



Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

886 от 19 августа 2025

- www.junwex.com



Кострома, Советская, 38
Единый номер: 8 800 234 9349
+7 (4942) 37-13-00
zolutue-uzoru@mail.ru

ZU **ZOLOTYE**
UZORY
jewelry

Москва, пр-т Мира, 101
стр.1, офис 1/1
+7 (495) 988-02-39
zouz.ru

НЕ ИЩИТЕ ЛОГИКУ В ПРОИСХОДЯЩЕМ...

Подводя итоги костромского фестиваля «Золотое кольцо» и состоявшегося в его рамках круглого стола, который провели губернатор Костромской обл. С. К. Ситников и руководитель ФПП Ю. И. Зубарев с участием начальника главного управления по драгметаллам РБ И. Г. Степаненко, мы побеседовали с председателем Ассоциации «Гильдия ювелиров России» Ф. Ф. Гумеровым.

Ф. Ф. Гумеров



- ФЛУН ФАГИМОВИЧ, ЧЕМ, НА ВАШ ВЗГЛЯД, ЯВЛЯЕТСЯ ФЕСТИВАЛЬ ДЛЯ ОТРАСЛИ?

- Это уникальное мероприятие, сочетающее выставку, деловую

программу и спортивные состязания. За всю историю проекта прошло множество турниров – по футболу, волейболу, стрельбе, бильярду, боулингу... В честной борьбе на футбольном поле в свое время сражались до шестнадцати команд ювелирных предприятий, генеральным спонсором кубка выступала фирма Swarovski. Турнир по стрельбе поддержала корпорация Preciosa Group, по бильярду - ВТБ... Мы очень благодарны спонсорам и надеемся, что вернуться времена, когда наше партнерство вновь будет проходить в полном объеме!

К нынешнему фестивалю было приурочено открытие в Костроме дополнительного производственного участка Верхне-Волжского межрегионального управления ФПП. Совместно с администрацией Костромской области и Минфином Гильдия провела огромную работу: произведены соответствующие расчеты, подобрана площадка, выстроена логистика процессов... Несмотря на то, что СМИ не слишком активно освещали это

событие, оно для ювелиров имеет важнейшее значение. Теперь сроки клеймения в Костроме составляют всего три дня, и не надо возить изделия в другие города.

- ИЗ ГОДА В ГОД ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА ФЕСТИВАЛЯ ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ ОТРАСЛЕВЫЕ КОНГРЕССЫ, ГДЕ ОБСУЖДАЮТСЯ ВАЖНЫЕ ВОПРОСЫ, ВОЛНУЮЩИЕ ЮВЕЛИРОВ. НО МНОГИЕ ИЗ ЭТИХ ВОПРОСОВ ДО СИХ ПОР НЕ НАШЛИ РЕШЕНИЯ... ЕСТЬ ЛИ НАДЕЖДА?

- Да, со стороны может показаться, что заседают одни и те же, говорят одно и то же... Но это не так. Приведу лишь некоторые примеры. Несколько лет назад, благодаря нашим совместным усилиям, удалось отменить обязательное клеймение серебряных изделий. В результате это помогло ювелирным предприятиям сэкономить миллионы рублей!

Толлинг удалось запретить, когда мы смогли в конструктивном диалоге с Минфином доказать, что объемы золота, вывозимого на переработку за рубеж, стали выше, чем объемы изделий, производимых в стране. Все это

в прошлом, но и сегодняшние вызовы требуют постоянной работы. Коллеги понимают, что каждый день количество проблем только увеличивается.

Так, мы не смогли решить вопрос о совершенно абсурдном соглашении с ОАЭ. Неожиданно самым верным нашим союзником здесь стал Минфин: директор Департамента государственного регулирования отрасли ДМДК Ю. А. Гончаренко и заместитель министра финансов А. В. Моисеев боролись до последнего. Подключились Совет Федерации, сенаторы, губернаторы... Но, увы. Это показывает, какие силы на той стороне, что борется против нас. Хочется верить, что Пробирная палата найдет какие-то меры, минимизирующие воздействие соглашения на нашу отрасль. Но это будет очень трудно, а пока констатируем: «Осторожно! Поиск логики в происходящем может стать причиной шизофрении!».

Еще одна проблема: с 1 марта начнет действовать нормативно-правовой акт, по которому драгкамни, ввезенные в Россию из других стран ЕАЭС, должны будут проходить подтверждение соответствия классификационных требований в одной из трех

лабораторий, одна из них относится к Пробирной палате. Пока речь идет о бриллиантах. Но это новая нагрузка на ювелиров. Кроме того, те же камни ввозятся в страну в изделиях (в каждом могут быть закреплены десятки тех же бриллиантов), и остается только надеяться, что они будут проверяться столь же тщательно, чтобы не «сдать» рынок полностью импорту.

КАКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ МОГУТ ОЖИДАТЬ ОТРАСЛЬ, ИСХОДЯ ИЗ ТЕХ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ, КОТОРЫЕ БЫЛИ ОЗВУЧЕНЫ В РАМКАХ КРУГЛОГО СТОЛА?

Данные стали для меня шокирующими. Объем производства по серебру год к году упал на 1% (тут опять заслуга Гильдии, которая добилась через Президента РФ В. В. Путина «упрощенки» для коллег, работающих только с серебром), а вот по золоту - на 28%.

При этом в бюджетную систему РФ за январь - декабрь 2024 года поступило 6,6 млрд рублей (рост на 69,7 % к аналогичному периоду 2023 года), в первом полугодии 2025 года - 3,6 млрд рублей (рост налогов на 17,6 % к аналогичному периоду 2024 года). То есть при падении производства на 28% наблюдается значительный рост налоговых поступлений!

Ситуация парадоксальная, и она вызывает резонный вопрос: почему власти показывают увеличение налоговой базы, но не ее структуру? Ведь, если речь идет в основном об НДС, а налоги на прибыль стремятся к нулю, то все очень плохо. Если у бизнеса нет прибыли, то нет нормальных зарплат у сотрудников, нет возможности покупать оборудование и технологии, посещать профильные выставки, расширяться, открывать новые магазины... Что за секретность в этом важнейшем вопросе?! Для принятия правильных управленческих решений всегда нужны верные исходные данные, и чем их диапазон шире, тем грамотнее будут решения. Нам надо искать ответ на этот вопрос совместно с Администрацией Президента, Минфином, Минпромом и решать, как и для чего отрасли жить дальше.

Необходимо подключать депутатский корпус, сенаторов, делать запросы в ФОИВы, чтобы понять структуру поступивших налогов, пошлин и других показателей! Мы живем в век скоростных перемен и важно хотя бы на ближайший год определить, что происходит внутри России, в экспорте, в легальном и нелегальном импорте, и как отрасли выстраивать отношения с регуляторами.

А так лично для меня это был первый круглый стол, когда я только слушал и убеждался в правоте своего коллеги Божедая: «Чем больше видишь правды, тем чаще хочется молчать»! Одни молчат, когда ничего не понимают, а другие

– из-за того, что все очень хорошо понимают!

Диалог в любом случае с ФОИВами будет продолжен. Мы делаем дело! Оно у нас общее!

Мир нашему дому!



**Комментарий руководителя
Программы «Ювелирная Россия»
В. В. Будного:**

На конгрессе в Костроме в 2008 году было принято решение о необходимости создания концепции развития ювелирной отрасли. Решение было одобрено губернатором Костромской области. Однако время идет, а куда и почему движется отрасль – непонятно!

У «старых бойцов» мечи затупились, терпение и вера иссякли. Как подтверждение всеобщего пессимизма – уход с рынка множества игроков в «серую» и «черную» зону. Мы видим, что, уйдя из цивилизованного поля, они продолжают работать... С другой стороны, и чиновники что-то начали уже понимать.

В осуществлении проекта «ГИИС» у них нет той первоначальной рьяности, что была на старте. Какие-то свои «перегибы» они осознают. Надеюсь, это поможет диалогу отрасли с властью стать более конструктивным.

XXI международная выставка
ювелирных и часовых брендов

JUNWEX

МОСКВА

24–28 сентября 2025

Тимирязев Центр

📍 Москва, Верхняя аллея, 6с1



5 минут от станции метро
«Петровско-Разумовская»
(выход 5)



20 минут на автомобиле
от Садового кольца



20 минут на такси
от аэропорта Шереметьево

ПРОГРАММА МЕРОПРИЯТИЙ ВЫСТАВКИ

24 СЕНТЯБРЯ, СРЕДА

- 11:00–19:00 ● БИРЖА ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ
Встречи производителей ювелирной продукции и оптовых покупателей
- 11:00–19:00 ● РАБОТА ЖЮРИ КОНКУРСА «Лучшие украшения в России». Отбор и паспортизация ювелирных изделий
- 13:00 ● Торжественная церемония открытия XXI Международного форума ювелирной индустрии «JUNWEX Москва»
- 13:15 ● ПРАЗДНИЧНЫЙ КОНЦЕРТ «Золотые голоса отрасли» с участием представителей ювелирных компаний
- 16:00 ● Совместное совещание Совета Ассоциации «Гильдия ювелиров России» и Высшего совета Клуба «Российская Ювелирная Торговля»
- 17:00 ● Совещание Высшего совета Клуба «Российская Ювелирная Торговля»

