



СОРОКА ТМ

# Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

693 от 21 сентября 2021

• [www.junwex.com](http://www.junwex.com)

# JUNWEX Premium

## Новое время, новый формат

Москва, Гостиный Двор. 9-13 февраля

**ЧЕТВЕРТАЯ ВЫСТАВКА-КОНКУРС  
ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ  
HIGH СЕГМЕНТА JUNWEX  
PREMIUM СОСТОИТСЯ  
9-13 ФЕВРАЛЯ 2022 Г.  
В МОСКОВСКОМ ГОСТИНОМ  
ДВОРЕ.**

В 2022 году JUNWEX Premium и Всемирный конкурс ювелиров им. К.Фаберже уже в четвертый раз объединят создателей украшений премиального сегмента со всей России.

Выставка-конкурс уникального формата знакомит покупателей - ценителей ювелирного искусства с российскими брендами и самыми достойными именами современной индустрии драгоценностей класса люкс, демонстрирует высокий

уровень развития отечественной ювелирной отрасли.

Международная коллегия жюри Всемирного конкурса ювелиров им. К. Фаберже, куда входят эксперты мирового уровня, будет особенно авторитетной, поскольку формируется в сотрудничестве с организаторами главных континентальных ювелирных выставок в Европе, а так же JCK Las Vegas и Jewellery & Gem WORLD Hong Kong.

В этом году JUNWEX Premium пройдет на одной площадке параллельно с выставкой «Уникальная Россия», организованной при поддержке Министерства финансов РФ, Министерства промышленности и торговли РФ, ФАДН России.



*Экспозиция представляет инновационный спектр арт-проектов, посвященных ряду юбилейных дат, знаковых для страны событий и явлений: 1160 лет российской государственности, 350 лет Петру I, 100 лет СССР, 90 лет Северному морскому пути, «Россия будущего 2022 - 2222», «Меценаты – от слов к делу» и др.*

---

Свои творческие проекты подготовили: Академия акварели и изящных искусств С. Андрияки, Московская государственная художественно-промышленная

академия им. С.Г. Строганова, Союз кузнецов России, Русское географическое общество, Международный художественный фонд, ТСХ ДПИ и др.

Стенды региональных министерств продемонстрируют экспонаты, подтверждающие уникальный характер того или иного региона. В рамках выставки запланирована активная деловая и культурная программа: концерты, балы, показы мод, презентации социальных и бизнес-проектов и т.д. В 2021 г. экспозицию посетили свыше 23 000 человек, представители 70 российских и зарубежных СМИ, разместивших о форуме более

200 публикаций в различных медиа-ресурсах.

Отличительной чертой выставки является ее мощная историческая составляющая, основанная на дореволюционной традиции. Впервые экспозиция «Уникальная Россия» была открыта в 1831 г. при поддержке Министерства финансов Российской империи.

За 19 дней выставку посетили более 125 000 человек, в том числе император Николай I со своей семьей. Он высоко оценил качество отечественных изделий и лично совершил покупки на сумму 7500 рублей золотом.

JUNWEX Premium на одной площадке с выставкой «Уникальная Россия» - своеобразная «перекличка времен»: раздел с произведениями искусства прошлых эпох, представленных на стендах ведущих антикварных фирм, логично сочетается с Всемирным конкурсом им. К. Фаберже, где побеждают работы выдающихся современных мастеров. Возможно,

именно эти драгоценности в будущем станут самыми желанными лотами мировых аукционов!

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



Instagram проекта:

[www.instagram.com/junwexpremium](https://www.instagram.com/junwexpremium)

Организатор:

Медиа-холдинг JUNWEX

Соорганизатор:

«Уникальная Россия 2022»

Web: [www.junwex.com](http://www.junwex.com)

E-mail: [overseas@junwex.com](mailto:overseas@junwex.com)

