

# ЮВЕЛИРНЫЙ КАЛЕЙДОСКОП-2015

## ЧЕМ НАМ ЗАПОМНИЛСЯ УШЕДШИЙ ГОД

**По уже сложившейся традиции в первом номере нового года мы вспоминаем год ушедший. Сегодня мы представляем вам калейдоскоп, состоящий из самых ярких моментов 2015-го, которые были отмечены в мировой и российской ювелирной отрасли. Это как интересные события, так и оригинальные рекламные и PR-акции. Конечно, не все значимые моменты вошли в наш список, представленный ниже калейдоскоп – это всего лишь субъективный выбор редакции.**

## На Junwex Москва 2015 был представлен новый бренд – ювелирный дом «Россия»

В начале октября 2015 года на площадке крупнейшей российской ювелирной выставки **Junwex Москва 2015** был представлен новый бренд – ювелирный дом «Россия». «Чтобы иметь возможность назвать компанию таким громким именем, нужно разрешение правительства, которое мы получили. А почему мы попросили такое название? Наш ювелирный холдинг становится лидером на ювелирном рынке России. И, на мой взгляд, вполне закономерно, что лидер рынка России будет носить имя ювелирный дом «Россия», – сказал **Сергей АВАКЯН, генеральный директор ювелирного дома «РОССИЯ»**. По словам **Сергея АВАКЯНА**, в холдинг входят пять компаний: «Это всем известный завод «Адамант», творческая компания «Сирин», которая установила памятник Святому Владимиру в городе Владимире, это две розничные ювелирные сети, оптовые компании». Таким образом, ювелирный дом «Россия» ориентирован на самую широкую аудиторию.

**Марина ЕЛИЗАРОВА, генеральный директор «Ювелирно-сбытовой компании»:** «Сегодня важно быть ближе к



**Об уникальных изделиях бренда «СИРИН» – читайте в нашем журнале и на сайте [www.njt.ru](http://www.njt.ru)**



покупателю. И создание нашей компании – это шаг приблизиться к покупателю по стране. Если Торговый дом «Адамант» занимается Москвой и Подмосковьем, то наша компания была создана для того, чтобы продавать продукцию завода «Адамант» на территории России. У нас уже открыт офис в Самаре, в Перми, в Новосибирске. У нас большие планы по открытию офиса на юге России. Возможно, это будет Ростов-на-Дону».

Кстати, творческая компания «Сирин» массовым производством не занимается. Она работает в традициях московской ювелирной школы, все изделия этого бренда уникальны. Мастера компании создают изысканные украшения, предметы интерьера и даже крупные скульптуры.

## В Магаданской области открылся завод по производству ювелирных изделий

Ювелирные изделия из золота и серебра будут производить в поселке Палатка Хасынского городского округа. «Благодаря открытию завода появились новые рабочие места, что очень важно для развития территории и ее жителей. С точки зрения экономики – это не просто добытое и проданное золото, а изделия, которые приобретают совершенно другую цену.



Безусловно, наши, колымские самородки будут привлекать достаточно большое количество покупателей», – отметил **Владимир ПЕЧЕНЬ, губернатор Магаданской области**.

Глава региона выразил надежду, что производство будет стремительно наращивать объемы изготавливаемой продукции и бренд «Золотая Колыма» как центр добычи золота станет еще более узнаваем. По словам **председателя совета директоров концерна «Арбат» Александра БАСАНСКОГО**, под эгидой которого запустилось производство, изделия с колымскими самородками пользуются спросом не только на территории региона, но и за его пределами. Активно украшения приобретают иностранцы и приезжие из центральной части России.



