



ИМПЕРИАЛ

Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

788 от 15 августа 2023

- www.junwex.com

ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ НИКАКОЙ «ПУДРОЙ» НЕ СКРОЕШЬ!



Валерий Будный

руководитель выставочной программы "Ювелирная Россия"

10 августа состоялось общее собрание Ассоциации «Гильдия ювелиров России». Заседание проходило в бизнес-центре в Костроме, но основная масса членов Ассоциации принимала участие онлайн, в формате видеоконференции.

После собрания осталось впечатление, что перспектив в своем деле ювелиры видят все меньше. Потому и задача расширения членства в Гильдии решается не активно. Ювелиры - народ осторожный, и на ужесточение правил работы отвечают все большим уходом в глухую оборону. «Лучше не высовываться. Деньги любят тишину. Золото и так привлекает лишнее внимание блеском...», - рассуждают

предприниматели. Отразилось это и на результатах выборов в руководство Гильдии.

Совет сократился вдвое, сопредседателей из пяти прошлых сохранилось всего двое. Желающих по своей инициативе включиться в работу Совета и бороться за существование среди членов Ассоциации не оказалось. Причины понятны.

В ходе круглого стола на тему «Перспективы в ювелирной промышленности» по окончании собрания многие говорили о последствиях встречи ювелиров с Президентом в рамках видеомоста «Деловой России».

По меткому сравнению С. В. Куколевского, объем президентских поручений министерствам и ведомствам по обещанным главой государства мерам, направленным на развитие ювелирного рынка, после обрезания уже на уровне Администрации Президента, а затем кастрации в момент прохождения через Минфин, изменился до неузнаваемости: конь превратился в ослика. «Осел» остался после президентского гордого появления «на коне» среди ювелиров. Так уничтожаются высокие цели Верховного, опускаясь через чиновничье сито в жизнь

отрасли, да и не только отрасли!

На круглом столе ювелиры прямо упрекнули власть в невыполнении своих собственных обещаний. Гнобится малый бизнес. Вводимые меры контроля за ювелирами не сочетаются с правилами финмониторинга, диссонируют с порядком работы в братских странах Евразийского союза, а порой не понятны с точки зрения простой логики.

Пробирная палата теперь отказывает в получении полных сведений о производстве украшений, а опора только на аналитику монополистов рынка успокаивает растущими показателями. Но косвенные сведения от Росстата за самые продуктивные месяцы года (январь – март) настораживают. По его данным:

ПРИ РОСТЕ СТОИМОСТИ ПРОИЗВЕДЕННОЙ ЗА УКАЗАННЫЙ ПЕРИОД ПРОДУКЦИИ В 38% В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ ВЫПУСК ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ УВЕЛИЧИЛСЯ НА 30%.

То есть рост рынка - в основном за счет удорожания металлов. Да и растут только монополисты.

А. С. Горыня подсчитал, что в первом полугодии после всех нововведений на рынке

предприятия сработали в минус, а во втором полугодии этот убыток уже станет непреодолимым и вынудит средние и малые компании закрываться. Да и в первом полугодии в стране уже прекратили работу 32% малых предприятий отрасли...



Ювелиры пытаются держаться на энтузиазме и вере во власть. Но на круглом столе модератор - представитель губернатора пресек разговоры о политике, а ведь с нее и начинается все остальное. Промышленная политика тоже! Идет война. Необходима дисциплина и мобилизация общества! Без этого нет Победы. Но мобилизация достигается не только ужесточением законов и гнетом.

Представляется, что властьпроводящие чиновники на местах в этих условиях других путей кроме силового нажима на бизнес и увеличения финансовой нагрузки не видят или не способны организовать эффективный процесс роста экономики, патриотизма, мобилизации всех ресурсов. Не думаю, что такой подход приведет к положительным результатам. После Победы придется заново создавать многое и не только ювелирную промышленность.

Жизнь заставит по-другому смотреть и на саму власть, которая за последние годы непомерно централизовалась и отдалила региональных чиновников от ответственности за реальные дела на местах.

Сегодня все решается только по указке сверху. Вот и в Костроме,

даже несмотря на предварительно выпущенное распоряжение губернатора о проведении круглого стола по проблемам перспектив развития ювелирной промышленности, после звонка сверху ни с этого «верха», ни с «низа» из ответственных за жизнь отрасли на мероприятии никого не оказалось. Не только от Минфина никто не удостоил ювелиров внимания, но и сам губернатор не появился. Да еще и коллегам из Белоруссии, приглашенным на круглый стол для обмена опытом, видимо, дали понять, что приезжать не следует.

Вероятно, жестокость мер контроля в рыночной сфере РФ гораздо выше, чем в государственной белорусской. Непонятно, как же отечественным ювелирам быть конкурентными в рамках Евразийского союза? Вот, наверное, и делают вывод некоторые: прятаться глубже! Что и доказывает вялая общественная жизнь, растущая «серая зона» в продажах ювелирных изделий уже не только в отдаленных регионах, но и в столице. Это видно и по сокращению числа участников выставок, где стоят только цивилизованные игроки. И эту действительность никакой «пудрой» в статистике не скроешь!

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБЩЕГО СОБРАНИЯ АССОЦИАЦИИ

ВПЕРВЫЕ С 2004 ГОДА БЫЛА РАДИКАЛЬНО РЕФОРМИРОВАНА СИСТЕМА ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ АССОЦИАЦИИ.

