



АНТАЛ

Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

750 от 15 ноября 2022

• www.junwex.com

Здравствуйтесь, друзья!

И это обыденное приветствие — пожелание здоровья, сейчас звучит непривычно, т. к. в окружающей нас информации трудно оставаться здоровым. Или валерьянкой обопьешься, или спиртного переберешь! Сказал бы — аналогия с некрасовской поэмой «Кому на Руси жить хорошо», но это уже трагедия.

Страна горячо спорит о том, кому жизнь «хороша», кому «ни шиша». Впрочем, кому-то совсем пофиг, что идет война и гибнут люди, они наслаждаются жизнью, наживаются на ней и видимо смеются над убожеством патриотов. Причем, власть, похоже, высокомерно не реагирует ни на тех, кого открыто в обществе называют врагами, ни на тех, кто кричит «караул». Примеры повсеместно и повседневно! Мы

с инстинктом вменяемых, верим в какую-то высшую стратегию и суворовские замыслы. Власть, как будто бы, тоже знает что-то по ее мнению быдлом непостижимое, и не собирается снисходить до низости общения с нами.

Хочется знать, почему тогда с такой самоуверенностью, при всеобщем скепсисе к оценкам экономических, военных, дипломатических достижений, сделаны шаги после которых все мы, вместе с властью в шоке? Где теперь демилитаризация, денацификация и когда наша Победа?!

Россия-то победит, без сомнения, но только не разумом власти, а силой народа. Сегодня же виден только слезливый «договорняк Стамбул -3» с потерей имиджа Отечества

и тревогой за будущее детей! И начинается это прямо сегодня на встрече 20-ки!

А вообще, вся жизнь страны последние десятилетия построена на «договорняке» от которого зависит и безопасность, и экономика, и, естественно, бизнес — мы с вами. Как начали с договорной (читай воровской) чубайсовской приватизации, так все и пытаемся

договориться с олигархической властью. А она полностью зависима от газовой турбулентности!

Эта политическая турбулентность сегодня влияет на все наше с вами бытие: на безопасность, смену налоговых режимов, общественную жизнь и внутреннюю конкуренцию.

Этот номер еженедельника где-то и про это.



ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

JUNWEX

Лучшие украшения в России

8–11 ДЕКАБРЯ 2022

МОСКВА, ГОСТИНЫЙ ДВОР

CHAMOVSKIKN
JEWELLERY HOUSE

Конкуренция – это воздух, без которого жизнь невозможна



ИНТЕРВЬЮ С ПРЕДСЕДАТЕЛЕМ
АССОЦИАЦИИ «ГИЛЬДИЯ
ЮВЕЛИРОВ РОССИИ»
Ф. Ф. ГУМЕРОВЫМ

Недавно стало известно о появлении в отрасли новой общественной организации. В эти же дни мы узнали

о перенесении сроков обязательной маркировки ювелирных изделий, которое произошло благодаря усилиям Гильдии ювелиров России при поддержке Клуба «Российская Ювелирная Торговля». В тесном партнерстве эти два крупнейших отраслевых объединения смогли добиться серьезного результата. Как Вы относитесь к появлению новообразованной Ассоциации ювелиров?

■ Как человек, работающий на ювелирном рынке почти тридцать лет, я спокойно отношусь и к появлению новых общественных организаций, и к их исчезновению. Конкуренция – это воздух,

кислород, без которого жизнь невозможна, в том числе и в сфере общественных объединений.

Можно назвать с десяток таких союзов в отрасли, у которых никогда не было ни общих собраний, ни выборов, ни ревизий, ни результатов работы. Никто не видел их уставы и протоколы. Иное дело, если подобные объединения появляются, чтобы уменьшить вес другой общественной организации, чтобы в каких-то государственных кабинетах кто-то мог сказать: «Гильдия – это не вся отрасль».

В августе нынешнего года на круглом столе у губернатора Костромской области я твердо сказал, что общественная организация – это не департамент Минфина или отдел областной Администрации. Она создается для защиты бизнеса, интересов всех ее участников. Конечно, она должна находиться в конструктивном диалоге со всеми ветвями власти, но не в ущерб бизнесу, а для того, чтобы аргументировано объяснять потребности рынка.



Это сверхсложная задача, которую стремится решать старейшая общественная организация отрасли – Гильдия ювелиров России, у которой есть опыт реальных побед - от отмены толлинга до изменения сроков этапов внедрения ГИИС ДМДК. Кстати, деятельность по последнему вопросу еще не завершена. Эта система в нынешнем состоянии – инструмент, слишком громоздкий и тяжелый, особенно для мелкого и среднего бизнеса. Но спасибо регулятору – мы имеем возможность еженедельно по четвергам встречаться и работать над совершенствованием процессов внедрения ГИИС и уже внедренных в жизнь отрасли требований.