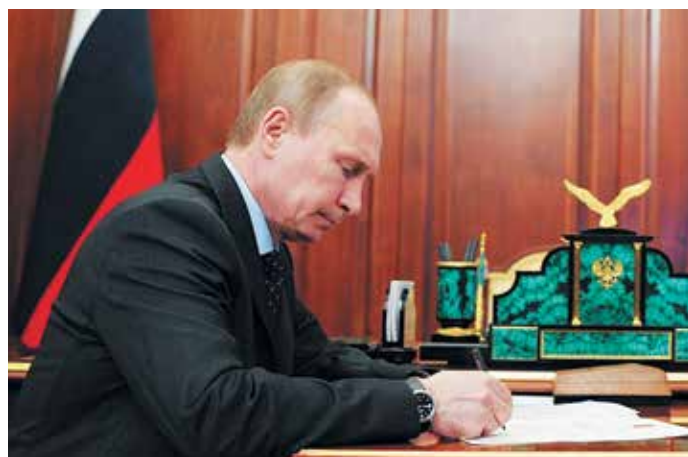
**Полный текст интервью с губернатором Магаданской области Владимиром ПЕЧЕНЬМ и председателем совета директоров концерна «Арбат» Александром БАСАНСКИМ читайте на нашем сайте [www.njt.ru](http://www.njt.ru)**



## Президент подписал закон об условиях покупки ювелирных изделий без паспорта

В конце 2015 года президент РФ Владимир ПУТИН подписал закон, освобождающий граждан от необходимости предъявлять паспорт при покупке ювелирных изделий на сумму до 40 тыс. рублей. Закон опубликован на официальном интернет-портале правовой информации.

Если покупка осуществляется с использованием персонализированных средств платежа, пороговая сумма увеличивается до 100 тыс. рублей. При этом в законе предусмотрено исключение для случаев, когда у продавца возникает подозрение, что операция осуществляется в целях легализации доходов, полученных преступным путем, или



финансирования терроризма. В этом случае может быть проведена идентификация клиента. Соответствующие изменения вносятся в Закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма».

## Bulgari открыл бутик на Красной площади

Итальянский ювелирный дом, мастер цветных драгоценных камней, Bulgari отпраздновал в середине декабря 2015 года открытие бутика в ГУМе, на Красной площади, в самом сердце Москвы. Здесь мир Bulgari открывается во всем своем многогранном великолепии – ювелирные украшения, часы, элегантные модные аксессуары. Специально к открытию компания выпустила лимитированную коллекцию часов, посвященных Москве. Первая из двух версий, Octo Solotempo, имеет индикаторы часов, минут, секунд и даты. Вторая, Octo Velocissimo, – более спортивная и технически сложная. Это хронограф, управляемый высокочастотным мануфактурным механизмом BVL 328 с кремниевым спуском. Корпус с черным покрытием DLC контрастирует с безелем и заводной коронкой из 18-каратного розового золота. На задней крышке из полупрозрачного сапфирового стекла изображен Кремль, выгравирована надпись Moscow, а также стоит порядковый номер. В каждой версии представлены всего по 10 экземпляров.



Торжественная церемония перерезания ленточки в цветущем итальянском саду, раскинувшимся на один вечер в пассаже ГУМа, сопровождалась праздничным коктейлем, который собрал прекрасных представителей российского кино- и телеэкрана, среди которых блистала российская посланница бренда актриса Светлана Ходченкова. В числе гостей были Дарья Мороз, Елена Подкаминская, Екатерина Вулиценко, Мирослава Дума, Ида Лоло, Александра Ребенко, Ксения Чилингарова, Наталья Туровникова, Наталья Бардо, Марина Ким, Анна Скиданова, Эвелина Хромченко, Мария Шумакова, Кристина Шаповалова, Анастасия Задорожная, Антон Беляев, Вячеслав Манучаров, Аврора, Дарья Субботина и другие фигуры российской dolce vita.

