



SARGON

JEWELLERY COMPANY SINCE 1998



Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

867 от 08 апреля 2025

- www.junwex.com

ТРЕНДЫ ТРАМПА, НАШЕ ВЛИЯНИЕ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ...

Интересно и стремительно меняется мир. Но все же, видимо, не Трамп запускает тренды, а это последствия его подражания нашему лидеру. Вот ВВ, реализуя Ленинский принцип кадровой политики, где «любая кухарка..» одноклассница, жена друга, подруга жены, муж подруги жены.. может стать министром - и Трамп, зараженный примером, в свою администрацию во множестве привел своих Масков...

Мы, освобождая новые территории, в рамках СВО сподвигли Трампа заявить претензии на Канаду, Панамский канал, Гренландию..

У нас собственное производство стало вытеснять базары, торгующие чужим товаром, и Трамп начал возвращать заводы в США.

Конечно, во главе всего происходящего стоят деньги.

Трудно, но их возвращают из наворованных этими чиновниками

за предыдущие годы и тут, и там! Каждый день слышим о «принятых» за взятки, махинации, коррупцию... Война стала дороже втроедорога!!! Несмотря на всеобщую материальную поддержку населения, отдающего зачастую последнее, и этого мало для поддержания успехов наших бойцов, насмерть стоящих за интересы Отечества. Не выручает повышение налогов, вводимых штрафов и других сборов на благо госбюджета. С понедельника началась "Неделя" обмена железных денег на бумагу, все ж экономия! А вот вчера в Госду_е предложили десятикратно повысить материальное наказание за матерщину, то бишь, за нецензурную лексику! И ведь понимают, что без «этой» Её матери жить невозможно, лексику не подобрать, блин! Ну не обойтись, не выразить все накипевшее, что просится наружу, бляхамуха!

Но! Дисциплина в наших условиях необходима! Без нее никуда! И это правильно. Ведь надо же как запустили миграционную политику с этими незаконно оформленными за незаконные взятки нелегальных мигрантов незаконно обогатившиеся менты! Безобразия!

Поднятие ответственности за нарушения необходимо везде и повсюду. Поэтому, в преддверии майской выставки рекомендуем всем нашим участникам и оптовым специалистам задуматься о дисциплине. Особенно это касается соблюдения правил ГИИС! Seriously, время прошло достаточно для осмысления и овладения пониманием процесса. Наши партнеры из инспекций дали достаточно времени на раскачку и приведение в порядок ювелирного бизнеса. Время ответственности наступило! Жесткие наказания за нарушения неизбежны.

И это касается не только ГИИС. Обращаем внимание на правила заезда-выезда, провоза, занесения вещей и изделий на территорию выставки, которые пошагово были опубликованы в прошлом еженедельнике. На дворе тревожно, особые требования к безопасности!

Очень всех просим, будьте осторожны и предусмотрительны!



◀ Ссылка на предыдущий номер

Очень бы не хотелось видеть испорченное праздничное настроение в залах на выставке «JUNWEX Новый Русский Стиль». Давайте настроимся на работу по-новому. До выставки осталось совсем ничего, но время все проверить и избежать неприятностей еще есть.

ЭКСПЕРТЫ ОБРАЩАЮТ ВНИМАНИЕ:

Для оптимизации проверок разрабатывается мобильное приложение для инспекторов ФПП, по которому они могут проверить числится ли УИН за данной организацией или нет. В том числе проверять dm-код с изделий.

**В МАЕ НА ВЫСТАВКЕ,
ВОЗМОЖНО, УВИДИМ ЕГО В
ДЕЙСТВИИ.**

В первую очередь проверкам будет, видимо, подлежать торговля изделиями без УИН.

Также напоминаем, что с 1 по 10 апреля 2025 года для участников ГИИС ДМДК с ролью «Розничная реализация» будет временно доступна регистрация розничных продаж и возвратов через:

- функцию Реализации/Возврата в личном кабинете ГИИС ДМДК;
- метод интеграции SendBatchSale.

Также в ГИИС ДМДК нужно отразить факты продаж через маркетплейсы за февраль, март 2025 года. Отчеты о таких продажах были получены в марте и придут в апреле 2025 года. Удобно воспользоваться временным окном для корректного внесения данных.



Абзацем первым пункта 3 Правил функционирования государственной интегрированной информационной системы в сфере контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 26.02.2021 № 270 (далее соответственно – Правила, постановление № 270), установлено, что ювелирные изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней (далее – ювелирные изделия) до их ввода в оборот подлежат обязательной маркировке.

Согласно абзацу тридцать четвертому пункта 2 Правил под маркировкой ювелирных изделий понимается нанесение двухмерного штрихового кода непосредственно на ювелирное изделие и (или) на материальный носитель ювелирного изделия, ввозимого в Российскую Федерацию из государств, не входящих в Евразийский экономический союз (далее – ЕАЭС).

Обращаем внимание, что в соответствии с абзацем вторым пункта 12 постановления № 270 с 01.03.2024 на ювелирные изделия, за исключением изделий, заявленных в качестве остатков или ввезенных на территорию Российской Федерации из государств, не входящих в ЕАЭС, в обязательном порядке должны быть нанесены двухмерные штриховые коды.

На основании абзаца четвертого пункта 12 постановления № 270 с 01.09.2024 на ювелирные изделия, заявленные в качестве остатков, должны быть нанесены двухмерные штриховые коды, а также осуществляется маркировка ювелирных изделий, ввезенных на территорию Российской Федерации из государств, не входящих в ЕАЭС.

Таким образом, реализация ювелирных изделий без нанесения непосредственно на них двухмерных штриховых кодов с 01.03.2024 (для ювелирных изделий, заявленных в качестве остатков, а также ввезенных на территорию Российской Федерации из государств, не входящих в ЕАЭС, с 01.09.2024) не допускается.

РАЗВИВАЕМ ПРОГРАММУ «ДЕЛО & ОТДЫХ»

ПРЕДСТАВИТЕЛИ МЕДИАХОЛДИНГА JUN-WEH ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ В БИЗНЕС-МЕРОПРИЯТИИ, ОРГАНИЗОВАННОМ ПРИ СОДЕЙСТВИИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЙ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПАЛАТЫ.

