

Калейдоскоп событий 2021

Прошел 2021 год – непростой и в то же время подающий надежды.

Чем жило ювелирное сообщество, какие события происходили в нашей отрасли в мире и России?

Конечно, событийный ряд целого года невозможно уместить на нескольких страницах журнала. Мы постарались выбрать наиболее яркие и определяющие для развития отрасли события.

Итак, ретроспектива 2021 года нашими глазами.

В ЕАЭС создан общий рынок драгоценных металлов и камней

24 мая 2021 года вступило в силу Соглашение об особенностях осуществления операций с драгоценными металлами и драгоценными камнями в рамках Евразийского экономического союза от 22 ноября 2019 года. Документ позволит обеспечить свободное перемещение ювелирных изделий.

Что это значит? Для участников ювелирного рынка стран ЕАЭС будут созданы условия для взаимного признания пробирных клейм государств союза. Это значит, что повторного клеймения не потребуются, временные и финансовые затраты предпринимателей снизятся. Как ожидают в Евразийской экономической комиссии (ЕЭК), соглашение приведет к активизации внутреннего рынка ЕАЭС. Для обеспечения взаимного признания пробирных клейм страны ЕАЭС будут проводить перекрестные обзорные визиты.



Adamas Super Protection – инновационное покрытие серебряных цепей

В 2021 году ювелирный завод «АДАМАС» анонсировал продажу серебряных цепей собственного производства с уникальным защитным покрытием ADAMAS SUPER PROTECTION

(ASP). Новый продукт ASP – защитное покрытие нового поколения, которое может быть использовано для ювелирных изделий из золота, серебра, палладия и для всех обрабатываемых цветных металлов и сплавов. ASP-покрытие дает высокую защиту от окисления и сульфидизации, а также оберегает поверхность от мелких царапин и отпечатков пальцев.



SUNLIGHT стал главной мем-ювелиркой страны

Рекламная модель ювелирного ритейлера SUNLIGHT и раньше вызывала много вопросов у антимонопольных органов и жалоб со стороны потребителей на бесконечный спам и фейковые ликвидации магазинов сети. Однако последние пару лет неумение SUNLIGHT «уйти по-английски» породило нескончаемый поток мемов в Рунете, отчего число упоминаний компании в русскоязычном сегменте интернета увеличилось многократно. Таким образом, мемы позволили снизить концентрацию негатива в сторону SUNLIGHT и только сыграли на руку ритейлеру.

Закон «О рекламе» напрямую не запрещает российским ритейлерам злоупотреблять анонсами «ликвидаций». Тем не менее у ФАС достаточно инструментов для привлечения к ответственности. Так, в 2019 году магазины сети в Омске и Новосибирске оштрафовали на 101 и 100 тыс. рублей. Затем волгоградское УФАС вынесло компании предупреждение и пригрозило штрафом на 500 тыс. рублей (максимально возможный).

Несмотря на шумиху, компании удается оставаться на первых строчках рейтингов как по уровню дохода, так и по степени известности у потребителя.

Путин подписал закон о смягчении правил продажи ювелирных изделий на выставках

Летом прошлого года президент РФ подписал закон, упрощающий расчеты для резидентов – продавцов ювелирной продукции на международных выставках и смягчающий валютный контроль за такими операциями. Закон предполагает сокращение административных барьеров, если вы продаете выставочные образцы ювелирных изделий за наличные деньги за рубежом.



По этому закону:

1. Наличные средства от подобных сделок необходимо ввезти на территорию РФ по окончании срока проведения выставки (но не позднее 30 дней со дня оплаты выставочного образца).
2. После чего полагается зачислить средства на счет в уполномоченном банке резидента – участника международной выставки (но не позднее 7 рабочих дней со дня ввоза наличных на территорию России).
3. Чтобы идентифицировать средства как выручку от продажи товаров на международных выставках, необходимо предоставить в банк таможенные декларации в отношении ювелирных изделий и наличных денег, полученных от их продажи.
4. Обязанность контроля над зачислением средств участниками международных выставок на счета в уполномоченных банках возлагается на Федеральную таможенную службу России, также устанавливается механизм взаимодействия органов и агентов валютного контроля.

