



Роман Никонов: «Продаются не столько золото и бриллианты, сколько идеология и философия бренда»

«Кто такой Роман Никонов? Это сказки. Мы хотим наполнить волшебной сказкой жизнь наших покупателей, сделать ее продуктивной и счастливой», – скажет в беседе с «ЭГОИСТОМ» о себе и своих целях Роман Никонов, идейный вдохновитель бренда «Ювелирный дом ROMAN NIKONOV», основатель холдинга «NIKONOV Group».



Андрей НОВИКОВ,
главный редактор

Как сказка воплощается в жизнь, какие основные тренды на ювелирном рынке России, о «Школе часового мастерства» и фамильных мастерских, об этом и не только в нашем эксклюзивном интервью с Романом Владимировичем Никоновым.

Роман Владимирович, безусловно, сегодня вы один из самых заметных и ярких игроков на ювелирном рынке России. Не могли бы вы вкратце оценить текущее состояние российского ювелирного рынка и что здесь изменилось за последние годы?

Роман Никонов. Возьмем, на мой взгляд, основной показатель – выставки. Сегодня выставки наполнены участниками – российскими брендами. Уже этот факт говорит о том, что одни люди хотят творить, другие – купить. Если говорить об изменениях, то начиная с 2022 года по сегодняшний день они коснулись в первую очередь ценообразования и законодательства. Плюс ушли иностранные бренды, что дало хороший импульс для развития российских производителей. Говоря о ценообразовании, картина на сегодняшний день такая. Цены на драгоценные и

полудрагоценные камни выросли на 10%. Эксклюзивные камни при этом растут в геометрической прогрессии. На расходные материалы и инструменты цены выросли в 4 раза. Если говорить о золоте, то с начала 2022-го по 2025 год показатель роста фиксируется более чем в 2 раза и достигает отметки около 10 тысяч рублей с НДС.

В то же время с марта 2022 года участникам ювелирной отрасли пришлось быстро адаптироваться к «пристальному вниманию» со стороны регулятора – Федеральной пробирной палаты (ФПП), а также внедрять в существующие бизнес-процессы весьма сложную государственную интегрированную информационную систему в сфере контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота (ГИИС ДМДК). Все это требует штата специально подготовленных сотрудников. Многие участники ювелирной отрасли не справились с новыми требованиями, но мой бизнес полностью им соответствует, и наша профессиональная команда четко следит за всеми требованиями законодательства. Это действительно важно, поэтому я и обращаю в нашей беседе на это внимание.

В 2022 году вы презентовали бренд «Ювелирный дом ROMAN NIKONOV». Но начали вы в 2009-м с «Фамильных часовых мастерских Никонова» в Петербурге и с мультибрендового торгового дома Spblux по продаже и ремонту часов и аксессуаров класса «люкс». Скажите, пожалуйста, почему именно «фамильных» и как развивается Spblux сегодня? Почему потом решили уже полностью войти в ювелирный бизнес?

Р. Н. В том, уже далеком 2009 году мне исполнилось 25 лет, и я решил сделать серьезный шаг – зарегистрировать свой первый бренд – торговый дом Spblux. Действительно, мы начали с ремонта и обслуживания часов – кстати, самого сложного направления. Человек сдает в ремонт дорогие часы и ожидает, что после ремонта они будут служить еще не одному поколению. Назвать по своей фамилии «Фамильная часовая мастерская Никоновых» – это значит, что я отвечаю своим именем за сделанную работу, которая должна быть выполнена качественно, на профессиональном сертифицированном оборудовании и высококлассными мастерами. На сервис мы предоставляем уникальную гарантию: 2+2 года, при том, что даже на новые часы мало кто дает 2 года гарантии. 8 лет мы тестировали и усовер-

шенствовали технологию работы, через фамильные часовые мастерские Никоновых прошло более 1000 премиальных часов. Только пройдя этот долгий путь и накопив экспертизу, мы с уверенностью предоставляем такую эксклюзивную гарантию своим клиентам.

До 2020 года мы успели закупить в большом количестве швейцарское и немецкое профессиональное оборудование. Это известные бренды: Witschi, Elma, Bergeon, Horotek, на которых мы осуществляем сервис. Мы написали собственную программу обучения, которую внедрили в компании, открыли внутрикорпоративную «Школу часового мастерства», и сейчас у нас работают мастера самой высокой квалификации.