Попытки подмять мир под себя не приводят к успеху



ИНТЕРВЬЮ С РУКОВОДИТЕЛЕМ ПРОГРАММЫ «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ» В. В. БУДНЫМ

Как недавно стало известно, пятью крупными игроками ювелирного рынка - «585», Sokolov, Sunlight, «Адамас» и «Арт-карат» была учреждена Ассоциация ювелиров, созвучная Ассоциации

«Гильдия ювелиров России», давно и успешно работающей на благо всей отечественной ювелирной индустрии. Ваше отношение к новому объединению? Какие интересы преследует этот альянс?

■ О появлении такой ассоциации говорилось давно. Общеизвестно, что идея создания ассоциации крупных предприятий принадлежала Минфину. В рамки деятельности этого министерства не заложены функции развития ювелирной отрасли и оно, естественно, заинтересовано лишь в контроле. А чем меньше подведомственных предприятий, тем контролировать эффективнее и глубже – проще. Это логично. Минфин - заложник ситуации, и

потому, наверное, поддержал, пролоббировал вместе с крупными предприятиями столь непопулярные в бизнес-среде законодательные инициативы, направленные на искоренение среднего и малого бизнеса на ювелирном рынке.

Давайте порассуждаем о перспективах такого объединения и обратимся к мировому опыту. В Америке, Европе, Азии существуют масштабные отраслевые предприятия, которые имеют и колоссальные ресурсы, и собственные или аффилированные розничные сети в сотни, а то и тысячи торговых точек. Однако рыночные механизмы, сезонность поставок товара, потребительские предпочтения, различные группы покупательской аудитории заставляют «крупняк» жить и действовать в том же рыночном пространстве, что и большинство других игроков – представителей малого и среднего бизнеса.

Несмотря на жесткую конкуренцию, они понимают, что сложившийся механизм является единым для всех. Они наравне работают на выставках, выполняют нормы здоровой конкуренции, пользуются общепризнанными средствами

рекламы и продвижения. Они понимают, что создание индивидуальных условий работы для себя невозможно или неразумно дорого. Конкуренция – это и борьба за продажи, и опыт, рождаемый во взаимодействии.

В частности, как показывает международная ситуация (причем не только в ювелирной отрасли), именно из конкурентной среды небольших компаний выходят на промышленный уровень новые веяния в моде, дизайне и даже технологиях. История учит, что попытки подмять мир под себя не приводят к успеху: мир не однополярный даже в политическом смысле. Вот сейчас мы пытаемся выжить в условиях попытки однополярности...

Возможно, нынешний отраслевой «союз крупных» предполагает перетянуть к себе часть независимых торговых компаний и малых предприятий?

Мало кто на это пойдет, потому что у всех есть примеры негативного опыта односторонней зависимости от крупных предприятий! Зачастую эта зависимость убивает малый бизнес! Как говорится, проходили – знаем.

Был эксклюзивный, только для крупных, толлинг. Много примеров «смерти» компаний, посаженных «на иглу».

Потом, казалось бы, современная форма взаимоотношений – франшиза. На этом этапе, как я понимаю, даже у такого известного игрока как Sokolov возникли сложности. На франшизу согласилось мизерное количество независимых ритейлеров, которые прекрасно помнят, как используя их аналитическую работу, получив полную информацию о региональных продажах, крупные игроки открывали рядом с их торговыми точками свои фирменные салоны, убивая маленького конкурента.

Я уверен, сегодняшнее образование новой общественной организации – очередной шаг торможения развития рынка, связанный с потерей времени на попытку подавления малого и среднего бизнеса в отрасли.

А жизнь идет по другим законам. Везде в мире малый и средний ювелирный бизнес превышает по количеству немногочисленные крупные предприятия,

выпускающими десятки тонн продукции. Именно небольшие компании нашли правильный баланс разнообразия в своих витринах. Ювелиры и интересны в конкуренции с сопутствующими товарами разнообразием своего ассортимента! И на этих принципах существует мировой ювелирный рынок.

Конечно, можно рассматривать вновь созданную организацию ювелиров как кальку с общероссийской общественной среды. В РФ есть РСПП, «Деловая Россия», «Опора России», которые обслуживают интересы конкретной среды бизнеса в зависимости от масштаба. Может, и в каждой отрасли должна быть подобная структура? Но если так рассуждать, то в РФ, наряду с Президентом В. В. Путиным, главы регионов, губернаторы Москвы и Санкт-Петербурга (кстати, что с ним – он враг народа или положительный пример представителя современной элиты?) тоже могли бы, напыжившись, зваться Президентами. Но они зовутся по-другому и исполняют свои функции в российской государственности.

Так, как предполагают участники

нового альянса, - не работает, потому что неразумно. Если говорить о явлении общественного, народного, массового движения в целом, то, как специалист по партийному строительству (такая запись есть в моем дипломе), заявляю, что история до сих пор не знала подобных успешных примеров. Обычно такие ситуации в общественной или народной жизни называют – раскол, бунт, гражданская война. Известно, что они влекут за собой ответственность и наказание.