**Подробно обо всех этих и других  
интересных событиях 2015 года –  
читайте на страницах нашего  
журнала и на нашем сайте  
[www.njt.ru](http://www.njt.ru)**





## Сергей АВАКЯН стал меценатом года



Генеральный директор ювелирного завода «Адамант» и ювелирного дома «Россия», депутат Законодательного собрания Владимирской области **Сергей АВАКЯН** стал обладателем премии «Меценат года-2015». Награду победителю вручила заместитель министра культуры России Алла МАНИ-

**ЛОВА**. Торжественная церемония награждения прошла в середине декабря 2015 года в Мраморном зале Всероссийского этнографического музея в Санкт-Петербурге.

«Благодаря помощи **Сергея АВАКЯНА** во Владимирской области осуществлены многие масштабные культурные проекты, например, возрожден Танеевский музыкальный фестиваль с участием Валерия Гергиева, фестиваль «Владимир Спиваков приглашает...» и многое-многое другое», – рассказала **Алиса БИРЮКОВА**, заместитель директора департамента культуры администрации Владимирской области.



Учредителем премии является Министерство культуры РФ. Впервые всероссийское признание меценаты получили в 2014 году. Цель всероссийской акции «Меценат года» – активизировать благотворительную и спонсорскую деятельность предприятий, учреждений и организаций, а также физических лиц в области культуры и искусства в России.

## Ювелирные онлайн-магазины объединились в ассоциацию

25 августа 2015 года в здании ювелирного дома «Эстет» состоялось подписание протокола общего собрания учредителей Ассоциации ювелирных онлайн-магазинов, согласно которому были закреплены ключевые решения по организации деятельности нового объединения. В качестве учредителей ассоциации выступили генеральный директор ООО «Торговый дом «Эстет» Андрей ПАНФЕРОВ, генеральный директор ООО «Эстет» Елена ВОЛНОВА, генеральный директор ООО «Небо в алмазах» Ольга СУВОРОВА, генеральный директор ООО «Голд24.ру» Игорь ЧЕРНЯК, а также избранный на собрании президентом ассоциации **Никита ПОКЛАД**, занимающий пост руководителя отдела продаж ювелирного дома «Эстет».

В качестве почетного гостя на собрание был приглашен Гагик ГЕВОРКЯН, председатель совета Ассоциации «Гильдия ювелиров России». В своем приветственном слове он отметил, что «интернет-торговля уже давно стала нормой цивилизованного рынка. Ювелирные изделия

успешно продаются с интернет-площадок. Логично, что ведущим игрокам этого сегмента не обойтись без ассоциации, которая бы отстаивала их интересы на всех возможных уровнях. Ассоциация «Гильдия ювелиров России» будет всячески поддерживать подобные начинания, направленные на упорядочивание и развитие ювелирной отрасли Российской Федерации».

По словам **Никиты ПОКЛАДА**, ассоциация будет помогать развитию ювелирной торговли в интернет-пространстве, а также создавать новые тенденции ювелирной моды и возрождать славу ювелиров России.





## Благотворительный аукцион «Ювелиры – детям» состоялся в Костроме и собрал свыше 600 тысяч рублей для помощи детям

Благотворительный аукцион «Ювелиры – детям» провели Костромской областной фонд «Единение» и администрация региона. В аукционе, который проходит в Костроме в третий раз, приняли участие более 100 костромичей – бизнесмены, предприниматели, общественные деятели.

На аукцион были выставлены 23 лота – ювелирные изделия известных костромских компаний и авторские изделия костромских художников. Все изделия были предложены безвозмездно. Каждый лот был предназначен на сбор помощи конкретной семье, поэтому представление лота сопровождалось рассказом о том, кому именно пойдут вырученные средства от его продажи.

Всего на аукционе было собрано 612 тыс. рублей. Все средства будут переданы 23 семьям, проживающим в Костромской области, в которых воспитываются дети с инвалидностью. Аукцион «Ювелиры – детям» открыл проведение другой благотворительной акции – «Белый цветок», которая проходит во многих регионах России.