Встреча была посвящена развитию возможностей международного сотрудничества, в частности, с итальянскими партнерами, в условиях геополитической неопределенности.

Этот вопрос крайне актуален для формирования официальных делегаций Клуба «Российская Ювелирная Торговля» на ведущие зарубежные выставки и дальнейшего развития программы «Дело & Отдых».

Выступления спикеров внушали сдержанный оптимизм. По словам главы представительства Итало-российской торговой палаты Максима Осповата, доля итальянских компаний, оставшихся

на нашем рынке, наибольшая по сравнению с игроками других стран, – 62%. И сегодня итальянские фирмы с нетерпением ожидают возможности возобновления деловых связей с Россией. Целью ИРТП является оказание содействия в развитии экономического, торгового, технического, правового, научного и культурного сотрудничества между Италией, РФ и странами СНГ, а также поддержка в создании доверительной атмосферы и плодотворного сотрудничества между итальянскими и российскими предпринимателями. За три года впервые к нам приехала из Италии делегация народной дипломатии.

Руководитель этой миссии – глава Ассоциации производственных предприятий малого и среднего бизнеса Италии Марио Аттинаси подчеркнул, что цель работы делегации – начать возрождение сотрудничества именно с Санкт-Петербурга, где более трехсот лет назад и зародилась историческая дружба двух народов.

КАК ПРОДАВАТЬ ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ НА МАРКЕТПЛЕЙСЕ

Онлайн-вебинар

14 апреля в 14:00 Елена Мельник при поддержке JUNWEX проведет онлайн-вебинар "Как продавать ювелирные изделия на маркетплейсе"?

На встрече обсудим:

- как подготовиться к запуску бренда на маркетплейсе
- этапность лонча
- как выделиться на онлайн-полке



Спикер: Елена Мельник

Предприниматель, эксперт в маркетинге и брендинге, 14 лет в индустрии.

Разрабатывает учебные программы, преподает в Мосполитехе и является ментором в ВШЭ



ОТСКАНИРУЙТЕ КОД ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ
ССЫЛКИ НА **ZOOM** ВСТРЕЧУ



МЕНЯЕМ ЛОКАЦИЮ!

JUNWEX

В мае и сентябре встречаемся
в **Тимирязев Центре**
📍 Москва, Верхняя аллея, 6с1

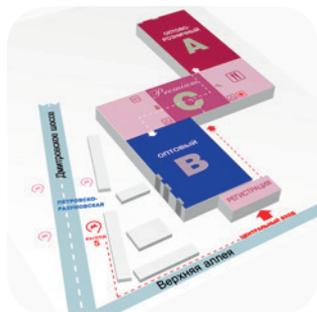
5 минут от станции метро
«Петровско-Разумовская»



20 минут на автомобиле
от Садового кольца

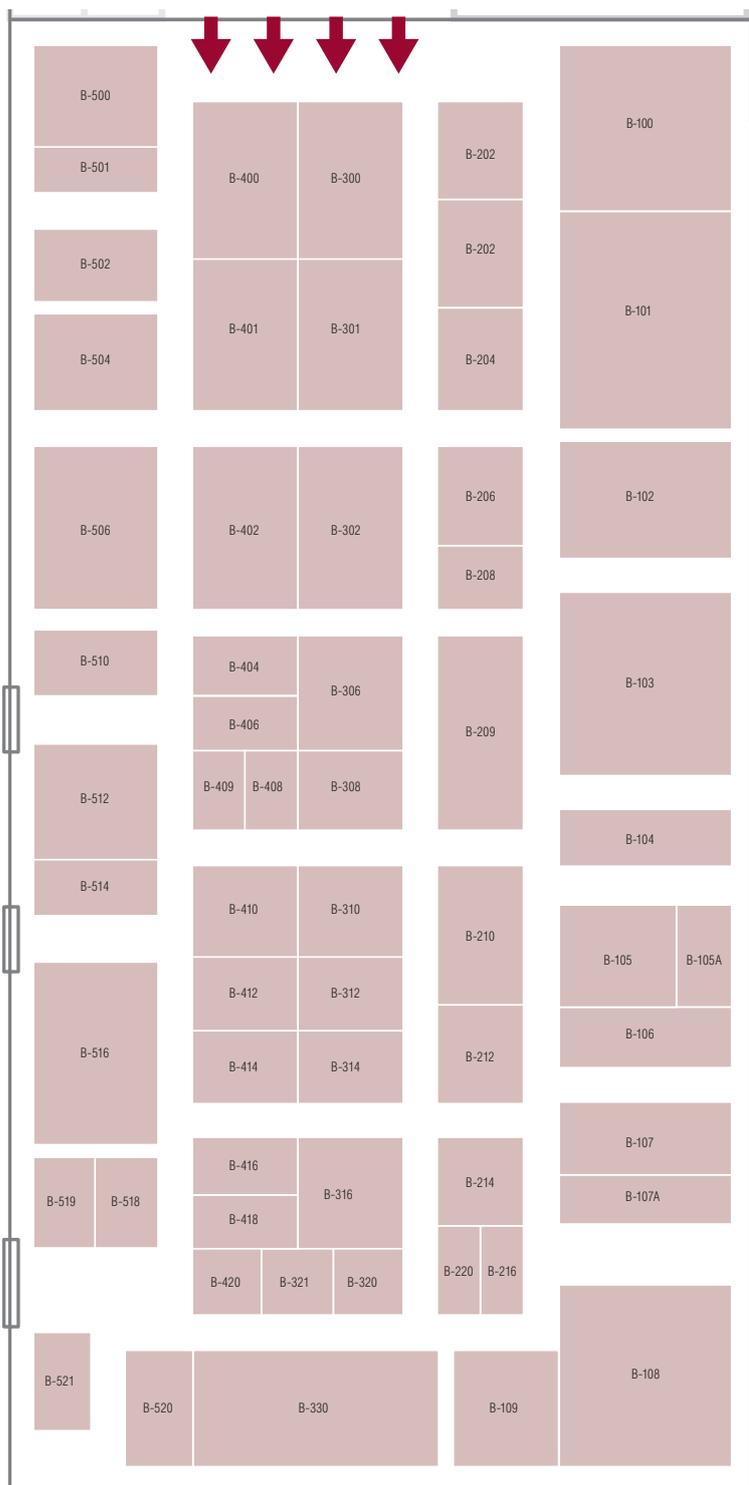
20 минут на такси
от аэропорта Шереметьево



