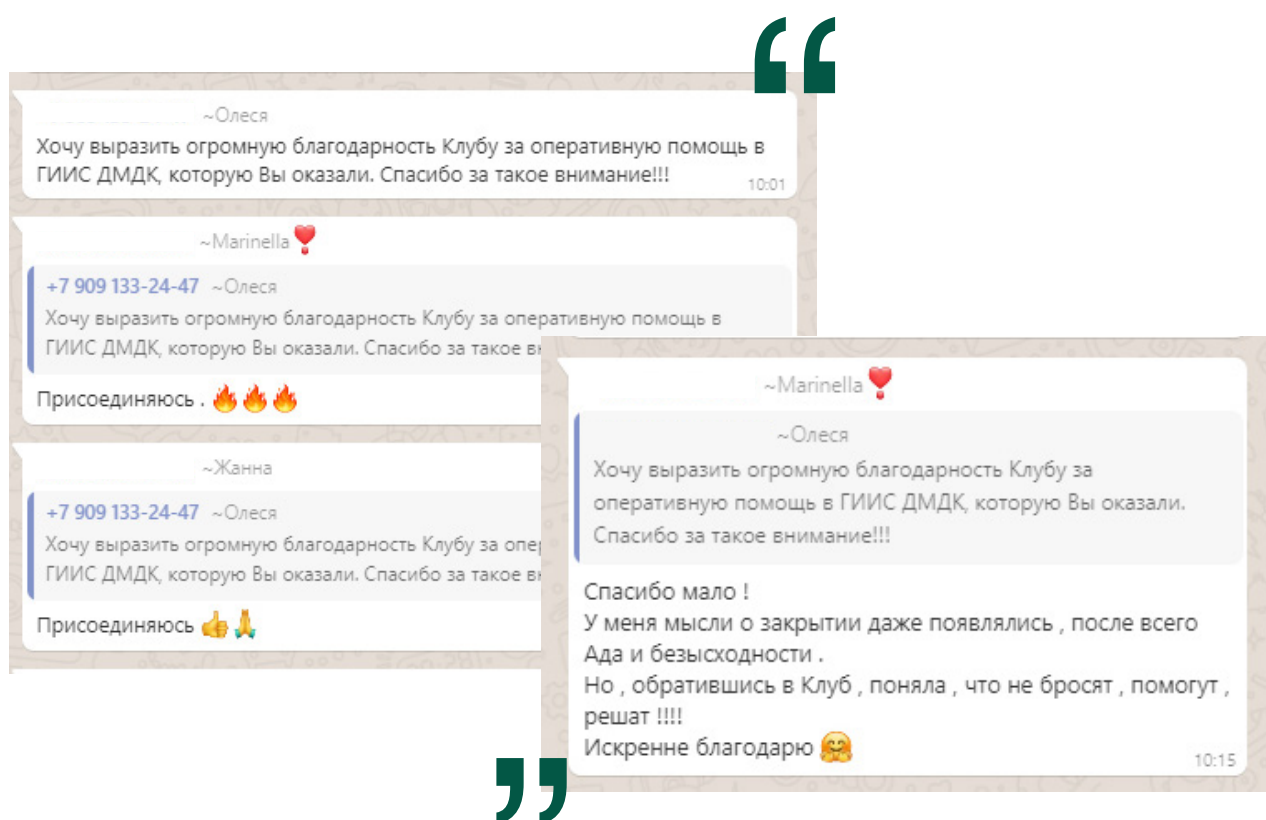


Считаете ли Вы необходимым проведение 28 октября в рамках «JUNWEX Москва» конференции с участием представителей Минфина, Пробирной Палаты, Правительства РФ для информирования их о позиции отрасли по вопросу налогообложения?

● Да
● Нет

Проблемы с регистрацией в ГИИС? Поможем!