Закон вступил в силу 1 января 2022 года, за исключением положения, для которого установлен иной срок вступления в силу.

XX юбилейная торжественная церемония награждения победителей конкурса «Лучший ювелирный магазин года»: 20 лет вместе

Москва, Гостиный Двор, 26 сентября 2021 года. 20-летие конкурса «Лучший ювелирный магазин года» – одно из знаковых событий отрасли в 2021 году.

Конкурс проводится журналом «Навигатор ювелирной торговли» с 2002 года. За это время финалистами и победителями стали 537 ювелирных магазинов! Каждый год представители ювелирной торговли – директора, собственники, ведущие менеджеры – приезжают на церемонию «Лучший ювелирный магазин года». Диплом конкурса – олицетворение профессионального успеха, добросовестности компании и ее безупречной репутации в ювелирном сообществе.

«Я счастлива, что конкурс живет и продолжается, несмотря на то что мир меняется слишком динамично. 20 лет мы остаемся путеводной звездой ювелирного ритейла и ежегодно освещаем все тенденции и тренды», – такими словами открыла церемонию «Лучший ювелирный магазин 2021» **издатель «Навигатора ювелирной торговли» Оксана СЕНАТОРОВА.**

Конкурс «Лучший ювелирный магазин года» традиционно проходит при поддержке Министерства финансов Российской Федерации и Гохрана России.

Минфин планирует запустить ювелирный маркетплейс

В России может появиться онлайн-платформа по торговле драгоценностями. Ее планирует запустить Минфин РФ вместе с белорусскими коллегами, сообщили «Ведомости» в конце прошлого года со ссылкой на письмо



замминистра финансов РФ Алексея Моисеева в адрес заместителя председателя правления Евразийского банка развития (ЕАБР) Тиграна Саркисяна. Моисеев предложил Саркисяну принять участие в создании необходимой для проекта по онлайн-продаже ювелирных изделий ИТ-инфраструктуры, в том числе с помощью ресурсов Фонда цифровых инициатив ЕАБР.

Предполагается, что маркетплейс будет работать по модели B2C и ориентирован на экспорт ювелирных украшений на мировой рынок. На маркетплейсе будут продаваться готовые изделия. Сервис планирует доставлять товары до двери покупателя.

Отмечается, что запрос на новые возможности выхода на зарубежные рынки исходит от производителей.

По словам генерального директора Ассоциации «Гильдия ювелиров России» **Эдуарда УТКИНА**, сегодня продаже драгоценностей на экспорт препятствуют бюрократические процедуры. По его мнению, сложности возникают не столько с поиском покупателей за рубежом, сколько с отгрузкой им продукции из России. «Требуется масса документов, невозможно обойтись без услуг таможенного брокера, которые стоят довольно дорого. Таким образом, зарубежная торговля доступна только крупным компаниям, которые готовы нести дополнительные затраты, а для мелких эти каналы недоступны. Если маркетплейс возьмет на себя функции по таможенному

оформлению, это будет прорывной шаг в развитии экспорта ювелирных изделий», – уверен **Эдуард УТКИН**.

Дизайнерские украшения «сдадут» в аренду

Signet Jewelers решила купить Rocksbox – сервис по аренде украшений. Условия сделки не разглашались, но акции компании Signet Jewelers в тот день подскочили. Сервис Rocksbox предлагает месячную подписку для аренды дизайнерских украшений. Кроме того, пользователям предоставляют специальные условия на покупку украшений, которые они арендуют. Подписка недорогая. На главной странице сервиса висит предложение об аренде трех украшений всего за 21 доллар в месяц. Собственно, эту сумму вычтут, если одно из украшений купят.