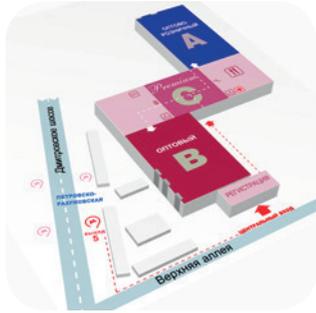


Зал В. «Вавилон»

ОПТОВЫЙ

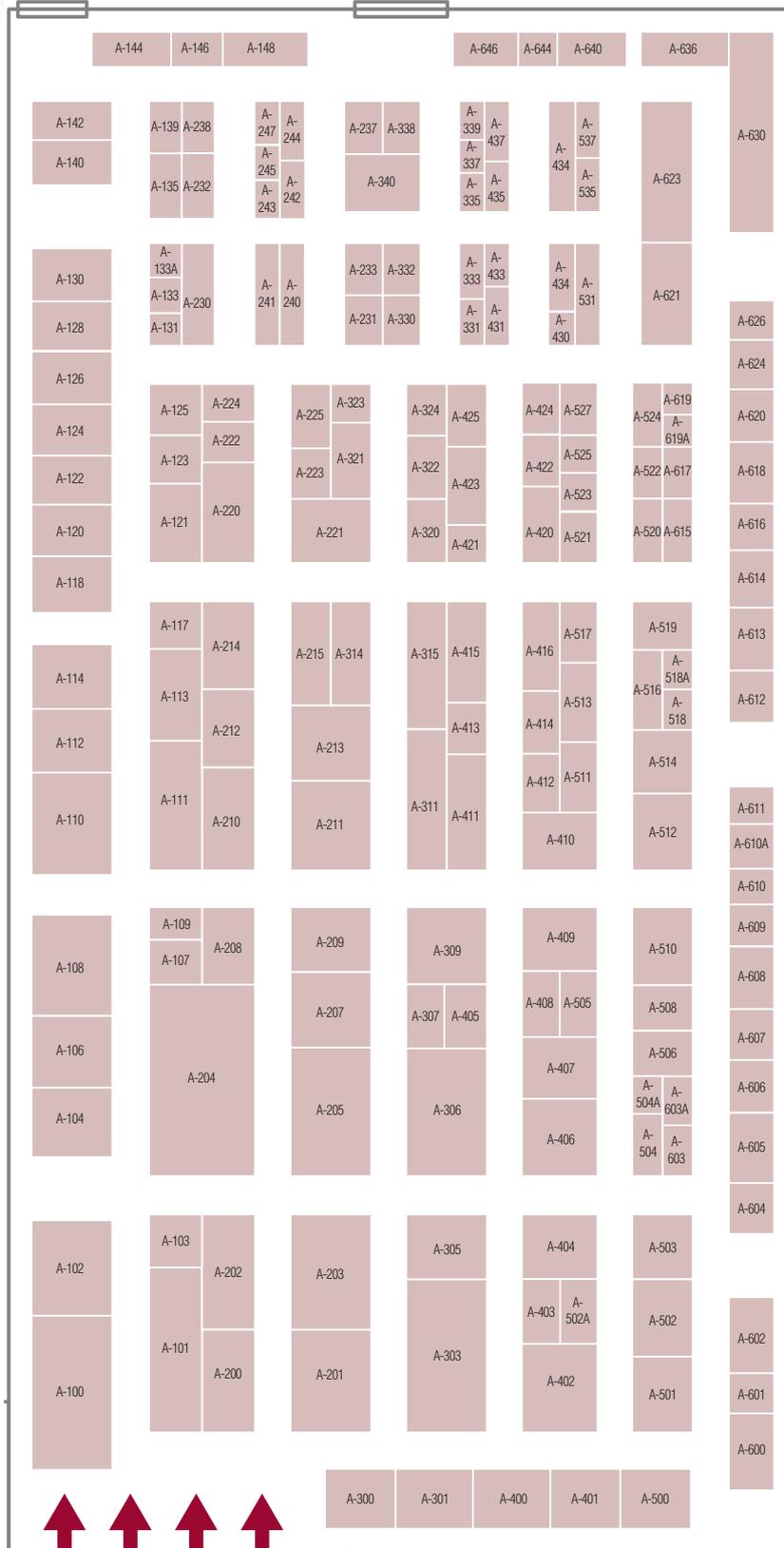


НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
AQUAMARINE	B-516
BELLISSIMA TENTAZIONE	B-408
BERGER	B-209
BOLSHAKOFF	B-416
BRILLIANT STYLE	B-406
CORONA	B-316
DELTA	B-101
DELTA DIAMONDS	B-101
DIAMOND UNION (БРИЛЛИАНТ СОЮЗ)	B-418
DINASTIA	B-306
EFREMOV	B-103
ERA JEWELLERY	B-401
FIDELIS	B-106
GRANAT	B-410
GRANT, ЮЗ	B-200
GRIGORIEV	B-506
KABAROVSKY, ЮД	B-301
KARATOV	B-108
KLONDIKE JEWELLERY	B-506
KRASTSVETMET	B-104
MARIOLA JEWELRY	B-321
MASTER BRILLIANT	B-102
ORTAGOLD	B-214
PLATIKA JEWELRY	B-210A
PLATINA JEWELRY	B-105
POKROVSKY JEWELLERY	B-310
PRESTIGE	B-510
PRIMO PREZIOSO	B-401
ROSE GRACE	B-204
SOKOLOV	B-330
SOUL JEWELRY	B-412
TALANT JEWELRY	B-302
TALANT SILVER	B-402
TRILLIANT	B-514
VERONIKA JEWELRY FACTORY	B-107
VESNA	B-206
ZOLOTUE UZORY	B-512
АДАМАНТ, ТД	B-414
АЛЕКСАНДРА, ЮЗ	B-109
АЛЬКОР, ЮФ	B-500
АСТРА	B-409
АТОЛЛ, ЮЗ (ATOLL JEWELRY)	B-100
БЕЛЫЙ БРИЛЛИАНТ	B-320
БРИЛЛИАНТЫ КОСТРОМЫ	B-504
ЗЛАТО	B-520
ЗОЛОТАЯ ПОДКОВА, ЮЗ	B-106
ИЛЛАДА, ЮП	B-314
ИМПЕРИАЛ	B-202
КАРАВАЕВСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА	B-220
КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИРПРОМ	B-400
ЛЕТО	B-404
МАСКОМ	B-420
МОСКОВСКИЙ ЦЕПЕВЯЗАЛЬНЫЙ ЗАВОД	B-312
ПЕРВАЯ БРИЛЛИАНТОВАЯ ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ	B-502
ПРИМАЭКСКЛЮЗИВ	B-212
ПРОТАЙМ РУС	B-501
РАДУГА, ЮФ	B-521
САНИС, ГК	B-300
СЕНАТ	B-216
СЕРЕБРО РОССИИ	B-210
СТАТУС, ЮЗ	B-208
ЮВЕЛИРНЫЕ ТРАДИЦИИ	B-308