Tel.: +7 812 303 98 60

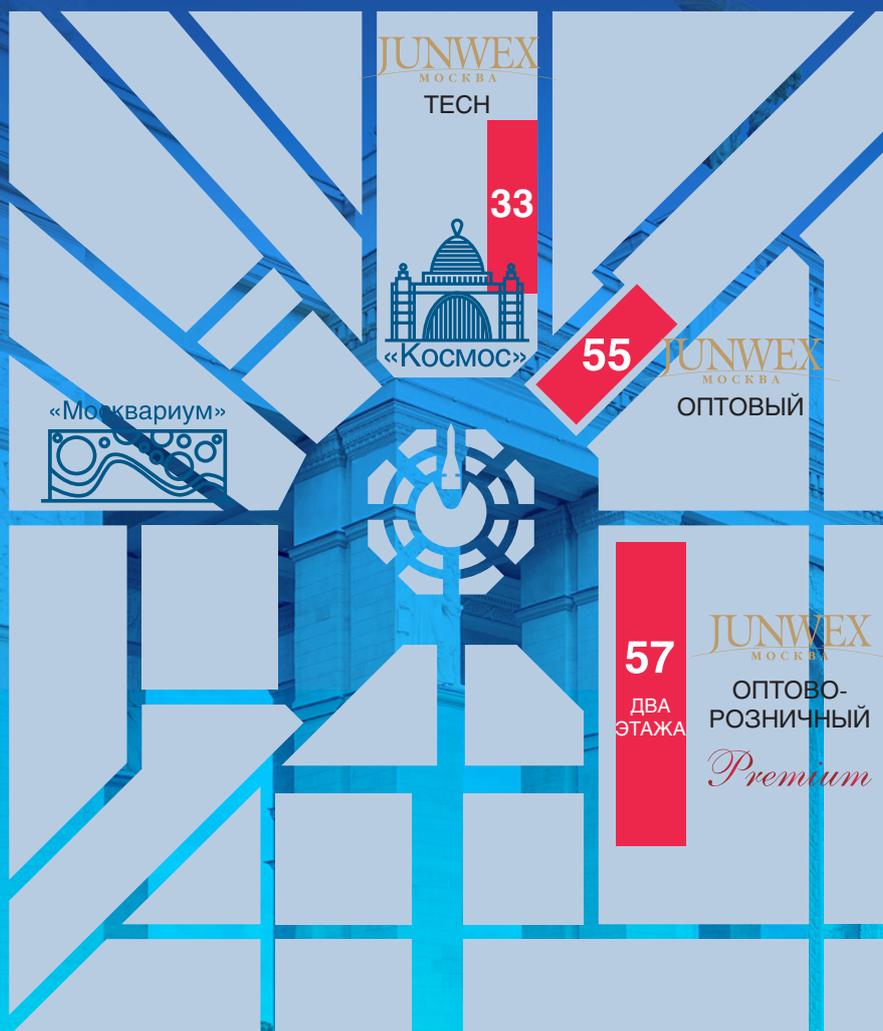
XVII МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА

# 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)

# Биржа деловых контактов

## Онлайн и офлайн *в рамках* JUNWEX МОСКВА

Смешанный формат Биржи деловых контактов позволяет отсутствующим на площадке заводам - производителям украшений привлечь присутствующих оптовиков для личного общения и отбора новинок к главному сезону продаж.

Сформированные рабочие места в специально созданном бизнес-пространстве откроют дополнительные возможности для эффективного развития, увеличения спроса на продукцию малого и среднего бизнеса.

Рабочее место предназначено для ведения переговоров с потенциальными партнерами и демонстрации ювелирных украшений в спокойной комфортной атмосфере.

Техническое обеспечение рабочего места на Бирже деловых контактов:

- высокоскоростной Интернет,
- скан,
- принтер,
- возможность подключения персональной техники к источникам питания.

### ПРОДВИЖЕНИЕ НА ЭКСПОРТ

Продолжает активно действовать проект JUNWEX Online – продажи участников выставки в Китай с помощью видеотрансляций на Taobao, Weibo, Tiktok и др.

### ЧТО ВЫ СМОЖЕТЕ ПОЛУЧИТЬ?

- Разработку маркетинговой стратегии продвижения на этих платформах (ценовая и

---

ассортиментная политика, план трансляций и т.д.).

- Профессиональное проведение онлайн-трансляций на китайском языке.
- Техническое сопровождение трансляций.
- Специальное предложение: пробная сессия продаж.

## ВЫГОДНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ИМПОРТУ

Вы в поисках надежного поставщика драгоценных и полудрагоценных камней по конкурентным ценам?

Мы организуем онлайн-переговоры с ведущими игроками этого рынка (Шри-Ланка, Таиланд, Индия и др. страны).

---

Клуб “Российская Ювелирная Торговля” продолжает сотрудничество с Департаментом содействия международной торговле Министерства торговли Таиланда.