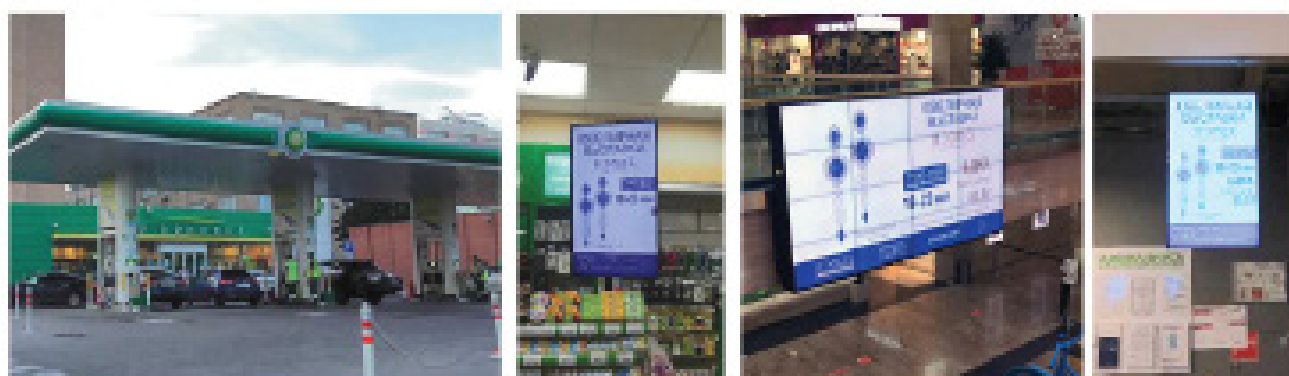
Клуб “Российская Ювелирная Торговля” продолжает активную работу по поддержке членов Клуба в регистрации ГИИС ДМДК и по постановке на спецучёт.



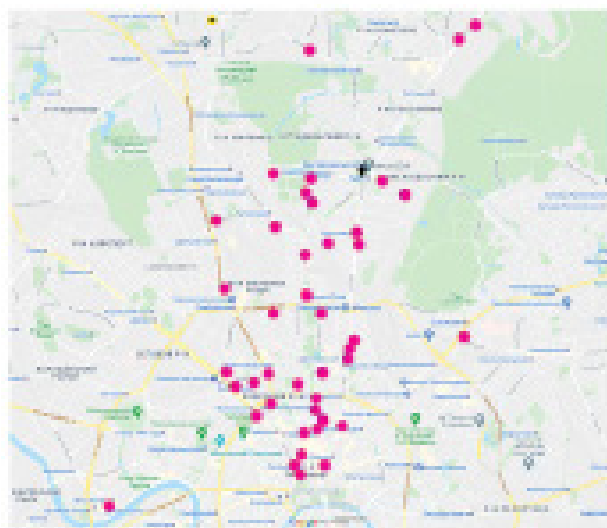
Техподдержка регулятора:
+7 (495) 665-45-01
info@dmdk.ru

Клуб “Российская Ювелирная Торговля”:
(812) 320-93-11
info@jewellerclub.ru

СОВМЕСТНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ на видеозэкранах в сети АЗБУКИ ВКУСА, АЗС и торговых центрах



Размещение изделий компании в рекламном ролике выставки
Размещение в течение **14 дней**, ролик **15 секунд**



Рекламные носители	Количество экранов	Число показов
Азбука вкуса	47	315 840
АЗС	16	107 520
Бизнес центры	19	68 400
Охотный ряд	6	1 096

Стоимость 160 000 руб.

участия в совместной рекламной кампании (с учетом НДС)



Совместная рекламная кампания на медиафасаде

Арбат, д.7



- Идеальная локация :
 - ✓ Аудитория 800 000 + человек
 - ✓ Транспортный поток 100 000+ автомобилей
- Инновационный видеоэкран
- Яркость и четкость изображения
- Динамичность рекламы
- Высокая видимость в любую погоду
- Круглосуточная трансляция

10	Дней
288	Выходов в день
245 м²	Рекламное поле
800 м	Видимость

обычная стоимость **520 000** руб.

Стоимость совместной рекламы **200 000** руб.

Ювелиры РФ в янв-июне

увеличили потребление золота на 37%

Ювелирная промышленность России по итогам января-июня 2021 года увеличила использование золота для изготовления изделий на 37,24% по сравнению с аналогичным периодом годом ранее — до 13,776 тонны (442,9 тысяч унций), следует из материалов, предоставленных Федеральной пробирной палатой.

“Эта динамика прежде всего указывает на то, что ювелирный рынок в России активно восстанавливается, — заявили РИА Новости в Ассоциации “Гильдии Ювелиров России”. — Но такая сильная разница в основном из-за того, что второй квартал прошлого года был провальным. Из-за пандемии COVID-19 многие предприятия тогда вообще стояли, и если к этому подойти объективно — не брать во внимание эти простои, то в целом сегодняшний рост можно оценить в пределах 15%”.