Что заставило прибегнуть к такому решению? Прежде всего – непростые условия, в которых оказалась ювелирная отрасль страны после принятия закона, запрещающего

применение специальных налоговых режимов в ювелирной сфере.

В прежние годы Ассоциация выражала общие интересы всего ювелирного сообщества, которое было достаточно монолитно. Конечно, всегда были естественные противоречия между интересами отечественных производителей и импортеров, производителей

и торговли. Всегда была также естественная внутренняя конкуренция между компаниями одного цеха. Но не было никакого внутреннего раскола. Теперь он есть, и не учитывать его существование – значит, «прятать голову в песок».

Как в этих условиях функционировать общественной организации, призванной защищать общеотраслевые интересы?

Нащупывая справедливый баланс между интересами крупных и малых, пытаюсь максимально уважительно друг к другу решать вопросы того, чьи интересы и как следует защищать организации. Да, кто-то считает, что «на двух стульях не усидеть», что организации ювелиров следует выбрать чью-то сторону: крупных или малых. Но это неправильно, ведь отвлекаясь от налогов, и у крупных, и у малых в отрасли есть одни и те же проблемы. Их множество, и решением этих проблем необходимо заниматься в интересах как крупных, так и малых участников рынка.

Для поиска оптимального баланса интересов в отраслевой общественной организации должны быть представлены все интересанты, представители

всех сторон. Но Общее собрание всех членов – событие редкое, раз в году. Другое дело, Совет Ассоциации, работающий все время, в промежутках между собраниями. Поэтому крайне важно, чтобы Совет Ассоциации также был представлен членами каждой из групп интересантов. Это есть, баланс интересов в Совете сегодня присутствует.

Но вот что интересно: в рамках прежних органов управления Ассоциацией, роль коллективно принимаемых решений на Общем собрании, да даже на Совете Ассоциации, оказывалась несущественной на практике. Дело в том, что реальные решения что и как отстаивать, принимались не Советом, а лично Генеральным директором Ассоциации. В полном соответствии с прежним Уставом организации. Де-юре и де-факто, Генеральный директор был единственным единоличным органом управления организацией. Он избирался всеми членами, на Общем собрании Ассоциации.

А вот Председателя Совета Общее собрание не избирало – его избирал Совет. И даже права действовать без доверенности у Председателя Совета по Уставу не было. В чем-то лишь представительская,

в чем-то чисто техническая должность (ведение заседаний Совета). Странная была ситуация: в общественной организации коллегиально сформированное мнение оказывалось менее существенным и значимым, чем мнение отдельно взятого руководителя (Генерального директора), не вносящего никаких членских взносов в Ассоциацию, но при этом имеющего право действовать (т.е. отстаивать любые позиции) без одобрения Совета!

В новом Уставе Ассоциации все поставлено на свои законные места. Есть Общее собрание, есть избираемый им Совет Ассоциации. Есть высшее должностное лицо в управлении Ассоциацией, также избираемое на Общем собрании – Председатель всей Ассоциации в целом, а не только Совета. Есть и Сопредседатели Ассоциации по направлениям, их тоже избирает Общее собрание.

При этом вместо явно неуместной для общественной организации должности Генерального директора в новый Устав организации введена должность Исполнительного директора, действующего от имени Ассоциации, но – с одобрения Совета. И это очень правильно для общественной, а не частной

организации. Иными словами, Исполнительный директор – это проводник коллективных решений Общего собрания всех членов Ассоциации, и, естественно, указаний Председателя Ассоциации, решений Совета Ассоциации, избранных Общим собранием.

В процессе разработки нового Устава Ассоциации был использован положительный опыт «старшего брата» - Всероссийской общественной организации «Деловая Россия». Причем за соблюдением всех норм действующего законодательства в новом Уставе Ассоциации следили опытные юристы «НКО центра», тесно работающего с Минюстом России.

Из других новаций Устава. Теперь прием в члены Ассоциации и исключение из членов будет осуществлять не Общее собрание, а оперативно – Совет Ассоциации. Введена норма дистанционного и смешанного форматов проведения Общих собраний, что логично с учетом развития технологий. Размер членских взносов и порядок их уплаты теперь четко зафиксированы в Положении о членстве в Ассоциации.

Итак, Ассоциация «Гильдия ювелиров России» обрела полновесное и полноценное высшее должностное лицо – Председателя Ассоциации. Общее собрание единогласно на два года избрало **первым Председателем Ассоциации** Гумерова Флуна Фагимовича.

Также единогласно на двухлетний срок **первыми Сопредседателями** Ассоциации были избраны Будный Валерий Васильевич и Гутерман Аркадий Леонидович, а **Исполнительным директором** - Збойков Владимир Александрович.

Появился у Ассоциации и постоянно действующий **Ревизор** – им избран Кунцев Дмитрий Анатольевич.

Вновь избранный на два года Совет Ассоциации изменений не претерпел, но в него по должности вошел также Збойков В.А.

Избрание Председателем Ассоциации Гумерова Ф.Ф. – важное политическое решение ювелиров. Это правда: вряд ли кто-либо способен лучше Флуна Фагимовича в нынешней ситуации продемонстрировать

талант дипломата, «утрясая» и «сглаживая углы» крайне сложных взаимоотношений крупного и малого ювелирного бизнеса, на благо развития всей ювелирной отрасли России.

