

Zwiastun

MAGAZYN TARGÓW JUBINALE

Trendy i nowości

Podczas targów JUBINALE Poznań



www.jubinale.com

Porady eksperta

Po co nam raporty badań gemmologicznych

Rynek metali szlachetnych pod lupą

Co napędza ceny i czego się spodziewać

*Biżuteria
z kolekcji firmy
Kar-Gold
stoisko
H.04*

*Wiosna
Lato
2026*

jubinale
POZNAŃ



28.02.2026 - 02.03.2026

Miejsce targów: Międzynarodowe Targi Poznańskie

Pawilon PCC (Poznań Congress Center), ul. Głogowska 14, Poznań, Poland

Tak było ... JUBINALE Poznań '25



Szanowni Państwo,

z wielką przyjemnością zapraszam na 3. edycję JUBINALE Poznań – targów, które w tak krótkim czasie zyskały wyjątkowe miejsce w kalendarzu branży jubilerskiej. To nie tylko okazja do zobaczenia najnowszych kolekcji, ale przede wszystkim przestrzeń, w której spotykają się ludzie tworzący naszą branżę – kupcy, projektanci i wystawcy – by wymieniać doświadczenia, nawiązywać kontakty i odkrywać nowe możliwości współpracy.

Choć liczba wystawców w Poznaniu jest ograniczona przez wielkość hali, każda edycja rośnie

w jakości. Dbamy o to, by każdy uczestnik czuł się tu komfortowo: przestrzeń targowa sprzyja rozmowom, strefy odpoczynku pozwalają złapać oddech w trakcie intensywnego dnia, a nasz zespół jest obecny na każdym kroku, by wspierać Państwa w realizacji planów biznesowych. To właśnie dzięki temu kupcy i wystawcy doceniają JUBINALE – za funkcjonalność, możliwość długich, spokojnych rozmów i realne efekty biznesowych spotkań.

Tegoroczna edycja potwierdza, że obrana przez nas droga jest słuszna. Kameralna, profesjonalna formuła sprawia, że każdy uczestnik może w pełni wykorzystać czas targów, a marka JUBINALE konsekwentnie umacnia swoją pozycję jako wydarzenie, w którym tradycja jubilerska spotyka się z nowoczesnymi trendami i inspiracjami. Obserwujemy rosnące zainteresowanie kupców – w poprzedniej edycji liczba odwiedzających wzrosła o 30% – co jest dla nas dowodem, że nasze starania mają sens i naprawdę przynoszą wymierne korzyści branży.

Jestem przekonany, że tegoroczna edycja JUBINALE Poznań przyniesie Państwu nie tylko wgląd w najciekawsze produkty i trendy, ale przede wszystkim nowe, wartościowe kontakty biznesowe, które mogą wspierać rozwój Państwa firmy. Czekamy na Państwa w Poznaniu – razem stwórzmy miejsce, które inspirować, łączyć i realnie wspierać branżę jubilerską.

Andrzej Sadowski, dyrektor targów JUBINALE

JUBINALE Poznań, 28 luty – 2 marca 2026

Międzynarodowe Targi Poznańskie (MTP) pawilon Poznań Congress Center (PCC)
ul. Głogowska 14, Poznań

Wstęp bezpłatny.

Prosimy o uprzednią rejestrację na www.e.jubinale.com lub na miejscu.

Jak podejmować lepsze decyzje zakupowe na targach jubilerskich?

Zapraszam Państwa do lektury cyklu artykułów poświęconych temu tematowi. Powstały one w oparciu o moje ponad 27-letnie doświadczenie w branży jubilerskiej w Polsce – jako menedżera targów JUBINALE przez 19 lat, wydawcy PB Katalogu przez 27 lat oraz właściciela studia fotograficznego PB-Studio.pl od 1999 roku.



W tym cyklu dzielę się z Państwem spostrzeżeniami wynikającymi z rozmów z wystawcami i kupcami, a także z obserwacji powtarzających się schematów podejmowania decyzji, które realnie wpływają na sukces – lub porażkę – sklepów jubilerskich. Mam nadzieję, że moje spojrzenie „z boku, ale bardzo blisko” pomoże Państwu znaleźć inspirację, przemyśleć strategię zakupowe i wprowadzić pozytywne zmiany w codziennej pracy.

Prowadzisz sklep? Oto powody, by odwiedzić targi branżowe

Nie masz czasu? To zrozumiałe

Od lat słyszę od właścicieli sklepów jubilerskich to samo: „Nie mam czasu na targi, to strata energii, wszystko mogę zamówić online, handlowiec i tak przyjedzie do sklepu.” I trudno się temu dziwić. Prowadzenie sklepu to codzienna walka z czasem – klienci, dostawy, personel, papiery. Każdy wyjazd oznacza wyrwę w grafiku i ryzyko, że „nie będzie się to opłacać”.