Конечно же, лучше бы проявить благоразумие и знание законов истории общества. Надо бы работать в согласии с рыночными принципами - вместе и по-партнерски честно. Вот вернулось бы былое купеческое честное слово и верность договоренностям! Но мы же все «до основания» и только затем...

Возможно, такое объединение поспособствует крупным предприятиям подняться над конкуренцией? Может быть, новая Ассоциация покажет и другой пример, и другой механизм развития рынка, и альтернативный вариант истории?

Я бы лучше стал размышлять о внутренней конкуренции между крупными игроками. А она была и ужесточается сегодня. Была в период толлинга, когда приходилось платить взятку больше, чем конкурент, за большие объемы.

В мегаполисах конкуренция - на каждом значительном перекрестке - в лице магазинов практически всех пяти участников объединения, стоящих насмерть друг напротив друга в борьбе за покупателя. Так называемые федеральные сети работают в противоборстве на огромных скидках (каковы же наценки при скидке на золото 40 – 50 – 60 – 70...%?). И ниже существующего сейчас уровня прибыли опускаться не захотят. В каких-то местах их не устраивает трафик, достаток покупательской аудитории и т.д. Их магазины там отсутствуют.

Но рынок не терпит пустоты. Например, в областном Приозерске под Петербургом нет ни одного магазина федеральных сетей, но при этом уже много лет успешно работает салон «Альфа-Карат». Если механизм разрушится, «крупняку» придется заполнять пустоты самим.

При таком развитии прибыль будет съедаться и пропадет вместе с банкротом. Так что все форматы торговли имеют свое место и живут в едином разумном пространстве рынка, а не по выдуманной схеме «погони за журавлем».

Говоря о жесточайшей внутренней конкуренции между членами новоявленного альянса, вспоминаю попытки создания собственных «карманных» выставок рядом общественных союзов, когда эти предприятия не в состоянии были поделить между собой «первую линейку» экспозиции и оптовый трафик, мерялись «кто круче». Сколько таких примеров и где результаты?!

Возможно, новая Ассоциация могла бы уповать на совместное создание лучших условий интернет-продаж? Уже слышно о создании крупной сети пунктов выдачи... Но приобретает украшения онлайн в основном молодежь, а, согласно демографическим данным, доля людей в возрасте от 15 до 29 лет в нашей стране не дотягивает даже до 20%. Общество стареет на глазах, ВПП под большим вопросом, численность населения падает. И как только «ветер дунул» частичной

мобилизацией, то по самым приблизительным подсчетам, больше миллиона молодых моментально из России уехали. А впереди... - не дай Бог! Расчет на развитие интернет-продаж даже ассортиментом малостоящим при демографическом падении, в условиях обнищания масс - малонадежен.

Какой логикой руководствовалось Министерство финансов, если встало на сторону интересов единичных крупных игроков, - понятно. На что рассчитывают инициаторы создания новой общественной организации - не понимаю. Очень хотелось бы верить, что не для конфронтации с давно и эффективно работающими Гильдией ювелиров России и Клубом «Российская Ювелирная Торговля».

Я все же вижу в этом досадную ошибку при стремлении к развитию отечественного рынка. Надеюсь, с учетом долгого знания солидных людей, стоящих за этой инициативой, временную и исправимую. Все искусственно созданное – маложивуче. А нам вместе жить и работать еще многие годы. Хотелось бы в это верить!



“Не надо путать картошку с ювелирными изделиями”



Марина Слотина,
Sergey Slotin, г.Киров

Считаю, что новая организация должна так и называться - Ассоциация игроков крупного бизнеса. Они имеют масштабные торговые сети, насчитывающие от 150 до 1000 ювелирных магазинов, их бенефициары находятся у власти,

в правительстве и создают удобные для себя законы, лоббируют свои интересы, добиваются игры по своим правилам. Крупные игроки ювелирного рынка идут по пути «Магнита» и «Пятерочки», только они перепутали ювелирные украшения с картошкой.

Картошку едят все - и бедные, и богатые каждый день. Украшения очень индивидуальные, недостаточно иметь на всю страну ассортимент в сто колец. Бедному и богатому нужны разные и красивые ювелирные изделия по доступной им цене. Должен быть выбор!

Производители массовой продукции, выпускающие штампованные, аналогичные, лишенные изюминок изделия, не будут делать эксклюзивные украшения. Чтобы расширить

ассортимент, рынок наводнят контрабандой из Турции и Китая. А многочисленные мастера-ювелиры будут работать «по-черному».

Повторится все как встарь, как в Советском Союзе, где все женщины ходили в одинаковых серьгах и с гладкими обручальными кольцами, купленными в единственном городском магазине Ювелирторга.

Конечно, рыночные отношения так не строятся. Какие бы тяжелые времена не были, Россия должна возродиться. А для этого должны быть условия, обеспечивающие работу как малых, так и больших предприятий. Таланты должны развиваться, а не прятаться по подвалам.



Монополия всегда ведет к деградации



Сергей Жердев,
Primossa

Создание Ассоциации ювелиров крупного бизнеса - это закрепление де юре уже существующего сговора крупных сетевых компаний. Как они рассуждают? По их мнению, план является закономерным шагом в разделе ювелирного рынка нашей страны.