Зал А. «Чаянов»

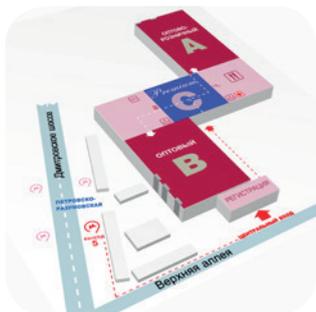
ОПТОВО-РОЗНИЧНЫЙ & ТЕСН



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ALBERT ART	A-109
ALEXAMBER	A-230
AMBER-WEST	A-245
AMRUS	A-139
BALTIC DESIGN JEWELRY	A-135
BONTA	A-606
CARLOS RIERA	A-335
CORALL	A-518A
CORDE	A-110
CROSSSECTION	A-644
DARVIN JEWELRY	A-220
DEFLEUR	A-303
DEWI	A-416
DIAMARE	A-120
ELEMENT 47	A-211
ENZO BENZO	A-431
FILLART	A-306
FIVE.7	A-626
FRESH JEWELRY	A-315
GEMS BUTIK	A-517
GEMSILVER	A-602
GEVORKYAN JEWELRY	A-204
GF. ITALIA	A-524
GLINT POINT	A-435
GOLDMAN JEWELRY	A-514
GRAF КОЛЬЦОВ	A-503
JEDA	A-609
JEWEL	A-203
KRASNOE	A-408
LA NATURE	A-531
LA NORDICA	A-601
LAURENTIA.RU	A-320
LEMARG	A-610
L-SILVER, КОРПОРАЦИЯ	A-111
MAXIM DEMIDOV	A-200
MOSTAR JEWELLERY	A-500
MURANO LAND	A-527
NEWGOLD	A-126
OLIVA, JP	A-208
P.A.V.E.	A-522
PER SEMPRE	A-202
PERASKEVA	A-604
PLATA	A-405
PRIMOSSA (ДВОРЕЦ ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ)	A-305
RAGANELLA PRINCESS	A-241
REBEL HEART	A-314
RUSPEARLS	A-423
SARGON	A-402
SARKISSIAN	A-210
SEVEN DIAMONDS	A-209
SHNUROK-GAITAN	A-333
SILVER SKY	A-605

