



ЮД КАВАРОВСКИЙ

Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

783 от 11 июля 2023

- www.junwex.com

«СДЕЛАНО В РОССИИ» И ЧИНОВНИЧЬЯ НЕКОМПЕТЕНТНОСТЬ



Наблюдаем очередную попытку реанимировать РЭЦ, созданный как «институт развития», наверное, государственных интересов, но по жизни это как-то не получается. Как ни старается Президент, для чиновников «своя рубашка ближе к телу». Новый этап существования этого «института развития» предполагает, что «РЭЦ представит продукцию «Сделано в России» в 20 странах (<https://www.madeinrussia.ru/ru/news/24301>).

Помним, как в предыдущие годы эта организация, истратив многие миллиарды государственных средств, полностью разрушила все наработанные без господдержки международные связи ювелирного сообщества. Не буду даже перечислять всех происшедших с бюджетными деньгами казусов и говорить о степени изумления бизнеса от результатов такой деятельности.

Сам отраслевой экспорт в результате помощи «института развития» рухнул на порядок. Ведущие экспортно-ориентированные заводы еще до последующей изоляции и санкций против РФ потеряли возможность работать на главных континентальных выставках в Америке, Европе и Азии. РЭЦ как федеральная структура сам заключил договора с операторами

тех зарубежных выставок, которые ему показались интересны. Но, не владея пониманием процессов организации таких мероприятий, не обладая знанием специфики ювелирного бизнеса, не обратив внимание на сделанное за многие годы в продвижении наших ювелиров на мировом рынке украшений профессиональными отечественными операторами от Российского союза выставок и ярмарок, фактически потратил выделенные государством средства на местечковые, неэффективные, интересные только ради личного туризма выставки.

Более того, не имея связи даже с отраслевой ювелирной общественностью в лице Гильдии ювелиров России, Клуба «Российская Ювелирная Торговля», на эти малоэффективные мероприятия за рубежом вывезли в основном маленькие предприятия, не имеющие ни товара, ни производственных мощностей для увеличения объема выпускаемой продукции, перекупщиков, для которых экспорт - недостижимая экзотика.

Жаль, если сегодня без самих ювелиров и часовщиков опять будут решать их проблемы. И, боюсь, это уже началось. Ни в



Гильдии, ни в Клубе не знают, какие 20 выставок наметил РЭЦ. Вижу: посоветовались с нынешним зарубежным владельцем когда-то известного Петродворцового часового завода «Ракета». Хороший человек, но с сегодняшними остатками сохраненного им завода и его роли в отечественном бизнесе этот специалист вряд ли пока может стать консультантом в расходовании госсредств.

Не ведают об этом и сами ювелиры

и часовщики. Но кто кроме организатора производства может понять и наметить планы своего вхождения на мировой рынок?! Невозможно за него наметить путь развития, лишь он это ведает и он положит жизнь за результаты, так как деньгами отвечает за свое дело. Странные, если не сказать мутные, люди могут себе позволить распоряжаться государственными финансами без опоры на профессиональные структуры рынка.

Очень хотелось бы, чтобы нас услышали в РЭЦ. Пока, несмотря на все усилия профессиональной общественности и структур, сопутствующих развитию отраслевого бизнеса, заинтересованного общения не видно. Как бы «Сделано в России» опять не стало заложником чиновничьей некомпетентности.

Попросим Гильдию ювелиров России, Клуб «Российская Ювелирная Торговля» вместе с РИА «РосЮвелирЭксперт» внимательно наблюдать за развертывающейся историей очередной «помощи» ювелирам в увеличении экспорта украшений во благо наполнения бюджета страны и оценить эффективность расходования выделенных государством средств.



СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ЛИДЕРОВ ОТРАСЛИ!



Фирменный пакет выставки

Распространяется на выставках
«JUNWEX» и
«Лучшие украшения в России»
1/2 тиража – 1500 шт.
Стоимость **160 000 руб.**

Панно на фасаде 55 павильона

Размер рекламного места
4500×2850 мм
Стоимость **248 000 руб.**

Обычная стоимость:

160 000 руб. + 248 000 руб. = ~~408 000 руб.~~

АКЦИЯ!

Цена со скидкой **255 000 руб.**

(с учетом НДС)



ПОКАЖИТЕ СЕБЯ И СВОЕ ДЕЛО!



Марина Слотина,
заместитель директора
сети салонов
SERGEY SLOTIN

Я получала региональную премию “Человек года” несколько раз. Это здорово, приятно и так торжественно! Все дипломы висят сейчас у меня в кабинете, и это не только воспоминания, это признание!

Почти всегда люди покупают не то, что вы продаете, а то, кем вы являетесь. Поэтому, если вы нашли своё дело по душе, если вы одержимы своей идеей, если вы несёте людям пользу и счастье, вы должны заявлять об этом миру!

Для меня это очень важно - быть, а не казаться. Самый большой дефицит, который мы испытываем, - это дефицит человеческой души. Поэтому исключите этот дефицит, будьте амбициозными, покажите себя и свое дело, об этом нужно знать!

“ЧЕЛОВЕК ГОДА” В ЮВЕЛИРНОЙ ИНДУСТРИИ

КЛУБ “РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ
ТОРГОВЛЯ” ПРИГЛАШАЕТ
ВАС ПОБОРОТЬСЯ ЗА ЗВАНИЕ
“ЧЕЛОВЕК ГОДА В ЮВЕЛИРНОЙ
ИНДУСТРИИ”!

Конкурс будет проводиться в
следующих номинациях:

- «Производственник года»
- «Личный бренд»
- «Наставник года»
- «Прорыв года»
- «Общественник года»
- «Деловая леди»
- «Семейный бизнес»

Итоги конкурса будут объявлены в рамках выставки JUNWEX Москва 2023. Материалы о победителях будут опубликованы на сайте, в электронном еженедельнике, журнале “Ювелирная Россия”, а также в отраслевых чатах и социальных сетях.