25 СЕНТЯБРЯ, ЧЕТВЕРГ

- 11:30–12:30 ● Бизнес-завтрак «Особенности ВЭД и международных перевозок ДМДК в 2025 г.»
Спикер Евгений Сталь
- 12:30–13:30 ● «Технологии экспортных продаж»
Спикер Евгений Дорофеев
- 13:30–14:30 ● «Программа лояльности как драйвер и ключевой фактор роста доходов от 20%»
Спикер Александр Пайвин
- 14:30–15:00 ● «Товар на комиссию: скрытые риски и упущенная прибыль. Почему розница теряет деньги, работая с производителем по договору комиссии?»
Спикер Олег Смирнов
- 15:00–15:30 ● «Креатив без бюджета: как продвигать ювелирный бренд в СМИ и соцсетях. Контент, который работает, даже когда рынок в минусе»
Спикер Яна Жаткина
- 15:30–16:30 ● «Системный маркетинг: как понять, что действительно работает, и не потратить лишний бюджет»
Спикер Мария Кочеткова
- 16:30–17:30 ● «Как “взорвать” продажи ювелирных изделий: секреты конверсии, мотивации и роста среднего чека»
Спикер Кристина Баховка

26 СЕНТЯБРЯ, ПЯТНИЦА

- 17:00 – 18:00 ● Модный показ коллекций одежды российских дизайнеров и ювелирных украшений от участников выставки.
- 11:30 – 12:30 ● Бизнес-завтрак «Научный подход к определению цвета драгоценного камня»
Спикер Роман Хмельницкий
- 12:30-13:30 ● ПИТЧИНГ «Запуск ювелирного бренда»
Организатор – Московский центр развития профессионального образования
- 13:30 – 14:30 ● «Модные микротренды осень-зима 2025-2026»
Спикер Светлана Лазарева
- 14:30 – 16:30 ● Мастер-класс Марины Мэджик по изготовлению авторского украшения

27 СЕНТЯБРЯ, СУББОТА

- 15:00 ● Модный показ коллекций одежды российских дизайнеров и ювелирных украшений от участников выставки.
- 15:30 ● Церемония награждения победителей Международного конкурса молодых дизайнеров-ювелиров JUNWEX 2025
- 16:00 ● Торжественная церемония подведения итогов Всероссийского конкурса ювелиров «Лучшие украшения в России»

ОБСУЖДАЕМ

МАРКЕТПЛЕЙСЫ: ПОКУПАТЕЛИ ВСЕГДА ОКАЗЫВАЮТСЯ В ВЫИГРЫШЕ

Уже третий номер еженедельника мы продолжаем беседовать [о зависимости бизнеса от маркетплейсов](#). Оказалось, что тему закрыть не так просто, ведь она вызывает живейшие отклики игроков рынка. В этом номере продолжим.

Команда AllTime:

Выход мультибрендовых магазинов на маркетплейсы может иметь как позитивные стороны, так и подводные камни.

К положительным моментам относятся большие охваты, потенциальная новая аудитория, повышение узнаваемости. Если выстроить систему работы на площадках, то будет расти и лояльность покупателей. Кстати, последние всегда оказываются в выигрыше.

С ПРИХОДОМ КРУПНЫХ ИГРОКОВ РАСТЕТ ВЫБОР ДЛЯ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ. МАРКЕТПЛЕЙС, В ОТЛИЧИЕ ОТ ЛЮБОЙ СЕТИ, ОХВАТЫВАЮТ ВСЮ СТРАНУ – ДАЖЕ В НЕБОЛЬШОМ ГОРОДЕ БУДУТ ПУНКТЫ ВЫДАЧИ.

Клиент ничем не рискует, поскольку после примерки может оформить возврат, где логистика ложится на плечи продавцов. На этом моменте мы переходим к минусам.



Продавец может столкнуться с недобросовестным покупателем. Заказ большого ассортимента ради развлечения, фотосессий с дальнейшим возвратом, попытками подмены драгоценных вставок или самого украшения.

ПОЛИТИКА САМИХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ МОЖЕТ ИМЕТЬ НЮАНСЫ.

Товары часто продаются ниже закупочной цены при персональных скидках от самих площадок. При этом растут комиссии, которые продавец платит от полной стоимости. Приходится соперничать с недобросовестными

конкурентами. Им проще удержать внимание и зацепить потребителя более привлекательной ценой, за которой может скрываться подделка или продукт низкого качества. Наличие нечестных продавцов на площадке может приводить к потере доверия к целому сегменту со стороны пользователей.

По этим причинам стоит скрупулезно продумывать стратегию и ассортиментную матрицу для маркетплейсов. В таком случае выше вероятность сгладить острые углы, снизить риски и получить пользу.

КОМПАНИИ

В ПЕТЕРБУРГЕ ОТКРЫЛСЯ ПЕРВЫЙ МОНОБРЕНДОВЫЙ МАГАЗИН «ЦИРКОН С»

12 августа в ТК «Владимирский Пассаж» состоялось торжественное открытие первого монобрендового магазина компании «Циркон С».

Более 30 лет работы на рынке позволяют «Циркон С» укреплять свои позиции и делать важные шаги в развитии.