Из-за роста мировых цен на драгоценные металлы выросло в цене и сырьё для ювелиров.

“По нашим оценкам стоимость золотого сырья увеличилась на 50-60%, серебряного — на 70-80%, а стоимость камней — в два раза. Но люди всегда хотят покупать, дарить, носить украшения, и если в 2020 году на ювелирные изделия ушло около 40 тонн золота (в лигатуре), то по итогам этого года будет порядка 45-47 тонн”, — отметили в Гильдии.

Всего, включая импорт, через пробирную палату за первое полугодие 2021 года прошло 13,5 млн шт ювелирных изделий с содержанием 14,37 тонны (+38%; 462 тысячи унций) чистого золота. В том числе, во втором квартале — 7,07 млн шт с содержанием 7,59 тонны (244 тысячи унций) золота.

Вечерняя Москва: Как отрасль справляется с кризисом

В первом полугодии 2021 года москвичи купили драгоценностей на 30,4 миллиарда рублей, догнав и перегнав объем годовых продаж 2019-го, когда столица спустила на украшения 26,66 миллиарда.

Как быть с показателями 2020-го, не совсем ясно, так как, подводя итоги за прошлый год, Росстат решил объединить в подсчетах Москву и область. Но даже с учетом этого весь столичный регион всего за шесть прошедших месяцев лишь немного не дотянул до итоговой цифры всего 2020 года (39,22 миллиарда рублей против 41 прошлогоднего миллиарда) и уже переплюнул суммарный показатель Москвы и области за 2019-й (35,32 миллиарда).

Наверное, неплохая тенденция для отрасли, которая с 2014 года находится в перманентном кризисе.

Понятно, что пандемия ударила ее под дых: количество заводов сократилось с 4500 до 3500, из отрасли были вынуждены уйти примерно 60 тысяч человек. Активно закрываются и стационарные магазины — почти 5 тысяч за год.

Нынешним летом, например, умер один из старейших (если не старейший) ювелирный магазин на проспекте Мира — бывший советский «Сапфир», торговавший украшениями как минимум с середины 1950-х. Путчи с перестройками пережил, дефолты с кризисами, а тут не устоял...

Некоторый рост демонстрируют сейчас разве что мастерские по ремонту ювелирки — их стало сотен на семь больше. Видимо, активнее понесли в починку уже имеющиеся украшения вместо того, чтобы покупать новые.



На вполне объективные причины вроде падения покупательной способности населения наложился и рост стоимости золота и драгоценных камней — сразу на 50–70 % (некоторые камни вообще подорожали в два-три раза). А ведь именно они составляют основную (85–90 %) часть конечной цены.

И если с добычей золота у нас все нормально (третье место в мире после Китая и Австралии), то львиную долю камней нам приходится закупать за границей.

— К сожалению, кроме алмазов и янтаря, ничего другого у нас в стране недобывается, — объясняют в Гильдии ювелиров России. — Не повезло. Нефть есть, газ есть, цветные металлы... А с камнями — только две позиции из

300 необходимых. Приходится везти из Таиланда, Индии, Бразилии, да еще при ввозе и пошлину в 10 процентов платить, в отличие от зарубежных конкурентов. В итоге мы уже на этом этапе проигрываем им в цене.

Впрочем, некоторые эксперты смотрят на ситуацию довольно оптимистично.

— Если верить Пробирной палате РФ, производство ювелирных украшений по отношению к прошлому году сократилось у нас на треть, и почти в два раза — по сравнению с 2019-м, — говорит директор Аналитического центра SOKOLOV Алина Колпакова. — Ощущение, что рынок рухнул. Но это не так. Если считать в деньгах, он растет.

Дело в том, что ювелирка исторически не самая прозрачная отрасль в РФ, единой методики оценки ее производства и продаж до сих пор нет. Например, Росстат собирает статистику по кодам Общероссийского классификатора видов экономической деятельности и в результате часто смешивает в своих отчетах розничные и оптовые продажи.

Влияют на ситуацию и макроэкономика, инфляция и другие факторы. По нашим оценкам, в прошлом году в натуральном выражении рынок сжался процентов на 40, но в этом уже вернулся (с небольшим снижением в 2 процента) к уровню двух первых кварталов 2019-го.

При этом производство золотых украшений сейчас уже выросло на 52 процента по сравнению с первым полугодием 2020-го и практически вернуло доковидные (2019 года) показатели.