Ну, а утвержденные Общим собранием «Основные направления работы Ассоциации на 2023 – 2024 годы» обозначили намерения ювелиров работать по четырем основным блокам:

- отстаивание интересов бизнеса по снижению административной нагрузки (обязательных требований) на участников ювелирного рынка;
- отстаивание интересов бизнеса по снижению налоговой нагрузки на участников ювелирного рынка;
- предотвращение рисков для участников ювелирного рынка;
- расширение ювелирного рынка.

Лишь один голос был «воздержался» при голосовании за эти направления работы, остальные участники проголосовали «за». И это – безусловный успех Общего собрания, надежда на консолидацию ювелирного сообщества.

ХІХ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ЮВЕЛИРНЫХ И ЧАСОВЫХ БРЕНДОВ

JUNWEX

МОСКВА

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



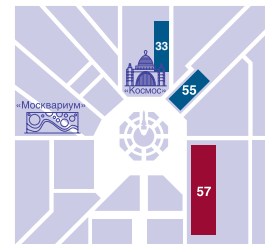
TALAN.L
silver

Павильон 57

ОПТОВО-РОЗНИЧНЫЙ ЗАЛ РАЗДЕЛ PREMIUM

1 ЭТАЖ

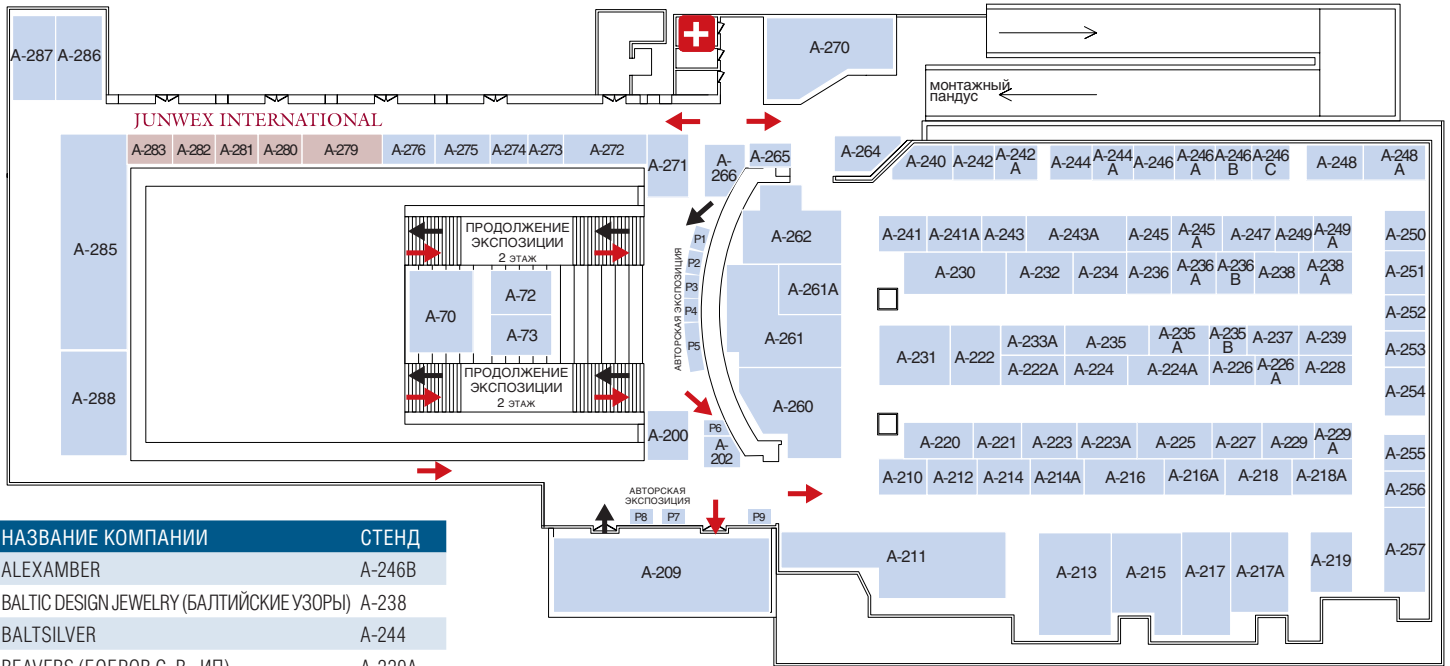
27 сентября — 1 октября 2023



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ART JEWELLER	A-16
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-11
GF. ITALIA (GOLDEN FORUM)	A-45
GOLDEN GLOB	A-15
JEWEL	A-50
KRASNOE (СИДОРОВСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА)	A-110
L-SILVER, КОРПОРАЦИЯ	A-132
MASTER ART	A-17
MAXIM DEMIDOV	A-56
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
PLATINOR	A-15A
SEVEN DIAMONDS	A-32
SOFIA BRILLIANT	A-26
STYLE AVENUE	A-124
SUN STONE	A-36
TALANT	A-115

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
TALANT SILVER	A-101
TOMGEM PLUS (БАТАЛИНА А. А., ИП)	A-64
TRILLIANT	A-1B
URBAN M	A-53
VAMAR JEWELRY	A-63
VERONA	A-143
VERONIKA, ЮЗ	A-9
VIOLET (ВИОЛЕТ ЮД)	A-57
ZOLOTYE UZORY	A-1
АБДУЛАЕВ А. А.	A-137A
АЛЬТМАСТЕР	A-146
АЛЬФА, ЮК	A-44
АНЖЕЛИКА	A-148
АПАРТ	A-20
АТОЛЛ, СЮЗ	A-10
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-11
ЗОЛОТО МАГАДАНА	A-37
ИМПЭКС	A-41
КАСТ, ЗАВОД	A-2
КОМДРАГМЕТАЛЛ РС (Я)	A-55
КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-147
КРЕПКИЙ ОРЕШЕК	A-118
КУСТОВ, ЮП	A-140