НОВЫЙ МАГАЗИН – ЭТО ПРОДОЛЖЕНИЕ МНОГОЛЕТНЕЙ ИСТОРИИ КОМПАНИИ, ПОСТРОЕННОЙ НА ПРИНЦИПАХ СЕМЕЙНОГО ДЕЛА И ВЫСОЧАЙШЕГО КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ.



В рамках события «Циркон С» представил гостям и свою новую концепцию с обновленным логотипом.

Отдельное внимание - современному дизайну магазина со стильным оформлением витрин, где украшения с натуральными камнями гармонично дополнены друзьями.



"Открытие позволит «Циркон С» стать ближе к своим клиентам и партнерам, предоставив удобный доступ к широкому ассортименту ювелирных украшений из серебра, созданных с исключительным вниманием к деталям", - считают в компании.





MIUZ DIAMONDS ОТКРОЕТ НОВЫЙ САЛОН В ПЕТЕРБУРГЕ

Ювелирный салон разместится на первом этаже исторического Доходного дома Ф.Ф. Утемана и откроет свои двери в сентябре 2025 года, сообщает консалтинговая компания NF Group, выступившая консультантом сделки аренды.

Площадь пространства – 82 квадратных метра. Интерьер выполнен в элегантной, современной эстетике: просторные витрины с тщательно выстроенной световой архитектурой подчёркивают блеск и детали ювелирных изделий. В салоне будет представлен расширенный ассортимент украшений, включая флагманские и лимитированные коллекции. Ассортимент будет регулярно обновляться.

С 2023 года Большой проспект Петроградской стороны уверенно

удерживает статус ведущей fashion-локации Санкт-Петербурга благодаря высокой концентрации магазинов одежды, обуви и аксессуаров (38% всех занятых торговых площадей). Ювелирный сегмент занимает 1,4% от общего объёма арендуемых помещений.

Анна Лапченко, директор департамента торговой недвижимости NF Group в Санкт-Петербурге:

«Открытие магазина усилит присутствие MIUZ Diamonds в ключевой локации Санкт-Петербурга. Место обеспечивает высокий пешеходный трафик, качественное окружение и соответствует премиальному позиционированию бренда».

«585 ЗОЛОТОЙ» ОТКРЫЛА ФЛАГМАНСКИЙ ДВУХЭТАЖНЫЙ МАГАЗИН В ЦЕНТРЕ ПЕТЕРБУРГА

Двухэтажный флагман площадью 280 кв.м открылся в ТРЦ «Галерея». Запуск самого большого в Петербурге торгового объекта состоялся в рамках ребрендинга компании.

До конца года сеть «585 Золотой» планирует открыть в Петербурге еще 5–7 новых магазинов. По площади новые точки продаж будут меньше открывшегося флагмана — примерно по 100 кв. м. Всего, по словам директора по маркетингу ювелирной сети «585 Золотой» Станислава Колоскова, в Северной столице сегодня действует около 60 магазинов общей площадью 3,5 тыс. кв. м.

До конца 2025 года сеть планирует перезапустить в обновленной стилистике еще 150 торговых точек. Магазины в новом формате демонстрируют рост ключевых показателей: средняя выручка увеличилась на 14%, средний чек — на 8%, сообщают в компании.

Редизайн проводится в первую очередь в магазинах с хорошими показателями продаж, уточнил господин Колосков.

Параллельно с трансформацией розничного сегмента «585 Золотой» реализует редизайн диджитал-продуктов: сайта и мобильного приложения. По итогам первого полугодия 2025 года выручка онлайн-каналов выросла в 2,5 раза, говорят в компании.

**В ПЕРСПЕКТИВЕ
ПОСЛЕДУЮЩИХ ПОЛУТОРА
ЛЕТ КОМПАНИЯ ОЖИДАЕТ
УДВОЕНИЕ ДОЛИ ОНЛАЙН-
ПРОДАЖ В ОБЩЕМ ОБОРОТЕ.**

По данным INFOline, в 2024 году сеть «585 Золотой» с показателем 50,6 млрд рублей заняла третью строчку по выручке в топ-10 ювелирных ритейлеров.

«АЛЬКОР» ПРЕЗЕНТОВАЛ КОЛЛЕКЦИЮ FETTUCCINE

В обновлённую коллекцию Fettuccine вошли объёмные украшения с биколорным дизайном, созданные в соавторстве с итальянскими мастерами.

Коллекция включает многослойные кольца, жёсткие браслеты и акцентные серьги из красного золота с натуральными бриллиантами. В капсуле используется новая закрепка камней Altezza (итал. – «высота»): бриллианты максимально приподняты над дорожками драгоценного металла. Ювелирные изделия выполнены в многослойной технике с переплетениями разных оттенков золота.