## SOKOLOV сделал героинями рекламы всех девушек в сети

В преддверии Нового года команда digital-агентства RTA и бренд ювелирных изделий SOKOLOV запустили рекламную кампанию, которая позволяет каждой девушке побыть музой, вдохновляющей кого-то на свершения. Любая зашедшая на сайт женщина может посмотреть индивидуальный ролик о создании персональной коллекции ювелирных изделий, посвященных именно ей. По словам авторов проекта, украшения подбираются на основе фотографий пользователей в социальных сетях. Для этого технология анализирует цветовые предпочтения и образ каждой девушки.

«В рамках разработки новогодней кампании перед нами стояла сложная задача – создать онлайн-проект, который позволит не только получить максимальный охват

целевой аудитории, но и вызовет у нее эмоциональный отклик, – рассказывает **Алексей КАРЕВ, руководитель отдела рекламы и PR компании SOKOLOV.** – Для рынка, на котором правят бал «рациональные» креативы с ценовыми предложениями, подобная постановка задачи была в новинку. С этим вызовом мы обратились к агентству RTA, команда которого с энтузиазмом взялась за проект. Результат нашей совместной работы стал действительно новым веянием на российском ювелирном рынке. Это в полной мере отражает философию компании SOKOLOV, ориентированную на максимальное внедрение инноваций во всех сферах деятельности компании».





## Объявляю вас мужем и... мужем: скандальная реклама Tiffany

Новая рекламная кампания ювелирного бренда **Tiffany&Co.**, представляющая современный взгляд на любовь и брак, вызвала бурную реакцию в прессе. Все дело в том, что одними из ее главных героев стали мужчины с нетрадиционной ориентацией. Руководство бренда **Tiffany&Co.** пошло на нестандартный ход и сняло в новой рекламной кампании однополую пару. На одном из снимков новой рекламной кампании **Tiffany&Co.** запечатлены двое молодых людей. Красноречивый слоган «Will You?» («Ты согласен?») и пара простых колец не оставляют шанса подумать, что отношения между ними чисто дружеские.

Новая кампания снималась в Нью-Йорке. В ней запечатлены пары на разных этапах отношений: некоторые из них – в момент принятия судьбоносного решения «это человек, с которым я хотел бы провести всю свою жизнь», другие – в день свадьбы. Основной посыл новой рекламы – любовь в современном мире не одномерна, она имеет мно-



жество форм и обликов. По словам представителей бренда, эти пары отражают весь спектр людей, которые приходят в **Tiffany** изо дня в день, чтобы найти то самое единственное кольцо, которое станет символом их чувств. Насколько уникальна каждая история любви, настолько уникально и разнообразие помолвочных и обручальных колец **Tiffany**.

## Смелая рекламная кампания от Elle Time & Jewelry: никакие драгоценности не могут затмить твою внутреннюю красоту

Агентство **IQ marketing** представило первую рекламную кампанию ювелирного бренда **Elle Time & Jewelry**. В рамках кампании креаторы разработали необычные принты, в основе концепции которых – сообщение девушкам видеть свою внутреннюю красоту и помнить, что никакие драгоценности не могут ее затмить. «Да, мы продвигаем украшения, сознательно уводя их на второй план, и очень рады, что клиентом была выбрана наша наиболее смелая концепция, – сказала **Анна МАКСИМЮК, руководитель креативной группы проекта.** – Кампания обращается к самодостаточным современным женщинам, стильным, но не жертвам моды, уверенным в себе, но не лишенным самоиронии. Уверены, такая аудитория оценит нашу серию провокационных сообщений».



В конечном счете цель кампании – создать веское обращение от бренда и напомнить девушкам, что именно их собственное чувство стиля, вкус и характер делают их действительно привлекательными. На каждом рекламном макете креаторы напоминают, что пришло «время быть собой».

В статье использованы материалы сайтов: [njt.ru](http://njt.ru), [interfax.ru](http://interfax.ru), [tv-mig.ru](http://tv-mig.ru), [starhit.ru](http://starhit.ru), [k1news.ru](http://k1news.ru), [sostav.ru](http://sostav.ru), [woman.ru](http://woman.ru).