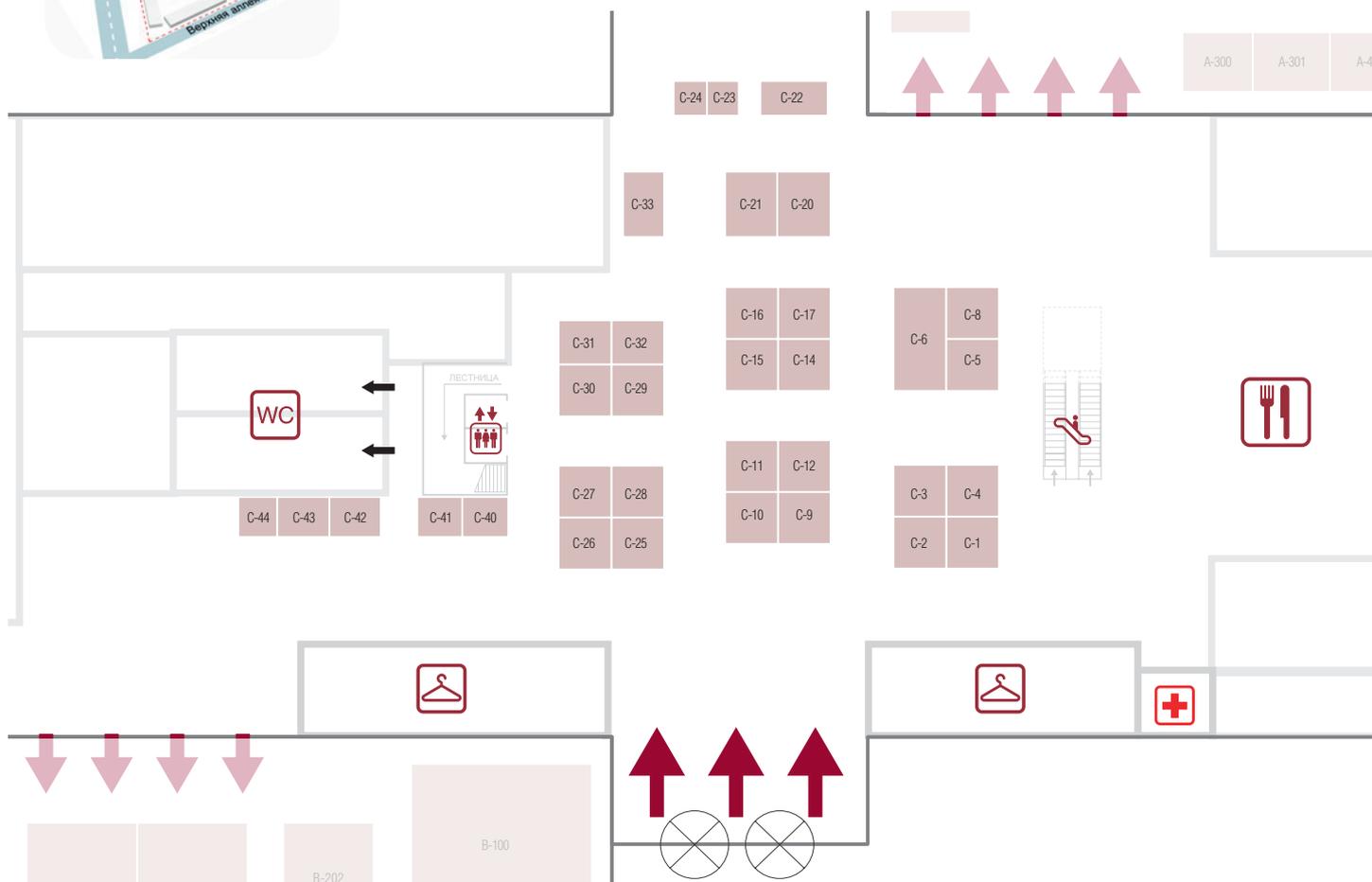
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
STYLE AVENUE	A-301
TESORO	A-519
URBAN M	A-303
VERONA	A-311
VILAR JEWELRY	A-415
VIOLET (ВИОЛЕТ, ЮД)	A-300
VUA STUDIO	A-433
YAROSLAVNA	A-412
АВРОРА, ЮД	A-407
АКРИЛ ЛАЙТ	A-646
АЛЕКСИ	A-613
АЛЬТАИР	A-424
АЛЬФА, ЮК	A-520
АЛЬФА-КАРАТ	A-100
АМЕТРИН	A-513
АНЖЕЛИКА	A-521
АПАРТ	A-403
АРИНА, ЮК	A-102
АРТ СТОУН	A-614
АТИС И К	A-600
БАЛТИЙСКОЕ ЗОЛОТО	A-232
БАРХАТНЫЙ СЕЗОН	A-207
БРОНИЦКИЙ ЮВЕЛИР	A-205
ВАЛЕНСИЯ (VALENCIA)	A-615
ВАЛЕНТИКО	A-413
ВЕГА	A-306
ВЕРБИЧ СВЕТЛАНА	A-139
ВОЛГО-КАМСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ЗАВОД	A-511
ВЫСОКОВЫ 585	A-121
ГЕМСТОУНС	A-242
ГИАЛИТ	A-508
ГРАЦИЯ	A-331
ДАЙМОНД ПРАЙМ	A-610A
ДАР	A-309
ДЕКУН О. В., ИП	A-617
ДЖУНАИД, ЮЗ	A-505
ДИВА ЮВЕЛИР	A-518
ЕЛИЗАВЕТА	A-404
ЖЕМЧУЖНОЕ ПОДВОРЬЕ	A-401
ЗОЛОТАЯ ЛАДЬЯ, ЮП	A-414
ЗОЛОТО КУБАЧИ	A-323
ЗОЛОТОЙ ДРАКОН	A-321
ЗОЛОТОЙ ЗАПАСЬ	A-516
ИОРДАНЬ	A-510
КАПОВАЯ ШКАТУЛКА	A-131
КАСТ, ЗАВОД	A-106
КЛИО	A-621
КОЛИБРИ	A-117
КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-201
КРЕПКИЙ ОРЕШЕК	A-214
ЛАЙК	A-324
ЛЕНА ТОММИ	A-224

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ЛЮКС, ЮК	A-225
МАГИЯ ЗОЛОТА	A-221
МАГНАТ, ПК	A-213
МАДДЕ	A-215
МАЗНИЦЫН, ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ	A-107
МАСТЕР КЛИО	A-108
НАЦИОНАЛЬНОЕ ДОСТОЯНИЕ	A-340
НЕВСКИЙ-Т	A-306
НЕФРИТ	A-409
НОВОЕ ВРЕМЯ	A-114
ОСТРОВ СОКРОВИЩ	A-422
ПИЧУГОВ ВЛАДИМИР	A-103
ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИР	A-122
РЕМИКС	A-124
РИВЬЕРА	A-223
РИНГО	A-101
РОСЗОЛОТО КУБАЧИ	A-612
РОСТОВСКАЯ ФИНИФТЬ	A-240
РУССКИЙ СТИЛЬ	A-411
САМОРОДОК ЕК	A-607
СБ ЗОЛОТО	A-501
СЕРЕБРЯНАЯ ВЕНЕЦИЯ	A-122
СЕРЕБРЯНЫЕ КРЫЛЬЯ	A-618
СИГМА ГОЛД	A-125
СЛАВНОВ	A-506
СОРОКА, ТМ	A-603A
СОРОКИН, ЮК	A-212
СТОЛИЦА, МЮЗ	A-603
СУГУЕВА М. Г., ИП	A-502
СУПЕР ДЖЕМС	A-421
Т.Л.Т. ДАЙМОНД	A-425
ТРИЛОБИТ	A-624
ТУЛИКОВ	A-307
УРАЛЬСКОЕ ЗОЛОТО & ДЕМАНТОИДЫ	A-504
ФАБРИКА ГАЛЬВАНИКИ	A-434
ФИТ	A-406
ФОМЕНКО, ЮД	A-130
ЦИРКОН С	A-104
ЭВОРА	A-112
ЭДО	A-332
ЭСТЕТ, ЮД	A-204
ЮВЕЛИНА	A-608
ЮВОЛИТА	A-420
ЯНТАРНАЯ ВОЛНА	A-512
ЯНТАРНАЯ МАНУФАКТУРА БАЛТИЙСКАЯ	A-128
ЯНТАРНОЕ ДЕРЕВО	A-238
ЯНТАРНОЕ СИЯНИЕ	A-243
ЯНТАРЬ РОССИИ	A-140
ЯСПИС	A-611
ЯХОНТ-ЮВЕЛИР	A-525



Зал С. «Пассаж»

PREMIUM & GEMS



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
BERLIANI JEWELRY HOUSE	C-4
BRIALL	C-1
BROVANZ	C-32
CASSIOPEA	C-26
CLARITY	C-21
LAZURIT & K	C-15
LEO TOTTI	C-6
MATVEEV&CO	C-28
NATASHA LIBELLE	C-9
NORD DIAMOND	C-7
PREMIUM DIAMONDS	C-3
ROMAN NIKONOV	C-2
RUBINOV JEWELRY	C-20
RUS GEMS	C-40
TOMGEM PLUS	C-33
АЛМАЗТРАСТ	C-42