«Главная задача технологов – продумать закрепку бриллиантов так, чтобы она была не только надёжной, но и усиливала сияние драгоценных вставок. Идеально гладкий металл под камнем имеет фигурную подрезку, позволяя лучам света беспрепятственно освещать каждую из граней бриллианта. Получается своего рода миниатюрное зеркало, в котором камень отражается и



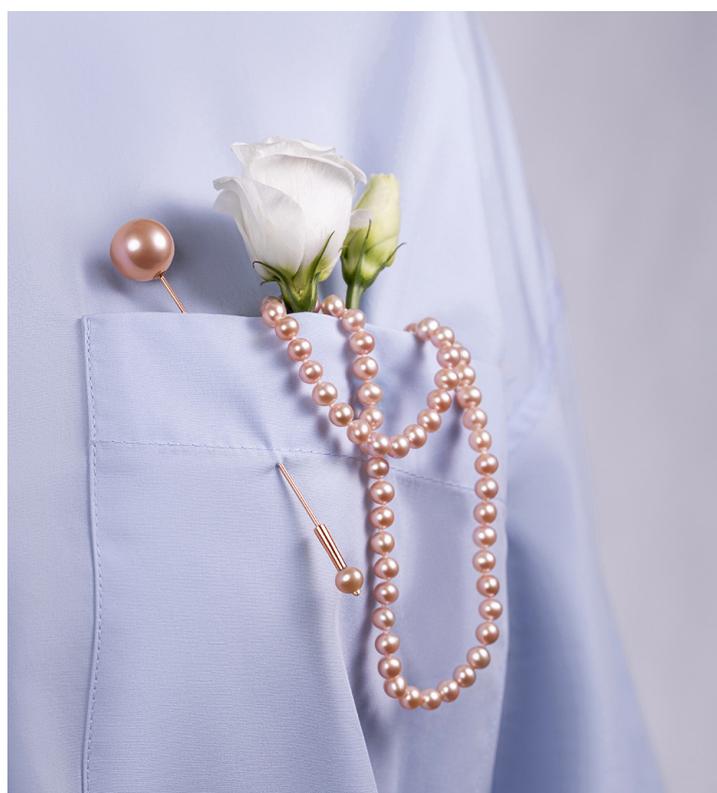
подсвечивается со всех сторон», – рассказала Юлия Борисова, технолог экспериментального отдела ювелирной компании «Алькор». А в объёмных кольцах мы использовали внутреннюю ажурную сетку для удобства в носке».



ВСЯ НЕЖНОСТЬ ЖЕМЧУГА В КОЛЛЕКЦИИ "БРОННИЦКОГО ЮВЕЛИРА"

«Бронницкий ювелир» представил новую коллекцию BLOOM — воплощение нежной силы природы, застывшей в розовом золоте и натуральном жемчуге.

Женственность расцветает тихо. В каждом изгибе, в каждом взгляде. В каждом жемчужном отблеске, как лепестки на коже — чувственно, утончённо, живо.





"УРАЛ КАК ПОЛОТНО" РИНГО ПРЕЗЕНТОВАЛ ПРОЕКТ С AFTER 23•05

Ювелирный бренд РИНГО представил свою первую коллаборацию с миром моды.

Партнером ювелиров стал уральский бренд одежды AFTER 23•05.

Лимитированная линейка аксессуаров из натурального шёлка отражает орнаменты и цвета уральских самоцветов – турмалина, агата и, конечно, малахита.

Каждый платок коллекции NEDRA – высококачественное текстильное полотно, созданное стать идеальным фоном для украшений бренда и художественным акцентом в образах AFTER 23•05.

Каждая линия и оттенок словно хранят глубину недр и дыхание природы.





ОТРАСЛЬ

ЮВЕЛИРНЫЙ РЫНОК РОССИИ ВЫРОС НА 12%

В первой половине 2025-го объем ювелирного рынка вырос на 12% год к году до 232 млрд руб. Такими оценками поделились эксперты INFOline.