При жесткой изоляции России, в том числе в ювелирной сфере, - с одной стороны, и ужесточении налоговой и фискальной нагрузки, - с другой, крупные игроки рынка оказались

в непростой ситуации. Как плательщики НДС они вынуждены закладывать меньшую добавочную стоимость в продаваемый товар, а ведь обороты этих компаний и ювелирной отрасли в целом падают. Выход на зарубежные рынки ограничен, как и возможность в нынешних условиях баловаться с НДС. Вопрос встал о самом существовании этих компаний с их огромными затратами на фонды заработной платы, аренду, налогами на имущество и т.д. И как во всем нашем мире млекопитающих, у крупных игроков был только один выход - объединиться в борьбе за выживание, совместными усилиями создать условия для передела скудного российского рынка ювелирных изделий в свою пользу, вытеснить оттуда мелкие фирмы. Что мы сейчас и наблюдаем. Все наши попытки сохранить упрощенную систему налогообложения вовремя купированы этими игроками.

А договориться о совместных действиях руководителям шести - десяти крупных компаний гораздо легче, чем директорам 200 000 небольших, «размытых» по различным ассоциациям, не имеющих ярко выраженного лидера, а значит и согласованных действий, решений, в конце концов капитала, который мог бы быть направлен на отстаивание собственных интересов. В итоге, как на любой войне, маленькая мобильная армия, хорошо управляемая и имеющая значительные и концентрированные в управлении финансовые средства, всегда победит «монстра на глиняных ногах», у которого каждый смотрит в свой огород.

Ассоциация - это не плохо и не хорошо. Ее участники просто другие. Они хотят сохранить свои доходы на фоне падения продаж, сохранить свой бизнес. За счет малого и среднего бизнеса. За счет нас с вами. И если мы не объединимся, не выстроим жесткую централизованную систему по образцу американских профсоюзов, шансы в противостоянии с Ассоциацией невелики. А вот когда ей удастся нас успешно скушать, то уже по

законам трудов Адама Смита ее участники-организаторы начнут кушать друг друга. Но мы уже будем вне игры.

Любой бизнес должен развиваться и поглощать конкурентов. И чем более замкнутый рынок, тем жестче эти процессы. Посмотрите на розничную торговлю продуктами: как успешно «Магнит» и «Х5» подмяли под себя весь российский рынок! Посмотрите на ювелирный рынок Белоруссии - там по существу всего три сетевых компании. Правительство и власть должны взять на себя ответственность и сохранить малый бизнес, если хотят динамического развития страны, экономики, отрасли, если хотят продолжить традиции Карла Фаберже, чтобы потребитель мог получить достойный художественный продукт, а не стандартный набор товаров, как в «Пятерочке» и «Магните».

Монополия, в какой бы сфере не появлялась, всегда ведет к деградации и примитивизму. Стандартные жилые многоэтажки никогда не были гордостью никакого государства. Но, по-видимому, сейчас государству не до нас.

Без малогого бизнеса крупным предприятиям не обойтись



Валентина
Батрашина,
«Солнце моё»
Вице-президент
Клуба в ДФО

Появление Ассоциации ювелиров означает, что крупный отраслевой бизнес уже уверен, что ему удалось убить малые предприятия? Но ведь

крупные производители ювелирной продукции на 50-60% зависят от мелких и средних компаний.

Члены Ассоциации не смогут одни справиться с реализацией товара, даже используя торговые сети друг друга. Ожидающая их перспектива — это жесткая конкуренция (каждый заинтересован в реализации своего товара) и поедание друг друга.

У меня есть опыт работы с одной известной крупной компанией. Она неоднократно пыталась нас «кинуть»: например, объявляла «Солнце моё» своим официальным представителем, а потом сама начинала продавать в нашем регионе. Видимо, у компании сложилось впечатление, что это легко и безнаказанно. Это



их наработанный годами стиль взаимодействия с партнерами и клиентами.

Открытие точек продаж - это: аренда, техника, оборудование, охрана, зарплата сотрудников. Чтобы отбить расходы, можно накрутить стоимость в три-четыре раза. Только в маленьком городе или поселке не найдется покупателя на такой товар, и рентабельность будет равна «глубокому минусу».

Это слишком дорогое удовольствие, и без помощника - малого бизнеса

крупным производственным предприятиям здесь не обойтись.

Есть отдаленные населенные пункты, о которых менеджеры этих компаний даже не слышали. Малый бизнес знает регионы изнутри, имеет наработанные годами связи и контакты. Поэтому оцепить всю Россию у «крупняка» не получится.

Мы часто видели тех, кто быстро рос, развивался, открывал большую сеть, а потом так же быстро, как мыльный пузырь, схлопывался.