По словам Колпаковой, нестыковки в ювелирной статистике связаны и с изменением требований к обороту серебра, которое в силу цены сейчас составляет львиную долю продаж. Если раньше производитель

обязан был ставить клейма на все серебряные изделия весом до 3 граммов, то с прошлого года это дело добровольное.

— Ювелиры сдают в Пробирную палату все меньше серебряных изделий, — объясняет она. — В этом году, например, доля неклеяемого серебра достигла 70–80%, соответственно, не вошла в официальные отчеты по весу и штукам, а вот в раскладах по денежному выражению отразилась.

Это денежное выражение, если подумать, вообще вещь лукавая, так как что только на него не влияет. Смотришь на цифры — вроде все растет. А как начнешь разбираться, так выяснится, что и количество транзакций сократилось, и сумма в среднем чеке выросла не за счет роста нашего благосостояния, а за счет роста цен и общей инфляции.

— Да, всегда надо смотреть, в чем меряют, — соглашаются в Гильдии. — Если брать статистику по объемам продаж, то в рублях она чуть подросла, а в штуках стала меньше процентов на 15. Но тут надо сразу оговориться, что это касается только продукции массового спроса, экономсегмента. Если говорить об изделиях премиального сектора, то

там, наоборот, рост в два раза. В-первых, это единственная категория ювелирных изделий, которая может выступать инвестиционным инструментом, то есть со временем они только дорожают, потому что стоимость работ превышает стоимость материалов.

Самое дорогое, что сейчас есть, — это ручная работа. А во-вторых, когда у довольно обеспеченных людей, привыкших тратить ежемесячно определенное количество денег, нет возможности выехать из страны, они вспоминают про ювелирные изделия как один из способов потратить эту сумму. Но, так или иначе, самый тяжелый период для отрасли, думаю, пройден. Сократив часть рабочих мест, перейдя на более дешевый ассортимент, оставшиеся заводы довольно уверенно держатся сейчас на плаву.

История с не востребованными суммами, кстати, коснулась в конце прошлого года не только москвичей-нуворишей. В ноябре-декабре, когда народ начал выходить с карантина и заработали все магазины, многие спускали не потраченные на отпуск деньги как раз на ювелирку — как подарок к предстоящему празднику

и как вложение в то, что, по заверениям биржевых аналитиков, будет дальше только дорожать. Вот только золото золоту рознь...

— Из-за мягкости этого металла его доля в ювелирных изделиях невелика, — объясняет начальник аналитического управления ИК «Универ-капитал» Дмитрий Александров. — Поэтому как инвестицию такое украшение можно рассматривать, только если у него есть некая уникальная история.

Скажем, это первое изделие в серии, которая стала легендарной. Или было сделано когда-то очень крутой ювелирной фирмой либо мегакрутым ювелиром. Или принадлежало известному человеку. Но все это не совсем имеет отношение к золоту, это скорее некая антикварная история и вложение в искусство, а не в ювелирку. Если же рассматривать украшение как золото, воплощенное в некоем красивом предмете, инвестицией оно может стать лишь в виде скупки таких изделий на вес.

Другое дело — золотые слитки, по которым москвичи тоже установили рекорд, купив в прошлом году на 1,89 миллиарда рублей более 6000 штук

общим весом 389 килограммов.

— Слитки — это, безусловно, неплохая инвестиция,— соглашается Александров. — Многих потенциальных покупателей, правда, отталкивает НДС, возникающий при их купле-продаже. Налог который год обещают отменить, но все никак.

Хотя, если подумать, не такая это и проблема, потому что можно купить, так сказать, «физическое» золото (которое можно пощупать руками и хранить у себя) в виде инвестиционных монет. Процент золота в них разный. Есть 100%, есть меньше, самые распространенные — унцовые (от слова «унция») монеты, чья цена привязана к золоту очень крепко.

Но продолжим о ситуации на ювелирном рынке, к представителям которого (а это на сегодня 160 тысяч человек), в стране сложилось предвзятое отношение: раз делают предметы роскоши, значит, все там богатые и благополучные. Между тем средняя зарплата ювелира в стране — 35–40 тысяч.

— Покупку ювелирных изделий могут позволить себе у нас далеко не все граждане, — объясняет глава гильдии.— Соответственно, объемы продаж не очень большие. Снизить цену драгметаллов или камней мы не в силах, поэтому, чтобы быть конкурентными на рынке, приходится ужимать ценник в том числе и за счет труда ювелиров. Физически изделий сейчас делается



меньше, что, естественно, тоже влияет на зарплаты. При этом 98% предприятий отрасли — это малый и микробизнес, небольшие семейные производства.