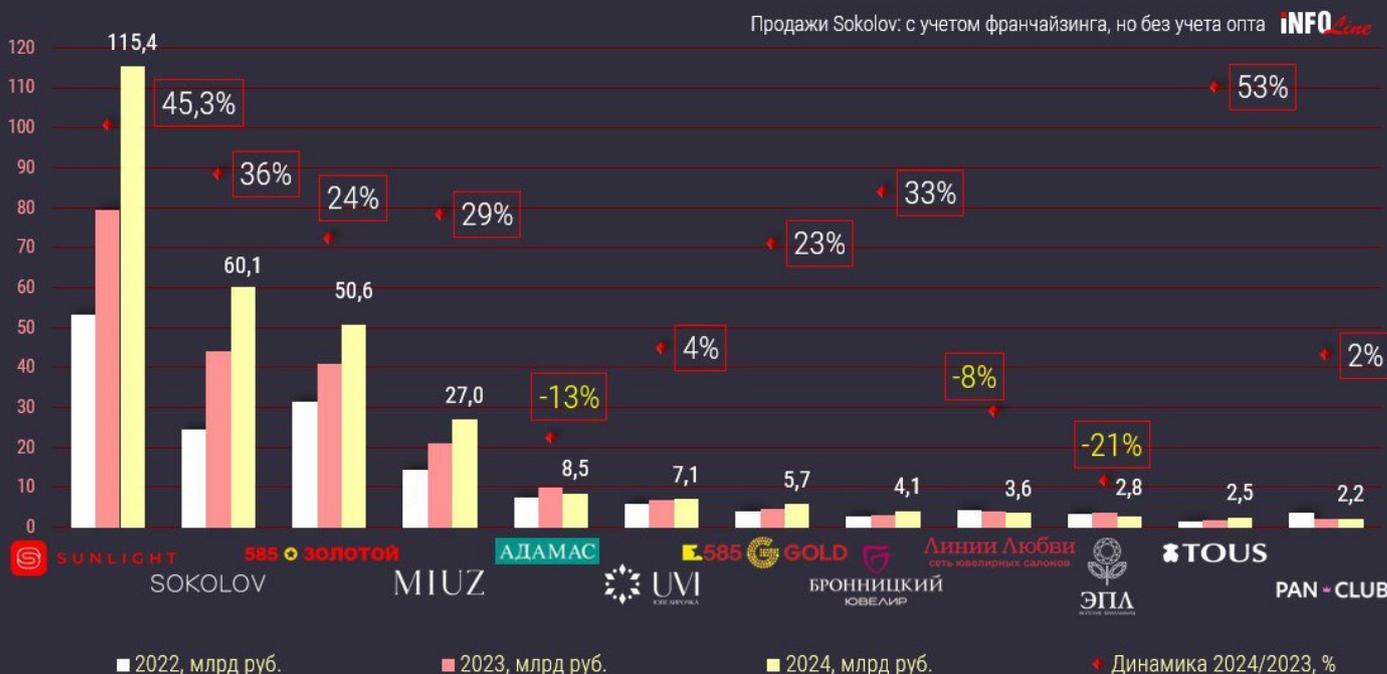
Согласно прогнозам аналитиков, в июле—декабре темпы роста рынка ускорятся, и по итогам года динамика превысит 14%, а продажи достигнут 535–540 млрд руб. с НДС.

2024 год был удачным для лидеров ювелирной розницы, и крупнейшие сети росли быстрее,

чем рынок в целом. Совокупные продажи TOP-12 поднялись на 31,1% до 289,5 млрд руб. с НДС. В то время, как в целом сегмент прибавил 26,3%.

Совокупный оборот тройки лидеров — Sunlight, Sokolov и «585 Золотой» — вырос на 37,6% до 226,1 млрд руб. На долю TOP-3 пришлось 78,1% продаж крупнейших омниканальных ритейлеров, а за год их влияние на рынок усилилось на 3,7%.

Рейтинг крупнейших ювелирных сетей по выручке, млрд руб. с учетом НДС



РОССИЯНЕ ЧАЩЕ ВСЕГО СОВЕРШАЮТ ЮВЕЛИРНЫЕ ПОКУПКИ В ОБЕДЕННЫЙ ПЕРЕРЫВ

Женщины все чаще покупают украшения сами себе — как правило, в обеденный перерыв на работе, делая выбор в пользу лаконичного дизайна и выращенных или альтернативных камней. К такому выводу пришли аналитики сети ювелирных магазинов «585 Золотой», изучив данные офлайн- и онлайн-продаж с начала 2025 года.

1 ДЛЯ СЕБЯ «ЛЮБИМОЙ»

По данным исследования, женщины в возрасте от 30 до 45 лет активнее всего покупали украшения для себя и детей. В топе — золотые и серебряные цепи, серебряные серьги. При этом интерес к мужским ювелирным изделиям и обручальным кольцам немного снизился. Эксперты объясняют это ростом тренда на селф-гифтинг, или совершением покупки без повода,

чтобы порадовать себя, наградить за какое-то небольшое достижение или подчеркнуть индивидуальность. В таком случае кольца, цепи и серьги становятся не финансовой инвестицией, а элементом личного стиля.

2 ШОПИНГ В ОБЕДЕННЫЙ ПЕРЕРЫВ

Активнее всего ювелирные украшения покупают по четвергам с 14:00 до 15:00 - прямо в обеденный перерыв. Такой «час X» может быть связан с эмоциональной усталостью к концу недели: хочется порадовать себя чем-то красивым и даже настроиться на выходные. А еще такие покупки — способ переключиться с рабочих задач, снять напряжение и поднять настроение.

3 МИНИМАЛИЗМ И БЕЛОЕ ЗОЛОТО

Покупатели все чаще выбирают сдержанные формы: спрос на лаконичные украшения заметно вырос. Наиболее популярными стали классическая «дорожка в один ряд» (+53,1%), изделия с одинарным элементом (+23,7%) и украшения типа «малинка» (+22,1%), в которых вокруг одной крупной вставки собрана россыпь более мелких.

Вместе с тем также растет интерес к белому золоту (+41,9%): на его фоне лучше играют бриллианты и другие камни, а сам металл подчеркивает чистоту линий и актуальность минималистичного стиля.