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
АЛЪТМАСТЕР	C-23
АУДЖА	C-29
БОБЫЛЕВ А. А., ИП	C-33
БРИЛЛИАНТЫ БЕЛОМОРЬЯ	C-24
ГОРЕВА Н. М., ИП	C-42
КАСТИНГ ХАУЗ	C-5
КИЭРГЭ	C-30
КОМДРАГМЕТАЛЛ РС(Я) АО	C-10
ЛАКИ ДАЙМОНД	C-27
МЕРКУРИЙ, ТД	C-12
ПАЛКИНА ИЛЬИ, ЮВЕЛИРНАЯ ДИЗАЙН-СТУДИЯ	C-11
ПИ JEWELLERY	C-6
СИЯНИЕ СИБИРИ	C-17
СУВЕНИРЫ БАЛТИКИ	C-14



ИННОВАЦИИ В РЕКЛАМЕ: ВКЛЮЧАЕМ ИИ

ЮД КАВАРОВСКИЙ СОЗДАЛ ПЕРВУЮ В ИСТОРИИ ЖУРНАЛА «ЛУЧШИЕ УКРАШЕНИЯ В РОССИИ» ОБЛОЖКУ С ПОМОЩЬЮ НЕЙРОСЕТЕЙ.



*Роман Голубев,
Юд Kabarovsky*

”

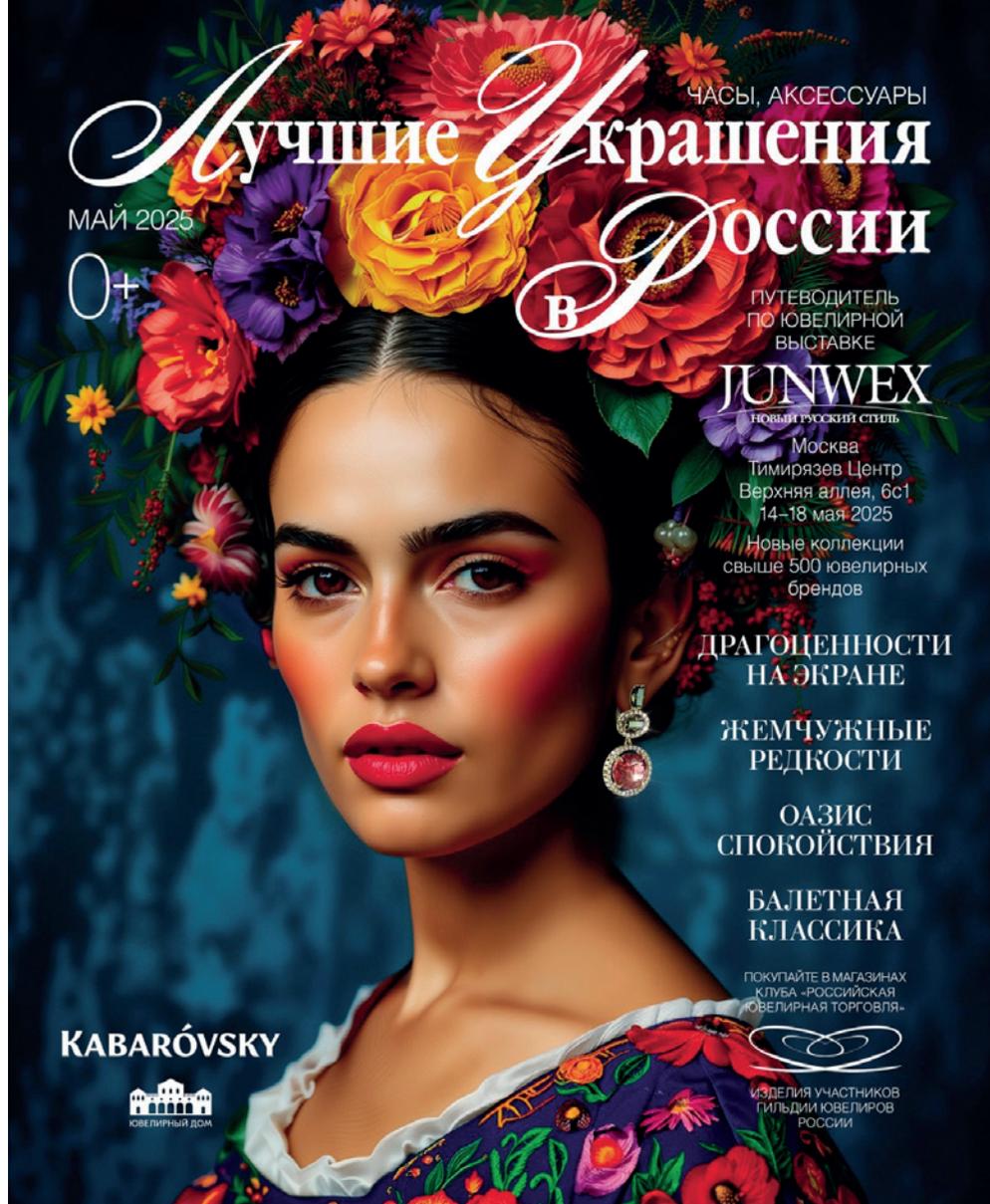
Мы изучили все выпуски путеводителя «Лучшие украшения в России» за прошедшие годы и убедились, что ни одна компания еще не объединяла передовые технологии и высокое искусство в макете первой обложки.

В результате родилась дерзкая идея использовать актуальные инновации для создания яркого и запоминающегося образа в стилистике нашего стенда на выставке «JUNWEX Новый Русский Стил 2025».

Сначала мы детально проработали концепцию: составили подробное описание композиции, внешности девушки, ее наряда, фона изображения. При этом мы учитывали цветовую гамму архитектурного ансамбля выставочного комплекса «Тимирязев Центр».

Затем мы прописали промпт, по которому нейросеть сгенерировала несколько вариантов, из которых мы выбрали наиболее подходящий.

