



# Итоги выставки

JUNWEX НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

## Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

776 от 23 мая 2023

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

# ВПЕРВЫЕ РОЗНИЦА ВОССТАНОВИЛАСЬ ДО ДОПАНДЕМИЙНОГО УРОВНЯ



*Выставка «JUNWEX Новый Русский Силь» завершила работу, и мы благодарим каждого, кто создавал эту замечательную атмосферу на ВДНХ!*

Пять дней продуктивной работы, сотни встреч, теплое общение коллег и единомышленников, а главное - огромная порция позитива и вдохновения на дальнейшие свершения!

Позитив обоснован хорошей статистикой посещаемости выставки и оптовиками, и розницей, что доказывает активизацию продаж. В начале нашего пути в рынок после ухода прежних планово-распределительных принципов обеспечения спроса в советские времена мы даже не мечтали, что дорастем до преимущественно оптового формата выставок JUNWEX.

На первых порах и долго выставки были чисто розничными. «JUNWEX Петербург» являлся наиболее показательным с этой точки зрения. Посещаемость доходила до 70 000 – 80 000 человек за пять дней. Надо отметить, что особая культура города на Неве и сегодня способствует высокому уровню популярности выставки.

Недаром, начиная «ювелирный календарь» в Петербурге, заводы



запускают новые коллекции, которые становятся основой продаж в течение всего года. Там опробуют на розничных продажах востребованность новинок и объемы их будущего производства.

Но, конечно, сегодня мы далеки от того числа любителей ювелирного искусства, которые раньше подолгу стояли в очереди, чтобы встретиться с участниками выставки, приехавшими в культурную столицу из разных регионов страны и зарубежья. Плотностью покупателей в зале пользовались и разнообразные воришки, «разводившие» увлеченных продавцов за прилавками и опустошающие кошельки покупателей. Помнятся громкие истории с колумбийской мафией, два года подряд с последующим

телешумом бесчинствующей на прежних выставках в Ленэкспо... Но! Все это в прошлом. Сегодня и в Питере, и в Москве розничный поток помельче и пожиже.

**В МОСКВЕ НА JUNWEX ВПЕРВЫЕ РОЗНИЦА ВОССТАНОВИЛАСЬ ДО ПАНДЕМИЙНОГО УРОВНЯ: 19 843 ПОСЕТИТЕЛЯ.**

Оптовики действительно были активнее в отборках и многочисленней, чем прошлогодняя аудитория специалистов торговли. **ИХ КОЛИЧЕСТВО СОСТАВИЛО БОЛЕЕ 4500** (члены Клуба «Российская Ювелирная Торговля» проходят по картам, и точные показатели просчитать трудно, турникеты после пандемии еще не включили).



Конечно, все ждут решения вопроса с павильоном 75 на ВДНХ... Но не будем обнадеживать наших партнеров, чтобы не было потом большого разочарования.

Федеральная выставка, заявленная перед выборами, наверняка будет по полной использована чиновниками для эффективного опустошения казны. И то, что в коммерческих мероприятиях строится три с половиной дня, будет величественно возводиться три с половиной месяца, или больше - зависит от аппетитов... Да и как говорил незабвенный Аркадий Райкин: «Пусть будет все, но маленький дефицит останется».



**СИТУАЦИЯ В СТРАНЕ И В ЭКОНОМИКЕ ПОКА НЕ СУЛИТ РЕЗКОГО УВЕЛИЧЕНИЯ СПРОСА. ПОЭТОМУ ОСЕНЬЮ НАМ ВПОЛНЕ МОЖЕТ ХВАТИТЬ ПАВИЛЬОНОВ 55, 57 И 33.**

Хотя во время выставки прошли встречи с представителями партнерских ассоциаций из Турции, Китая и даже впервые обратившихся к нам двух экзотических африканских стран, планирующих участие в осенней «JUNWEX Москва».

Надеемся на лучшее! Ждем Победы! Верим в наших покупателей и Россию! До встречи в сентябре!