**ВСЕ ПОДРОБНОСТИ И АНКЕТА:
JUNWEX.COM**

ХІХ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ЮВЕЛИРНЫХ И ЧАСОВЫХ БРЕНДОВ

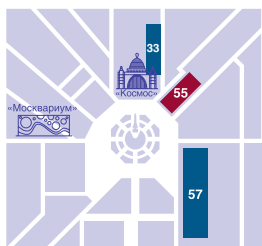
JUNWEX

МОСКВА

27 сентября – 1 октября 2023
ВДНХ, павильоны 55, 57, 33



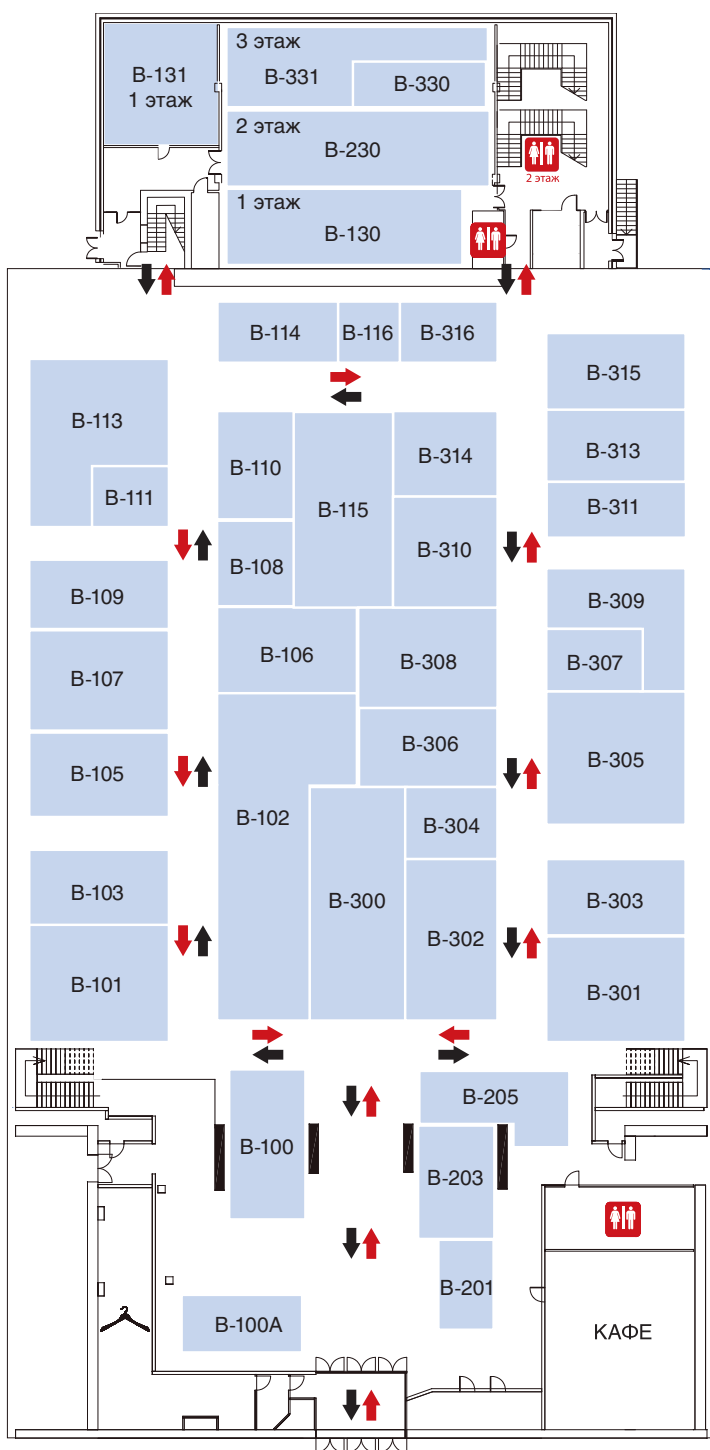
TALANL
silver



Павильон 55

27–29 сентября 2023

ОПТОВЫЙ ЗАЛ



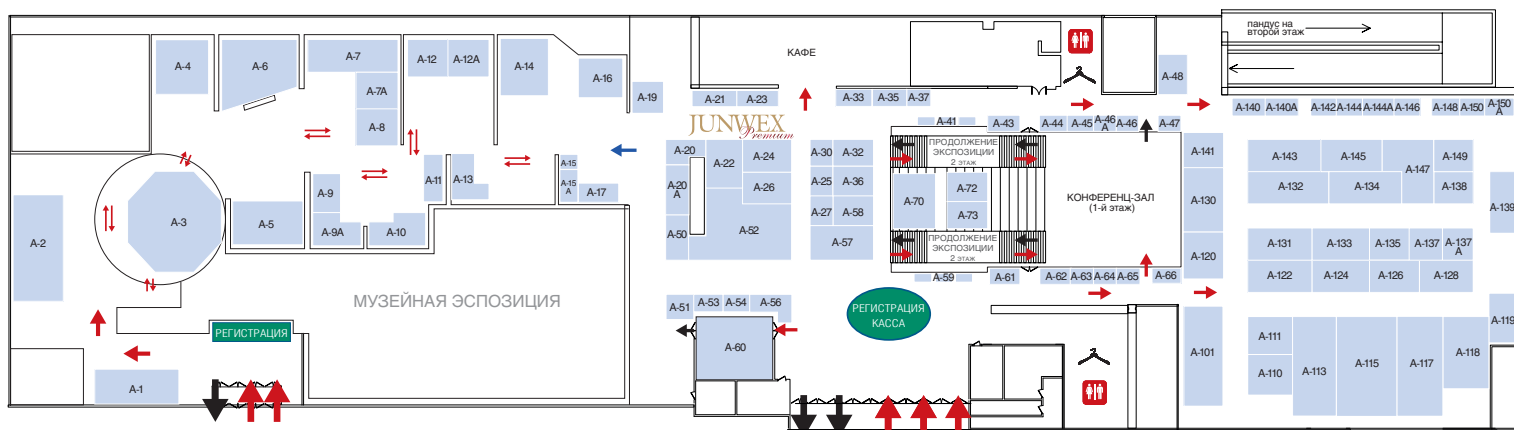
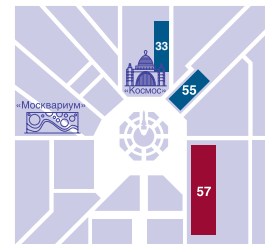
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
BELLISSIMA TENTAZIONE	B-108
BERGER	B-309
BRILLIANT STYLE	B-203
DELTA DIAMONDS	B-100A
DELTA JEWELRY	B-130 (1 этаж)
DIAMOND UNION (БРИЛЛИАНТ СОЮЗ)	B-311
DINASTIA (ДИНАСТИЯ, ЮЗ)	B-308
EFREMOV	B-230 (2 этаж)
ERA JEWELLERY	B-101
GRIGORIEV DIAMOND HOUSE	B-103
KABAROVSKY, ЮД	B-115
MASTER BRILLIANT	B-102
ORTAGOLD	B-315
POKROVSKY JEWELRY	B-314
PRESTIGE JEWELRY	B-313
ROSE GRACE	B-109
SOKOLOV	B-331 (3 этаж)
SOUL JEWELRY	B-116
VESNA JEWELRY	B-105
АЛЬКОР КЮФ	B-301
БАРХАТНЫЙ СЕЗОН	B-304
БОЛЬШАКОВ	B-111
БРИЛЛИАНТЫ КОСТРОМЫ	B-305
ГРАНТ, ЮЗ	B-100
ИЛЛАДА, ЮП	B-307
ИМПЕРИАЛ, ЮК	B-106
КАРАВАЕВСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА	B-316
КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИР	B-110
КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИРПРОМ	B-300
КРАСНОЯРСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	B-131 (1 этаж)
КРАСЦВЕТМЕТ	B-330 (3 этаж)
ЛЕТО	B-201
МАРКАЗИТ	B-306
МАСКОМ	B-114
ПЕРВАЯ БРИЛЛИАНТОВАЯ	B-303
САНИС, СЗЮЗ	B-302
СЕНАТ	B-310
СЕРЕБРО РОССИИ	B-113
СТАТУС, ЮЗ	B-205
ЮВЕЛИРНЫЕ ТРАДИЦИИ	B-107