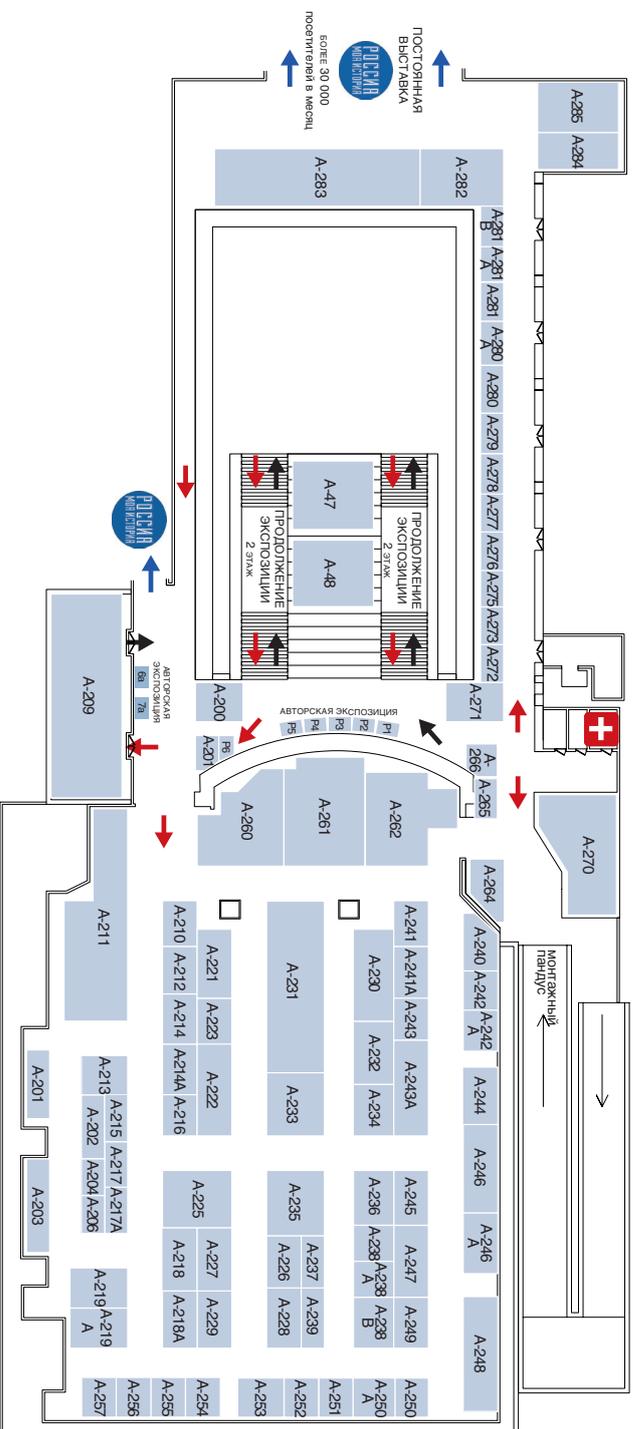
Если Вас интересуют тайские поставщики драгоценных камней и ювелирных изделий, мы с радостью поможем Вам найти проверенные компании и наладить с ними контакт.

Чтобы отправить запрос, нужно заполнить небольшую анкету и предоставить ее в Клуб “Российская Ювелирная Торговля”. Если у вас возникнут сложности с ее заполнением, будем рады помочь.

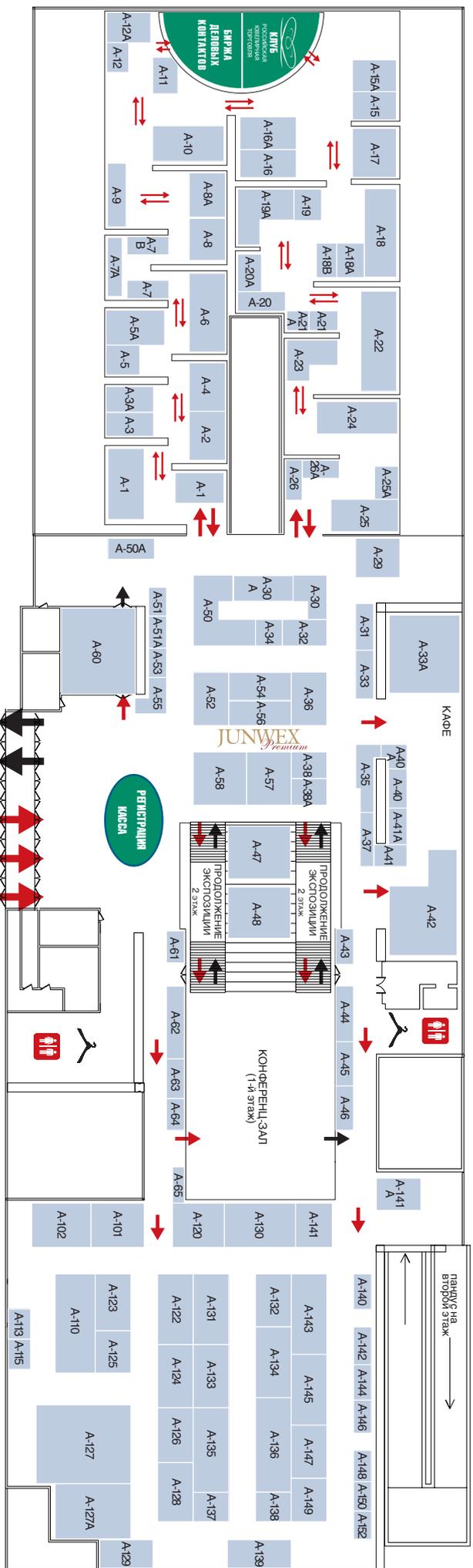
### Контакты Клуба:

Телефон: (812) 320-93-11  
E-mail: [info@jewellerclub.ru](mailto:info@jewellerclub.ru)

## 2 этаж



## 1 этаж



## 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	<b>145 000</b>

\*Все цены указаны с НДС

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



# А что для вас значит *быть номером 1?*

Доверие за деньги не купить, оно заслуживается делами и проверяется годами. Понятия порядочности и неподкупности — это не пустые слова, а путь лидера.

Так, статус “Надежного Партнера” — это признание высоких результатов выполненной работы, сдержанных обещаний и безукоризненной репутации.

**МЫ ПОГОВОРИЛИ С  
НОМИНАНТАМИ КОНКУРСА  
“НАДЁЖНЫЙ ПАРТНЁР 2021”  
И УЗНАЛИ ОБ ИХ СТРЕМЛЕНИЯХ И  
ЦЕЛЯХ.**

Мудрые люди не будут отрицать очевидные факты, не позволят себе «хайповать» на чужих достижениях, а внимательно понаблюдадут, сделают свои выводы и продолжат работать дальше.