4 ВЫРАЩЕННЫЕ КАМНИ: ЭТИЧНОСТЬ В МОДЕ

Среди вставок с камнями по-прежнему популярны фианит, бриллиант (лидер среди драгоценных камней) и топаз. Однако существенный рост показали украшения с выращенными камнями — сапфирами (+62,2%) и изумрудами (+28,6%). Эксперты связывают эту тенденцию с двумя трендами:

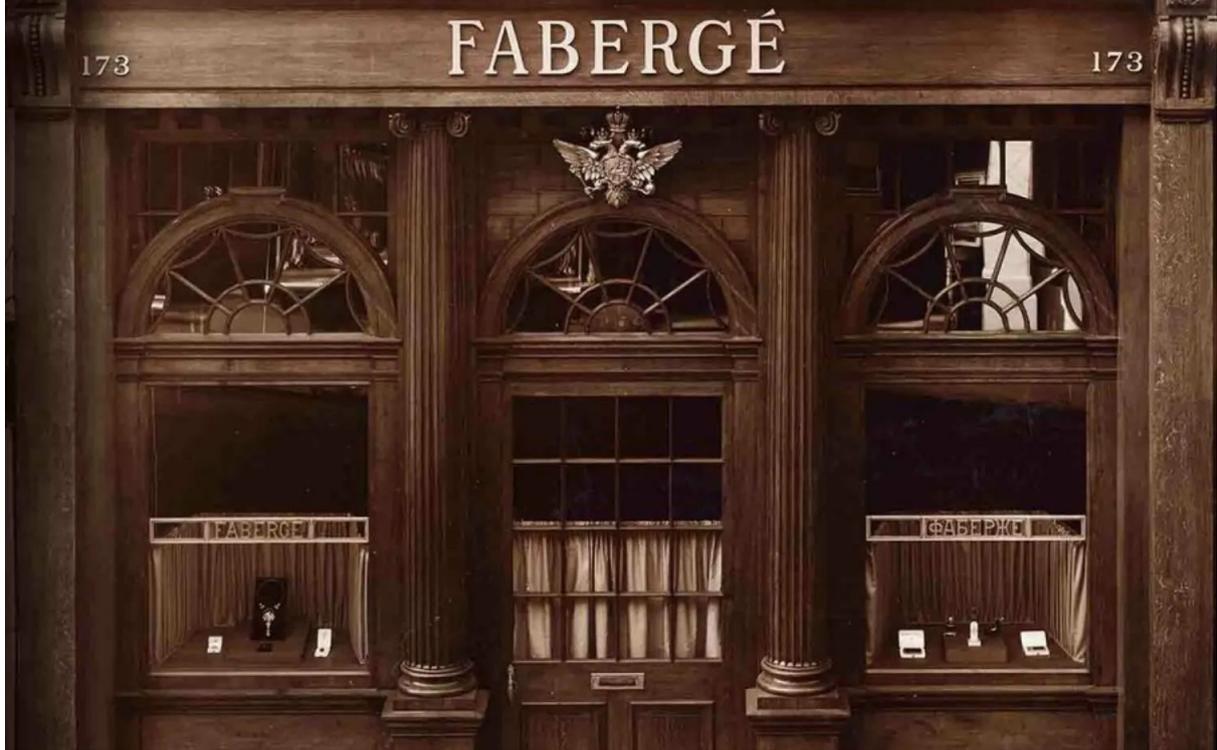
во-первых, более осознанным выбором материалов, в, при добыче которых не используется много ресурсов, а во-вторых, с отказом от показной роскоши в пользу настоящего стиля.

5 УКРАШЕНИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО МИРА

По данным аналитиков сети, вырос интерес к изделиям с кварцем. Кроме того, больше внимания получают вставки с выраженным характером: топаз, агат, жемчуг и эмаль. Такой всплеск популярности эксперты связывают с трендом на «осознанные» украшения — те, что отражают внутреннее состояние владельца, а также несут личный смысл и ассоциативное значение и становятся способом рассказать о себе через цвет, фактуру или символику камня.







ЧТО БУДЕТ С ФАБЕРЖЕ? GEMFIELDS ОБЪЯВИЛА О ПРОДАЖЕ МАРКИ ЗА \$50 МЛН.

«Все меняется, ничто не исчезает» — девиз нового владельца марки Fabergé Сергея Мосунова на его личном экслибрисе.

«Карл Фаберже был бы рад увидеть, что уже просто факт возвращения его ювелирного дома владельцам с русскими корнями оказывает столь заметное влияние на мировую индустрию драгоценных камней, - написал бизнесмен в своем ТГ-канале. - Художественное наследие и весь культурно-исторический опыт семьи Фаберже — сокровище.

Владение и управление Fabergé — единственным российским историческим ювелирным домом, влиявшим на мировую культуру и общественность более века назад и существующим до сих пор — это дело чести и престижа».