Павильон 57

ОПТОВО-РОЗНИЧНЫЙ ЗАЛ РАЗДЕЛ PREMIUM

1 ЭТАЖ

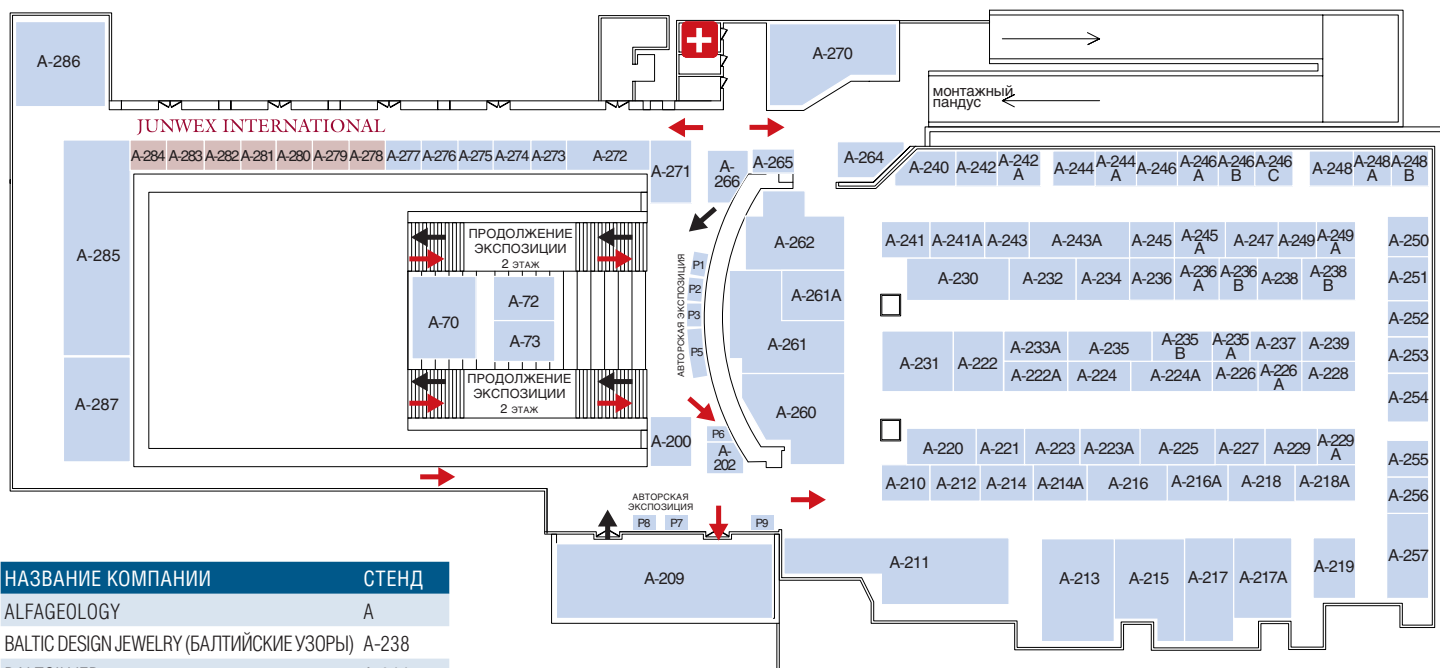
27 сентября — 1 октября 2023



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
BARTE	A-46A
BELLISSIMO JEWELRY	A-19
CLARITY (ЯКУТСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ)	A-21
CONTINENT	A-137
CORONA	A-145
DARVIN JEWELRY	A-70
DEFLEUR	A-113
DEWI	A-20A
FIDELIS	A-4
GF. ITALIA (GOLDEN FORUM)	A-45
JEWEL	A-50
KRASNOE (СИДОРОВСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА)	A-110
L-SILVER, КОРПОРАЦИЯ	A-132
MAXIM DEMIDOV	A-57
MOSTAR	A-22
NATASHA LIBELLE	A-30
NORD DIAMOND (ЯКУТСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ)	A-51
OLAFA	A-46
OLIVA ЮП	A-139
PER SEMPRE, ЮФ	A-58
PLATIKA JEWELRY	A-73
PLATINA	A-33, A-285
SEVEN DIAMONDS	A-32
SOFIA BRILLIANT	A-26
STYLE AVENUE	A-124
SUN STONE	A-36
TALANT	A-115
TALANT SILVER	A-101

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
TOMGEM PLUS (БАТАЛИНА А. А., ИП)	A-64
URBAN M	A-53
VAMAR JEWELRY	A-63
VERONA	A-143
VIOLET (ВИОЛЕТ ЮД)	A-56
АБДУЛАЕВ А. А.	A-137A
АЛЬТМАСТЕР	A-146
АЛЬФА, ЮК	A-44
АНЖЕЛИКА	A-148
АПАРТ	A-20
АТОЛЛ, СЮЗ	A-3
АУДЖА	A-35
БЕЛЫЙ БРИЛЛИАНТ	A-72
БОБЫЛЕВ ИП	A-144A
ВЛАДИМИР ПИЧУГОВ	A-23
ГРАНАТ, ЮК	A-60
ГРАЦИЯ, ТД	A-150
ДАР, ЮК	A-141
ЕЛИЗАВЕТА	A-111
ЖЕМЧУЖНОЕ ПОДВОРЬЕ, ТМ	A-135
ЗЛАТОГОР	A-142
ЗОЛОТАЯ ПОДКОВА	A-4
ЗОЛОТО МАГАДАНА	A-37
ИМПЭКС	A-41
КАСТ, ЗАВОД	A-12A
КОМДРАГМЕТАЛЛ РС (Я)	A-54
КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-147
КРЕПКИЙ ОРЕШЕК	A-149
КУЛИКОВА С. А., ИП	A-46A

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