**НА 276 НЫНЕШНИХ УЧАСТНИКОВ 4500 ОПТОВИКОВ - ВПОЛНЕ ДОСТАТОЧНАЯ ЗАГРУЗКА ПО РАБОТЕ НА СТЕНДАХ.**



# “ПОЯВИЛОСЬ ОЩУЩЕНИЕ РОСТА РЫНКА”

Удивительно и внятно необъяснимо впечатление от выставки «JUNWEX Новый Русский Стиль». За почти тридцатилетнюю историю работы не вспомню таких благодатных настроений участников!

Все совпало: и погода солнечная, и оптовики многочисленные, и в организации без внешне заметных ошибок... Как-то даже подозрительно для нашего непростого времени... Кто-то пошутил: «По-русски. Нас дерут, а мы крепчаем!». Неужели действительно мы начинаем ценить жизнь и активизироваться только через трудности?

При всей непредсказуемости ситуации и невозможности что-то прогнозировать все равно ожидали больше оптовиков из восточных регионов страны, откуда был наибольший набор призывников на войну, начавших получать существенно больше, чем они зарабатывали до того (да и чем дальше от войны, тем вероятнее



покупки украшений). Однако заметно активнее оказались торговые сети с юга России. И в целом статистика показывает возросшую активность посещения выставки оптовиками из всех регионов, да и розничный покупательский поток в первые дни был значительней, чем в предыдущие годы.

Так, видимо, устроены люди: ко всему привыкают, приспособляются. Нет, конечно, все





болячки рынка остаются на месте, но как-то все притирается. И мы, и власти, предлагающие ужесточение контроля, несущее снижение рентабельности. Жизнь заставляет учиться слышать друг друга, ведь все равно ничего, кроме постоянного общения, не сможет привести к компромиссу и выработке решений, обеспечивающих рабочий режим в отрасли.

Прошедшие на выставке встречи с разработчиками ГИИС, проведенные под руководством отраслевого департамента Минфина работа на предприятиях по внедрению учетной программы, появившийся опыт и понимание системы



самими производителями ювелирной продукции и в торговле стабилизирует процессы деятельности рынка.

Может быть, все же удастся убедить регулятора в отсутствии

необходимости дублировать размещенные на бирках штрих-коды еще и нанесением их на сами изделия или хотя бы вывести серебро из этой схемы, что упростило бы работу... Будем надеяться.

Накануне выставки удалось пообщаться с руководителем департамента Юлией Александровной Гончаренко. Скажу, что впечатлен работой департамента. Спасибо ей за выделенное время. Это помогло понять искреннее стремление специалистов Минфина решить существующие технические неувязки. Да и самокритично посмотреть на ситуацию, сложившуюся во взаимоотношениях отрасли с куратором.

По-человечески посочувствовал молодому начальнику департамента, попавшему в такую «мясорубку» на первых этапах своей деятельности. Наверное, ей не прибавили сил и не помогли наши нетерпение и резкость. Сам повинился и другим предлагаю спокойней смотреть на процесс, который тормозится и по нашей вине: нежелание слышать друг друга не приводит к пониманию путей устранения недостатков в той же ГИИС. Только тесное взаимодействие послужит

налаживанию работы. Конечно, у госструктуры и у общественной организации свои и разные принципы деятельности. Но рабочий механизм отрасли без слаженности и взаимопонимания между чиновниками и общественностью не создать. Очень хотелось бы, чтобы и нас услышали «с той стороны», и мы сами научились человечности и уважению к чужому труду.

На встрече высказал беспокойство по поводу предлагаемых внеплановых проверок ювелиров. Услышал, что проверкам не будут подвергаться законопослушные предприятия, не имевшие грубых нарушений. Задал вопрос и о позиции департамента при возникающей угрозе монополизации рынка крупными игроками.

**ОЧЕНЬ НАДЕЮСЬ, ЧТО ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ ВЫСКАЖЕТ НА СТРАНИЦАХ НАШЕГО ЖУРНАЛА СВОЮ ПОЗИЦИЮ, КАК Я ПОНЯЛ, НЕ ДОПУСКАЮЩУЮ УНИЧТОЖЕНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ЮВЕЛИРНОМ ДЕЛЕ.**

Да, и Гильдии ювелиров России, и Клубу «Российская Ювелирная Торговля» как ведущим общественным организациям в





отрасли надо теснее работать с департаментом. В этом гарантия эффективности поиска решения проблем. Без взаимодействия мы можем получить тот же результат, как с РЭЦ, еще до санкций уничтожившим экспорт ювелирной продукции и по причине абсолютного неведения в предмете сломавшим весь механизм международного взаимодействия ювелиров, сформированный до возникновения этой «структуры развития». Ошибки надо помнить.