Czego nie da się zrobić online

Jest wiele spraw, których nie da się załatwić mailem, oglądając PDF czy katalog. Na ekranie nie da się naprawdę ocenić jakości biżuterii. Waga, proporcje, wykończenie, to jak kamień „pracuje” w świetle – wszystko widać dopiero na żywo. Podobnie jest z rozmową. W sklepie często towarzyszy jej presja: ograniczony czas, gotowa oferta, argument „musimy się szybko zdecydować”. Na targach tej presji nie ma. Można



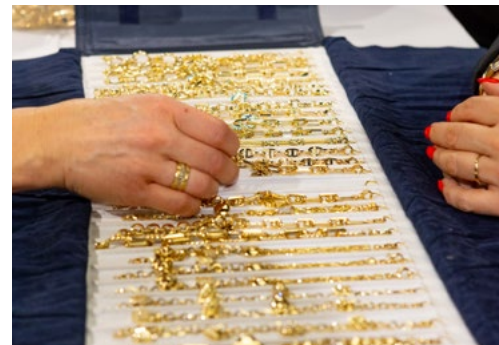
spokojnie porównać ofertę kilku dostawców, zyskać czas na przemyślenia i wrócić do stoiska następnego dnia, by porozmawiać bez pośpiechu.

Swoboda decyzji i negocjacji

Targi dają prawdziwą swobodę decyzji i negocjacji. To kupiec wybiera moment rozmowy, warunki i kierunek współpracy. Bardzo często można porozmawiać bezpośrednio z właścicielem firmy, a nie tylko z przedstawicielem handlowym. To zupełnie inna rozmowa – bardziej partnerska, bardziej szczerą.

Wycucie trendów

Jest jeszcze coś, czego nie da się „kliknąć” online: wycucie trendów. Na targach widzisz, w którą stronę branża podąża i jakie są trendy w modzie. Zyskujesz mocne argumenty do podjęcia decyzji zakupowych – jeszcze zanim dany styl trafi do masowej oferty. W ten sposób zyskujesz przewagę nad swoją konkurencją. To na targach rodzą się decyzje, które później procentują przez cały sezon.



Targi targom nierówne

Oczywiście są targi-molochy, gdzie po kilku godzinach człowiek jest bardziej zmęczony niż mądrzejszy. Setki stoisk, hałas, chaos. Ale są też kameralne targi B2B, gdzie spotkania są spokojne, konkretne i naprawdę biznesowe. Sam zdecydujesz, które targi wybierzesz – gdzie pojedziesz po jakość, relacje, doświadczenie i cenne inspiracje.



Efekt targów w praktyce

Wiele razy słyszałem, że dopiero po targach właściciele sklepów uświadamiali sobie, jak bardzo codzienne decyzje zakupowe były podejmowane pod presją wizyt handlowców. Znam sklepy, które po jednym takim wyjeździe całkowicie zmieniły mix dostawców: mniej firm, ale lepiej dobranych; mniej przypadkowych kolekcji, ale więcej spójności. Efekt? Sprzedaż ruszyła, bo oferta wreszcie zaczęła się wyróżniać.

Podsumowanie

Jeśli prowadzisz sklep i choć raz miałeś poczucie, że kręcisz się w kółko z tą samą ofertą, a klientów nie przybywa, przyjedź na targi. One są właśnie po to, by zyskać nową perspektywę i bardziej świadomie podejmować decyzje.

Andrzej Sadowski, dyrektor targów JUBINALE

Kolejne artykuły z cyklu będą publikowane w następnych wydaniach Zwiastuna JUBINALE.

„Perła JUBINALE” Najlepsza biżuteria zasługuje na uwagę

Od początku działalności targów JUBINALE stawiamy na integrację branży jubilerskiej – na spotkania, rozmowy, wymianę inspiracji i wzajemne docenianie tego, co najlepsze. Z tej idei naturalnie narodził się pomysł plebiscytu Perła JUBINALE, który z dumą przedstawiamy Państwu po raz pierwszy na targach w Poznaniu. To inicjatywa, w której głos oddajemy publiczności i wspólnie wybieramy to, co w jubilerstwie najbardziej zachwyca.

Perła „JUBINALE” - idea i założenia

„Perła JUBINALE” to wyróżnienie dla najatrakcyjniejszej biżuterii prezentowanej na targach – tej najładniejszej, najciekawszej, najlepiej zaprojektowanej lub po prostu robiącej największe wrażenie. Inicjatywa ta ma na celu podkreślenie różnorodności i wysokiego poziomu oferty wystawców, a jednocześnie tworzy przestrzeń do integracji i zdrowej rywalizacji. O tym, które produkty zasługują na tytuł „Perły JUBINALE”, zdecyduje głosowanie uczestników targów – zapraszamy Państwa do wytypowania swoich faworytów.

Jak i gdzie głosować?

Zgłoszone do plebiscytu eksponaty będzie można oceniać pierwszego i drugiego dnia targów JUBINALE Poznań, czyli 28 lutego oraz 1 marca 2026 roku, w godzinach 10:30 - 17:30 w strefie relaksu znajdującej się po prawej stronie hali. Na osoby które oddadzą głos czeka słodka niespodzianka.