Неудивительно, что при таком раскладе все большие куски ювелирного пирога отходят к крупным компаниям, на долю которых уже приходится больше половины всего золотого производства (два года назад им принадлежало 42%). Серьезный клин между индивидуалами и корпорациями может вбить и обязательная маркировка ювелирных изделий, которую планировали ввести уже нынешним летом, но потом, по просьбе ювелиров, все же отложили до марта следующего. Речь не о пробе, а о специальных QR-кодах, которые нужно будет наносить на изделия при помощи лазера — так нас планируют защищать от фальсификата.

— Да, индивидуалам маркировка влетит в копеечку, — вздыхает московский ювелир Кирилл Калита. — Большое предприятие заложит себе в бюджет 200–300 тысяч на оборудование и программное обеспечение и более-менее спокойно

это переварит. А для частника или маленькой мастерской это серьезная сумма. Затягивать пояса уже некуда, так как большинство даже толком откладывать не может.

Что будет, если на рынке останутся лишь крупные предприятия? Станет меньше интересного дизайна и больше ширпотреба. Это прекрасно видно по тому, что выложено сейчас на прилавках ювелирных сетей и что можно найти у индивидуалов в интернете. Гильдия, впрочем, за отрасль стоит горой и во всем винит потребителя:

— Спрос рождает предложение. Если вы посмотрите на стенды наших компаний на зарубежных выставках, вы поймете, что у нас очень достойный ассортимент, замечательное качество и отличное исполнение. Эта продукция пользуется спросом за рубежом, а здесь не пользуется, поэтому тут производители заточены на ширпотреб, который спрашивает рядовой потребитель. А уровень культуры потребления у нас весьма низкий. Да и по всем маркетинговым исследованиям, лучше всего продаются изделия, разработанные еще 25–30 лет назад.

Калита уверен, что дело не только в покупательском вкусе:

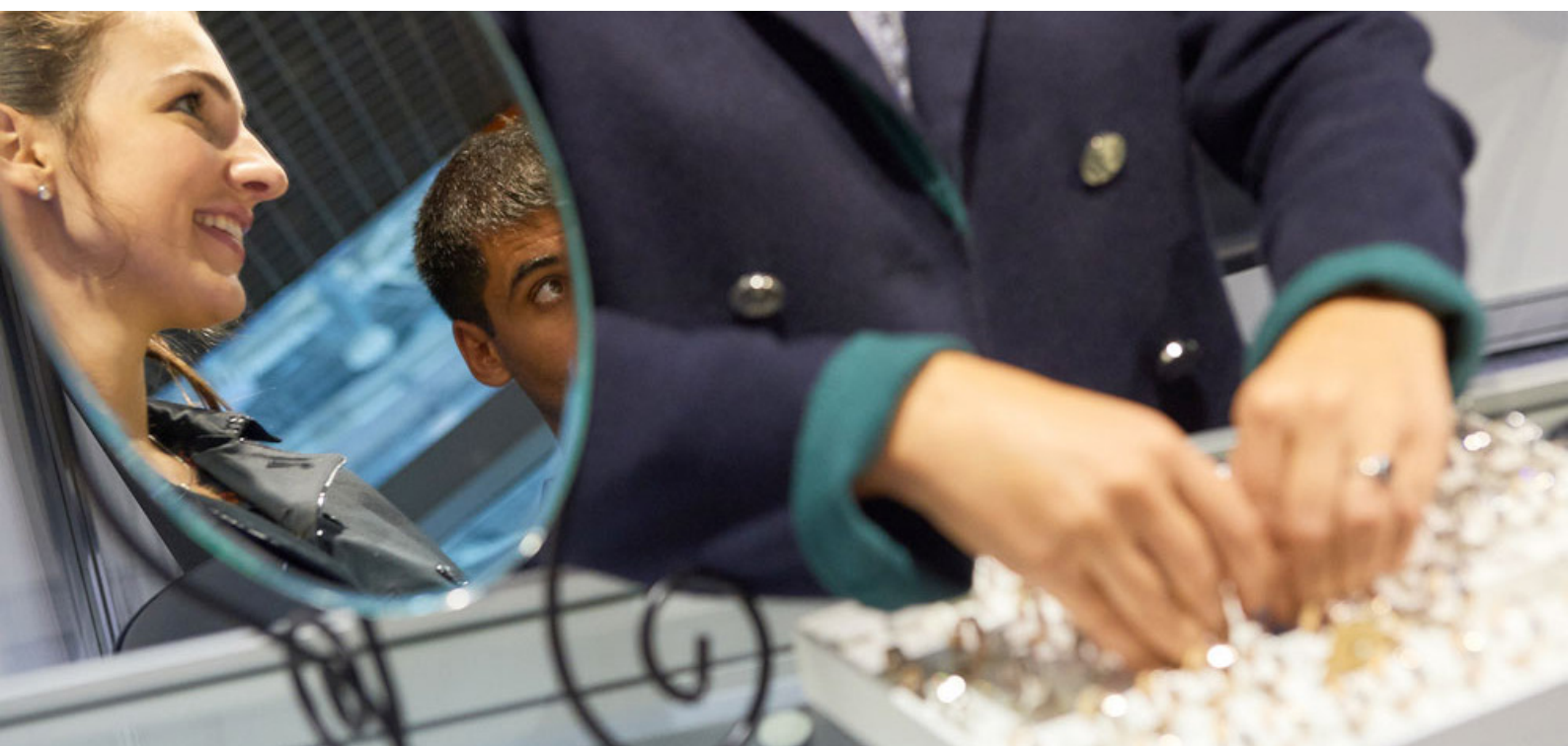
— Он на самом деле изменился. Если лет пять назад большинство клиентов заказывали откровенно скучные, а то и безвкусные вещи, то сейчас предпочитают тратить деньги на что-то более интересное и индивидуальное.

