



# ВРЕМЯ СОБИРАТЬ КАМНИ

## ПУТЕШЕСТВИЯ И ВПЕЧАТЛЕНИЯ ОТ ЮВЕЛИРНЫХ ВЫСТАВОК В ИТАЛИИ, ГОНКОНГЕ И МОСКВЕ



*Алексей ЧЕРНЫШЕВ,  
генеральный директор «СБ Золото»*

### 06–09 сентября VicenzaOro. Виченца

История развивается по спирали – банально, но справедливо. В Париже под прикрытием муниципальной полиции албанская мафия играет в наперстки с наивными арабами в двух шагах от Эйфелевой башни. Это новый тренд летнего сезона в Европе. А я стою в одних трусах в комнате таможни аэропорта Венеции, где у меня пытаются найти крупную сумму денег, которой, естественно, у меня нет. Нет и европейского лоска. Мне ничего не объясняют, только пугают тюрьмой, а когда в итоге не находят того, что искали, настоятельно требуют подписать бумагу, что претензий к итальянской таможне не имею. Или придется остаться в аэропорту до утра. Так – как-то неласково – начинается выставка в Виченце.



Два основных тезиса: итальянцы совсем не бойцы и во время кризиса первые идут под «откос», траты на дизайнеров подтверждаются сразу. Практически нет новых коллекций и ярких идей. Серебро – это уже реально драгоценный металл, большинство работают с бронзой и сталью, много кожи, каучука, цирконов и кристаллов Swarovski. Все это напоминает больше восточный базар, чем серьезный ювелирный event. Впрочем, врожденное чувство прекрасного у итальянцев отнять не может никто: красивые люди, интересное оформление витрин и все-таки, как всегда, несколько новых фирм. Продавать итальянский товар в России сложно, но без Италии скучно. Нужно приезжать, нужно покупать, если не украшения, то хотя бы запрещенный в России пармезан.



## 14–21 сентября Hong Kong Jewellery & Gems Fair. Гонконг



Уже давно прошли те времена, когда от избытка впечатлений от азиатского мегаполиса русские байеры прыгали по-детски на кроватях 5-звездочного отеля Peninsula HK. Выставка в Гонконге – это стопроцентная рабочая площадка, где конфеты (ювелирные украшения) – на любой вкус, а яркая обертка (маркетинг и презентации) – минимальны. За стандартными типовыми стендами могут скрываться как поделочные камни по доллару за штуку, так и креативные украшения японских дизайнеров, где нет даже описания камней. «Это золото 18 карат, бриллианты, жадеит, цена 50 000 долларов, но характеристик камней сказать не могу – это дизайнерское украшение», – предлагает не менее дизайнерский японский дедушка далеко за 70. Все просто и без лишних эмоций: нравится – покупай!

Участие российских фирм уже не экзотика. И пусть не совсем понятны цели и задачи, а самое главное – бюджеты, но в голове уже возникает простая мысль: «На этом месте должен быть я!» Могу выделить две российские компании: Mousson Atelier из Санкт-Петербурга, которая представляла практически уголок Эрмитажа в Гонконге. Строгая и солидная одежда сотрудников, европейская и лаконичная презентация украшений и, наконец, сами украшения, которые по уровню исполнения вполне могут занять место в музее. Недешево, но очень достойно. Компания Valery Gold привлекла внимание постоянной очередью китайских байеров

на стенд компании. Я не совсем понимаю данный тип товара и сколько настоящего золота в данных наклейках, но факт остается фактом: к этой продукции был проявлен самый большой международный интерес.

А вот интерес российских байеров к азиатским украшениям несколько снизился: падение национальной валюты, а самое главное – достаточно серьезное повышение цен у китайских компаний несколько уменьшили объем закупок.

Впервые за несколько лет выставка в Гонконге не оставила ярких впечатлений о дизайне украшений, китайские производители взяли паузу и не стремятся вкладывать деньги в развитие. Как верно заметила российская ювелирная Анна Винтур – Оксана Сенаторова («Навигатор ювелирной торговли»): «Нет ощущения праздника!» Ощущение праздника пропало и у меня, когда во время традиционного делового обеда (наши ювелирные традиции) Оксана сказала: «Алексей, с таким коленом нужно домой в Москву, срочно на МРТ! Китайские украшения того не стоят. Это я как медик говорю!» Сразу начинаешь чувствовать себя героем: подвергая опасности свое здоровье, ты пытаешься найти лучшие идеи для своей компании.

Итог выставки можно подвести фразой Антона Антонова (ГемЦентр): «Если бриллиантовые фабрики в Китае начали делать серебро, значит, в мире что-то происходит! Только что конкретно – пока непонятно».



## 01–05 октября Jewex. Москва

После достаточно вялых августа и сентября выставку в Москве ждали, и, я считаю, она не разочаровала. Выделю несколько ярких моментов.

1. Увеличение доли серебряных украшений на рынке. Выбор предложений огромен: Россия, Китай, Италия и даже Мексика. Это уже не товар из серии «времени много, а денег мало», так как есть предложения на колье из серебра за 100 000 рублей. И это оптовая цена! На стенде

компании Misis ежедневный ажиотаж, хотя цены несколько шокируют, даже если считать таможенные пошлины. Возникает вопрос: это спрос рождает предложение или это все-таки желание уйти в более дизайнерский товар на фоне падения спроса и роста цен на золото. Рискну предположить, что рынок продаж серебра несколько переоценен, так же как и цены на серебро.

2. Интересные рекламные кампании костромских производителей. Две целующиеся девушки на обложке, или 20 оттенков черного. Видимо, у маркетологов одной костромской компании любимая книга «50 оттенков серого». Такой подход к рекламе вполне ожидаем от московских компаний, которые в погоне за прибылью готовы на многое, но не от патриархальной Костромы. «Таро соблазнов»<sup>®</sup>, «Искушение высокой пробы»<sup>®</sup> – новые моменты в рекламе, и это интересно. Жалко лишь чувствовать себя слишком бедным человеком, когда понимаешь, что никогда не задумывался о покупке виллы на Лазурном берегу, потому что у тебя банально нет денег на это... Будем зарабатывать на виллу.

3. Симферопольский ювелирный завод Violet. Я уверен, что алкоголь и ювелирные украшения вне политики. Поэтому мы угощаем наших клиентов крымским шампанским, и я не могу не отметить данный завод. Копии мировых брендов в фианитовом исполнении – это действительно новое направление уже на российском ювелирном рынке.

*«Время разбрасывать камни и время собирать камни». Мне кажется, что сейчас время аккуратно собрать, что разбрасывали ранее не всегда разумно. Ювелирный рынок становится все более сложным, но экономить на информации нельзя. До встречи в январе на выставке в Италии!*