Согласно данным Rocksbox, около 50% ее клиентов в конечном итоге покупают украшения, которые они арендовали. Как считают в Signet, покупка поможет привлечь внимание к брендам более молодой аудитории, а также женщин, самостоятельно приобретающих ювелирные украшения.

Владелец БЮЗ «Арт-КАРАТ» приобрел «АДАМАС»

Самый молодой игрок на рынке производства и ритейла ювелирных изделий белгородский ювелирный завод «Арт-КАРАТ» принял участие в приобретении старейшего ювелирного ритейлера России «АДАМАС».

Участник сделки по приобретению «АДАМАС» – **председатель совета директоров БЮЗ «Арт-КАРАТ» Михаил НЕСВЕТАЙЛО**. Совладельцем компании стал президент объединения предприятий «Вымпел А» Эдуард Бендерский.

В начале 2021 года **Михаил НЕСВЕТАЙЛО** сообщил об амбициозных планах по вхождению «Арт-КАРАТ» в топ-3 ведущих ювелирных компаний России. Сделка с «АДАМАС» встре-

ивается в логику этого заявления. По мнению **Михаила НЕСВЕТАЙЛО**, слияние двух брендов позволит получить синергетический эффект и усилить позиции каждого из них за счет развития лучших отработанных в компаниях практик. В 2022 году число магазинов обновленной сети предполагается увеличить до 250. Новые собственники также намерены преодолеть финансовые и репутационные издержки, связанные с последними годами деятельности «АДАМАС».

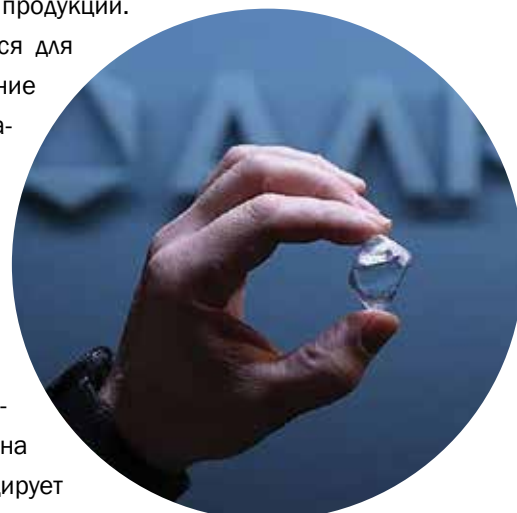
Событие прокомментировал **Эдуард УТКИН**: «Сделка по приобретению торговой сети «АДАМАС» собственниками Белгородского ювелирного завода – безусловно, верное решение, которое в перспективе даст положительный эффект всем заинтересованным участникам. На мой взгляд, объединение торговой сети и производства, специализирующегося на высоколиквидной продукции, будет способствовать росту объемов продаж и ускорению движения оборотных капиталов. В итоге покупатель будет там, где больше выбор. В перспективе мы можем говорить о создании предприятия – лидера ювелирной отрасли отечественного рынка».

«АЛРОСА» внедряет наномаркировку бриллиантов и алмазов

АК «АЛРОСА» начала применять революционную технологию неинвазивной лазерной маркировки своей продукции.

Технология используется для трейсинга (отслеживание происхождения) алмазов и созданных из них бриллиантов.

В отличие от привычной лазерной гравировки нанометку невозможно уничтожить или спланировать. При этом она однозначно идентифицирует





бриллианты компании «АЛРОСА», отличая их от других, в том числе лабораторно выращенных, и позволяет получить полную информацию об их происхождении.

Если лазерная гравировка наносится ближе к поверхности бриллианта, то наномаркировка – в кристаллическую решетку на атомарном уровне и распределяется по всему объему кристалла. Поэтому ее невозможно увидеть без сканера.

«Метка представляет собой трехмерный код, связанный с платформой ALROSA Provenance. Там представлена подробная информация о происхождении бриллианта и его характеристиках, уникальном идентификационном номере, а также фото, видео, схемы планирования огранки и тому подобное», – сообщают в «АЛРОСА».