Завод по определению штампует массовку, делая упор на дешевизну, объем и простоту исполнения. Будет высококлассный специалист сидеть на потоке? Нет. Потому что зарплаты мизерные. Зная себе цену, он лучше пойдет работать на себя. Поток обеспечивают работники с более низкой квалификацией. Отмонтировать какую-то простенькую сережку или колечко может мальчик или девочка с

элементарным уровнем навыков. На то, чтобы создать что-то более сложное, нужны годы образования.

Этот спор мог бы разрешить забугорный покупатель, который, по мнению представителей Гильдии, готов скупать отечественную ювелирку оптом и в розницу. Но хода за бугор у наших золотых дел мастеров, считай, и нет:

— Экспорт ювелирных изделий у нас хоть и не запрещен, но весьма затруднен, — объясняет он. — Для того чтобы оформить экспортные поставки, нужно иметь грамотного специалиста по внешнеэкономической деятельности, нужны первоначальные инвестиции, маркетинговая и рекламная кампании, изучение спроса и предложения



на рынке, демонстрационные образцы, обязательное участие в международных выставках.

Все это очень и очень затратно. А со свободными средствами сейчас в отрасли проблема, в основном все деньги уходят на покупку сырья. Да и регуляторика оформления экспортных операций в РФ крайне осложнена, потому что нам в наследство от советской власти досталось отношение к ювелирным изделиям как к валютным ценностям.

Юридически они давно уже товары народного потребления, но все еще находятся у чиновников под особым надзором: вывоз сопряжен с двухступенчатой системой контроля, по каждой позиции нужно собрать кучу бумаг, в которых прописать,

откуда взялся товар и материалы, из которого он сделан, насколько обоснованна его стоимость и так далее.

Минфин, конечно, занимается этой проблемой. Добился, например, чтобы участники международных выставок могли продавать свои образцы там же за наличный расчет. Раньше мы не имели права их продавать, несмотря на спрос.

Частникам выйти на экспорт еще сложнее, чем крупным игрокам, так как одна лишь отправка изделия выходит сейчас равной его себестоимости.

— Для нас пока это очень желанная, но совершенно неподъемная история, — соглашается Кирилл Калита. —



Потому что придется брать в штат отдельного специалиста по работе с таможней. Там же громадный пакет документов надо прежде оформить. С заграницей спокойно контактят те, кто работает с бронзой, делает бижутерию, — любая курьерская служба спокойно отправляет это в любую страну. Хотя бы для серебра сделали послабление, все-таки его цена с золотом несопоставима...