*Елена Тылис и Владимир Никулин:*

С первых дней работы, нам всегда важно было быть надёжными партнёрами, и сами мы выбирали таких же. Это наш престиж, наша гордость. То, что мы всегда вовремя платим, знают все в отрасли и многие стремятся с нами работать именно поэтому!

Мы работаем с благородными металлами, и отношения должны быть благородными!

## “ *Татьяна Прокофьева*

Для нас это:

1. плановое ведение всех экономических процессов
2. Четкие схемы работы с поставщиками
3. Обучение и контроль продавцов по программам поставщиков-брендов
4. Выкладка бренд зоны по стандартам производителя, грамотная презентация товара в соответствии с концепцией бренда
5. Совместно с поставщиками проведение акций, направленных на увеличение покупательского спроса
6. Совместные действия по мотивации продавцов
7. Соблюдение договоренностей
8. Дружеские отношения с партнерами
9. Взаимодействие с партнерами по вопросам совместного развития и продвижения наших компаний на рынке
10. Дружеские отношения с партнерами
- 11... И самое главное: мы очень любим свою работу! Нам важно, чтобы все были счастливы от процесса. От создания до продажи изделия.

## “ *Марина Сиротина:*

Мы давно живем и многое прошли: даже два века и два уклада жизненных захватили. Это люди моего поколения. Мы видели зарубежный ювелирный мир, и мы очень любим свою страну родную!

Работая с поставщиками, всегда стараюсь поделиться трендами ювелирной моды в мире (слежу за новинками). Всегда даю Советы по улучшению готовых моделей, даю свои предложения . Главное - это не равнодушный процесс отборки, а творческая работа . И без обманов!

“*Марина Слотина:*

Мы никогда не стремились быть номером один, просто любим своё дело. Любим и уважаем людей. В бизнесе надо быть честным и по отношению к клиенту и по отношению в партнеру, поставщику. Это святое. Не наглеть ни с наценками, ни с оплатой. С поставщиком все должно строиться на взаимовыгодных условиях: самых хитрых и наглых тут не может быть. Только уважение.

Нам важно работать не над количеством, а качеством: как самого магазина и каждого сотрудника в компании. Я считаю, что нужно просто делать свое дело хорошо, и люди это оценят.

Мы очень любим свое дело и рассматриваем украшения не просто как изделия. Это философия жизни! Все с ними связано: традиции, истории, семья, сам человек, который совершенствуется через украшения.

ПРОДОЛЖАЕТСЯ ГОЛОСОВАНИЕ В КОНКУРСЕ  
“НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР” 2021, И У ВАС ЕЩЕ ЕСТЬ  
ВОЗМОЖНОСТЬ ПОДАТЬ КАНДИДАТУРУ  
ТОГО МАГАЗИНА, С КЕМ КОМФОРТНО  
РАБОТАТЬ ИМЕННО ВАМ!



[info@jewellerclub.ru](mailto:info@jewellerclub.ru)

# JUNWEX

МОСКВА

27–31 ОКТЯБРЯ 2021  
ВДНХ, ПАВИЛЬОНЫ 33, 55, 57

## 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)



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

\*Все цены указаны с НДС

# «Стратегия ювелирной компании на 2022 год»

*Индивидуальная сессия для первых лиц с Артуром Салякаевым*

МЕРОПРИЯТИЕ УНИКАЛЬНОГО ФОРМАТА В РАМКАХ ВЫСТАВКИ «JUNWEX МОСКВА» - 8 ИНДИВИДУАЛЬНЫХ СЕССИЙ ПО РАЗРАБОТКЕ И УСИЛЕНИЮ СТРАТЕГИИ ЮВЕЛИРНОЙ КОМПАНИИ НА 2022 ГОД.

Артур Салякаев - эксперт ювелирной отрасли, основатель международной компании IJA и бренда INCRUA. Более 10 лет консультирует владельцев отраслевых предприятий по вопросам управления, маркетинга и повышения продаж.



## СТРУКТУРА ИНДИВИДУАЛЬНОЙ СПЛИТ-СЕССИИ:

**Шаг 1:** анализ текущей ситуации и отклонение от желаемой картины. Определим наиболее слабые места бизнеса.

**Шаг 2:** обсуждение целей компании и ее первого лица. Проверим цели на ясность или создадим их вместе.

**Шаг 3:** анализ тенденций ювелирного рынка: ритейл, онлайн-продажи, производство. Проанализируем текущие показатели роста и падения отрасли.

**Шаг 4:** формулировка стратегического плана. Найдем наиболее перспективные пути достижения цели.

**РЕЗУЛЬТАТ:** понимание процесса стратегического планирование в компании и совместная отработка первых этапов (список конкретных рекомендаций).

Стоимость участия в индивидуальной сессии: 10 000 рублей.

Сплит-сессия предназначена:

- для владельцев ювелирных компаний;
- для компаний, открытых до 2018 года и ранее.
- для компаний с численностью от 20 человек.