Для считывания информации требуется специальный сканер, который компания также предлагает своим партнерам. «Считывание метки занимает менее минуты и со временем будет оптимизировано», – говорят в «АЛРОСА».

«Ювелир Трейд» предложил рынку уникальное ювелирное украшение из золота 999-й пробы

С 2020 года компания «Ювелир Трейд» начала производство ювелирных полновесных цепей и браслетов из золота пробы 999,9. В настоящее время это уникальное предложение как на российском, так и на мировом рынке. Украшения из золота 999-й пробы – альтернатива инвестиционным золотым монетам и слиткам. Желающие инвестировать в золото получают эксклюзивный продукт – он позволяет потребителям диверсифицировать



свои вложения и не теряет своего ювелирного назначения.

На сегодняшний день компания «Ювелир Трейд» обладает уникальной технологией, которая позволяет производить золотые и серебряные пустотелые и полнотелые цепи любых проб (375, 585, 750, 999 – золото и 925, 999 – серебро) и цветов (красного, желтого, белого).

Tiffany & Co. отказались от фирменного цвета Tiffany Blue

Прощай, синий «Тиффани», привет... «Тиффани» желтый? В это трудно поверить, но по прошествии более 175 лет ювелирный магазин класса люкс вносит большие изменения, стремясь к более молодой и модной аудитории. «Представляем наш новый цвет», – написала компания на своей странице в Instagram 1 апреля 2021 года. «#TiffanyYellow».

Эту новость все восприняли как первоапрельскую шутку. Однако 22 мая 2021 года на Родео-Драйв (США) появился новенький рор-уп Tiffany & Co. В этот раз бутик действительно изменил свой главный цвет на желтый. На территории бутика появилась желтая мебель, а покупки упаковывали в ярко-желтые пакеты и коробки. Из развлечений была фотобудка, возможность виртуальной примерки украшений и кафе Yellow Diamond, где можно было

попробовать желтое латте с имбирем и куркумой, лимонную газировку и мороженое с медовыми сотами. Завершили экспериментальный рор-уп выставкой уникальных желтых бриллиантов, одним из которых был камень Tiffany весом 128,5 карата.

Новый владелец компании LVMH, похоже, хочет направить бренд в ином направлении. «Цвет – это



язык. Это один из лучших способов громко, но без слов сообщить, что «Тиффани» теперь находится под новым руководством, которое имеет совершенно другие представления о том, что может означать бренд Tiffany», – сказала **Лаура ПРЕССМАН**, вице-президент компании.

Ювелирная сеть SOKOLOV запланировала IPO в России и США в 2023 году

В ноябре 2021 года все СМИ облетела новость о готовящемся выходе ювелирной компании SOKOLOV на биржу. По словам **управляющего партнера компании Артема СОКОЛОВА**, которые проводит агентство Reuters, компания планирует провести первичное публичное размещение акций (IPO) в 2023 году. Компания планирует листинг в Москве и США. Чтобы получить достаточное количество акций в свободном обращении и ликвидность, SOKOLOV нужно привлечь около 500 млн долларов. «Весной 2022 года мы хотим сделать pre-road show за год. Уже идет активный процесс. А выход на биржу планируем в 2023-м в США и Москве. В США рассматриваем и Nyse, и NASDAQ», – сказал **СОКОЛОВ**. Он отказался назвать предполагаемую оценку компании, отметив, что собственники готовы к разводнению своих долей, но планируют сохранить контрольный пакет.

По данным агентства Reuters, выручка SOKOLOV за 9 месяцев 2021 года составила около 20 млрд рублей, по итогам года ожида-

ется на уровне 30 млрд по сравнению с 14 млрд рублей в прошлом году. Эту информацию компания не раскрывает.