Чтобы выжить, придется меняться

Евгений Никонов, руководитель проекта «Российская школа теории поколений»:

— Думаю, отрасль подстерегает и еще одна проблема — поколения, идущие на смену нынешнему покупателю. Эти все больше предпочитают жизнь без излишеств, голосуя за новые эмоции, а не за статус «дорого-богато». У поколения бебибумеров (рожденных в 1946–1964 годах) и во многом у идущего следом поколения X (1965–1984) хорошей жизнью считалась жизнь обеспеченная.

Еще были в памяти годы лишений и материальных трудностей, и золотые украшения, бриллианты стали

для них неким атрибутом статуса, достатка. Даже если и «выгуливать» их особо было негде.

Миллениалы (1985–2001) и хоумлендеры (2002+) с рождения живут в благополучии. Для них критерий хорошей жизни — новые эмоции. Не важно, какое кольцо даришь, важно, как ты это обставляешь. Но это и финансово осознанные молодые люди. Они предпочтут купить те же бриллианты прямо на месторождении, потому что дешевле. А если при этом им еще и расскажут что-то интересное!..

Еще одно знаковое слово — «открытость». Многие сейчас читают блоги руководителей компаний, где те прямо и честно рассказывают, что у них происходит, с какими вызовами сталкиваются, как их решают и т.д.

Ну и четвертое направление, которое стоит попробовать в деле привлечения молодого покупателя, — это коллаборация, смешение несмешиваемого. В общем, мир изменился, и даже такой консервативной отрасли, как ювелирная, чтобы выжить, придется меняться.

ЭКСКЛЮЗИВНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПО СОВМЕСТНОЙ РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ НА ВДНХ

**Разместим ваши изделия в качестве имиджа
выставки на рекламных носителях ВДНХ**

Большой баннер 6х3
на главном входе ВДНХ



Навигационные щиты 1,5х3
на центральной аллее ВДНХ (10 шт)



Два видеозэкрана на входе 57 павильона



Стоимость 200 000 руб.

(с учетом НДС)



СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ

**Заяви о себе на одном из самых больших
медиафасадов в Москве –
ЭКРАНЕ ГОСТИНИЦЫ КОСМОС**



Предлагаем разместить совместный рекламный ролик

* Размеры Медиафасада: 19,46 x 45,06 м

Период размещения рекламно-информационных
материалов Заказчика: **10 дней**

	1 вариант
Период размещения	10 дней
Хронометраж ролика	15 секунд
Длительность 1 рекламного блока	5 минут
Количество выходов в рекламном блоке	1
Количество выходов за рекламную компанию	2880
Стоимость размещение совместного рекламного ролика	145 000

*Все цены указаны с НДС

(812) 320-80-99, JUNWEX@JUNWEX.COM



23-27 октября 2021
ВДНХ, павильоны 33, 55, 57



Специальные предложения по продвижению!

Предлагаем участникам выставки «JUNWEX Москва 2021» следующие возможности для рекламы и продвижения в рамках выставки с целью максимального привлечения внимания посетителей к стенду и продукции.

Логотип на пригласительном билете



Распространения: почтовая рассылка по всей адресной базе Клуба «Российская Ювелирная Торговля»; по Москве: в кинотеатрах, салонах красоты, фитнес-центрах, более 100 сетевых кофеен, баров и ресторанов.

Тираж 100 000 экз.
Формат 210x100 мм
.ai, .eps

Логотип на плане в путеводителе выставки



Путеводитель выставки «Лучшие украшения в России» выдается каждому посетителю выставки и распространяется: курьерская рассылка по Москве; в кинотеатрах, салонах красоты, фитнес-центрах, более 100 сетевых кофеен, баров и ресторанов; вместе с газетой «Метро».

Тираж 155 000 экз.
Формат А3
.ai, .eps

Логотип на плане выставки в зале



В выставочном павильоне, в главном холле, а также в зонах регистрации установлены большие планировки выставки со списком участников. разместите на планировке Ваш логотип — это станет сигнальным флагом для клиента — Ваш stand ЗДЕСЬ!

Формат 900x1400 мм
.ai, .eps

30 000 руб.

35 200 руб.

10 200 руб.

АКЦИЯ

ПАКЕТНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ ЛОГОТИПА

(на пригласительном билете, в путеводителе и на плане в зале выставки)

60 300 руб. при подаче заявки
до 20 августа 2021 г.!

Спрашивайте подробности у вашего менеджера.

т./ф. (812) 320-80-89, E-mail: junwex@junwex.com

Полный перечень вариантов продвижения на сайте www.ra-junwex.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