Z myślą o przyszłości

Plebiscyt Perła JUBINALE nie jest jednorazową inicjatywą. Planujemy jego kontynuację podczas kolejnych edycji targów, budując w ten sposób długofalową strategię promocji najlepszych wyrobów jubilerskich. Trzy eksponaty, które zdobędą najwięcej głosów, prezentowane będą podczas kolejnych targów oraz w mediach społecznościowych JUBINALE, zyskując dodatkową widoczność w branży.

Wszystkie „Perły” w rocznym podsumowaniu

Z kolei wszystkie dziewięć wyróżnionych produktów z całego roku pojawi się w specjalnym podsumowaniu rocznym opublikowanym w PB Katalogu, stanowiąc trwały zapis kreatywności, jakości i trendów wyznaczanych przez wystawców JUBINALE.

Bo najlepsza biżuteria zasługuje na uwagę – a najlepsze decyzje rodzą się we wspólnocie.



Statuetki dla laureatów plebiscytu



Argentum Biżuteria
stoisko E.02

Jubilex
stoisko L.08



Bocheński Jewellery
stoisko G.03



KiM-art
stoisko J.03



FJ Miraż
stoisko H.09



Gese
stoisko J.02



Robis
stoisko K.05



Silvertus
stoisko E.07



Stefanek
stoisko H.06



Silit Group
stoisko D.08



Sovrani Poland
stoisko H.07

Luksus w Polsce – biżuteria i zegarki na fali wzrostu

Polski rynek dóbr luksusowych rośnie w imponującym tempie. W 2024 roku jego wartość osiągnęła 55,6 mld zł, co oznacza wzrost o 24,6% w porównaniu z rokiem poprzednim. To rekord, zwłaszcza że globalny rynek luksusu w tym czasie hamował. Polska wyróżnia się odpornością, a biżuteria i zegarki zyskują coraz większe znaczenie jako produkty stylowe, trwałe i wartościowe.

301CARATS GROUP
stoisko J.07



Dlaczego biżuteria i zegarki?

- udział w rynku: ok. 7%, ale rośnie dynamicznie,
- rosnąca grupa klientów: liczba osób zarabiających powyżej 120 000 zł w 2023 r. wzrosła o 34%,
- trendy zakupowe: klienci szukają jakości, autentyczności i historii produktu.

Biżuteria i zegarki idealnie odpowiadają na te oczekiwania. Coraz częściej wybierane są produkty łączące tradycyjne rzemiosło z nowoczesnym designem – unikatowe formy, kamienie naturalne, precyzyjnie wykonane mechanizmy zegarków. To segment, który łączy elegancję z indywidualnym stylem i inwestycją na lata.

Mocne strony polskiego rynku

- stabilny wzrost mimo globalnego spowolnienia,
- rosnąca klasa średnia i bogaci konsumenci,
- niski poziom nasycenia rynku w porównaniu z Zachodem – przestrzeń do rozwoju,
- doświadczenie i personalizacja – klienci oczekują wyjątkowej obsługi i produktów z duszą.

Szanse i perspektywy

Eksperti KPMG przewidują, że rynek luksusowy w Polsce będzie nadal rość:

- 2025 r.: +7,7%,
- 2026 r.: +6,4%,
- średnia roczna dynamika do 2030 r.: 6–7%.

Dla branży jubilerskiej i zegarmistrzowskiej to znak, że warto:

- rozwijać ofertę unikatowych produktów,
- inwestować w doświadczenie klienta,
- edukować kupujących i budować lojalność marki.

Polski rynek dóbr luksusowych rośnie stabilnie, przyciągając nowe marki i inwestycje. Segment luksusu doświadczeń rozwija się ponad 9% rocznie, rośnie też społeczność świadomych i wymagających konsumentów. Wzrost napędzają zamożni klienci oraz rozwijająca się klasa średnia, coraz chętniej sięgająca po luksus, co tworzy atrakcyjne perspektywy dla branży jubilerskiej.

Źródło:

KPMG „Luxury in the Midst of Change 2025”

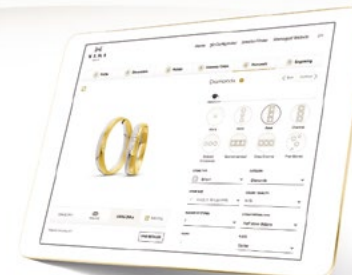


Zapraszamy do odwiedzenia stoiska WAMA GOLD podczas targów **JUBINALE Poznań** w dniach **28.02 – 02.03.2026** - stoiska **F.04** oraz **E.04**, gdzie zaprezentujemy nasze kolekcje oraz ofertę rafinacji i sprzedaży złota. To doskonała okazja do rozmów biznesowych i poznania partnera, który od lat wyznacza standardy w branży jubilerskiej.

Do zobaczenia na JUBINALE!