Выписку из реестра Пробирной палаты можно будет получить на Госуслугах

С конца ноября 2021 года стало возможным получение выписки из реестров лицензий на обработку или переработку лома и отходов драгоценных металлов или на скупку ювелирных изделий через портал Госуслуги. Новый сервис завершает первый этап по цифровизации услуг Федеральной пробирной палаты.

Такие выписки из реестра могут понадобиться компаниям и бизнесменам для получения лицензий. Предприниматели, покупающие или перерабатывающие драгметалл, должны были получить соответствующие документы до наступления Нового, 2022 года. Норма, обязывающая юрлиц и ИП лицензировать деятельность по скупке и переработке драгоценных металлов, появилась в 2019 году, тогда вступили в силу дополнения к Закону «О лицензировании отдельных видов деятельности». Согласно поправкам, предприниматели были обязаны получить лицензии до 1 января 2022 года либо прекратить свою деятельность до этой даты.

В Минцифры отметили, что вскоре цифровые услуги Федеральной пробирной палаты расширятся: на портале Госуслуги появится функция подачи заявления на получение и переоформление лицензий.

ГИИС ДМДК начало: передача сведений об остатках

Сегодня в ювелирном сообществе нет проблемы, обсуждаемой и волнующей ювелиров больше, чем проблема внедрения ГИИС ДМДК. Прошлый год прошел под знаком начала эксплуатации ГИИС ДМДК. Конец года



в отраслевых чатах был посвящен проблеме передачи сведений об остатках ювелирных изделий, драгоценных металлов и драгоценных камней, которую необходимо было завершить до 15 января 2022 года. Специалистами ФПП РФ были проведены многочасовые конференции по этому вопросу. Несколько вебинаров провели разработчики программного обеспечения. Но ситуация не сильно прояснилась. По сути, ювелиров интересуют два вопроса:

Что требуется сделать в связи с грядущими новациями?

Что будет, если требования не выполнить?

Как отмечают эксперты Гильдии ювелиров России, «больше всего участников волнует необходимость предоставления сведений о недрагоценных камнях в составе изделий, весе химически чистого драгоценного металла в изделии, марки сплава драгоценного металла и цифровой фотографии изделия, так как сбор этой информации требует затрат и значительных ресурсов». Отмечается, что для этого «необходимо вручную перебрать весь товар и расшифровать каждую бирку».

На момент подготовки материала к публикации Ассоциация «Гильдия ювелиров России» направила в адрес Федеральной пробирной палаты предложение о пересмотре методических рекомендаций в связи с возникшими технологическими проблемами.

Напомним основные этапы внедрения системы ГИИС ДМДК:

- С 1 сентября 2021 года весь специальный учет субъектов и регистрация именников переводятся в ГИИС ДМДК.
- С 1 января 2022 года государственный контроль осуществляется в ГИИС ДМДК.
- До 15 января 2022 года необходимо подать сведения об остатках ДМДК и ювелирных изделий в ГИИС по состоянию на 1 января 2022 года.
- До 1 апреля 2022 года необходимо подать уточненные данные об остат-



ках ДМДК и ювелирных изделий в ГИИС (с учетом реализации за I квартал).

- С 1 марта 2022 года начинается обязательное нанесение штриховых кодов на бирки с присвоением УИН ювелирным изделиям для всей выпускаемой продукции.
- До 1 сентября 2022 года необходимо завершить нанесение штриховых кодов на бирки ювелирных изделий и присвоение УИН по тем изделиям, которые находятся в составе товарных остатков.
- С 1 марта 2023 года начинается обязательное нанесение штриховых кодов на выпускаемую продукцию.
- До 1 марта 2024 года необходимо завершить нанесение штриховых кодов на ювелирные изделия из состава товарных остатков.●

Источники: LIFE, «Коммерсантъ», «Компания», KAZAKHSTAN TODAY, ТАСС, Гильдия ювелиров России, «Вестник золотопромышленника», marketing.by, «Парламентская газета», «Ведомости»