Я знаю, что бумеранг всегда возвращается



*Надежда Ткаченко,
«Золотой ажур»,
Вице-президент
Клуба в ДФО*

Во все времена крупные игроки рынка могли договариваться ввиду своей малочисленности. Это называлось картельным сговором. Но давайте вспомним: где сейчас находятся «Яшма» и ее хозяева? что случилось с «Алтыном»? Куда привел путь компании «Адамас»? Если вспоминать в рамках истории цивилизации, то все империи всегда заканчивали свою жизнь крахом, а маленькие государства

объединялись и вершили судьбы истории. Крупные игроки никогда не смогут существовать в маленьких городках и поселках нашей огромной Родины. Они никогда не смогут предложить такой обширный и интересный местному покупателю ассортимент, который предлагают частные, семейные небольшие ювелирные магазины.

Основная цель деятельности «крупняка», — уничтожить и поглотить малых игроков. Работая на этом рынке более тридцати лет, я знаю, что бумеранг всегда возвращается. Так получится и в этот раз: он вернется и грохнет...

Мне непонятна политика государства, чиновников, пошедших на поводу у «гигантов», не осознающих, что если с рынка уйдут десятки тысяч малых предприятий, то бюджет получит меньший объем налоговых сборов и при этом армию безработных на биржах труда.

Всем добра и ума!



Справочная информация:

история внедрения ГИИС ДМДК и участие в процессе Ассоциации «Гильдия ювелиров России»

1. Впервые о возможном введении маркировки ювелирных изделий и компьютерном контроле за их оборотом Ассоциация «Гильдия ювелиров России» заговорила в 2014 г. 26 июня 2014 г. Ф. Ф. Гумеровым и В. А. Збойковым была подана заявка на патент на изобретение №2595599 «Способ контроля за оборотом товара», в котором рассматривался возможный вариант организации компьютерной прослеживаемости за оборотом ювелирных изделий.

2. В 2016 г. начались первые обсуждения возможности введения маркировки ювелирных изделий в ЕАЭС, когда в странах ЕАЭС была введена обязательная маркировка и запущен пилотный проект по маркировке шуб и меховых изделий RFID-метками.

В 2017 г. ЕЭК начала обсуждение возможного введения маркировки ювелирных изделий. Так, 22 сентября 2017 г. прошла видеоконференция ЕЭК по маркировке, где были выдвинуты следующие тезисы:

- о значительном объеме теневого оборота на рынке ювелирных изделий и целесообразности введения в Евразийском экономическом союзе (далее - Союз) для обеспечения прозрачности рынка таких изделий маркировки их средствами идентификации;
- о существующих в ювелирной отрасли проблемах, в том числе вызванных недоверием потребителей, и положительной оценке введения в Союзе

маркировки ювелирных изделий средствами идентификации.

Обсуждалась возможности использования различных вариантов идентификационных знаков в зависимости от поставленных целей, желаемом уровне защиты и цены (в том числе - RFID-маркировки ювелирных изделий от ПАО «Микрон»).

3. В феврале 2018 г. Ассоциация «Гильдия ювелиров России» на совещании в Минпромторге предложила для маркировки ювелирных изделий использовать не дорогостоящие RFID-чипы, а напечатанный на бирке изделий QR-код, а также предложила свои услуги по подготовке Технического задания на систему и начала над ним работу.

4. 24 марта 2018 г. вышло Постановление № 321 «О проведении эксперимента по маркировке отдельных видов драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них», по которому в целях определения эффективности введения маркировки ДМ и ДК и изделий из них, для обеспечения осуществления контроля за

оборотом ДМДК, было решено провести в РФ эксперимент по маркировке отдельных видов ДМ, ДК и изделий из них с 1 июня до 1 ноября 2018 г.

Было утверждено «Положение о проведении эксперимента по маркировке отдельных видов драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них».

В постановлении давалось согласие на предложение АО «Гознак» об осуществлении им функций оператора и разработчика интегрированной информационной системы в сфере контроля за оборотом ДМДК на всех этапах их оборота на безвозмездной основе в рамках эксперимента.

Оценку результатов эксперимента необходимо было провести до 1 декабря 2018 г..

5. В мае 2018 г. Ассоциация «Гильдия ювелиров России» подготовила Техническое задание на систему и передала его в Минфин России. К сожалению, оно так и не было использовано разработчиками ГИИС ДМДК.

6. Ассоциация «Гильдия ювелиров России» приняла активное участие

в обсуждении результатов эксперимента. В частности, 1 марта 2019 г. прошла конференция «Специфика маркировки ювелирных изделий. Проблемные вопросы», на которой обсуждалось:

- подведение итогов эксперимента;
- перспективы маркировки ювелирных изделий;
- возможные технологии маркировки;
- перспективы прослеживания маркировки на территории ЕАЭС.

Участвовали в мероприятии директор Департамента государственного регулирования в сфере производства, переработки и обращения ДМДК и валютного контроля Минфина А. А. Ахполов и многие другие представители ФОИВов.

7. Первый законопроект по ГИИС ДМДК был подготовлен Минфином в апреле 2019 г. Предполагалось ввести ГИИС ДМДК в действие с 1 января 2020 г.