Szczególnym wyróżnikiem firmy są zaawansowane konfiguratory zamówień, w tym **konfigurator 3D** umożliwiający pełną personalizację obrączek oraz natychmiastową wycenę.



wamagold.com

WAMA GOLD 30 lat doskonałości w tworzeniu obráczek ślubnych.

WAMA GOLD to polski producent obrączek ślubnych, którego historia opiera się na pasji do złotnictwa, doświadczeniu i nowoczesnej technologii. Od ponad 30 lat firma z powodzeniem łączy rzemieślniczą precyzję z innowacyjnymi rozwiązaniami, zdobywając zaufanie klientów w Polsce i za granicą.

Cała produkcja odbywa się w Polsce, pod pełną kontrolą jakości. Dwa nowoczesne parki maszynowe Benzinger oraz niemal 100-osobowy zespół specjalistów gwarantują powtarzalność, terminowość i najwyższy standard wykonania.

WAMA GOLD oferuje **bezszwowe obrączki ślubne ze złota prób 333, 375, 585 i 750**, w szerokiej gamie kolorów i stylów – od klasycznych po prestiżowe, także z diamentami naturalnymi i laboratoryjnymi.

Rynek metali szlachetnych pod lupą: co napędza ceny i czego spodziewać się dalej

Miniony rok przyniósł wyjątkowo dynamiczne zmiany na rynku metali szlachetnych. W dużej mierze były one efektem sytuacji geopolitycznej, zwłaszcza zmian w polityce Stanów Zjednoczonych po styczniowej zmianie prezydenta. Zapowiadane przez Donalda Trumpa rewolucyjne podejście do handlu międzynarodowego, wprowadzanie ceł oraz roszczenia terytorialne wywołały ogromną niepewność. Polityka największego światowego mocarstwa stała się trudna do przewidzenia, a rynki finansowe szybko to odczuły.

Ceny w górę – skala, jakiej dawno nie było

Skutki tej niepewności widać wyraźnie w notowaniach metali szlachetnych. W 2025 roku ceny złota wzrosły o ponad 60%, srebra o blisko 150%, a platyny o niemal 130%. Tak dynamiczne zmiany zwróciły uwagę całego rynku i potwierdziły, że metale szlachetne znów znalazły się w centrum zainteresowania inwestorów.



Popyt ma znaczenie, ale to nie wszystko

Wzrosty cen mają swoje podstawy w realnym popycie. Złoto kupowane jest przez instytucje finansowe i banki centralne, które zwiększają jego udział w rezerwach walutowych – wśród nich jest także Narodowy Bank Polski. W przypadku srebra ważną rolę odgrywają centra danych, elektryfikacja motoryzacji oraz ograniczenia eksportowe nakładane przez Chiny. Podobne czynniki wpływają na rynek platyny. Jednak sama gra popytu i podaży nie tłumaczy tak dużej skali wzrostów.



Argentum Biżuteria
stoisko E.02



Gese
stoisko J.02



Wama Gold
stoisko F.04

Bezpieczna przystań w niepewnych czasach

Kluczowe znaczenie ma dziś postrzeganie metali szlachetnych jako „bezpiecznego schronienia”. W świecie, w którym sytuacja geopolityczna zmienia się bardzo szybko i jest trudna do przewidzenia, kapitał finansowy odpływa właśnie w stronę złota, srebra i platyny.



Bassano Collection Poland
stoisko F.05

Co dalej? Prognozy ekspertów

Analitycy zakładają, że jeśli obecna polityczna nieprzewidywalność się utrzyma, ceny metali szlachetnych pozostaną wysokie. Jednocześnie po bardzo dynamicznych wzrostach z końca roku nawet optymistycznie nastawione banki inwestycyjne spodziewają się już raczej niewielkich dalszych zwyżek. Przykładem jest prognoza JP Morgan, która zakłada cenę złota na poziomie 5055 USD za uncję na koniec 2026 roku. Coraz częściej prognozy cenowe formułowane są



FJ Miraż
stoisko H.09

w szerokich przedziałach, co pokazuje, jak ostrożnie analitycy podchodzą do rynku kruszców. Dobrym uzasadnieniem tej zachowawczości był pik cenowy z końca stycznia 2026 roku, po którym w ciągu dwóch dni złoto zanotowało korektę na poziomie około 12%, a srebro – ponad 25%.

Czynniki, które mogą zmienić trend

Eksperti wskazują także możliwe scenariusze, które mogłyby odwrócić trend. Normalizacja amerykańskiej polityki handlowej lub pokój na Ukrainie to tzw. „czarne łabędzie” – mało prawdopodobne, ale istotne wydarzenia, które mogłyby doprowadzić do wyraźnych spadków cen metali szlachetnych. Na dziś jednak rynek zakłada, że niepewność pozostanie z nami na dłużej.