У нас в стране на сегодняшний день нет подобных фамильных мастерских. Был Торговый дом «Павель Буре» на Невском проспекте, история которого началась еще в 1815 году. Часовая фабрика была поставщиком Высочайшего Двора. К сожалению, закрылась. Мне очень импонирует идея фамильных мастерских. Буду продолжать дело Никоновых. У меня три дочки, собираюсь передавать им все по наследству, буду лично следить, чтобы дело развивалось. Сегодня Nikonov Group полностью закрывает все услуги, которые только можно оказать в премиальном часовом и ювелирном сегменте.

Я всегда хотел сделать свои собственные часы и ювелирные коллекции. С конца 2021 года я принял решение сосредоточиться на ювелирном направлении. И уже в 2022 году мы запустили производство и построили двухэтажный магазин на Большой Конюшенной, рядом с ДЛТ, для официальных контрактов с марками. Теперь это наш флагманский бутик Spblux, где эксклюзивно представлен в полном объеме ювелирный бренд Roman Nikonov. А уже в 2025 году мы выпустили более 300 моделей ювелирных украшений нашего бренда и даже первые часы «Цветик-семицветик». По всем известной сказке:



«Морозная» коллекция
«Кащеева игла». «Ювелирный дом
ROMAN NIKONOV»
| ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА «NIKONOV GROUP»



Коллекция «Цветик-семицветик»: кольцо, подвеска, часы.
«Ювелирный дом ROMAN NIKONOV» | ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА «NIKONOV GROUP»

«Лети, лети, лепесток через запад, на восток, через север, через юг, возвращайся, сделав круг...» (В. П. Катаев. – *Прим. авт.*) На их разработку ушло больше года.

Вообще, каждый год для нас особенный. Мы задаем тренд на ювелирном рынке, предлагаем эксклюзивные украшения и новинки. Мы поддерживаем вектор развития страны, следуя посланиям президента. Как вы знаете, прошедший 2024 год в России был объявлен Годом семьи и семейных ценностей. Мы сделали детскую коллекцию в ювелирном доме. Наступивший 2025 год Владимир Владимирович объявил Годом защитника Отечества и 80-летия Победы в Великой Отечественной войне. Мы уже завершаем создание тематической коллекции. Это будут наручные часы и монеты, посвященные победам России. Сейчас я по вполне понятным причинам коммерческого характера не буду что-то конкретизировать. Скоро все увидите сами.

Роман, скажите, пожалуйста, в чем, если можно так сказать, философия изделий Roman Nikonov? Есть ли какая-то отличительная черта изделий бренда, позволяющая нам отличить это изделие от других? И как возникла идея «Сказки», которая стала уже буквально символом бренда ROMAN NIKONOV?

Р. Н. Много лет занимаясь брендовыми украшениями, я понял, что не хватает в каждом из них. Мало кто понимает, но на самом деле... продаются не столько золото и бриллианты, сколько идеология и философия бренда. С конца 2021 года на протяжении шести месяцев мы изучали царские, имперские семьи – Романовы, Бестужевы, Голицыны, Юсуповы... Мы долго искали то самое сокровенное, по-настоящему понятное именно русскому человеку. Потому что у русского человека свой особенный дух, менталитет, понимание, свой взгляд на многие вещи. Как я уже сказал, изучали, как жили, на что тратили (знакомились с

расходными книгами), как отдыхали, какие игрушки были у детей, как оформлены детские комнаты. И через детей вышли на тему сказок. Мы же все росли на сказках. У нас уже у многих есть дети, у детей есть свои дети. И сказки – это неотъемлемая часть с самого рождения русского человека. Это отличное пособие не только для детей, но и для взрослых.

Основная идея и философия бренда заключаются в погружении в безграничное счастье, в детство, куда приводят мечты и где исполняются желания. Помните, какими мы были счастливыми и беззаботными в детстве, смело мечтали, строили планы, безоговорочно верили в силу загаданного желания и в волшебство? Как мы мальчишками носились по двору с мечом и спасали мир, на скаку срубая голову Змею Горынычу? Или как девочки наряжались в принцесс и мечтали попасть на бал и встретить царевича на белом коне? Ювелирный бренд Roman Nikonov создает премиальные украшения по мотивам добрых русских сказок.

В каждом изделии свой волшебный символ: исполнение желаний, счастье, любовь, удача, процветание, здоровье, сила победы и многие другие.

Я хочу, чтобы наш бренд всегда ассоциировался со сказками. Кто такой Роман Никонов? А-а-а, это сказки. Понимаете? Мы хотим наполнить волшебной сказкой жизнь наших покупателей, сделать ее продуктивной и счастливой. Наши украшения дают такую возможность.