КУСТОВ, ЮП	A-140
МАГНАТ	A-134
МАСТЕР КЛИО	A-128
МЕГАГОЛД, ЮК	A-120
МСТЕРСКИЙ ЮВЕЛИР	A-150A
НАНОСТАР	A-59
НЕФРИТ (ДАНИЕЛЯН Л. С., ИП)	A-130
НОВОЕ ВРЕМЯ	A-131
ОСТРОВ СОКРОВИЩ	A-48
РЕМИКС	A-119
РИНГО	A-24
САЛАМ	A-101
САМОРОДОК ЕК	A-43
САХА АЛААС ЯКУТИЯ	A-62
САХА АЛМАЗ	A-61
СЕВЕРНАЯ ЧЕРНЬ	A-13
СИЯНИЕ СИБИРИ	A-27
СОРОКА, ТМ	A-66
СОРОКИН ЮК	A-126
СПЕЦСВЯЗЬ (ФГУП ГЦСС)	A
СТОЛИЦА, МЗЮИ	A-41
СУВЕНИРЫ БАЛТИКИ	A-25
СУГУЕВ	A-133
СУПЕРДЖЕМС	A-144
УРАЛЬСКОЕ ЗОЛОТО & ДЕМАНТОИДЫ	A-65
ФАБРИКА ГАЛЬВАНИКИ	A-140A
ФИТ	A-122
ЭВОРА, ТД	A-138
ЭСТЕТ, ЮЗ (БРЕНД GEVORKYAN)	A-52



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ALFAGEOLOGY	A
BALTIC DESIGN JEWELRY (БАЛТИЙСКИЕ УЗОРЫ)	A-238
BALTSILVER	A-244
BEAVERS (БОБРОВ С. В., ИП)	A-229А
BONTA (БОНДАРЧУК Т. М., ИП)	A-236
BROVANZ	A-P6
CORDE	A-260
ELEMENT 47	A-270
ENZO BENZO — МУРАНКОЕ СТЕКЛО	A-226А
FILLART (КОЛОНИЦКИЙ Ф. А., ИП)	A-211
FRESH JEWELRY	A-230
GEM SILVER (КАЗАКОВ В. В., ИП)	A-221
INTALIA	A-209
JEWELRY GARDEN	A
KARION MELNIK	A-P8
KU&KU	A-232
KUBACHI JEWELRY	A-249А
LA NORDICA	A-222А
LAURENTIA.RU	A-236В
MARU JEWELRY	A-P1
MATVEEV & Co	A-P5
NEW GOLD	A-272
PEPELA JEWELRY	A-274
PERASKEVA	A-210
PLATINA	A-33, A-285
RAGANELLA PRINCESS	A-202
RICH GOLD (РИЧ ГОЛД, ТАНЗАНИТ ЮК)	A-261А
ROYAL GARNETS	A-253
RUSPEARLS	A-245А
SHNUROK-GAITAN	A
SILVER SKY (СИЛЬВЕР СКАЙ)	A-220
STILE.ME	A-216
SUN STYLE	A-224А
SVS DIAMOND	A-264
VALENCIA (ВАЛЕНСИЯ)	A-237
VICTORIA SILVER (ВИКТОРИЯ)	A-266
VLOES	A-242
YAROSLAVNA	A-241А
ZLATO, JF	A-216А
АВРОРА, ЮД	A-262
АВРОС	A-217А
АЛЕКСИ	A-227
АЛЬТАИР	A-218А