Brykon
stoisko B.03

Alternatywy materiałowe w obliczu wysokich cen metali szlachetnych

Utrzymujące się bardzo wysokie ceny złota i srebra coraz silniej wpływają na decyzje produkcyjne w branży jubilerskiej. Proces poszukiwania alternatywnych materiałów widoczny był już w ubiegłym roku – wraz ze stopniowym wzrostem notowań metali szlachetnych na rynku zaczęły pojawiać się kolekcje m.in. z mosiądzu. Obecnie zjawisko to wyraźnie przybiera na sile – ceny surowców osiągają poziomy nienotowane wcześniej, co wymusza rewizję strategii materiałowych i cenowych.

Presja cenowa a oczekiwania rynku

Rosnące koszty surowców zwiększają ryzyko ograniczenia popytu, dlatego firmy jubilerskie coraz częściej poszukują rozwiązań pozwalających utrzymać konkurencyjność oferty bez znaczącego wzrostu cen detalicznych. Kluczowym wyzwaniem staje się pogodzenie kontroli kosztów z oczekiwaniami klientów w zakresie jakości, trwałości i estetyki. Cena w wielu segmentach rynku staje się czynnikiem decydującym o zakupie.

Yvon
stoisko F.08



Yvon
stoisko F.08

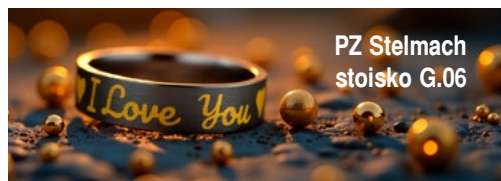


Sprawdzone i nowe materiały alternatywne

Wśród stosowanych rozwiązań ważne miejsce zajmuje stal szlachetna – materiał dobrze znany, odporny i stabilny kosztowo. Równolegle branża sięga po mosiądz, miedź i brąz, które ponownie znajdują zastosowanie w kolekcjach komercyjnych. Coraz częściej analizowane są również stopy srebra o obniżonej zawartości metalu szlachetnego, umożliwiające ograniczenie kosztów przy zachowaniu znanych technologii obróbki. Producenci sięgają także po tantal, który zyskuje zainteresowanie jako materiał premium w segmencie biżuterii nowoczesnej i technicznej, szczególnie tam, gdzie liczy się trwałość i odmienność materiałowa.

Testowanie rynku i trwałe zmiany

Producenci i sprzedawcy uważnie obserwują rynek, analizują działania konkurencji i testują nowe rozwiązania materiałowe, badając poziom akceptacji klientów. Choć utrzymanie wysokiej jakości przy ograniczaniu kosztów pozostaje wyzwaniem, nic nie wskazuje na szybki spadek cen złota i srebra. Oznacza to, że obecnie wdrażane alternatywy materiałowe staną się trwałym elementem oferty jubilerskiej, podlegając dalszemu rozwojowi i doskonaleniu.



PZ Stelmach
stoisko G.06



Sprawdź Najnowszą Kolekcję na stoisku J.07



Jakość zamiast promocji. Jak budować ofertę jubilerską w czasach drogich kruszców

W okresach spowolnienia gospodarczego naturalną reakcją rynku jest sięganie po promocje cenowe. Jednak dla sklepów jubilerskich taka strategia rzadko bywa długofalowo skuteczna. Klient, który świadomie odwiedza salon jubilerski, oczekuje wartości, wiedzy i poczucia bezpieczeństwa zakupowego. Liczy na doświadczenie sprzedawcy, inspirację i produkty, które będą nie tylko piękne, ale też trwałe.



Wama Gold
stoisko F.04

Wysokie ceny kruszców nie odstraszą

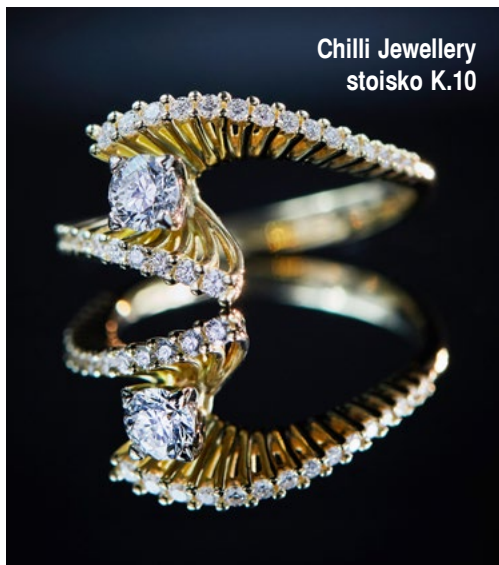
Mimo wysokich cen złota i platyny coraz wyraźniej widać, że to właśnie wyroby jakościowe stabilizują sprzedaż. Średnie ceny rosną, ale wraz z nimi rośnie też akceptacja klientów – pod warunkiem, że oferta opiera się na trwałych materiałach, przemyślanym wzornictwie i rzetelnej narracji o wartości. Biżuteria przestaje być impulsywnym zakupem, a staje się świadomą decyzją, inwestycją w radość i prestiż.