Что ж, терпение и труд все перетрут! Это подтверждает проходящая выставка. Это доказывают настроения участников и появившееся ощущение роста рынка.

Он меняется, меняемся и мы. К чему-то привыкаем, что-то меняется

в нас и во власти. Трудно даже сопоставить сегодняшние цены на золото, выросшие с начала 2000-х в десять, а то и более раз, с прошлыми показателями. Но приспособились и работаем по новым ценам. Смотрю, уже и к появившемуся НДС привыкаем... Не без слез, но растем.

*В.В.Будный*







ПОДВЕСКА  
DISCO  
В ПОДАРОК

GRIGORIEV  
DIAMOND HOUSE





# “ЧИСЛО ОПТОВИКОВ ПРЕВЫСИЛО ВСЕ ОЖИДАНИЯ!”

**АЛЕКСАНДР ДЕДОВ** (Prestige):  
“Это лучшая выставка за весь  
период нашего участия!”

**НАДЕЖДА ЛИТВИНОВА** (Ауджа):  
“Мы как обычно уже успели  
продать конкурсные изделия,  
только подав заявку на участие  
в конкурсе!” В компании **OLAFA**  
отметили, что число оптовиков  
превысило все ожидания,

что подтверждает и **ВЕРА  
КАБАРОВСКАЯ**. “Когда мне  
показали список наших клиентов и  
партнеров, которые подтвердили  
свой визит на выставку, я была  
удивлена их количеством!”

Несмотря на пессимистичные  
прогнозы по закрытию магазинов,  
предприятия отмечают  
стабильность работы партнеров.



*Виктория Мартынова (Жемчужное подворье): “Выставка напомнила  
мне 2013 год, такие же хорошие продажи и покупательские потоки!”*





Например, собеседники в компании **“МАРКИЗ”** заметили, что количество оптовых клиентов не уменьшилось, и никто из партнеров не закрылся. “Тех, кто прожил пандемию, НДС уже не напугаешь”, - подытожили они.

**СЕРГЕЙ УШКАЛОВ:** “Несмотря на то, что нам пришлось добавить в штат двух сотрудников для работы с ГИИС и программным обеспечением, мы не закрываем свои магазины, наши 23 салона продолжают стабильно работать”.







# ГИИС И МАРКИРОВКА: ОБСУДИЛИ САМОЕ АКТУАЛЬНОЕ

Деловая программа Клуба «Российская Ювелирная Торговля» открылась семинаром «ГИИС. Формулы и рецепты: определяем правила игры», в рамках которого Дмитрий Румянцев, основатель и руководитель компании «Ювелирсофт», разобрал ряд актуальных вопросов, касающихся работы с системой.

Как известно, с 13 марта был отключен ввод начальных остатков и донесение данных по драгоценным камням. Поэтому

Дмитрий подробно коснулся этой темы, рассказав, как сейчас необходимо проводить операции. Также на семинаре





обсуждался вопрос возврата готовой продукции на ремонт: речь шла о том, как вносить данные о сплавах, выкрепляемых вставках, как расформировывать комплекты и проводить реклассификацию камней и не только.

Отдельное внимание на встрече было уделено, конечно же, физической маркировке изделий из золота и платины.



- с 1 марта 2024 ее придется наносить на новые изделия
- с 1 сентября 2024 - на остатки.

Сейчас Федеральная Пробирная Палата ведет активную работу по развитию этого процесса, а эксперименты проводятся на базе компаний Sokolov, "585 Золотой" и "Топаз". Данные тестовых маркировок показывают, что считывание стало на порядок лучше и по скорости и по % брака (непрочтения).

На встрече был справедливо задан вопрос: а коснется ли это розницы? На что Дмитрий ответил, что магазинам скорее всего придется делать сверку УИИН и DM-кодов при приемке изделий. Если в результате проверки Федеральная Пробирная Палата выявит расхождения dm-кодов на изделиях и УИИ на бирке, то последуют

административные наказания. Но какими для этого должны быть расхождения и в каком количестве - пока точно не определено.