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
АЛЬФА-КАРАТ, ТПФ	A-261
АНЖЕЛИКА ШАВКУНОВА	A-249
АРИНА ЮК	A-215
БАЛЕКС 925	A-254
БАЛТИЙСКОЕ ЗОЛОТО	A-251
БРИЛЛИАНТЫ БЕЛОМОРЬЯ (ЗВЕЗДОЧКА, ЦС)	A-P2
БУЕВИЧ В. М.	A-246С
ВАЛЕНТИКО	A-252
ВАЛИЦКИЙ А. В., ИП	A-242А
ВЕГА	A-211
ВЕЛИКОЛЕПНЫЙ ВЕК	A-217А
ВИКТОРИЯ (REBEL HEART)	A-234
ВИПГОЛД	A-236А
ВЫСОКОВЫ 585	A-273
ГИАЛИТ КОСТРОМА	A-214А
ГОЛДИКА, БЮФ	A-219
ДВОРЕЦ ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ (PRIMOSSA)	A-200
ДЖЕМФАБ	A-228
ДЖУZZ	A-265
ДЗЮБЬЯЖ В. Т., ИП	A-P7
ИАНА, ЮФ	A-256
ДИВА ЮВЕЛИР	A-246А
ЗОЛОТАЯ ЛАДЬЯ (ГОРЯЧКИНА О. А., ИП)	A-233А
ЗОЛОТАЯ СТОЛИЦА	A-276
ЗОЛОТО КУБАЧИ	A-239
ЗОЛОТО ОРХИДЕИ	A-223А
ЗОЛОТОЙ ДРАКОН	A-225
ЗОЛОТОЙ ИМИДЖ (GOLDEN IMADGE)	A-264
КАПОВАЯ ШКАТУЛКА	A-226
КАРАТ-К	A-244А
КРАСНАЯ ПРЕСНЯ	A-217
ЛАЙК	A-257
ЛЮКС, ЮК	A-240
МАРКИЗ	A-241
МАРШАЛ	A-223
НЕВСКИЙ-СПБ	A-211
ПИ JEWELRY	A-P1
ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИР	A-271

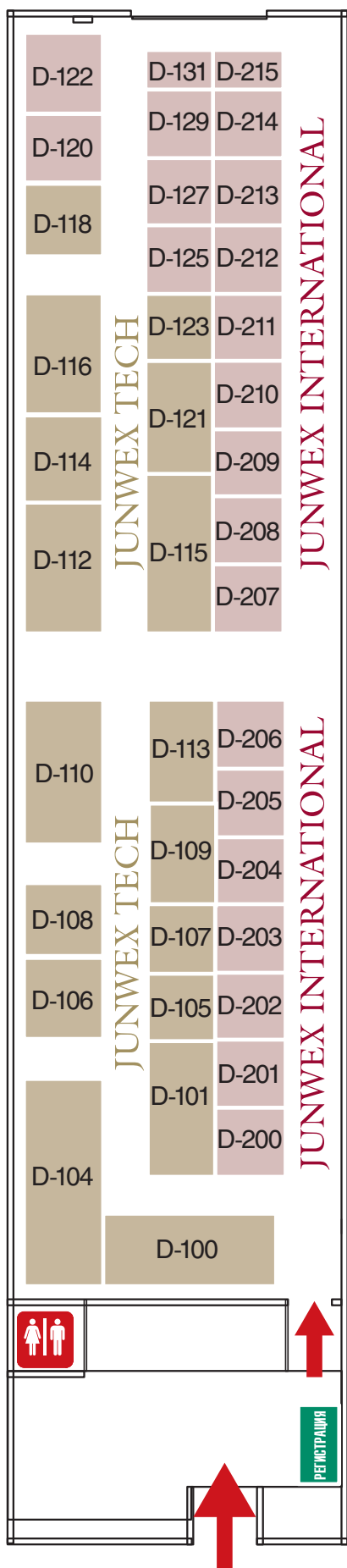
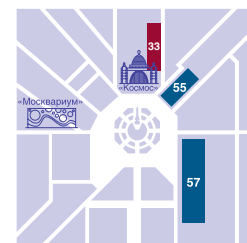
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
РИВЬЕРА, ЮК	A-247
РОСЗОЛОТО КУБАЧИ	A-224
РУССКИЕ РЕМЕСЛА, ЦЕНТР	A-218
РУССКИЙ СТИЛЬ	A-243А
РУССКИЙ ЮВЕЛИР, РА	A-211
СБ-ЗОЛОТО	A-212
СЕЛИВАНОВ Д. В., ИП	A-245
СЕРЕБРЯНАЯ ВЕНЕЦИЯ	A-271
СЕРЕБРЯНЫЕ КРЫЛЬЯ	A-275
СКЛАДНИ (SILVERAXION)	A-235В
СЛАВНОВ	A-222
ТУЛИКОВ	A-214
УКРАШЕНИЯ ИЗ ТИТАНА	A-P8
ФОМЕНКО, ЮД	A-255
ХОТЬКОВСКАЯ ФАБРИКА РЕЗНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ	A-P3
ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ (ЦПЭКО)	A-213
ЦИРКОН С	A-211
ЭКСПО-ЮВЕЛИР	A
ЭЛЕГАНТ	A-246
ЮВЕЛИНА	A-235
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ, ИД	A
ЯНТАРНАЯ ВОЛНА	A-231
ЯНТАРНАЯ МАНУФАКТУРА БАЛТИЙСКАЯ	A-238В
ЯНТАРНЫЙ ЛЕВ	A-246А
ЯНТАРЬ РОССИИ	A-248
ЯСПИС	A-250
ЯХОТН ЮВЕЛИР	A-243