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ЛАЗУРИТ-К	A-136
МАГНАТ	A-134
МАСТЕР КЛИО	A-128
МЕГАГОЛД, ЮК	A-120
МСТЕРСКИЙ ЮВЕЛИР	A-150A
МЭЮЗ ЮВЕЛИРПРОМ	A-1A
НАНОСТАР	A-59
НЕФРИТ (ДАНИЕЛЯН Л. С., ИП)	A-130
НОВОЕ ВРЕМЯ	A-131
ОСТРОВ СОКРОВИЩ	A-48
ПРИМАЭКСКЛЮЗИВ	A-18
РЕМИКС	A-119
РИНГО	A-24
РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ	A-117
САЛАМ	A-101
САМОРОДОК ЕК	A-43
САХА АЛААС ЯКУТИЯ	A-62
САХА АЛМАЗ	A-61
СЕВЕРНАЯ ЧЕРНЬ	A-17A
СИЯНИЕ СИБИРИ	A-27
СОРОКА, ТМ	A-66
СОРОКИН ЮК	A-126
СПЕЦСВЯЗЬ (ФГУП ГЦСС)	A-12B
СТОЛИЦА, МЭЮИ	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



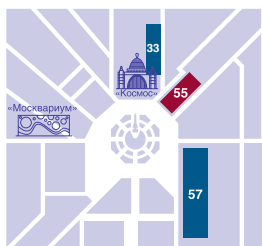
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ALEXAMBER	A-246B
BALTIC DESIGN JEWELRY (БАЛТИЙСКИЕ УЗОРЫ)	A-238
BALTSILVER	A-244
BEAVERS (БОБРОВ С. В., ИП)	A-229A
BONTA (БОНДАРЧУК Т. М., ИП)	A-236
BROVANZ	A-P6
CORDE	A-260
ELEMENT 47	A-270
ENZO BENZO — МУРАНКОЕ СТЕКЛО	A-226A
FILLART (КОЛОНИЦКИЙ Ф. А., ИП)	A-211
FRESH JEWELRY	A-230
GEM SILVER (КАЗАКОВ В. В., ИП)	A-221
JEWELRY GARDEN	A
KARION MELNIK	A-P7
KU&KU	A-232
KUBACHI JEWELRY	A-249A
LA NORDICA	A-222A
LAURENTIA.RU	A-235A
MATVEEV & Co	A-P5
PERASKEVA	A-210
PLATINA	A-33, A-285
RAGANELLA PRINCESS	A-202
RICH GOLD (РИЧ ГОЛД, ТАНЗАНИТ ЮК)	A-261A
ROYAL GARNETS	A-253
RUSPEARLS	A-245A
SARGON	A-209
SILVER SKY (СИЛЬВЕР СКАЙ)	A-220
STILE.ME	A-216
SUN STYLE	A-224A
VALENCIA (ВАЛЕНСИЯ)	A-237
VICTORIA SILVER (ВИКТОРИЯ)	A-266
VLOES	A-242
YAROSLAVNA	A-241A
ZLATO, JF	A-216A
АВРОРА, ЮД	A-262
АВРОС	A-217A
АЛЕКСИ	A-227
АЛЬТАИР	A-218A
АЛЬФА-КАРАТ, ТПФ	A-261
АНЖЕЛИКА ШАВКУНОВА	A-249
АРИНА ЮК	A-215
БАЛЕКС 925	A-254
БАЛТИЙСКОЕ ЗОЛОТО	A-251

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
БРИЛЛИАНТЫ БЕЛОМОРЬЯ (ЗВЕЗДОЧКА, ЦС)	A-P3
ВАЛЕНТИКО	A-252
ВАЛИЦКИЙ А. В., ИП	A-242A
ВЕГА	A-211
ВЕЛИКОЛЕПНЫЙ ВЕК	A-217A
ВИКТОРИЯ (REBEL HEART)	A-234
ВИПГОЛД	A-236A
ВЫСОКОВЫ 585	A-273
ГИАЛИТ КОСТРОМА	A-214A
ГОЛДИКА, БЮФ	A-219
ДВОРЕЦ ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ (PRIMOSSA)	A-200
ДЖЕМФАБ	A-228
ДЖУZZ	A-265
ДЗЮБЬЯК В. Т., ИП	A-P8
ИАНА, ЮФ	A-256
ДИВА ЮВЕЛИР	A-246A
ЗОЛОТАЯ ЛАДЬЯ (ГОРЯЧКИНА О. А., ИП)	A-233A
ЗОЛОТАЯ СТОЛИЦА	A-275
ЗОЛОТО КУБАЧИ	A-239
ЗОЛОТО ОРХИДЕИ	A-223A
ЗОЛОТОЙ ДРАКОН	A-225
ЗОЛОТОЙ ЗАПАСЬ	A-248A
ИНТЕР-ЧАС (VALENTIN YAREMIO)	A-236B
КАПОВАЯ ШКАТУЛКА	A
КАРАТ-К	A-244A
КЛАССИКА	A-P2
КРАСНАЯ ПРЕСНЯ	A-217
ЛАЙК	A-257
ЛЕНА ТОММИ	A-276
ЛЮКС, ЮК	A-240
МАДДЕ	A-272
МАРКИЗ	A-241
МАРШАЛ	A-223
МЕРКУРИЙ, ТД	A-264
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-243A
РУССКИЙ ЮВЕЛИР, РА	A-211
СБ-ЗОЛОТО	A-212
СЕЛИВАНОВ Д. В., ИП	A-245
СЕРЕБРЯНАЯ ВЕНЕЦИЯ	A-271
СЕРЕБРЯНЫЕ КРЫЛЬЯ	A-274
СКЛАДНИ (SILVERAXION)	A-235B
СЛАВНОВ	A-222
ТУЛИКОВ	A-214
УКРАШЕНИЯ ИЗ ТИТАНА	A-P7
ФОМЕНКО, ЮД	A-255
ХОТЬКОВСКАЯ ФАБРИКА РЕЗНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ	A-P4
ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ (ЦПЭКО)	A-213
ЦИРКОН С	A-211
ЭДМ АРТ	A-226
ЭКСПО-ЮВЕЛИР	A
ЭЛЕГАНТ	A-246
ЮВЕЛИНА	A-235
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ, ИД	A
ЮВЕЛИРНОЕ ПОДВОРЬЕ	A-229
ЯНТАРНАЯ ВОЛНА	A-231
ЯНТАРНАЯ МАНУФАКТУРА БАЛТИЙСКАЯ	A-238A
ЯНТАРНЫЙ ЛЕВ	A-246C
ЯНТАРЬ РОССИИ	A-248
ЯСПИС	A-250
ЯХОНТ ЮВЕЛИР	A-243