ПРОДАЖА НЕ СТАЛА СЮРПРИЗОМ

Британская компания Gemfields, специализирующаяся на добыче африканских изумрудов и рубинов, объявила о продаже

Fabergé компании SMG Capital LLC за общую сумму \$50 млн. Вырученные от сделки средства будут направлены в том числе на запуск нового перерабатывающего завода на рубиновом руднике Монтерпез в Мозамбике и наращивание добычи на изумрудном руднике Кагем в Замбии.

Новость об этом оказалась на нынешней неделе в верхних строчках таблоидов. Однако эксперты давно предчувствовали подобное развитие событий. Происходившие в последние годы массовые забастовки на изумрудно-рубиновых коях империи Брайана Гилбертсона (южноафриканского

бизнесмена, в 2007 г. приобретшего все права на бренд Fabergé у компании Unilever за \$38 млн) сильно подорвали ее бизнес.

В 2024 г. Gemfields увеличила убыток после налогообложения до \$100,8 млн по сравнению с \$ 2,8 млн годом ранее, снизив выручку на 19% - до \$213 млн. Планы компании на монополизацию изумрудного рынка окончательно рухнули. Ей пришлось отказаться от непрофильных активов, каким и было правообладание маркой, по сути, предполагающее в основном продажу франшизы и контроль за соблюдением авторских прав.



ВАЛЕНТИН СКУРЛОВ:

мечтаю о магазинах Фаберже в России

Мы побеседовали с искусствоведом, историком ювелирного искусства и Дома Фаберже, почетным академиком РАХ, ученым секретарем Мемориального фонда К. Фаберже Валентином Скурловым о том, что можно ожидать от нового этапа в судьбе знаменитого бренда.



«Я встречался с Сергеем Мосуновым накануне широкомасштабного объявления о сделке: он приезжал в Петербург и хотел приобрести одну из моих книг – «Фаберже и придворные ювелиры», - рассказал Валентин Васильевич. - Все остальные мои работы по

истории Дома Фаберже он уже купил в рамках книжной коллекции, недавно выставленная на аукционных торгах в Лондоне.

У меня создалось впечатление, что это новое для Сергея направление антиквариата (он известен как библиофил. коллекционер старинных фолиантов), в котором он хочет досконально разобраться. Его программа поездки в Петербург включала в себя и мероприятия по возвращению в Библиотеку Росси Павловского дворца 11 томов из исторического собрания, изъятых из музея во время распродаж 1930-х гг. Это не первый щедрый дар Мосунова ГМЗ «Павловск». Тот факт, что Сергей зарабатывает себе авторитет мецената, – прекрасно. У нас таких благотворителей очень мало!».

Вернулся Фаберже в Россию или не вернулся?

Конечно, учитывая российское происхождение нового владельца марки, всех особенно интересует вопрос: будет ли Fabergé развивать бизнес в России, как будет позиционироваться?

«В свое время АПРОСА тоже серьезно претендовала на покупку этого бренда, - рассказывает Скурлов. – На аукционных торгах компания дошла до \$25 млн, а окончательная цена, за которую его приобрел Гилбертсон, была \$38 млн. Возможно, новый владелец захочет нанять некоего “менеджера по России”, который заключит договор, например, с нашей ведущей алмазодобывающей компаний и откроет сеть салонов “Fabergé – АПРОСА” (или, допустим “Fabergé –

Русские самоцветы”). Таким образом бренд будет работать, предлагая как изделия современных ювелиров, так и антикварные произведения, сданные на комиссию.

Я мечтаю, чтобы в России открылись магазины Fabergé! Кстати, когда маркой владела фирма Unilever, почти в каждой европейской столице функционировали такие салоны – их было около 25-ти.

А начать открытие сети можно с хорошо знакомого Мосунову Нижнего Новгорода, ведь там есть исторические корни. С 1896 г. магазин Фаберже официально работал в этом городе 40 дней в году – в периоды проведения Нижегородской ярмарки. Этот очень престижный и эффектно оформленный салон находился на первом этаже главного здания

ярмарки в помещении № 26. Идентифицировать по архивным источникам местонахождение магазина в современной планировке пока не удалось, но мы с известным российским ювелиром-гравером и художником Сергеем Ивановичем Квашниным в 2011 г. подготовили и выполнили памятную доску с информацией о магазине, презентовав произведение организаторам Нижегородской ярмарки.

Кроме того, я вижу и другие перспективы развития бренда в России. Так, до сих пор не воплощена в жизнь идея, которую мы в свое время с Татьяной Федоровной Фаберже пытались реализовать. А именно – создание Центра атрибуции произведений фирмы Фаберже. Надеюсь, Сергей Мосунов сможет использовать потенциал бренда так, чтобы имя великого мастера вновь по праву стало «драгоценным синонимом» России!».





 V Kontakte



 Telegram

JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

(812) 303 98 69

press@rjexpert.ru

www.junwex.com