CHINA PAVILION

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
CRYSDIAM TECHNOLOGY	A-281
GUANGZHOU ANDE	A-283
GUANGZHOU JUSTOP ACCESSORIES	A-278, 279
GUANGZHOU K GOLD JEWELRY	A-280
GUANGZHOU SHIKU	A-282

Павильон 33

27 сентября —
1 октября 2023



JUNWEX TECH & INTERNATIONAL

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
3D GOLD	D-118
AVALON	D-107
GALVANO	D-115
LASER BLAZE	D-109
LEGOR	D-114
SHARPLASE RUSSIA	D-112
SOLIDMASTER	D-105
БУЛУНМАЗ	D-116
КЛИО	D-110
ЛАЗЕРНЫЙ ЦЕНТР	D-104
ПРОГОЛД МАСТЕРСПЛАВЫ	D-121
ПРОМТЕХ	D-123
РУТА	D-101
САПФИР	D-100
ЮВЕЛИР ПАРТНЕР	D-113
ЮВИН	D-106
ЮМО	D-108

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
CHINA PAVILION	
3D GOLD	D-118
DONGGUAN ELEGANT PACKAGING	D-208
GUANGZHOU JIZHILIN	D-200, D-201
GUANGZHOU SANYI	D-206
YIWU BRAVOPAPER PRODUCT	D-207
ZHEJIANG LIXIN JEWELLERY TECHNOLOGY	D-209, D-210
TURKIYE PAVILION	
ETNA DIAMOND	D-212, D-213
FABOR KUYUMCULUK	D-125
HAXER MAKINA	D-211
PALA KALIP MAKINA	D-214, D-215, D-129, D-131
SINA PIRLANTA	D-120, D-122



СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ

Заяви о себе на одном из самых
больших медиафасадов в Москве –

ЭКРАНЕ ГОСТИНИЦЫ КОСМОС



Предлагаем разместить совместный рекламный ролик

Размеры Медиафасада: 19,46x45,06 м

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

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	5760
Стоимость размещения совместного рекламного ролика	270 000 руб.



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

*Все цены указаны с НДС

ЭКСПОРТ РОССИЙСКИХ АЛМАЗОВ УПАЛ НА 24%

ЭКСПОРТ АЛМАЗНОГО СЫРЬЯ ИЗ РОССИИ В 2022 ГОДУ УПАЛ НА 24% , В ГОДОВОМ ИСЧИСЛЕНИИ - ДО 36,7 МЛН КАРАТОВ, ПОСКОЛЬКУ ПРАВИТЕЛЬСТВА РАЗНЫХ СТРАН ОГРАНИЧИВАЛИ ИМПОРТ.

Согласно статистике Кимберлийского процесса (КП), падение произошло даже после того, как Россия увеличила добычу алмазов на 7% до 41,9 млн каратов. В то время как США и другие страны Большой семерки (G7) ввели санкции против России за операцию СВО в феврале 2022 года, некоторые страны, такие как Бельгия, медленнее отказывались от российского импорта.

Между тем мировая добыча алмазов выросла на 24% в годовом исчислении до 16,02 млрд долларов. Объем производства упал на 0,6% до 118 млн каратов. Общий объем импорта сократился на 16%, а мировой экспорт упал на 21%.



Снижение экспорта отражало ситуацию в России, а также 36-процентное падение количества каратов, экспортируемых из Ботсваны, 29% падение - из Европейского Союза и 14% снижение поставок из Объединенных Арабских Эмиратов (ОАЭ). Рост стоимости мирового производства в первую очередь связан с Ботсваной, которая увеличила производство на 27% до 4,7 млрд долларов.

БИЗНЕСУ УПРОСТИЛИ ПРОЦЕДУРУ ИСКЛЮЧЕНИЯ ИЗ ЕГРЮЛ

С 1 июля вступил в силу Федеральный закон от 13.06.2023 № 249-ФЗ, который упростил процедуру исключения компаний из ЕГРЮЛ по инициативе их учредителей. После того как учредители (участники) юридических лиц принимают решение о прекращении деятельности своего предприятия, им необходимо подать заявление об исключении из ЕГРЮЛ.

Организации могут быть исключены, если они находятся в едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства и одновременно отвечают следующим условиям: не являются плательщиками НДС, не имеют кредиторской и налоговой задолженности, недвижимого имущества, транспортных средств и др. После принятия регистрирующим органом решения о предстоящем исключении из ЕГРЮЛ сведения об этом публикуются в журнале «Вестник государственной регистрации»

и на сайте ФНС России. Если через три месяца с момента публикации не поступят возражения от заинтересованных лиц, регистрирующий орган исключает компанию из ЕГРЮЛ.

Нововведение позволит владельцам малых и средних предприятий самостоятельно избрать порядок упразднения юридического лица, которым может стать либо его ликвидация, либо исключение субъекта из ЕГРЮЛ, представляющее по сравнению с ликвидацией более простую процедуру и не требующую затрат. Не нужно, например, назначать ликвидатора, публиковать сообщение о ликвидации и составлять ликвидационный баланс.

Возможность заполнения и направления в регистрирующий орган заявления об исключении из ЕГРЮЛ реализована в сервисе «Государственная онлайн-регистрация бизнеса».

// «МОСКОВСКАЯ ГАЗЕТА» ЮВЕЛИРНЫЙ РЫНОК РОССИИ СОКРАЩАЕТСЯ?