CHINA

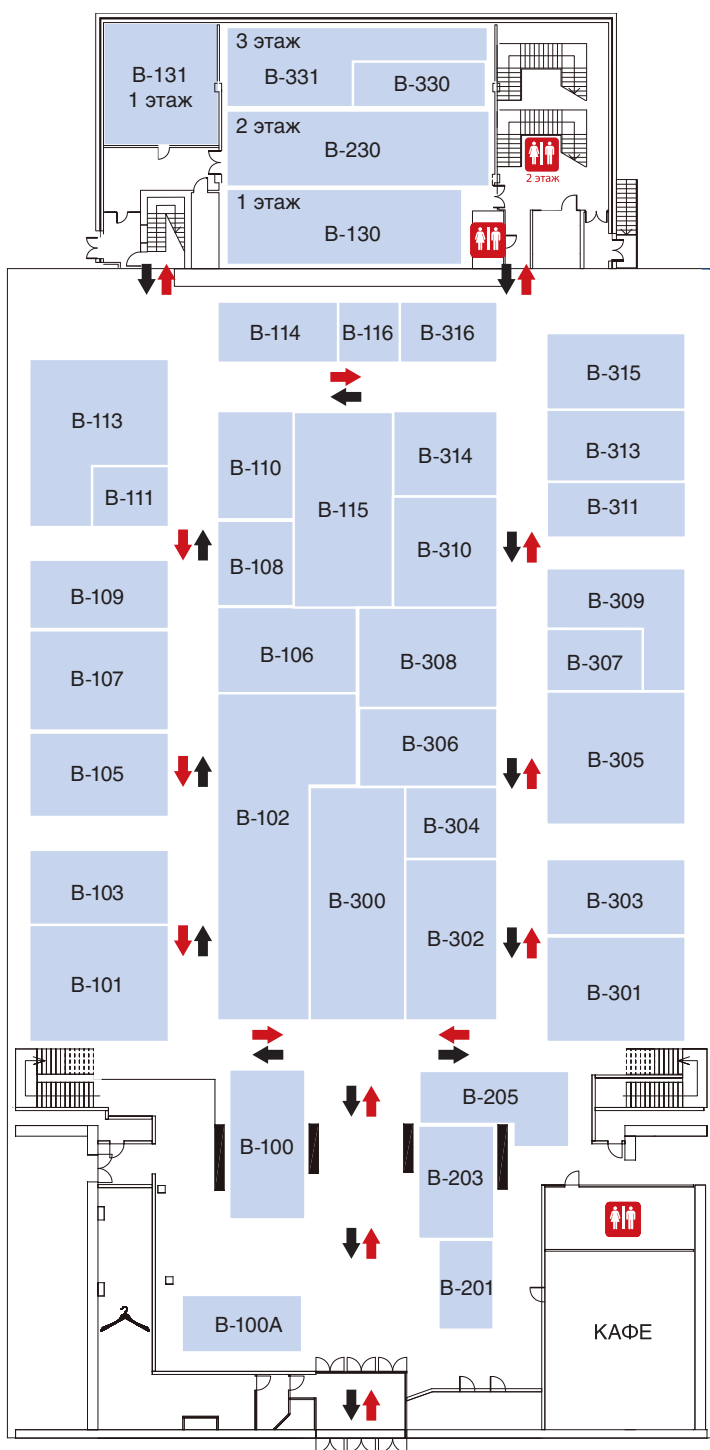
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
CRYSDIAM TECHNOLOGY	A-281
GUANGZHOU ANDE	A-283
GUANGZHOU JUSTOP ACCESSORIES	A-279
GUANGZHOU K GOLD JEWELRY	A-280