Продолжая тему маркировки, с презентацией выступил Вячеслав Костах (ГК «Инфорсер Инжиниринг»). В рамках беседы он наглядно продемонстрировал работу «кодлайм» - нового устройства для считывания маркировки.

Пока сканер только готовится к выводу на рынок, но ряд успешных испытаний уже позволяет говорить о его преимуществах. Это и отличная считываемость изделий со сложной геометрической формой, и быстрая фокусировка на микрокоде, и работа вне зависимости от уровня освещенности рабочего места, а главное - стоимость. Планируется, что цена самого устройства и лицензии не превысит 20 тысяч, что в разы меньше, чем у других производителей, представленных на рынке.





# КАК БЕЗОПАСНО ОПТИМИЗИРОВАТЬ НАЛОГИ ЮВЕЛИРАМ?

Поговорили об этом на JUNWEX с Ольгой Торяник, владелицей аутсорсинговой компании «РосБизнесПриоритет».

Первая мысль, которая возникает у предпринимателя от знакомства

с законом об обязательном применении ОСН: налоги теперь будут около 40% с оборота? Оказывается, не все так пугающе: налоговая нагрузка составляет не 40%, как кажется в первый момент, а максимум всего 16%!

МЛН/ГОД

ОБОРОТ	НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА ДО 2023г.	НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА В 2023г.					РОСТ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ
	УСН 6%	НДС	НАЛОГ НА ПРИБЫЛЬ (при рентабельности 28%)	НДФЛ с дивидендов	ИТОГО НАЛОГОВ ЗА 2023г.		
147	8,8	12,3* = (147/6* 50%)	6,9	4	23,2	16 % от оборота	<b>164%</b> или в 2,6 раза

**\* Как минимум 50% НДС, начисленного с продаж, уменьшается на налоговые вычеты (НДС, уплаченный поставщикам, применяющим общую систему налогообложения. Это ваши отраслевые поставщики – Русзолото, Красцветмет, Палладий, Спотлес. Общехозяйственные – Яндекс, Комус, за оборудование)**

Один из вариантов, который с большим количеством примеров обосновала Ольга - «перевод» бизнеса на ИП на ОСН.

**млн/год**

РЕЖИМ НАЛОГО-ОБЛОЖЕНИЯ	ОБОРОТ	НАГРУЗКА до 2023г. УСН (6%)	НАГРУЗКА 2023г.				ИТОГО 2023г.	
			НДС	НАЛОГ НА ПРИБЫЛЬ	НДФЛ С ДИВИДЕНДОВ	НДФЛ (15%)	млн/год	%
ООО	147	8,8	12,3	6,9	4	---	23,2	16
ИП на ОСН				---	---	5	17,3	12

Еще одна мысль предпринимателей, лежащая на поверхности - повесить стоимость изделий на 20%. Но, оказывается, стоимость изделий можно повесить не на 20%, а на гораздо меньшую величину, что абсолютно реально, и рост налоговой нагрузки не отразится негативно на бизнесе.

- на 9% если вы остаетесь на ООО:  $9\% = (23,2-8,8)/147$
- на 5% если переходите на ИП на ОСН:  $5\% = (17,3-8,8)/147$

Также участники встречи с подробными примерами рассмотрели, как безопасно оптимизировать НДФЛ (неустойки дружественным компаниям, возвраты заказчику и тд) и налоги с заработной платы (компенсации, ученические договоры и тд).