Крупные представители отрасли смотрят на ситуацию более оптимистично, частные ювелиры – менее. В связи с ослаблением рубля дорожают как сырьё для производства украшений, так и производственное оборудование. И в итоге сами украшения для российского потребителя. Удаётся ли ювелирному рынку в таких условиях избежать сокращения?

Ювелирная отрасль адаптировалась к экономической ситуации, сказал «Московской газете» основатель компании «Алмаз-Холдинг» **ФЛУН ГУМЕРОВ**.

«Сырьё для производства ювелирных украшений – полностью отечественное: золото, серебро, платина как продавались банками или аффинажными заводами, так и продаются. Что касается оборудования и расходных материалов, здесь произошла переориентация на Китай. Сначала

у отрасли были пессимистичные ожидания на этот счёт, но всё обошлось», – рассказал эксперт.

Однако, сырьё растёт в цене, и это сказывается на ценах для потребителя, отметил Флун Гумеров.

«Это показала последняя выставка продукции ювелирной отрасли, прошедшая в мае на ВДНХ, – рассказал представитель отрасли. – Все участники выставки просят увеличить для них в следующий раз выставочные площади. Как говорится, «пациент скорее жив, чем мёртв». Ювелирка в России – это очень конкурентный рынок, на нём от 2,5 до 4 тысяч производителей и от 15 до 18 тысяч торговых предприятий. Огромный ассортимент продукции, современное оборудование, прекрасная школа дизайнеров – российские дизайнеры ювелирных изделий недавно получили Гран-при на выставке в Гонконге».

В условиях падения рубля отрасль могло бы поддержать развитие производства ювелирных изделий из серебра, но на этом рынке пока засилье импорта, сказал Флун Гумеров.

«Таиланд, Китай, Гонконг, Турция. Поэтому здесь нужно провести работу по импортозамещению. Серебряные изделия бывают на 90% дешевле. Специалисты по золоту могут прекрасно работать и с серебром. Так что этот рынок должен развиваться и успешно конкурировать с рынком бижутерии. Тогда у нашей ювелирной отрасли будет «подушка безопасности». Также необходимо создать для ювелиров в России конкурентную налоговую базу. То есть налоги – вещь неизбежная, но производитель естественным образом переносит производство туда, где налоги – ниже. Ну и наконец, необходимо развивать экспорт российских ювелирных изделий», – заключил основатель «Алмаз-Холдинга»

А что говорят небольшие частники «на земле»?

«Сырьё, оборудование – всё возросло в цене, металлы – золото, серебро – подорожали, – рассказал «Московской газете» частный лудильщик **ЕВГЕНИЙ ПЕТРУХНЕНКО** (DJONSKULL). –

Расходники, особенно импортные, стоят бешеных денег. По поводу налогов могу сказать, они большие, есть кто уходит в подвалы и работает «в чёрную». Инструменты, оборудование я покупаю на «Авито». Раньше там было мало подобных предложений, теперь – то тот инструмент, то этот, верстаки... Потому что очень много ювелирных мастерских закрывается».

«Работы стало в два раза меньше, чем было раньше, – сообщил «Московской газете» руководитель предприятия «Арбат-Ювелир» (Москва) **ВАДИМ САЮШЕВ**. – Да, речь идёт о спросе на нашу продукцию и наших доходах. Многие состоятельные люди, которые покупали ювелирные украшения, покинули страну. А перед остальным населением ввиду экономической ситуации встала задача сохранить деньги. Конечно, и нам пришлось поднять цены на изделия, но ненамного, процентов на 10. Оборудование и расходники теперь приходят к нам из Китая, из-за логистических трудностей они подорожали на 50%. Что будет дальше никто не знает. Мои коллеги часто закрывают предприятия, за последние месяцы ювелирный рынок сократился примерно на 20%».

ПРЕДСТАВЛЕН РЕЙТИНГ ГОРОДОВ С ВЫСОКИМИ ПРОДАЖАМИ УКРАШЕНИЙ

Аналитический центр SOKOLOV проанализировал продажи ювелирных изделий в разных регионах России за период с января по май 2023 года и выяснил, как изменились продажи ювелирных украшений, а также в каких регионах активнее всего спросом пользуется золото, а где особенно популярно серебро.

Согласно данным, почти четверть от всех продаж ювелирных украшений приходится на золото (23%). Самым популярным металлом стало красное золото, затем белое.

Особым спросом золото пользуется в Санкт-Петербурге — почти каждая третья покупка в городе приходится на этот металл (30%). Кроме того, в рейтинг активных покупателей золота вошли такие города как Ярославль (28%), Саратов (26%), Иркутск (25,8%) и Воронеж (25,5%).

СЕРЕБРО ПО-ПРЕЖНЕМУ ОСТАЕТСЯ САМЫМ ПОПУЛЯРНЫМ МЕТАЛЛОМ В РОССИИ — НА УКРАШЕНИЯ ИЗ ЭТОГО МЕТАЛЛА ПРИХОДИТСЯ 77% ПРОДАЖ.

Наибольший интерес к серебру показали жители Красноярска (на долю продаж металла приходится 86% продаж в городе), Перми (82%), Омска (81%), и Новосибирска (80%).

По итогам первых пяти месяцев года наибольший рост продаж ювелирных украшений по сравнению с аналогичным периодом прошлого года зафиксирован в Омске (+25%), Уфе (+17%), Ростове-на-Дону (+16%), Перми (+14%) и Санкт-Петербурге (+13%).

В топ-3 города по количеству купленных ювелирных изделий традиционно вошли Москва, Санкт-Петербург и Екатеринбург.