Считаю, что мы поймали щуку за хвост. Далее надо было найти самого волшебного персонажа. Конечно, это щука. Что первое вспоминаешь, когда говоришь про сказки? Щуку. Какой самый главный символ – счастье и исполнение желаний. Все просто: «По щучьему велению, по моему хотению». И наш логотип – это, конечно, щука в короне.



Коллекция «По щучьему велению». «Ювелирный дом ROMAN NIKONOV»
| ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА «NIKONOV GROUP»

Сказки – это и есть отличительная особенность бренда. Никто в мире не прокачал тему сказок в ювелирных украшениях. Кто-то сделал рыбку, кто-то снежинку. Мы создали целые коллекции по мотивам русских сказок. Это и «Царевна-лягушка», и «По щучьему велению», и «Кашеява игла», и «Царевна-лебедь», и «Цветик-семицветик» и многие другие. У нас есть коллекция «Сказочный лес», где можно найти пчелу-труженицу и целебный мед, и волшебные ягоды и грибы. Ну никто этого не сделал!

Каждое изделие создано лично мной. Художник нарисовал, 3D-модельер построил модель, технолог и эталонщик следят за правильным построением модели, далее идет этап тестирования изделия на воске в металле, на финальном этапе подключаются закрепщики и монтировщики. Это очень сложный технологический процесс, который повторяется снова и снова, если на каком-то из этапов выявлена ошибка. Каждое изделие мы сразу патентуем, потому что оно ни на что не похоже, и если кто-то видит воплощение в украшении сказочного персонажа или сказочные мотивы, он понимает: это Roman Nikonov.

Немного подробнее о сказках и «Сказке» как коллекции.

Р. Н. Мы создали несколько волшебных коллекций: «Сказки», «Морозные сказки», «Сказочный лес», «Детская», «Мужская», «Серебряная», «Классическая», «Свадебная», «Помолвка» и «Высокое ювелирное искусство».

Одна из флагманских коллекций – это «Лесные ягоды», наши любимые русские ягоды из Сказочного леса: Ежевика, Малина, Морошка, Голубика.

Коллекция «Морозные сказки» – это наша уникальная разработка: изделия выполнены по специальной технологии

нанесения фактуры frosted. Ручная специальная обработка металла, которая придает изделию мерцание, как будто оно усыпано бриллиантами. Все изделия изготавливаются одним мастером вручную, и второго похожего вы не встретите.

Отдельно хочется рассказать о нашей классической романтической коллекции. У многих иностранных ювелирных домов есть украшения с «символами любви», но почему-то ни один российский ювелирный бренд не придумал наш, понятный русскому человеку символ.

Символы любви? Что вы имеете в виду?

Р. Н. Есть, допустим, известный бренд Cartier, который представляет коллекцию Love. Есть американский бренд Tiffany, он сделал «Узел любви». И вы только вдумайтесь: русские женщины носят украшения с символами любви иностранных домов. Команда ювелирного дома Roman Nikonov решила исправить эту ситуацию. Изучая и исследуя историю России, мы искали ис-

конно русский глубокий символ, который сможет стать талисманом любви и преданности для любимых на все времена в нашей стране. Нашелся такой символ в документах императрицы Екатерины Великой. Она использовала печать с изображением «узла любви» для частной корреспонденции. Ювелирный дом воссоздал его. Сегодня коллекция пользуется высоким спросом.

Ювелирный дом «Роман Никонов» в прошлом году участвовал в федеральном конкурсе «Дизайн молодых» с проектом «Лаборатории Петербургского стиля». Можете немного рассказать об этом конкурсе и непосредственно о вашем проекте на этом конкурсе?

Р. Н. Да, я люблю эту историю. Мы много участвуем в хороших делах. В нашей отрасли, как и по часовым мастерским, тенденция такова: у нас старшее поколение на производстве обучает более молодое. Других вариантов нет. Я люблю стажеров, люблю поддерживать молодое поколение, отбирать людей на разных площадках, давать им возможность проявить себя, вдохновиться нашими сказками и прийти к нам работать. Это очень важно. «Дизайн молодых» – замечательный конкурс, талантливая молодежь. Кстати говоря, там не было ни одного мальчишки! На этом конкурсе была одна замечательная победительница, которая была приглашена в нашу команду. Мы с ней сейчас, кстати, отрисовали «Волшебный цветок». Очень серьезное, сложное изделие. И скоро у нас будет новая сказочная одноименная коллекция.

В прошедшем 2024 году у вас состоялось множество коллабораций: с рестораном «Блок», поддерживали клип Татьяны Булановой и группы ТНЛ51 «Тебя люблю». Каковы ваши ожидания от такого сотрудничества?