# КАК ВЫЙТИ НА OZON, ЗАПУСТИТЬ ВОРОНКИ ПРОДАЖ И РАСТИ ЕЩЕ БОЛЬШЕ

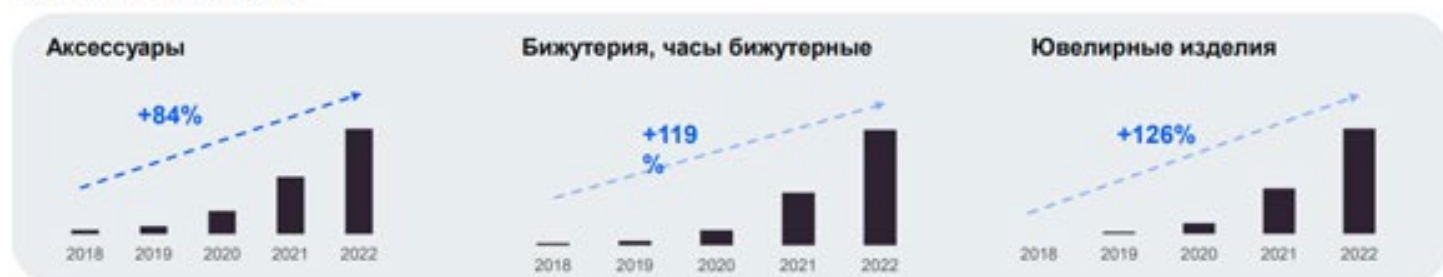
На JUNWEX прошел бизнес-завтрак «Легкие продажи на маркетплейсах», на котором обсудили продвижение на электронных площадках. Спикером встречи выступила Москвичева Ольга, коммерческий директор FMCG-категорий на Ozon.

По статистике в 2022 году онлайн-

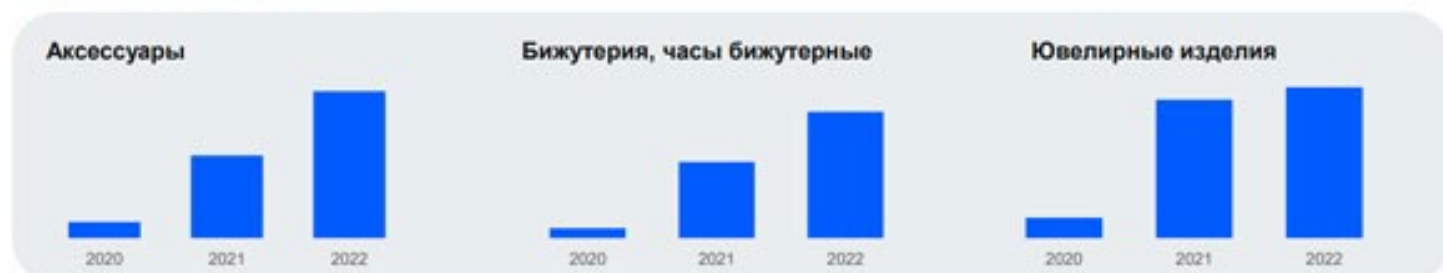
продажи составили более \$50 млрд. (18-19% рынка), около 30% из которых — продажи ювелирных украшений через маркетплейсы, такие как Wildberries, Ozon и СберМегаМаркет. Поэтому эксперты ожидают, что в ближайшее время онлайн-продажи будут основным драйвером рынка с ежегодным ростом в 14%.

ВОТ ТАК ВЫГЛЯДИТ ДИНАМИКА ПРОДАЖ НА OZON:

## Продажи, млрд. руб



## Количество SKU, тыс. шт







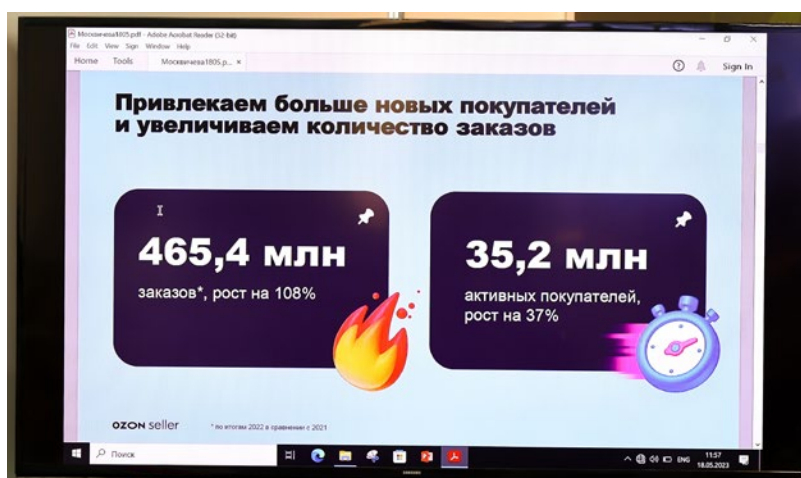
## ЗА ПОСЛЕДНИЕ 365 ДНЕЙ НА OZON ЗАКАЗАЛИ:

- 750 тысяч пар серёг
- >1.8 млн изделий из серебра
- 430 тысяч колец
- почти 200 тыс изделий из золота

Категория	GMV Share rub	Share, Qty	Поисковые запросы	Продажи&Запросы
Серьги	35%	36%	33%	-3%
Кольцо	25%	23%	24%	1%
Подвеска	10%	13%	9%	-3%
Цепочка	10%	10%	15%	5%
Браслет	9%	7%	10%	3%
Аксессуар	3%	4%	2%	-2%
Колье	3%	3%	1%	-2%
Крестик	3%	3%	1%	-2%
Брошь	1%	1%	1%	0%
Пирсинг	1%	1%	1%	1%
Воротник	0%	0%	1%	1%
Часы	1%	0%	1%	1%
Комплект	0%	0%	1%	1%

GMV – совокупный объем продаж через e-commerce площадку за определённый период времени в рублях  
Qty – продажи в штуках

В рамках презентации участникам рассказали о разных возможностях площадки: как следить за показателями продаж, анализировать результаты участия в акциях и место товара в поиске. Как изучать тренды, смотреть свою конкурентную позицию, формировать портреты покупателей и многое другое.







КАВАРОВСКИЙ  
ЖИЗНЬ  
В ДРАГОЦЕННОМ  
ДВИЖЕНИИ

КАВАРОВСКИЙ

ЭКСПО ВСЕ



# “СЕГОДНЯ ЧЕЛОВЕК ПОКУПАЕТ ИСТОРИЮ, А НЕ ПРОСТО “БЕЗДЕЛУШКИ”

Такие разные, но объединенные любовью к стилю и красоте, с самым разным бэкграундом, но главное - с живым интересом ко всему, что происходит вокруг! Сегодня Клуб собрал владельцев магазинов бижутерии, которые на бизнес-завтраке поделились друг с другом своим ценным опытом.

Чтобы дальше было проще выстраивать коммуникации и поддерживать связь, Клуб предложил создать отдельную секцию Бижу, которую возглавит Татьяна Никулина - глава компании charle и специалист с невероятным опытом за плечами.







Сам формат встречи получился очень теплым, доверительным и продуктивным. В диалоге участники обсудили как изменился рынок за последние 5-7 лет и в какие ниши лучше всего выходить в 2023 году.

Отдельное внимание было приковано к продвижению бижутерии и возможностям разных площадок для ее продаж.







Как отметила Татьяна Никулина, “Бижутерия не продается с витрины, как и косметика. О бижутерии нужно много рассказывать, ведь сегодня человек покупает саму историю и легенду, а не просто “безделушки”.

Участники встречи поделились своим опытом продвижения, обсудили, почему не получается эффективно продавать и попробовали объединить все факторы, способствующие повышению продаж. Был затронут и вопрос работы с блогерами которые напрямую влияют на процесс комментирования, а значит и повышения внимания к брендам.







В рамках бизнес-завтрака у каждого была возможность поучаствовать в интересном эксперименте и увидеть, как виртуозно можно сочетать между собой ароматы и бижутерию. Про опыт своей коллаборации рассказали парфюмер Ирина Веселова и Ольга Трофимчук, создатель украшений из стекла.



# PRESENTICA & JUNWEX РАСШИРЯЕМ ГРАНИЦЫ

ПРИГЛАШАЕМ ВАС  
ПРИСОЕДИНИТЬСЯ К  
НОВОМУ ПРОЕКТУ JUNWEX -  
ЭКСПОЗИЦИИ В РАМКАХ 23-Й  
МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКЕ  
ПОДАРКОВ PRESENTICA!

Уверены, что такое партнерство  
станет очень перспективным с точки

зрения расширения клиентской базы  
компаний-участников.

Приглашаем к участию ювелирные  
предприятия, компании с  
подарочным и сувенирным  
ассортиментом, а также ювелиров-  
дизайнеров!