Art Studio Wilkom
stoisko K.08

Asortyment, który buduje zaufanie

Kluczowe znaczenie ma dobór oferty. Ręcznie wykonane wyroby, unikatowe formy oraz wysokiej klasy kamienie naturalne – diamenty i szlachetne kamienie kolorowe – budują poczucie wartości. Ich rzadkość działa na korzyść sprzedawcy, szczególnie gdy towarzyszy jej certyfikacja, dziś postrzegana jako standard potwierdzający autentyczność i jakość. Tak przygotowana oferta pokazuje, że sklep rozumie oczekiwania klienta i dba o każdy detal.



Chilli Jewellery
stoisko K.10

Galeria Bursztyn
Tadeusz Dobkowski
stoisko C.04



Zamożny klient wybiera jakość

Wysoka cena kruszcu nie jest barierą, jeśli całość produktu uzasadnia jego wartość. Klienci coraz chętniej sięgają po biżuterię tworzoną na zamówienie, dającą możliwość wyboru kamienia i formy. Taki wyrób zyskuje osobisty, często „dziedziczny” charakter, który naturalnie podnosi jego postrzeganą wartość. Indywidualne podejście pokazuje również, że sprzedawca ceni klienta i jego potrzeby, co wzmacnia lojalność.



AM Design
stoisko B.04



Argentum Biżuteria
stoisko E.02

Komunikacja ważniejsza niż cena

Dla sprzedawców kluczowe jest umiejętne opowiadanie o biżuterii. Podkreślanie piękna i emocji powinno iść w parze z wyjaśnieniem ceny poprzez materiał, pochodzenie, rzemiosło i unikatowość. To cichy, lecz skuteczny argument sprzedażowy, który pozwala budować stabilność oferty nawet w czasach drogich kruszców. Pokazując trwałą wartość, jubiler wspiera klienta w dokonaniu świadomego wyboru i tworzy przestrzeń dla długofalowej współpracy.



PZ Stelmach
stoisko G.06

Naturalne czy syntetyczne? Jak świadomie budować ofertę diamentową

Oferta jubilerska coraz wyraźniej dzieli się dziś na dwa segmenty: biżuterię z diamentami syntetycznymi oraz wyroby z kamieniami naturalnymi. Oba rozwiązania odpowiadają na potrzeby różnych grup klientów, jednak to naturalne diamenty pozostają fundamentem oferty jakościowej i wizerunkowej salonów jubilerskich.



ADIAMO
stoisko H.05

Syntetyki: dostępność i presja cenowa

Diamenty syntetyczne przyciągają głównie młodszych konsumentów, dla których liczy się dostępność cenowa, nowoczesna estetyka i technologiczna narracja. Są postrzegane jako modna alternatywa i częściej trafiają do biżuterii codziennej. Z perspektywy handlowej oznacza to jednak silną presję cenową i szybko malejącą wartość rynkową tych kamieni.



JWG
stoisko B.05

Naturalne diamenty: prestiż i trwałość

Inaczej wygląda sytuacja w segmencie diamentów naturalnych. To wybór klientów bardziej świadomych, często o wyższym budżecie zakupowym, którzy poszukują autentyczności, prestiżu i trwałości. Naturalny diament, powstały w wyniku milionów lat procesów geologicznych, niesie ze sobą historię i symbolikę, których nie da się odtworzyć w warunkach laboratoryjnych.

Wybór na najważniejsze okazje

To właśnie dlatego naturalne diamenty pozostają pierwszym wyborem przy zaręczynach, ślubach i innych przełomowych momentach życia. W takich sytuacjach klienci oczekują biżuterii o znaczeniu ponadczasowym, a nie produktu atrakcyjnego cenowo.



Vena Diamonds
stoisko J.08

Wnioski dla kupców

Kluczowe znaczenie ma jakość materiału. Naturalne diamenty oraz wysokiej klasy kamienie kolorowe, wsparte certyfikacją, budują zaufanie klientów i ułatwiają uzasadnienie ceny – nawet przy wysokich kosztach kruszców. Diamenty syntetyczne mogą uzupełniać ofertę, jednak to biżuteria z naturalnymi kamieniami pozostaje filarem sprzedaży premium i długofalowej stabilności biznesu.

BRYKON
ZŁOTO / BRYLANTY

SPOTKAJMY SIĘ · STOISKO B03 · JUBINALE POZNAŃ

26 LAT DOŚWIADCZENIA W BRANŻY JUBILERSKIEJ
WYŁĄCZNIE DLA PARTNERÓW BIZNESOWYCH

brykon.pl

Raporty badań gemmologicznych: Dlaczego WARTO w nie inwestować i dlaczego TRZEBA je weryfikować

Współczesny sprzedawca rzadko dysponuje pełną wiedzą o ścieżce, jaką przebył kamień/produkt od wydobywania do jego pracowni lub sklepu. Często dokonuje zakupu od pośrednika, który z kolei nabył towar od producenta, ten zaś od kopalni. Zazwyczaj liczba tych etapów jest znaczna, co uniemożliwia pełną kontrolę i wiedzę o produkcji.