Павильон 55

27–29 сентября 2023

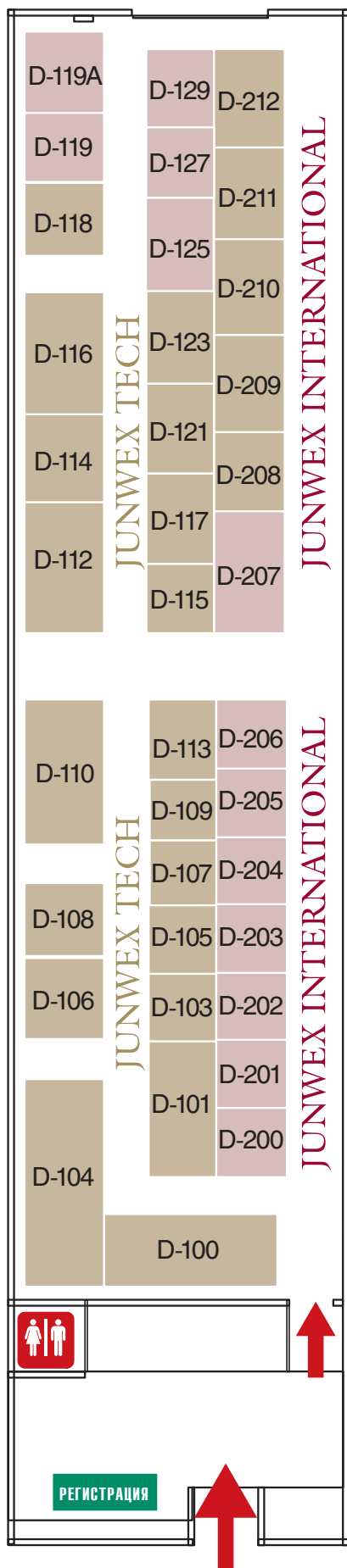
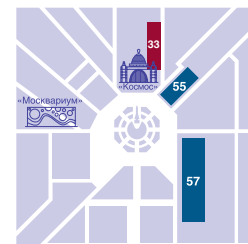
ОПТОВЫЙ ЗАЛ



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 33

27 сентября —
1 октября 2023



JUNWEX TECH & INTERNATIONAL

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
3D GOLD	D-118
AVALON	D-107
GALVANO	D-101
LASER BLAZE	D-109
LEGOR	D-114
SHARPLASE RUSSIA	D-113
SOLIDMASTER	D-105
БУЛУНМАЗ	D-116
КЛИО	D-110
ЛАЗЕРНЫЙ ЦЕНТР	D-104
РУТА	D-101
ЮВЕЛИР ПАРТНЕР	D-117
ЮВИН	D-106
ЮМО	D-108
ЮВЕЛИР ПАРТНЕР	D-113
ЮВИН	D-106
ЮМО	D-108

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
CHINA	
DONGGUAN ELEGANT PACKAGING	D-205
GUANGZHOU JIZHILIN	D-200
SHENZHEN GUANGLIJIN TECHNOLOGY	D-207
SHENZHEN TAIFENGLONG AUTOMATION EQUIPMENT	D-202
SUANZHI JEWELRY EQUIPMENT	D-203
YIWU BRAVOPAPER PRODUCT	D-206
ZHEJIANG LIXIN JEWELRY TECHNOLOGY	D-204
TURKIYE	
CODIA DIAMOND	D-129
PALA GOLDEN JEWELRY	D-119A
UNIWAY	D-127





5-8 ОКТЯБРЯ

Побывав в Стамбуле однажды, хочется возвращаться туда снова и снова. А если вы еще ни разу там не были, стоит срочно это исправить! Тем более Клуб “Российская Ювелирная Торговля” формирует новую осеннюю делегацию на Istanbul Jewelry Show.

Как всегда, Клуб окажет всю необходимую поддержку и сопровождение на протяжении всей поездки.

**МЫ ВОЗЬМЕМ НА СЕБЯ
ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ,
ВКЛЮЧАЯ БРОНИРОВАНИЕ
БИЛЕТОВ, РАЗМЕЩЕНИЕ,
ТРАНСФЕРЫ И УЧАСТИЕ В
ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ.**



ДЛЯ ЧЛЕНОВ КЛУБА, КОТОРЫЕ В ЭТОМ ГОДУ ЕЩЕ НЕ УСПЕЛИ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ЭТОЙ ПРОГРАММОЙ, МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ПОЕЗДКУ

ПО ЦЕНЕ ПЕРЕЛЕТА!

- Проживание 3 ночи в отеле 5*
- VIP регистрация
- Вход в VIP зону
- Помощь переводчика
- Участие в программе matchmaking (поиск поставщиков)

*Авиаперелет и мед.страховка
оплачиваются самостоятельно*



Istanbul Jewelry Show привлекает участников со всего мира, что делает выставку идеальной платформой для встречи с передовыми производителями и дизайнерами ювелирных изделий. Не упустите возможность расширить свою сеть профессиональных связей!

Количество мест ограничено!



**ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ
К ДЕЛЕГАЦИИ!
INFO@JEWELLERCLUB.RU**

// ИЗВЕСТИЯ: КЛЕЙМЕНИЕ ИЗДЕЛИЙ ПРИ ПРОДАЖЕ ВНЕ ЕАЭС МОГУТ ОТМЕНИТЬ

Власти предложили сделать клеймение ювелирных и других изделий из драгметаллов, предназначенных на экспорт за пределы Евразийского экономического союза (ЕАЭС) добровольным при условии нанесения двухмерного штрихового кода. Об этом сказано в проекте постановления, который подготовил Минфин.