# Имеют ли право самозанятые работать с ювелирными изделиями?

ГИИС ДМДК

Проект новой редакции ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» предполагает появление на рынке драгоценных металлов и драгоценных камней новых участников. Речь о художниках-ювелирах.

По этому проекту художник-ювелир — это «физическое лицо, использующее драгоценные металлы и (или) драгоценные камни в самостоятельной творческой деятельности, применяющее специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» и соответствующее критериям, установленным федеральным органом исполнительной власти».

Данное новшество порождает ряд вопросов, связанных с ограничением,



прописанным в Федеральном законе от 27 ноября 2018 г. № 422-ФЗ по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход».

*Сформулировано это ограничение так: «Не вправе применять специальный налоговый режим лица, осуществляющие реализацию товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации в соответствии с законодательством Российской Федерации».*

С одной стороны, согласно «Концепции создания и функционирования в РФ системы маркировки товаров средствами идентификации и прослеживаемости движения товаров», утвержденной распоряжением Правительства РФ от 28 декабря 2018 г. № 2963-р, «маркированные товары» — это товары, на которые нанесены средства идентификации с соблюдением установленных требований и достоверные сведения о которых (в том числе сведения

о нанесенных на них средствах идентификации (или) материальных носителях, содержащих средства идентификации) должны быть представлены в государственную информационную систему.

Все ювелирные изделия, в соответствии с данной формулировкой, подпадают под определение «маркированных товаров».

Но существует пункт 2 «Правил функционирования государственной интегрированной информационной системы в сфере контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота», утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 26 февраля 2021 г. № 270 (далее по тексту – «Правила»).

Из него мы узнаём следующее:

- «маркировка ювелирных изделий»
- нанесение в соответствии с настоящими Правилами двухмерного штрихового кода непосредственно

на ювелирное изделие и (или) на материальный носитель ювелирного изделия, ввозимого в Российскую Федерацию из государств, не входящих в Евразийский экономический союз. Маркировка ювелирных и других изделий из серебра не осуществляется, за исключением изделий, предъявляемых на маркировку в добровольном порядке;

- «маркированные ювелирные изделия» - ювелирные изделия, на которые непосредственно нанесены двухмерные штриховые коды с соблюдением требований настоящих Правил, или ввозимые в Российскую Федерацию из государств, не входящих в Евразийский экономический союз, ювелирные изделия, на материальный носитель которых нанесены двухмерный штриховой код и уникальный идентификационный номер с соблюдением требований настоящих Правил и достоверные сведения о которых содержатся в ГИИС ДМДК».

Согласно тексту «Правил», маркированными ювелирными изделиями являются не все, а только те, на которые непосредственно

нанесены двумерные штриховые коды. Но ювелирные изделия из серебра не подлежат маркировке в обязательном порядке и, в соответствии с текстом «Правил», обращаются немаркированными.

При этом пункт 12 текста Постановления устанавливает:

- с 1 марта 2023 г. на территории Российской Федерации на ювелирные изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней, за исключением ювелирных изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, заявленных в качестве остатков, должны быть нанесены двухмерные штриховые коды непосредственно на ювелирные изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней согласно Правилам, за исключением случаев, установленных международными договорами Российской Федерации;

- с 1 марта 2024 г. на территории Российской Федерации на ювелирные изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней, заявленные в качестве остатков, должны быть нанесены двухмерные штриховые коды непосредственно на ювелирные

изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней согласно Правилам, за исключением случаев, установленных международными договорами Российской Федерации».

Следовательно, часть ювелирных изделий из иных, кроме серебра, драгоценных металлов (золота, платины, палладия) до 1 марта 2024 года могут иметь обращение в немаркированном виде.

Кроме того, пункт 3.1. Статьи 5 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ (в ред. от 02.07.2021) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» указывает, что Правительство Российской Федерации в соответствии с настоящим Федеральным законом утверждает перечень отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, или критериев определения таких товаров.

Во исполнение Федерального закона № 381-ФЗ, распоряжением Правительства РФ от 28.04.2018 № 792-р (в ред. от 06.02.2021)

утвержден «Перечень отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации», однако ювелирные изделия в этот перечень не внесены.

Налицо серьезное противоречие норм и толкований, Ассоциация обратилась за разъяснениями к директору Департамента налоговой политики Минфина России Волкову Даниле Вертолиевичу. Приведем ответ департамента полностью:

«Департамент налоговой политики рассмотрел ваше обращение и сообщает.

В соответствии с пунктом первым части 2 статьи 4 Федерального закона от 27.11.2018 № 422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» не вправе применять специальный налоговый режим в виде налога на профессиональный доход (далее - НПД) лица, осуществляющие реализацию подакцизных товаров и товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации в соответствии

с законодательством Российской Федерации.

Таким образом, если ювелирные изделия, изготавливаемые художниками-ювелирами, подлежат обязательной маркировке, то в отношении деятельности по их изготовлению и реализации специальный налоговый режим в виде НПД не применяется.