Nawet zakup kamienia bezpośrednio w szlifierni, kopalni czy nad rzeką od poszukiwaczy nie gwarantuje autentyczności. Kilukrotnie zetknąłem się z sytuacją, gdy kamień kupiony pod wpływem emocji w dalekowschodniej szlifierni okazał się szkłem, kupiona w tropikalnych górach przy złożu inkluzja była współczesną rośliną zatopioną w żywicy syntetycznej, a wydobyte w kopalni bryłki nie były bursztynem, lecz zaledwie kilka minut wcześniej wrzuconymi do otworu wydobywczego bryłkami plastiku. Możliwość powrotu na miejsce zakupu, często odległe i egzotyczne, jest niewielka, a zwrot towaru tyle niemożliwy co i niebezpieczny.



imitacja surowca bursztynowego

Sposobem na uwiarygodnienie oryginalności produktu – czyli precyzyjne określenie, czym on naprawdę jest – są niezależne laboratoria gemmologiczne. One wskazują nie tylko materiał, ale również ewentualne modyfikacje przeprowadzone na kamieniach. Gwarantują rezultat badania jako niezależna strona.

Raport badania daje kupującemu pewność co do obiektu, ale także drobiazgowy opis, który może pomóc w jego ubezpieczeniu, zwiększa zaufanie klienta, bezpieczeństwo zainwestowanych pieniędzy, a także samą wartość produktu i łatwość jego dalszej odsprzedaży.

Nie tylko renomowane laboratoria o zasięgu światowym, jak GIA, IGI czy HRD, uwiarygodniają tę sprzedaż. Istnieje wiele laboratoriów działających bardziej lokalnie, choć nie mniej prestiżowo, lecz o mniej znanej marce (chińskie NGTC, China University of Geoscience, Gübelin, SSEF, tajski GIT czy AIGS, bahrański Danat). Wiele z nich specjalizuje się w konkretnym, czasem niszowym, ale

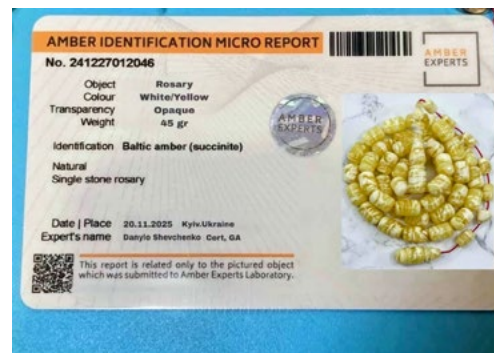
ważnym dla regionu produkcji kamieniu (perły, jadeit, bursztyn itp.).

Każdy raport gemmologiczny czy jubilerski powinien zawierać podstawowe dane, takie jak: indywidualny numer, datę badania, opis, wreszcie kontakt do laboratorium bądź link (kod QR) do strony internetowej, aby go zweryfikować.

Jednak nie można bezgranicznie wierzyć raportom, gdyż coraz częściej – również te najlepiej zabezpieczone z największych laboratoriów – stają się sposobem na oszustwo. Poniżej kilka przykładów z roku 2025:

Sfałszowany dokument

Raport, który wykorzystuje wzór znanego laboratorium, ale wprowadza nowe dane. Usunięto z niego również kod QR i informacje o możliwości zweryfikowania zbadanego przedmiotu. To najprostsza i w dobie internetu najłatwiejsza do ujawnienia próba oszustwa.



Sfałszowany raport Amber Experts.

Nieistniejące laboratorium

Raport dołączony do modyfikowanego produktu, przedstawiający go jako naturalny. Profesjonalnie wydrukowana karta, również dość rozbudowana strona internetowa z możliwością zweryfikowania raportu. Jednak brakuje fizycznego adresu laboratorium, brakuje jakichkolwiek zewnętrznych

informacji o nim, a podpisany na raporcie gemmolog nie jest w ogóle znany w branży.

Podmieniony kamień

Oszustwo, które opisane kilka lat temu w branży diamentów przez Dusana Simicia, zdaje się coraz bardziej infekować tę branżę. Polega na wykonaniu w renomowanym laboratorium raportu do bardzo drogiego i perfekcyjnego naturalnego diamentu. Następnie oszuści wykonują idealną kopię z moissanitu, lub co trudniej wykryć diamentu syntetycznego, którego koszt w przypadku wielkości kamienia np. 1-2 karaty to zaledwie procent tego pierwszego. Syntetyczny kamień z wykonaną na rondyście inskrypcją lub nawet bez jest sprzedawany dalej w okazyjnej cenie, oczywiście z oryginalnym raportem, który nie tylko ma wszystkie zabezpieczenia, hologramy, etc, ale również jest w bazie danych instytucji jaka go zbadała. Niestety taki kamień wart jest ułamek wartości tego pierwszego. Brak cech wewnętrznych kamienia utrudnia prostą identyfikację na podstawie inkluzji. Oprawa w biżuterii jeszcze bardziej ją komplikuje.