**СРЕДНИЙ ЧЕК НА
УКРАШЕНИЯ В СТРАНЕ ЗА
ПЕРВЫЕ ПЯТЬ МЕСЯЦЕВ
ГОДА ПОКАЗАЛ РОСТ – НА
17%, ДОСТИГНУВ СУММЫ 6
693 РУБЛЯ.**

Самый высокий средний чек оказался в Санкт-Петербурге (7 551 рубль), Москве (7 164 рубль), Ростове-на-Дону (6 743 рубль), Саратове (6 720 рублей) и Ярославле (6 569 рублей). Больше всего за пять месяцев этого года он вырос в Ростове-на-Дону (+49%), Челябинске (+41%), Воронеже (+33%), Ярославле (+29%), Самаре (+22%) и Саратове (+20%).

Среди женских ювелирных изделий самыми популярными стали серьги, кольца, подвески и браслеты, а среди мужских – браслеты, часы, кольца и подвески. Спрос за указанный период больше всего вырос на цепи и колье.



СЕТЬ «585*ЗОЛОТОЙ» УВЕЛИЧИЛА ТОВАРООБОРОТ НА 20%

Такого эффекта удалось достичь за счет сообщения о деноминации бонусных баллов. Акция позволила за несколько дней увеличить активность клиентской базы по e-mail-рассылке в три раза, повысить средний чек на 10% и товарооборот на 20%.

Главными целями акции было стимулирование спроса в традиционно «низкий» летний период, когда клиенты расставляют свои финансовые приоритеты в пользу отдыха и сезонных развлечений, а также увеличение среднего чека и Retention Rate.

В период до проведения акции средний чек на изделия из золота по сети составлял порядка 9,5 тысяч. В акционное время «585*ЗОЛОТОЙ» предложила клиентам совершить покупку на сумму свыше 10 тысяч рублей, чтобы с наибольшей выгодой потратить бонусные баллы и сохранить все привилегии по карте лояльности. Это привело к увеличению среднего чека на 10%.

Первый информационный «посев» был соцсетях компании. Вторым этапом информирования клиентов стала e-mail-рассылка. С 20 мая по 30 июня товарооборот сети увеличился на 10%. Еще на 10 % товарооборот вырос за первые три дня июля после третьего этапа оповещения по смс, разосланных по базе клиентов, приходивших за покупками в течение трех месяцев до начала акции.

*«Мы используем деноминацию как инструмент управления потребительским спросом, и проводим ее так, чтобы клиент оставался в плюсе при любом раскладе. Сейчас же мотивация проста: покупай больше – получай больше. Такой же подход сохранится в обновленной бонусно-статусной программе лояльности «585*ЗОЛОТОЙ». – рассказал Андрей Шляев, Директор по маркетингу и развитию розничных продаж ювелирной сети «585*ЗОЛОТОЙ».*

SOKOLOV ОТКРЫЛ СВОЙ ПЕРВЫЙ МАГАЗИН В КИТАЕ

Ювелирный магазин под брендом Sokolov Moscow открылся в Grand Getaway – крупном торговом-развлекательном центре в центре Шанхая. Это первый из трех магазинов, которые Sokolov планирует открыть в рамках пилотного проекта по выходу на рынок ювелирной розницы Китая. Еще два магазина в крупнейших торговых центрах Шанхая Global Harbor и Cloud 9 начнут работу в первой половине июля.

Уточняется, что ассортимент насчитывает более 1,3 тысячи моделей и состоит из 6 коллекций, специально собранных с учетом предпочтений потребителей Китая: 60% – это изделия из золота 750 и 585 пробы, 40% – из серебра.

“Мы открываем три магазина в рамках пилотного проекта, цель которого – тестирование бизнес-модели, которую мы разработали на основе детальной аналитики рынка, исследований, опросов, фокус-групп. Мы уже проверили и протестировали все, что

касается позиционирования бренда, расположения и оформления магазинов, ассортимента.

Инвестиции в пилот составят до 10 миллионов долларов в ближайшие 2 года”, – заявил управляющий партнер Sokolov Артем Соколов.

Он также отметил, что компания ожидает средний чек в золоте в районе 500-600 долларов, что чуть ниже лидера локального рынка – Chow Tai Fook (800 долларов).

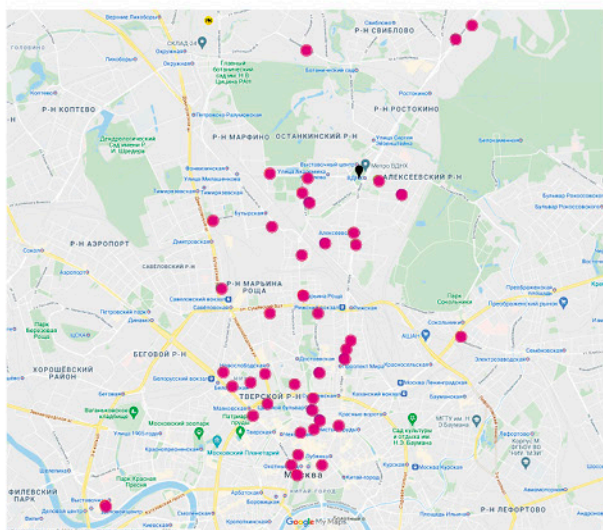
“Критерием успешности пилота мы считаем выход магазинов на оборот в 100 тысяч долларов в месяц в течение первого года их работы... С учетом всех затрат на логистику и администрирование этот пилотный проект мы считаем инвестицией в развитие.

На первом этапе важно довести концепцию и бизнес-модель до приемлемых значений по эффективности. В дальнейшем число магазинов может быть масштабировано до 30-50 в течение 2-3 лет”, – заключил Соколов.

СОВМЕСТНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ на видеоскренах 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.

(с учетом НДС)



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 территории ВДНХ



Два видеозэкрана
на входе 57 павильона



Навигационные щиты 3х3 м
на территории ВДНХ



Стоимость 220 000 руб.

(с учетом НДС)



JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

Тел : (812) 303 98 69

Факс : (812) 320 01 41

www.junwex.com



@junwex_fair