Как отмечено в документе, сейчас есть избыточная нагрузка на участников рынка драгоценных металлов и камней, планирующих вывоз продукции в страны за пределами ЕАЭС.

«Наличие пробирного клейма Российской Федерации на поверхности ювелирных и других изделий из драгоценных металлов может препятствовать реализации

таких изделий на территориях стран, не входящих в Евразийский экономический союз», – сказано там.

Федеральная пробирная палата поддерживает переход на добровольное клеймение ювелирных изделий при наличии на них двухмерного штрихового кода, заявила «Известиям» заместитель начальника управления федерального государственного пробирного надзора, финансового мониторинга и пробирных работ палаты Юлия Мартынюк.

– При этом ведомство по-прежнему будет осуществлять опробование и анализ таких изделий в обычном порядке. Отличие лишь в том, что процесс будет завершаться простановкой оттиска клейма в добровольном порядке по решению сдатчика, – отметила она.

Если по каким-либо причинам их не вывезут за рубеж, то возврат изделий из таможенной зоны будет возможен только при условии клеймения, пояснила Юлия Мартынюк. Для российского рынка это обязательно (за исключением отечественной продукции из серебра), добавила она.

– Вводимая норма будет способствовать сокращению барьеров при реализации изделий за пределы страны и при этом не приведет к росту контрафакта внутри нее, – подытожила Юлия Мартынюк.

Экспортеры давно жалуются на избыточный контроль со стороны государства при продаже ювелирной продукции за границу, отметили в пресс-службе Российского экспортного центра. Сам процесс клеймения и другие контрольные мероприятия в среднем занимают до 14 дней, что сказывается на скорости отправки изделий за рубеж, сказали там. Также это дополнительные издержки, например пошлины за опробование и нанесение данных, расходы на специализированную транспортировку, добавили в Российском экспортном центре.

В КОМИТЕТЕ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПАЛАТЫ (ТПП) ПО ДРАГОЦЕННЫМ МЕТАЛЛАМ И ДРАГОЦЕННЫМ КАМНЯМ СООБЩИЛИ, ЧТО ПОДДЕРЖИВАЮТ ИНИЦИАТИВУ.

Ювелирное бизнес-сообщество, производители и отраслевые общественные организации много лет предлагали порядок добровольного клеймения для экспорта, сообщили там. Кроме того, российское пробирное клеймо не признается в странах, не входящих в ЕАЭС, что значительно снижает конкурентоспособность изделий из РФ на мировом рынке, добавили в ТПП.



— Более того, покупатели могут воспринимать такое клеймо как «повреждение», нарушающее эстетическое восприятие изделия.

Также для иностранных контрагентов знак страны происхождения ювелирной продукции не всегда приемлем, — сказали там.

ДЛЯ ЭКСПОРТЕРОВ ОСТАЕТСЯ ДЕЙСТВУЮЩИМ ТРЕБОВАНИЕ НАНЕСЕНИЯ МАРКИРОВКИ (УКАЗАНИЕ НА БИРКЕ ИЛИ ЯРЛЫКЕ УНИКАЛЬНОГО ИДЕНТИФИКАЦИОННОГО НОМЕРА, УИН, СТАЛО ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ С 1 МАРТА 2022 ГОДА).

Это не позволит полностью исключить расходы на доставку ювелирных изделий в подразделения Федеральной пробирной палаты в связи с отменой обязательного клеймения, подытожили в комитете ТПП.

Мера снизит стоимость изделий, отправляемых на продажу за границу, отметила партнер агентства M.A.Re-search Анна Синявская.

— Оформление экспорта ювелирки — и так очень сложная процедура, многие документы дублируются ФТС и Пробирной палатой. Другой вопрос, сколько будет стоить нанесение штрихкодов. Есть вероятность, что это станет сопоставимо со стоимостью клеймения, — сказала она.

Эксперт также заявила, что доля контрафакта в последние годы была невысокой — она не превышала 5% рынка.

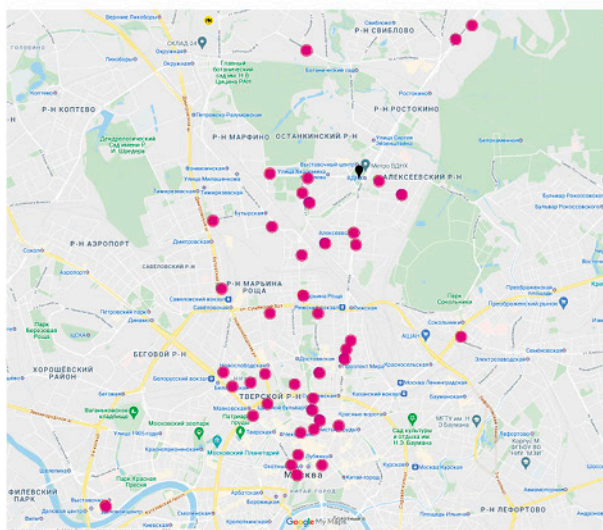
Согласно данным Гильдии ювелиров по итогам 2021 года (наиболее свежие данные), Россия в основном продает изделия из драгоценных камней в Казахстан, Белоруссию, Молдавию, Германию и Латвию.



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)



В «585* ЗОЛОТОЙ» СОСТАВИЛИ РЕЙТИНГ САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ МУЖСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Федеральная статистика показала самые востребованные украшения в мужском ассортименте и долю продаж мужских изделий в общих продажах по городам.

Анализировались данные за первое полугодие 2023 – с января по июль.