Однако работа на этом не закончилась: для повышения качества изображения оно прошло через несколько нейросетей:



был расширен фон, проведены детализация и доработка всех элементов. Завершающим этапом стало добавление фото украшений нашего бренда к образу девушки.



Использование искусственного интеллекта для создания контента — один из трендов маркетинга, который мы применяем, расширяя границы наших возможностей.

Нейросети знаменуют собой будущее и начало новой эры в моде и ювелирном искусстве. Мы чувствуем вдохновляющее волнение и ответственность,

ведь мы первопроходцы в этой сфере среди нашего ювелирного сообщества.

Роман Голубев, ЮД Kabarovsky

ИНТЕРВЬЮ

"ЗАДАЧА - УВЕЛИЧИТЬ ОБЪЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА В ДВА РАЗА"

В рамках практики Школы коммуникаций в ювелирной индустрии, организованной медиахолдингом JUNWEX и Клиникой коммуникационных проектов СПбГУ, Ксения Усова побеседовала с коммерческим директором костромского ювелирного завода «Злато» Михаилом Кочетовым.

"На выставках мы можем встретиться с партнерами и конкурентами, - говорит Михаил Германович, - посмотреть, куда движется ювелирная индустрия, отследить новые тренды, понять, на каком месте находится наш бренд по сравнению с другими, сделать выводы на будущее. Это неотъемлемая часть успешного бизнеса и продаж.

Активное отслеживание трендов помогает лучше ориентироваться на рынке, выстраивать правильные стратегии продвижения и угадывать будущие предпочтения

потенциальных покупателей. Наша специализация - ювелирные украшения с жемчугом и драгоценными камнями, а эта категория изделий относится к сегменту "люкс". Но наша продукция также нацелена и на покупателей со средним достатком. Мы производим украшения, которые может позволить себе каждый. До 2022 года мы работали только с серебром, затем расширили ассортимент изделиями из золота.

На февральской выставке у нас было два стенда, представляющих серебряные и золотые коллекции. Такое позиционирование позволило выстроить удобную для клиентов логистику, создать комфортную атмосферу для работы. Задача, которая стоит сейчас перед нашим предприятием - увеличить объемы производства за год в два раза. Как мы это будем делать, я оставляю в секрете. Главное, не стоять на месте, двигаться вперед!».



МИХАИЛ КОЧЕТОВ,
коммерческий директор
костромского ювелирного
завода «Злато»

РЫНОК

РОССИЙСКИЕ «ДОЧКИ» TIFFANY И CARTIER ПЕРЕОРИЕНТИРОВАЛИСЬ НА КАЗАХСТАН

Швейцарский люксовый холдинг Richemont (Cartier, Montblanc, Vacheron Constantin) переключил бизнес российских «дочек» на Казахстан.

Ювелирные бренды прекратили продажи в России еще три года назад, но продолжают арендовать помещения в избранных локациях Москвы. Теперь вся их продукция, предназначенная для российского рынка, поставляется в Казахстан.

Поставки начались еще в 2023 г. — тогда Richemont заработал на них 792,3 млн рублей. А в 2024 г. нарастил продажи на 19%, до 985,6 млн рублей.

Аналогичным образом поступил и другой люксовый бренд Tiffany, входящий во французский холдинг LVMH.

В 2024 г. российская «дочка» Tiffany сменила вид деятельности с розничной торговли на оптовую и реализовывала товары на экспорт в Казахстан. Убыток от продаж бренда благодаря переориентированию на казахстанский рынок снизился более чем в 3 раза: с 580,6 млн до 157,3 млн рублей в 2024 г.

Оба холдинга постепенно закрывают магазины в России, однако продолжают арендовать несколько точек в Москве. Так, у Richemont остаются Cartier в ГУМе на Красной площади и Van Cleef & Arpels в «Петровском пассаже» на Петровке. А Tiffany продолжает арендовать 468 кв. м в «Петровском пассаже».



РОССИЯНЕ НАЧАЛИ СДАВАТЬ ВЕЩИ ОТ ЗАПАДНЫХ БРЕНДОВ

А ВЗАМЕН — БЕСПЛАТНО ПОЛУЧАТЬ ОДЕЖДУ ОТ РОССИЙСКИХ ДИЗАЙНЕРОВ.

Такую акцию запустила партия «Новые люди» в Новосибирске, Костроме и Москве.

Цель акции — поддержать молодые бренды из регионов, которые построили свое производство после ухода западных компаний.

Например, в Новосибирске — «Пастель» и «Я из Сибири». А в Костроме — Permanentno и «Коко».

«У нас за 3 года появилось много ярких брендов одежды. Этой акцией мы решили их поддержать. Как по мне, лучше покупать у наших, чем отдавать деньги европейским брендам. Тем более что наши действительно делают стильно и качественно» - заявил лидер «Новых людей» Алексей Нечаев.

Предлагаем поддержать акцию на майской выставке JUNWEX! Как вам идея?

РОССИЯ И БЕЛОРУССИЯ ЗАПУСТЯТ МАРКЕТПЛЕЙС ДЛЯ ЭКСПОРТА УКРАШЕНИЙ

ОБ ЭТОМ СООБЩИЛ
ЗАММИНИСТРА ФИНАНСОВ РФ
АЛЕКСЕЙ МОИСЕЕВ ПОСЛЕ
ПЕРЕГОВОРОВ В МИНСКЕ.

По словам представителя Минфина РФ, в 2025 г. страны должны подписать соглашение о взаимном признании пробирных клейм и полной интеграции электронных систем прослеживаемости в области ювелирных изделий.

«Это позволит сделать общий рынок: клеймо, сделанное в Белоруссии, будет признаваться в России, а сделанное в России – в Белоруссии», – сказал Моисеев.

В ходе встречи также было рассмотрено участие двух государств в Кимберлийском процессе и перспективы взаимодействия компаний, работающих в сфере добычи и обработки алмазов.

По словам Моисеева, РФ и Белоруссия выступают против политизации Кимберлийского процесса и считают необходимым разработать новое определение конфликтных алмазов, которое будет соответствовать текущей ситуации.