Одновременно сообщаем, что согласно пункту 3 Правил функционирования государственной интегрированной информационной системы в сфере контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 26.02.2021 № 270 «О некоторых вопросах контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота и внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» (далее - Постановление) ювелирные изделия до их ввода в оборот подлежат обязательной маркировке.

Вместе с тем пунктом 11 Постановления установлено, что с 01.03.2022 на территории Российской Федерации ювелирные изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней, за исключением ювелирных изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, заявленных в качестве остатков, должны иметь присвоенный каждому такому изделию уникальный идентификационный номер, цифровую фотографию индивидуального ювелирного изделия».

Трудно сказать, в какой степени полученный Ассоциацией ответ прояснил ситуацию с самозанятыми. Скорее, наоборот, вопросов стало только больше. Учитывая противоречивость правовых норм, регламентирующих возможность применения «Налога на профессиональный доход», с целью избежания рисков налоговых претензий целесообразнее применять специальный налоговый режим в виде упрощённой системы налогообложения (УСН).

// Гильдия ювелиров

# Совместная рекламная кампания на медиафасаде

## Арбат, д.7



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

**10** Дней  
**288** Выходов в день  
**245 м<sup>2</sup>** Рекламное поле  
**800 м** Видимость

обычная стоимость **520 000** руб.

Стоимость совместной рекламы **200 000** руб.

# На второй год пандемии россияне стали больше тратить на украшения

**ОБЪЕМ ПРОДАЖ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В СТРАНЕ ПРЕВЫСИЛ ДОКОВИДНЫЙ УРОВЕНЬ, СВИДЕТЕЛЬСТВУЮТ ДАННЫЕ “СБЕРИНДЕКСА” И РОССТАТА.**

Причем потребители, несмотря на рост цен, охотно приобретают не только бюджетные, но и люксовые украшения. У отечественных производителей появился хороший шанс отвоевать внутренний рынок. Однако дефицит рабочей силы может привести к тому, что предприятия будут менять дислокацию.

Официальную статистику и данные Сбера о расходах граждан на драгоценности изучили аналитики крупной ювелирной сети, которая владеет ювелирным заводом в Красном-на-Волге. С января по июль

2021 года выручка предприятий от продажи изделий из драгметаллов достигла 129 миллиардов рублей, сообщили в компании. Это на 66 процентов больше, чем за аналогичный период в прошлом году, и на 27 процентов выше уровня первого полугодия 2019-го.

Самым падким на украшения округом оказался ЦФО: на его долю пришлось 40 процентов оборота. Далее с большим отрывом следуют Приволжье и Северо-Запад. Десятку регионов - лидеров по продажам в стране открывает Москва, а замыкает Воронежская область. Между ними расположились Санкт-Петербург и Екатеринбург, Новосибирск и Краснодар, Нижний Новгород, Красноярск и Казань.

Первенство Центральной России обеспечила, естественно, Москва. Жители столицы за полгода спустили на украшения более 30 миллиардов рублей - а в целом по округу совокупная выручка перевалила за 51 миллиард. Следом идут Московская область (объем продаж - восемь миллиардов, это лишь немногим меньше, чем в Санкт-Петербурге) и Воронежская (более 1,6 миллиарда). В топ-5 по ЦФО вошли также туляки и белгородцы, чьи траты на ювелирку в сумме немного не дотянули до двух миллиардов.

Абсолютным рекордсменом по среднему чеку в стране также стала Москва - 9,6 тысячи рублей. Это на 11 процентов выше, чем в первом полугодии 2020-го, отметили аналитики Sokolov. В остальных городах-лидерах показатели варьируются от пяти до 6,4 тысячи. В нестоличных областях Центрального федерального округа средний чек колеблется в пределах от трех до пяти тысяч рублей, и динамика здесь поскромнее столичной - около пяти процентов год к году.

Закономерность проста: чем крупнее город, тем шире и надежнее клиентура ювелиров. Так, в столице Черноземья за шесть месяцев потратили на изделия из драгоценных металлов 1,37 миллиарда рублей. Больше, чем в целых соседних губерниях. Средний чек в Воронежской области - около 4,5 тысячи, в самом Воронеже - более пяти.

По тратам на ювелирные изделия в пересчете на душу населения всех обогнал курортный Сочи (4,9 тысячи рублей) - очевидно, на показателях сказалась активность отдыхающих. В Москве и Краснодаре получилось около 2,4 тысячи рублей на одного жителя. В остальных городах из топ-10 этот показатель не превышает 1,7 тысячи. В Воронеже, например, это 1540 рублей, в области - 780. На одного жителя ЦФО в первом полугодии пришлось 1310 рублей, потраченных на украшения. На эти деньги можно купить, условно говоря, тонкую серебряную цепочку.

Если в других сферах народного потребления на фоне коронакризиса

рос интерес к более бюджетной продукции, то в ювелирной отрасли этого не произошло.

- Мы не видим перетекания спроса из люксового сегмента в массовый. Доля премиального сектора на ювелирном рынке традиционно устойчива, - заметила глава аналитического центра Sokolov Алина Колпакова. - Весь рынок в денежном выражении вырос по сравнению с доковидным уровнем не потому, что увеличился спрос в масс-маркете, а потому что поднялись цены на драгоценные металлы.