В топ-100 мужских изделий уверенным лидером по продажам стали серебряные цепи с **ПЛЕТЕНИЕМ БИСМАРК** – на разные по весу и толщине модели пришлось 26 позиций из 100, средняя цена такой цепочки составила 4 439 рублей.

Также покупатели «голосовали рублем» за серебряные цепи с другими крепкими **ПЛЕТЕНИЯМИ – НОННА, ДВОЙНОЙ И ТРОЙНОЙ РОМБ**. Премиальные золотые цепи с плетением Бисмарк тоже попали в топ-100 – на них приходится меньшая доля в количестве продаж, но по сумме продаж они превзошли

серебряные аналоги. Средняя цена такой цепи составляет 49 248 рублей.

Также в топ вошли массивные **СЕРЕБРЯНЫЕ БРАСЛЕТЫ** с плетением Дракон, золотые печати с черными агатами и фианитами и лаконичные печати без вставок.

Спросом в прошедшем периоде пользовались и мужские **ЧАСЫ** – они входят в непрофильный ассортимент сети. В числе самых популярных – доступные классические модели TALANT на кожаном ремешке.

«Мы различаем два понятия: покупатели и потребители. Покупатели – это те, кто оплачивает покупки, потребители – те, кто этими товарами пользуется, носит изделия. Наши покупатели – и мужчины, и женщины, почти 50/50, если брать статистику в течение года. А вот наши потребители –



это, в основном, девушки, то есть мужчины часто покупают изделия для них в подарок.

*Но у нас есть суббренд, где представлены именно мужские цепи, браслеты, печатки, подвески, часы и очки. Под этот сегмент выделена отдельная зона в наших магазинах, ведь мужчины все больше времени уделяют стилю, и украшения здесь – разумная инвестиция в первое впечатление, которое мы производим», - говорит Андрей Шляев, Директор по маркетингу и развитию розничных продаж ювелирной сети «585*ЗОЛОТОЙ».*

В среднем на долю мужских изделий в сумме продаж за первое полугодие 2023 пришлось 11%. В Норильске доля мужских украшений в общей сумме продаж составила 16%, в Сочи – 14%, в Ростове-на-Дону – 12%, в Москве и Новосибирске – 11%, в Санкт-Петербурге и Екатеринбурге – 9%.

Всего за исследуемый период было реализовано мужских изделий на 1 666 564 884 рубля, количество проданных с января по июль украшений и аксессуаров для мужчин – 135 468 штук.

ВЫСТАВКА СОВРЕМЕННОГО КАМНЕРЕЗНОГО
И ЮВЕЛИРНОГО ИСКУССТВА



Зимний театр

ВЕРА
НАДЕЖДА
ЛЮБОВЬ



Ш ЧАСТНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ

открытие

16:30

15.09



25.10

Зимний
театр

Куратор выставки:
**Габриель Галина
Николаевна**



международный
эксперт, доцент,
кандидат
искусствоведения



Будет представлено более 40 художников
со всех уголков России

“ВЕРА, НАДЕЖДА, ЛЮБОВЬ” В КАМНЕРЕЗНОМ И ЮВЕЛИРНОМ ИСКУССТВЕ

о выставке

ЗИМНИЙ ТЕАТР Г. СОЧИ,
ГАЛЕРЕЯ «ЧАСТНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ»

15 сентября - 25 октября

«Вера, Надежда, Любовь» – главные силы, движущие нашу жизнь, наполняющие ее смыслом. Это пространство между Жизнью и Смертью, между Эросом и Танатосом уже давно исследуется с позиций искусства.

На протяжении веков эти темы разрабатывались в литературе, музыке, театре, изобразительном и декоративном творчестве. Примеры их блистательного воплощения мы встречаем и в камнерезном, ювелирном искусстве. Достаточно вспомнить изысканные резные миниатюры Древней Месопотамии и Египта, устрашающие и одухотворенные образы в камне Танатоса эпохи Средневековья,

чувственную пластику античных гемм и камей... Во всех этих творениях, в контексте той или иной эпохи, художники пытались найти смыслы и оправдания Веры, Надежды, Любви...

Цель выставки – продемонстрировать современное художественное осмысления предложенной темы в коллаборации камнерезных и ювелирных материалов и техник, и шире – объединить мастеров данных направлений искусства из разных городов и регионов России для творческого общения и дальнейших перспектив реализации совместных проектов.

В выставке участвует более 40 художников из Санкт-Петербурга, Москвы, Екатеринбурга и других регионов, экспонирующих около 100 произведений.

НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ «ИМПЕРИАЛ»: ИГРА БЛЕСКА И ФОРМ

Компания Империял продолжает ювелирные эксперименты, сочетая разные типы огранок в одном украшении. Это поддерживает тренд на индивидуальность, которая сегодня легко вписывается даже в классические формы.

В новой коллекции акцент сделан на сочетании багетной и круглой огранок бриллиантов 3/4, которые прекрасно дополняют друг друга. Искристость круга гармонирует с редкими, но яркими вспышками ступенчатого багета, что сразу привлекает внимание.

Сочетание форм огранок поддерживается и геометрией оправы, дизайн которой еще больше усиливает эффект. Бриллианты встраиваются в четкие прямоугольные линии или зацикливаются окружностью, разбавляются россыпью камней или остаются лаконично строгими. Обогащает коллекцию и разнообразие вариантов: для тех, кто любит составлять целые комплекты, это идеально!



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