21-23 СЕНТЯБРЯ  
ГОСТИНЫЙ ДВОР

7000 м<sup>2</sup>

выставочной  
экспозиции

4700+

профессиональных  
посетителей

147+

компаний  
производителей

Сбер Страхование

Газпромбанк

топ-менеджеры  
и представители

Ресо-Гарантия

Росатом

Представители из других стран:

Беларусь

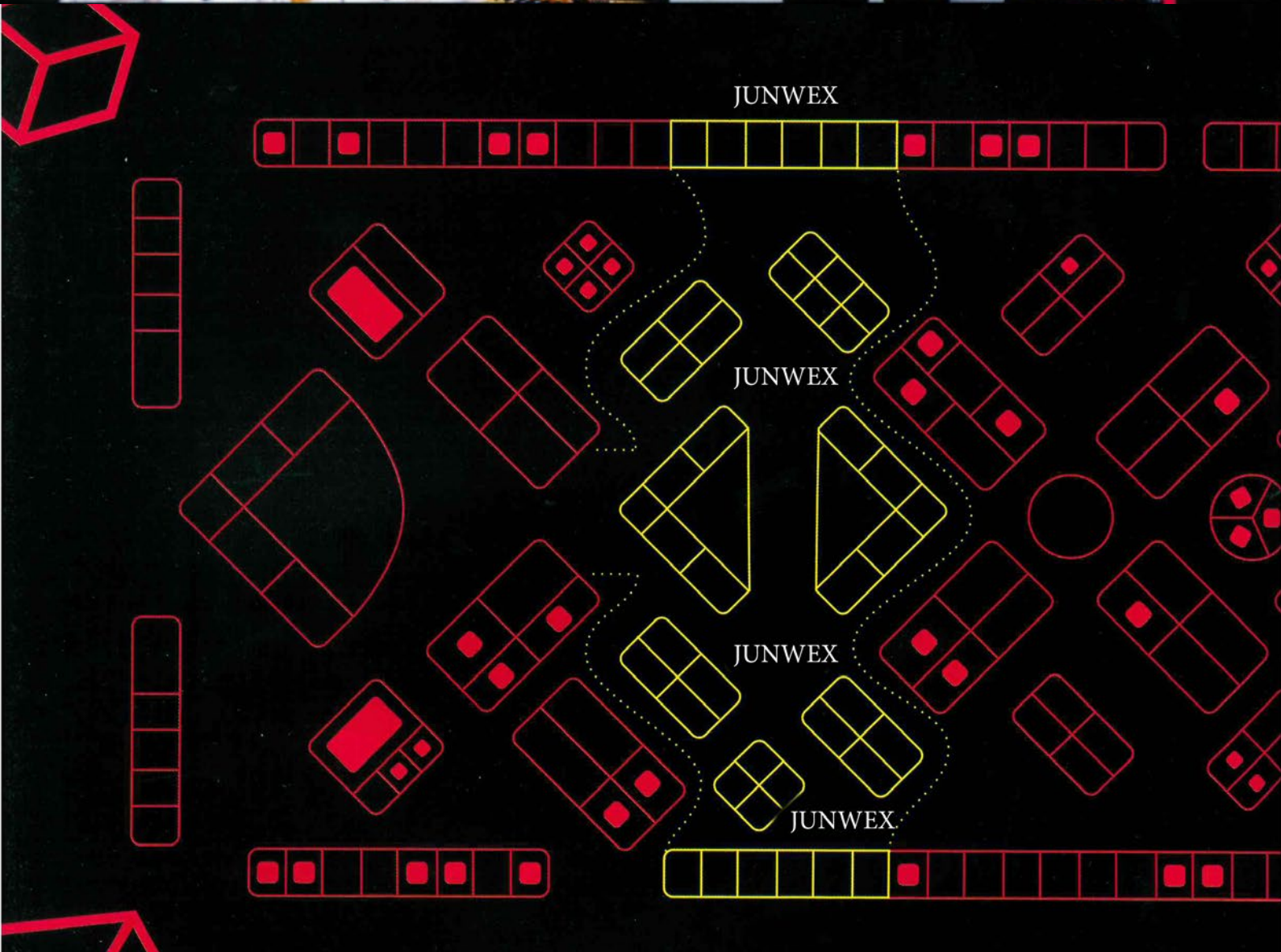
Казахстан

Армения

Индия

+





(812) 320 80 99  
JUNWEX@JUNWEX.COM



**JUNWEX**

Отраслевой медиа-холдинг

Тел : (812) 303 98 69

Факс : (812) 320 01 41

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



@junwex\_fair