Изменение себестоимости продукции - основная причина роста выручки в отрасли, подтвердил генеральный директор ассоциации "Гильдия ювелиров России" Эдуард Уткин.

- Данные по продажам год к году сравнивать не совсем корректно, так как на 2020-й пришелся пик повышения цен на драгметаллы (золото прибавило 60 процентов, серебро - 80) и драгоценные камни (в среднем почти в два раза). Соответственно, на рынке появились изделия по новым

ценам. Объемы розничных продаж в денежном эквиваленте сейчас те же, что и раньше, а физические объемы сократились, - объяснил он.

### ВОССТАНОВЛЕНИЕ РЫНКА ИДЕТ, НО НЕ СТОЛЬКО В МАССОВОМ СЕГМЕНТЕ, СКОЛЬКО В ПРЕМИАЛЬНОМ.

Это украшения стоимостью в сотни тысяч рублей. На них спрос вырос в 2-2,5 раза. Состоятельные люди, которые до пандемии предпочитали отдыхать за рубежом, сейчас тратят примерно те же суммы внутри страны. Тенденция проявилась в 2020-м и продолжает влиять на рынок. Чувствуется интерес людей к дорогой и качественной продукции.

И хотя погоду на рынке делает столичный регион, повышение спроса на ювелирные изделия ощутимо по всей стране.

- На динамику в провинции влияет, во-первых, приход крупных сетевых игроков, которые предоставляют высокое качество, широкий ассортимент и хороший сервис. Во-вторых, сказываются ограничения

пандемии. Покупатели соскучились по самой возможности посмотреть, выбрать, примерить украшение, - отметила Анастасия Колпакова.

Активность потребителей позволяет российским ювелирам постепенно набирать обороты после коронакризиса. По данным Гильдии, рост производства по сравнению с прошлым годом составил 15 процентов.

Здесь надо иметь в виду, что в 2020-м произошло 30-процентное сокращение. Но и с учетом этой поправки можно сказать, что ситуация выравнивается и результат по объемам выпуска продукции "очень неплохой", подчеркнул Эдуард Уткин.

- Восстановительный рост перетянет на себя интернет-торговля. Потребитель привык к дистанционным форматам. К тому же интернет-магазины существуют при производителях, а значит, цены в них ниже, чем в офлайне, а ассортимент - шире. Плюс развиваются маркетплейсы, предлагают все более комфортные

условия покупки.

Розничному салону где-нибудь в Барнауле при скудном обороте трудно держать на полках всю товарную матрицу, - пояснил Уткин. - И еще немаловажный факт: на рынок вышел более молодой потребитель. Людям за 50 покупать украшения в интернете непривычно, а молодежь, наоборот, избегает явки в магазин. Эта новая аудитория растет. И она, кстати, более платежеспособна, чем граждане старшего поколения.

**ДИСТАНЦИОННЫЕ ПРОДАЖИ  
УЖЕ ЗАНИМАЮТ БОЛЕЕ  
10 ПРОЦЕНТОВ РЫНКА  
ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В  
РОССИИ, И ЭТА ДОЛЯ БУДЕТ  
РАСТИ.**

Ближайшие перспективы рынка будут зависеть от цен на сырье. Сейчас они стабилизировались, однако некоторые инвестиционные банкиры прогнозируют дальнейшую инфляцию. Для отечественных ювелиров это будет серьезный удар, не скрывают в Гильдии.

- Иностранных производителей с российского рынка почти вытеснили. Дело в том, что стоимость ювелирного изделия складывается из цены драгметаллов и работы. Металлы - биржевой товар, их стоимость во всем мире одинакова. А стоимость российской рабочей силы, скажем прямо, обесценилась из-за девальвации национальной валюты. Раньше было дешевле заказать работу в Турции, а теперь это можно выгоднее сделать у нас - и с несравнимо более высоким качеством, - заверил Эдуард Уткин.

Ситуацию осложняет дефицит кадров. Так, в городке Красное-на-Волге (рядом с Костромой), где расположено много крупных ювелирных предприятий, проблема поиска специалистов стоит остро. Людей каждый день возят служебным транспортом из Костромы, за 35 километров.

- Кто-то из коллег задумался о переводе производства в соседние регионы - в Иваново, Ярославль, Ростов Великий, - добавил

Уткин. - Возможно, как раз с перерегистрацией предприятий в Ярославле и были связаны нестыковки, заинтересовавшие в августе костромского губернатора. (Он заподозрил, что местные ювелиры перевели часть сотрудников в тень, так как штатная численность у них уменьшилась, а объемы производства выросли. - Прим. ред.).

*Ирина Морозовская, генеральный директор ювелирной группы "АЛРОСА":*

- Розничные продажи ювелирных украшений начали быстрое восстановление уже во второй половине 2020 года. В прошлом году показатели продаж превысили результаты за 2019 год, а в 2021-м тренд на увеличение спроса сохранился.

Согласно нашим прогнозам, результаты этого года будут еще лучше, чем в прошлом. Основным драйвером для нас остается премиальный сегмент покупателей, что вполне соответствует мировым трендам.