Однако, в сентябре 2019 г. Минэкономразвития подготовило отрицательное заключение на проект, сославшись на отсутствие в проекте достаточных расчетов по возможным расходам бюджетов всех уровней на создание и введение в эксплуатацию ГИИС ДМДК. Также в сводном отчете разработчиком не была приведена оценка расходов субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, которые могут возникнуть в связи с необходимостью соблюдения обязанностей, предусматриваемых предлагаемым проектом акта регулированием.

8. В октябре 2019 г. рассматривался вопрос отдельной маркировки сырьевых ДМ и ДК через систему Минфина России, и ювелирных изделий – через систему Оператора-ЦРПТ Минпромторга.

Ассоциация «Гильдия ювелиров России» поддержала идею единой системы ГИИС ДМДК при Минфине из-за единой нормативно-правовой базы сферы ДМДК и того факта, что ГИИС ДМДК объединяет в единое целое

весь информационный отпечаток возникновения ДМ/ДК и его последующего движения вплоть до розничной реализации или использования в иных целях.

9. 26 февраля 2021 г. вышло Постановление Правительства РФ №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», внедряющее в отрасли ГИИС ДМДК.

10. Текст Постановления Правительства РФ №270 от 26 февраля 2021 г. трижды претерпевал внесение изменений:

- Постановлением №576 от 2 апреля 2022 г.;

- Постановлением №998 от 1 июня 2022 г.;

- Постановлением №2005 от 8 ноября 2022 г.

Состав информации, подлежащей передаче в ГИИС ДМДК,

определяется Правительством РФ, но формы внесения информации устанавливаются Минфином России, и при подготовке приказов, определяющих формы и форматы передачи сведений в ГИИС ДМДК (приказы Минфина РФ № 173-н от 09.11.2021 и № 208-н от 03.12.2021), Минфин расширил понятия некоторых терминов, причислив к ним позиции, образующие состав информации, который устанавливается Правительством РФ.

Соответственно, Ассоциация «Гильдия ювелиров России» через обсуждение на Рабочей группе ДМДК, руководимой со стороны бизнеса генеральным директором Ассоциации Э. Ю. Уткиным, рассматривала вопросы по внесению в ГИИС ДМДК сведений о:

- химически чистом весе драгоценных металлов в составе ювелирных изделий;
- недрагоценных камнях, закрепленных в ювелирных изделиях;
- марке сплава, из которого изготовлены ювелирные изделия.

В итоге, избыточные сведения были сняты из требований по вводу в ГИИС ДМДК.

Также Ассоциацией «Гильдия ювелиров России» поднимались и другие вопросы, связанные с внедрением ГИИС ДМДК, которые решались Минфином России, ФПП и оператором системы АО «Гознак» в рабочем порядке (например, вопросы использования электронной цифровой подписи и др.).

11. 31 июля 2022 г. заместитель председателя Правительства РФ, руководитель Аппарата Правительства РФ Д. Ю. Григоренко с учетом инициативы Уполномоченного по защите прав предпринимателей Б. Ю. Титова издал поручение, согласно которому до 10 августа 2022 г. всем отраслевым рабочим группам поручалось рассмотреть Перечни обязательных требований, а ФОИВ принять решения по изменению законодательства РФ.

Рабочая группа ДМДК рассмотрела «Перечень отраслевых нормативных правовых актов» в сфере ДМДК, подготовленный Минфином России и ФПП в рамках исполнения поручения и дополнила проект предложениями по изменению сроков этапов внедрения ГИИС ДМДК, которые позднее были поддержаны заместителем председателя Совета Федерации Н. А. Журавлевым и председателем Комитета Совета Федерации по экономической политике С. В. Калашником (не в последнюю очередь благодаря разъяснительной работе Ф. Ф. Гумерова, являющегося помощником С. В. Калашника и председателем Совета Ассоциации), а также убедили заместителя Министра финансов России А. В. Моисеева перенести сроки этапов маркировки в ГИИС ДМДК.

Итогом стало Постановление Правительства РФ от 8 ноября 2022 г. №2005 о переносе сроков этапов внедрения ГИИС ДМДК.



Международная выставка
ювелирных украшений и подарков

JUNWEX

Лучшие украшения в России

8–11
декабря
2022

Москва,
Гостиный
Двор

ЛР



@JUNWEXLUR

www.junwex.com



[junwex_fair](#)

Мы планируем помочь талантам выйти в большой мир

ВЧЕРА В ОРГКОМИТЕТЕ
JUNWEX ПРОШЛО СОВЕЩАНИЕ
ПО ЮВЕЛИРНОМУ КОНКУРСУ,
КОТОРЫЙ СОСТОИТСЯ В РАМКАХ
ДЕКАБРЬСКОЙ ВЫСТАВКИ
«JUNWEX. ЛУЧШИЕ УКРАШЕНИЯ
В РОССИИ».



На вопрос: “Что нового?” отвечает
председатель Программы
конкурсов «Ювелирная Россия»
Г. Н. Ковалева.