Коллекция «Ежевика». «Ювелирный дом ROMAN NIKONOV»
| ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА «NIKONOV GROUP»

Р. Н. Очень приятно видеть все больше и больше людей, которые говорят: «Какая интересная у вас философия, давайте сделаем что-то волшебное и сказочное вместе». И наши двери открываются просто автоматически. А это значит, что в нашей стране есть те, кто понимает и ценит наши символы.

Главный финал – это счастье, исполнение желаний. К нам также приходят разные влиятельные, медийные, известные люди, которые хотят дотронуться до сказки, предлагают идеи, совместные проекты. Эмоции и результат потрясающие у обеих сторон. Причем все эти коллаборации построены, как правило, не на коммерческой основе.

Вот это самая главная ценность. Когда к нам обращаются партнеры с просьбой о поддержке, мы предлагаем найти что-то общее, ценное и сделать, так, чтобы было приятно каждой стороне и клиентам. И, как правило, рождаются уникальные коллаборации. Как с известными ресторанами и именитыми рестораторами, премиальными сетями отелей, государственными и правительственными структурами. Среди наших друзей и партнеров – известные деятели искусства, культуры, науки, образования и спорта, чьи проекты мы с радостью поддерживаем: Дмитрий Маликов, и Ирина Оганова, Митя Фомин, Татьяна Буланова, Оксана Фёдорова и другие. В том числе мы поддерживаем социальные и благотворительные фонды, осуществляя совместные добрые инициативы. Мы вдохновляем друг друга общими ценностями, взглядами, философией.

На данный момент «Ювелирный дом Роман Никонов» представлен в Санкт-Петербурге, Москве и Краснодаре. Есть ли планы продолжить экспансию в регионы России или, может быть, думаете о Дубае, например?

Никто в мире не прокачал тему сказок в ювелирных украшениях. Кто-то сделал матрешку. Кто-то сделал снежинку. Мы создали целые коллекции по мотивам русских сказок

Р. Н. Однозначно Россия. Сегодня у нас пять бутиков – один в Санкт-Петербурге, два в Москве и два в Краснодаре. Мы стремимся в регионы. Есть такие задачи.

Вы будете открывать свои собственные магазины или по франшизе?

Р. Н. О франшизе я думал. Но я такой человек – педант и перфекционист. Это хорошее слово? (Смеется.) Как вы понимаете, мне часто задают этот вопрос. Как я говорил ранее, каждое украшение придумываю я, и только потом оно начинает прорисовываться, прорабатываться и так далее.



Бутик «Ювелирный дом ROMAN NIKONOV», Санкт-Петербург. Интерьер зала
| ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА «NIKONOV GROUP»

вываться, прорабатываться и так далее. После выхода с производства я лично проверяю его перед выкладкой на витрину. Есть у меня три ОКК, три отдела контроля качества. Но четвертый все равно я сам. Я возьму лупу, надену перчатку и своим глазом посмотрю на это украшение.

Мы продаем ювелирные украшения в бутике, декорированном под сказочный лес. Я знаю, что правильно оформить такой бутик – это очень сложно. И вот предприниматель, который, купив франшизу, скажет: «Я все сделаю как у вас». Но на деле, не поставит нужный свет, не будет

Роман, я знаю, что в ювелирном бизнесе распространено, скажем, не «своровать изделие», но взять за основу чье-то изделие, чью-то идею и сделать что-то похожее.

Р. Н. Вы подняли хорошую тему. Ювелирная выставка JUNWEX проходит и в Москве и в Петербурге. Посетив выставку, я увидел, что почти 90% компаний-производителей копируют «заморских» ребят. Делают это хорошо и качественно, чем очень гордятся. И они, видимо, успешно продают эти копии, а ввиду отсутствия иностранных брендов вопросов с нарушением закона об авторских правах у них, наверное, нет. Пока, во всяком случае.

Вас копируют уже?

Р. Н. Пробуют. Это отдельная тема, но заранее скажу, что я однозначно этому рад. Но у тех, кто подделывает, есть проблема. Мы все изделия делаем вручную, поэтому их мало, они эксклюзивные, редкие и красивые. Есть клиенты, которые хотят купить прямо сейчас и не готовы ждать, если изделия нет в наличии. Кто-то так прямо и говорит: «Тогда я закажу копию у своего ювелира». Это очень круто! Ведь нам всего два года, третий пошел, а уже такой успех. Мы к такой ситуации по-доброму относимся. Ведь у сказок не может быть конкуренции. Мы идем своей сказочной дорогой и с пониманием смотрим на все, что происходит вокруг. ■