Розничный рынок ювелирных украшений с бриллиантами охватывает от 20 до 40 миллионов покупателей в мире и оценивается примерно в 80 миллиардов долларов США ежегодно. На премиальные бриллианты и украшения приходится примерно четверть суммы, и эта категория, как показывают текущие тренды, оказалась самой устойчивой к внешним потрясениям. Во всем мире на фоне пандемии электронная торговля получила резкий рост, не стал исключением и ювелирный рынок.

Около 20 процентов розничных продаж здесь приходится на онлайн. Крупные розничные торговцы ювелирными изделиями с бриллиантами сообщили о росте продаж в своих онлайн-каналах на 60-70 процентов в годовом исчислении. Несмотря на этот тренд и склонность к онлайн-исследованиям перед совершением покупок, почти все потребители (90-95 процентов) по-прежнему предпочитают покупать

бриллианты в офлайн-магазинах. Потребители ценят возможность увидеть и потрогать украшения, получить личную консультацию и другие услуги.

Доля онлайн-продаж ювелирных изделий с бриллиантами по-прежнему невелика по сравнению с другими предметами роскоши и потребительскими товарами. Чтобы создать значимый сдвиг в сторону цифровых каналов, отрасли необходимо решить с их помощью несколько проблем потребителей: повысить доверие (например, путем предоставления сертификатов, гарантий, отзывов) и удобство (например, путем реализации программ бесплатной доставки и возврата или “примерки перед оплатой”), предоставлять дополнительные скидки и акции для покупок в интернете.

// Российская Газета

# В Москве открылось пространство «Киэргэ»

Открытие пространства «Киэргэ» в Москве даст новый импульс в продвижение ювелирного искусства Якутии, ибо каждое изделие «Киэргэ» освещено сакральным дыханием древней культуры и вдохновением его мастера-создателя.

*“Один из атрибутов охранительных обрядов, связанных с жизнью человека, является оберег, сотворенный руками человека, в основном, из металла. Их делали искусные мастера-кузнецы.*

*В социальной иерархии древних якутов кузнецы были особой кастой посвящённых и занимали высшую ступень наравне с шаманами, которые несли миссию хранителей миропорядка в обществе”, - рассказывают в компании.*



В современном мире эти традиции унаследовало ювелирное искусство. Поэтому компания «Киэргэ» так бережно хранит и развивает традиции предков, органично вписывает древние смыслы в современный дизайн ювелирного искусства.

# DPD начала перевозить драгоценные металлы и камни

Логистический оператор DPD получил свидетельство Государственной интегрированной системы в сфере контроля за оборотом драгоценных металлов и драгоценных камней на перевозку ювелирных изделий.

Новые условия по обороту драгоценных камней и металлов вступили в силу с 1 сентября 2021 года. Согласно новой редакции постановления Правительства РФ № 1052, утвержденной 26 февраля 2021 года, реестр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями, ведется Федеральной пробирной палатой только в государственной интегрированной информационной системе в сфере контроля за оборотом драгоценных металлов,

драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота.

Теперь операции с драгоценными металлами и камнями, а также с изделиями из них, смогут осуществлять только те компании, которые включены в новый реестр. DPD одной из первых получила свидетельство ГИИС ДМДК, регламентирующее оборот ювелирных изделий. Ранее логистический оператор осуществлял деятельность на основе учета в пробирной палате.

С 1 марта 2022 года начинается первый этап обязательной маркировки драгоценных камней и металлов. Благодаря ей все операции, связанные с товаром, будут фиксироваться в ГИИС ДМДК. В том числе передача товара на склад и перемещение между складами или магазинами.

# «Ювелирочка» представила кольца с подвижными элементами

Интернет-магазин «Ювелирочка» представил капсульную коллекцию трендовых моделей колец с подвижными элементами.

Кольца из серебра 925 пробы заключают в себе несколько подвижных окружностей различной ширины и стилистики, создающих иллюзию наборности. Нарочито грубые фактуры металла и техника чернения серебра смягчены

цветными самоцветами и позолотой.

Миниатюрные вставки из разноцветных турмалинов, сапфиров, агатов и аметистов поддерживают мотивирующие надписи на глянцевом основании кольца. «Через тернии к звездам», «Теперь или никогда», «Все в твоих руках», «Любовь» - выберите свой постулат в символических кольцах «Ювелирочки»!





## Открылся первый магазин по франшизе Янтарного комбината

В Геленджике начал работу первый магазин по франшизе Калининградского янтарного комбината.

Франшиза запущена в рамках расширения торгово-розничной сети Янтарного комбината, который имеет восемь собственных магазинов – семь в Калининградской области и один в Москве.

Магазин в Геленджике стал первым в ряду торговых точек, получивших право реализации изделий Янтарного комбината, используя бренд и бизнес-модель предприятия, а также первым магазином янтарных изделий в городе-курорте.

## JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

Тел : (812) 303 98 69

Fax : (812) 320 01 41

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

[press@rjexpert.ru](mailto:press@rjexpert.ru)

 @junwex\_fair

 @junwex

 @junwex\_official