«JUNWEX всегда был заинтересован
в поиске и продвижении новых
талантов и члены Высшей
экспертной коллегии всегда видели в
этом одну из главных своих задач.

На предстоящей декабрьской
выставке, как итоговой в году,
я думаю мы постараемся еще
раз вспомнить лучшие работы,
представленные в 2022 году.
Но в то же время очень хочется
отметить тех, мастеров ювелирного
искусства, кто креативно мыслит,
но пока не принимал участие в
наших конкурсных программах. Это
молодые таланты, и мы планируем
особо отметить и помочь им «выйти
в большой ювелирный мир».

Главными задачами жюри конкурса
в декабре, на мой взгляд, является
необходимость отметить ТОП
Лучших Украшений по итогам трех
конкурсов Программы «Ювелирная

Россия» за 2022 год. Это будут 10-15 эксклюзивных, авторских работ, которые потом станут демонстрироваться в рекламе региональных магазинов, на сайте, в журналах JUNWEX способствуя успешной их продаже, заказам. И конечно это должно служить рождению новых имен, продвижению бренда предприятий владельцев этих украшений, славе талантливых дизайнеров.

Очень важно создать в рамках конкурса условия созвучия творчества современных ювелиров с жизнью страны. Выражение темы патриотизма в ювелирном искусстве сегодня, когда Россия напрягает усилия в борьбе с нацизмом, необходимо. Я надеюсь, мы сможем инициировать и высветить в профессиональной среде этот огонек героизма и боли за свою страну, её волю к Победе.

Выставка, конкурс тогда заметны, когда это становится не только представлением изделий из драгметаллов, а когда рождается общественное событие. Создать условия для открытого конкурса всех профессионально работающих мастеров-ювелиров в новом формате Open-call JUNWEX –

важная составляющая декабрьской выставки. Мы пригласили к участию молодых дизайнеров с их работами, которые не были ранее представлены в рамках Программы Ювелирная Россия, но выставлялись где то в других местах, в том числе на зарубежных конкурсах. Наверное, это поможет молодым стать замеченными в своей стране и признанными в профессии.

Еще одной категорией участников конкурсной программы JUNWEX становятся молодые, начинающие дизайнеры пока работающие только с рисунками. Эти ребята уже прошли знакомство с нашими зарубежными коллегами по жюри на осенней выставке на ВДНХ. Мы познакомим ювелирное сообщество с творческим потенциалом молодых ювелиров - победителей международного конкурса молодых дизайнеров-ювелиров.

Высшая Экспертная Коллегия РосЮвелирЭксперта проведет творческую встречу с молодыми авторами эскизов драгоценностей будущего. Предложим их работы для просмотра предприятиям и их самих в качестве потенциальных дизайнеров ювелирных фирм».

Международная выставка ювелирных украшений и подарков

JUNWEX

Лучшие украшения в России

8–11 декабря 2022 • Москва, Гостиный двор

OPEN-CALL JUNWEX

УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. К участию в конкурсе допускаются работы, выполненные в материале и в законченном виде, а также получившие «Паспорт ювелирного изделия».

Изготовление паспорта платное. Стоимость полноцветного паспорта формата А4 с оригинальными подписями Высшей Экспертной Коллегии составляет 4000 рублей (цена указана без учета НДС).

1.2. Конкурс проводится в очном формате.

1.3. Оценку конкурсных работ и отбор изделий – призеров Конкурса проводит компетентное жюри, формируемое Оргкомитетом из признанных специалистов ювелирного дизайна и моды.

2. КРИТЕРИИ ОТБОРА ЮВЕЛИРНЫХ РАБОТ ПРИЗЕРОВ:

- ✓ Творческий поиск выразительности идей и замысла
- ✓ Высокое мастерство изготовления
- ✓ Применение новых технологии и применение новаторства в использовании традиционных техник.

3. ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ ИЗДЕЛИЙ НА КОНКУРС

3.1. Первый этап (до 18 ноября 2022 г.): подача предварительной заявки на участие в конкурсе, краткое описание и фото представляемых работ.

3.2. Второй этап (9–10 декабря 2022 г., Москва, Гостиный двор): очное представление заявленных изделий жюри конкурса.

4. ТРЕБОВАНИЯ К УЧАСТНИКАМ КОНКУРСА

4.1. Ограничений в количестве подаваемых на участие в конкурсе изделий от каждого участника нет.

4.2. Участник конкурса гарантирует, что он является законным обладателем авторских прав на дизайн ювелирных изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, представленных на Конкурс. Участник самостоятельно заключает соглашения и производит все расчеты (платежи) с авторами дизайна изделий, связанные с использованием им объектов авторских прав при демонстрации изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней на Конкурсе.

Участник обязуется урегулировать за свой счет претензии правообладателей, авторов и кредиторов, в связи с использованием объектов интеллектуальной собственности в рамках своего участия в Конкурсе и самостоятельно оплатить автору компенсацию за нарушение его авторских прав на дизайн изделия.