ОПРОС

79% МУЖЧИН ГОТОВЫ ПОТРАТИТЬ НА ПОМОЛВОЧНОЕ КОЛЬЦО ДО 50 000 РУБЛЕЙ

ИССЛЕДОВАНИЕ ЮВЕЛИРНОЙ СЕТИ «585*ЗОЛОТОЙ» И АНАЛИТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА «ЧЕК ИНДЕКС» КОМПАНИИ «ПЛАТФОРМА ОФД». В ОПРОСЕ ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ 1000 МУЖЧИН ПО ВСЕЙ РОССИИ В ВОЗРАСТЕ ОТ 18 ДО 55 ЛЕТ.

Больше половины (55%) готовятся к предложению заранее. 88% из них составляют целую речь и продумывают все детали сюрприза,

и только 12% обходятся одним стандартным вопросом «Ты выйдешь за меня?».

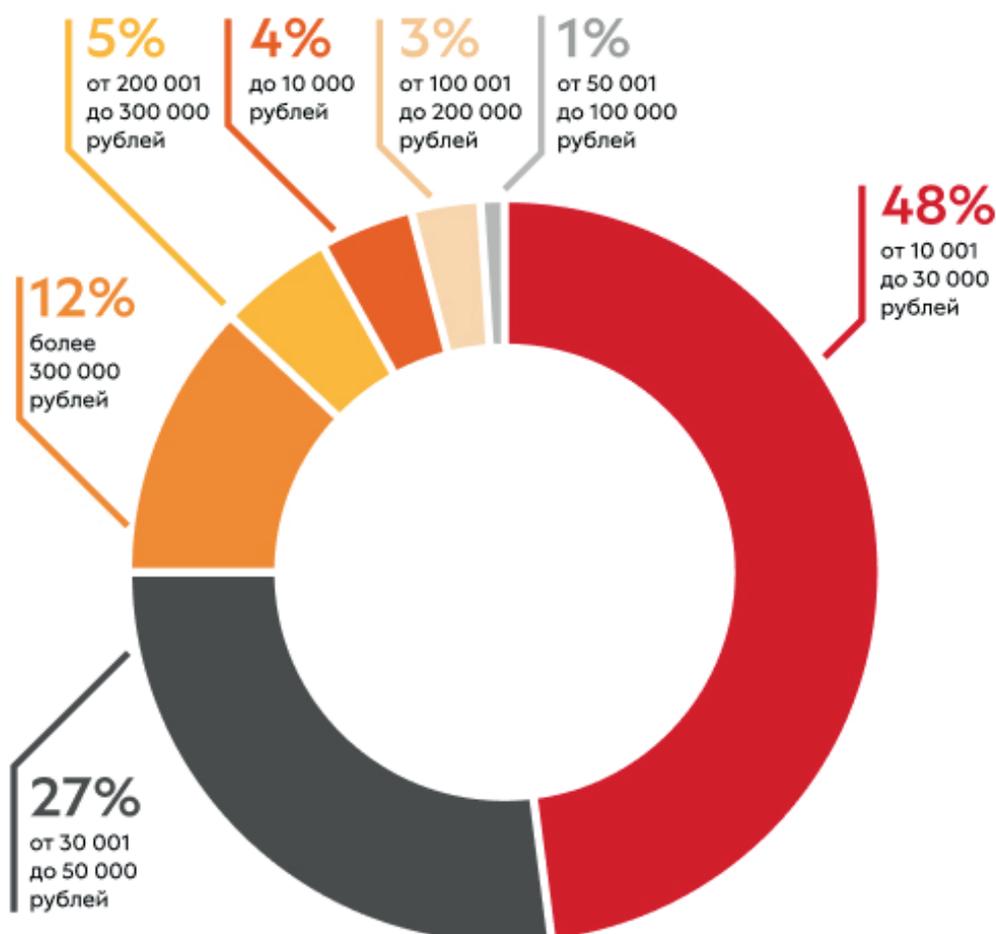
По результатам исследования удалось выяснить, что каждый четвертый российский мужчина (24%) не знает, на какой палец нужно надевать помолвочное кольцо. 12% опрошенных выбирают для него средний палец, 5% — указательный, 3% — мизинец, 4% — большой. Также в зависимости

от разных традиций, 63% надевают кольцо на палец правой руки, а 37% — на левую руку.

Большинство мужчин (79%) готовы потратить на помолвочное кольцо до 50 000 рублей, а каждый десятый (12%) не смотрит на цены и готов инвестировать более 300 000 рублей. В 2024 году в сети «585*ЗОЛОТОЙ» самое дорогое кольцо для предложения было приобретено жителем Санкт-Петербурга за 373 000 рублей.

По данным «Чек Индекса», средний чек на помолвочные кольца в целом по России в первом квартале 2025 года составил 13 902 рубля, что на 11% выше, чем за аналогичный период прошлого года. Число покупок выросло на 6%. Показатели по сети «585*ЗОЛОТОЙ» оказались чуть выше: средний чек на помолвочные кольца показал значение в 17 238 рублей в первом квартале 2025 года, что на 29% выше, чем за аналогичный период прошлого года.

Оптимальная цена помолвочного кольца



Средний чек на помолвочные кольца, руб.

14 953

Весь 2024 г.

13 363

Первый квартал 2024 г.

17 283

Первый квартал 2025 г.

При этом за весь 2024 год средний чек на помолвочные кольца по сети составил 14 953 рубля.

Согласно опросу, чаще всего для предложения руки и сердца мужчины выбирают украшение из розового (55%) и желтого золота (37%). В «585*ЗОЛОТОЙ» самым популярным материалом для помолвочных колец является красное (96% всех заказов), белое (3%) и желтое золото (1%). Популярность этого металла подтверждают и данные «Чек Индекса». Однако аналитики компании также отмечают, что в последнее время появляется интерес к альтернативным

металлам, например, титану и вольфраму.

Бриллиант — также обязательный атрибут: кольца с природными камнями выбирают 91% опрошенных, а с искусственно выращенным — только 5%. Более бюджетные камни, например, фианиты согласно данным опроса выбирают около 4% респондентов. Несмотря на это, в «585*ЗОЛОТОЙ» помолвочные кольца с фианитом, как более доступным аналогом природного бриллианта, предпочитают чуть чаще (57%), чем кольца с природными бриллиантами (43%).



 [Vkontakte](#)



 [Telegram](#)

JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

(812) 303 98 69

press@rjexpert.ru

www.junwex.com