4.3. В случае предоставления Участником собственных фотографий ювелирных изделий на Конкурс, Участник заверяет и гарантирует Организатору, что он является автором предоставленных фотографий.

В случае нарушения Участником заверений и гарантий в отношении авторского права на фотографии, Участник Конкурса самостоятельно производит оплату авторам компенсаций за нарушение авторских прав. В случае предъявления к Организатору Конкурса исков со стороны авторов фотографий ювелирных изделий, Участник обязуется возместить Организатору Конкурса причиненные убытки в полном объеме.

4.4. Подписывая настоящую заявку, Участник Конкурса предоставляет Организатору Конкурса неисключительные права на использование фотографий ювелирных изделий по своему усмотрению, в том числе в целях рекламирования услуг Организатора, на свободное размещение фотографий в сети Интернет, в любых электронных и печатных СМИ. Участник подтверждает свое безусловное согласие с тем, что передача неисключительных прав на свои фотографии Организатору Конкурса производится без выплаты вознаграждения.

4.5. Организатор Конкурса имеет право распоряжаться неисключительными правами на фотографии Участника Конкурса в любой форме и любыми не противоречащими законодательству способами.

4.6. В случае проведения фотосъемки ювелирных изделий Организатором Конкурса, последний является автором фотографий и обладателем исключительных прав на сделанные фотографии.

ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ В КОНКУРСЕ

и получение «Паспорта ювелирного изделия»

Наименование компании: _____

Контактное лицо, должность: _____

Мобильный телефон: _____ E-mail: _____

М.П. _____ Подпись _____ Дата _____

Заявки на участие в конкурсе принимаются до 18 ноября 2022 г.
на e-mail: junwex_pro@junwex.com

BlooMStone покажет великолепные изумруды

Мы рады представить еще одного экспонента выставки “Лучшие украшения в России” - компанию «Лазурит-Д» и ее собственный бренд BlooMStone.

С 2001 года она является одним из ведущих предприятий в области производства ювелирных изделий, огранки алмазов, оптовой продажи бриллиантов на внутреннем и внешнем рынке. С 2013 года в компании были расширены производственные мощности, за счет огранки изумрудного сырья с Малышевского месторождения на Урале.

Более 15 лет «Лазурит-Д» является постоянным участником аукционов по покупке алмазного сырья, проводимых в Гохран РФ. Компания удостоена множества премий и наград на крупнейших международных выставках за счет современной производственной базы по переработке алмазного сырья.





BlooMStone

В октябре 2019 года компания зарегистрировала собственную торговую марку BlooMStone и запустила в производство несколько дизайнерских линеек ювелирных украшений.

Преимуществом компании является наличие собственного ресурса ограненных на производстве бриллиантов, изумрудов, александритов, а также бериллов и малоизвестных, редких фенацитов.



В 2020 году компания приняла участие в реставрации звезды со шпиль Северного речного вокзала, который открылся после реконструкции 5 сентября 2020 года.



“Антал” ПОПОЛНИЛ СВОЮ КОЛЛЕКЦИЮ НОВИНКАМИ

На выставку “Лучшие украшения в России” компания привезет множество интересных украшений. Среди них – серьги с морским жемчугом и бриллиантами - довольно известная модель в интерпретации “Антала”. Комплект с турмалинами - очень легкий по весу.

Также коллекцию дополнили гарнитур с австралийскими опалами и сапфирами, подвес - в дополнение к серьгам и кольцу с везувианом, кольцо с опалом, серьги с голубыми сапфирами и серым жемчугом, гарнитур с александритами.

А еще недавно в мастерской были созданы кольцо – «разнокаменка» в белом золоте и брошь с родолитами (родина которых – африканская Республика Малави), сапфирами и тсаворитами! Камни покупались комплектом, поэтому так идеально сочетаются между собой.



INDOOR/реклама в павильоне Гостиного двора

Баннер в помещении

Размер 6000х3000 мм
В стоимость входит:
изготовление, размещение,
монтаж, демонтаж
76 000 руб., в т. ч. НДС



Рекламный штендер

На территории выставки
(без изготовления)
До 2 м² – **19 900 руб., в т. ч. НДС**

Аккредитация промоутера

На все дни выставки
15 300 руб./чел., в т. ч. НДС

Promo-акция

Рекламный сбор за проведение
promo-акции
45 000 руб., в т. ч. НДС



* Актуальную цену уточняйте у менеджера

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-КОМПАНИИ


Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
**ЮВЕЛИРНАЯ
РОССИЯ**

ПРОГРАММА «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»

XXXI Международный форум ювелирной индустрии

JUNWEX

П Е Т Е Р Б У Р Г

1–5 февраля 2023
ЭКСПОФОРУМ

E-mail: junwex@junwex.com; Internet: www.junwex.com  [junwex_fair](https://www.instagram.com/junwex_fair)

JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг



@junwex_fair

Тел : (812) 303 98 69

Fax : (812) 320 01 41

www.junwex.compress@rjexpert.ru