Moissanit 1.32 karata z inskrypcją GIA raportu dla naturalnego diamentu.

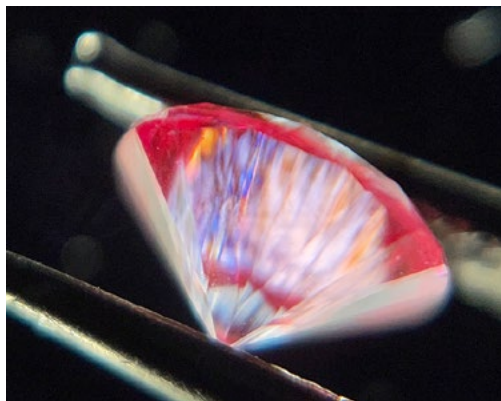
Użycie kradzionych zdjęć

W tym przypadku oszuści wykorzystali dobrze znane marki, aby powielić ich strony w mediach społecznościowych, uzupełnić zdjęciami i oferować produkty w sprzedaży online. Oszuści oferują w wyjątkowych cenach produkty z raportami, jednak w rzeczywistości są to wyłącznie kradzione zdjęcia. Niestety Meta nie widzi w tym problemu, a my sami, lajkując takie strony, uwiarygadniamy je własnym imieniem, często zupełnie nie zdając sobie z tego sprawy.

Jak radzić sobie z nieuczciwymi sprzedawcami?

Najprościej weryfikować same raporty na stronie laboratorium lub w korespondencji e-mailowej czy telefonicznej. Każde laboratorium prowadzi bazy danych, które nawet gdy są niedostępne online, są weryfikowalne w bezpośrednim kontakcie z pracownikiem. W przypadku instagramowych sprzedawców wystarczy zapytać o oficjalny kanał komunikacji (np. e-mail z domeny laboratorium, dodatkowe zdjęcia). Niech wyraźnie podejrzana będzie sytuacja, w której znana marka sprzedaje przez media społecznościowe, komunikacja odbywa się tylko w komunikatorze, a płatność ma być dokonana na prywatne konto w innym kraju.

Największym wyzwaniem, również dla profesjonalistów z branży, będzie podmieniony kamień o masie, proporcji, kolorze i czystości zgodnej z raportem. Jednak wstępna weryfikacja diamentów syntetycznych w skrzyżowanych filtrach polaryzacyjnych oraz na podstawie różnic we fluorescencji i fosforescencji naturalnych i syntetycznych diamentów, czy zdublowanie faset w moissanicie daje taką możliwość nawet osobom nie wyposażonym w specjalistyczny sprzęt. Wystarczy dociekliwe oko, prosty sprzęt i trochę doświadczenia.



Widok w skrzyżowanych filtrach polaryzacyjnych (metodą CPF) syntetycznego diamentu CVD. Charakterystyczny kolumnowy wzór naprężeń.

Dziękuję za udostępnienie zdjęcia związane z diamentami: Branko Deljanin, CGL Canadian Gemlab

*Michał Kosior
Gemmolog, bursztyniarz
Prowadzi laboratorium badania bursztynu Amber Experts w Gdańsku.*

← **Widok w skrzyżowanych filtrach polaryzacyjnych (metodą CPF) naturalnego różowego diamentu typu I z Argyle. Charakterystyczny wzór naprężeń.**



tel. +48 32 753 91 00,
tel. +48 602 731 495
ofir.binek@interia.eu

Stoisko
H.03

OFIR

Autentyczność pod kontrolą – profesjonalne metody weryfikacji metali i kamieni

Fałszywe monety, sztabki, granulat, a także biżuteria wykonana z metali nieszlachetnych jedynie powleczonego złotem lub srebrem to zjawisko, z którym profesjonalny handel mierzy się coraz częściej. Również rynek kamieni jubilerskich doświadcza dynamicznego wzrostu podaży diamentów syntetycznych i zaawansowanych imitacji. W tych realiach kluczowe staje się stosowanie narzędzi zapewniających szybką i bezinwazyjną metodę sprawdzania. Bardzo ważne będą w tym przypadku dokładne i powtarzalne wyniki tych testów.

Testery złota i srebra w praktyce

Elektroniczne testery metali szlachetnych są dziś nieodzownym narzędziem w punktach skupu, komisach i miejscach intensywnego obrotu biżuterią. Pozwalają szybko określić próbę i liczbę karatów złota oraz wykryć przedmioty platerowane i fałszywe monety wykonane z metali o podobnej masie. Ich zaletą jest szybkość pomiaru, łatwa obsługa i wysoka dokładność.

W codziennej pracy stosuje się różne rodzaje testerów. Testery do złota badają materiał powierzchniowo, dlatego w przypadku wyrobów połączonych mogą nie dać miarodajnego wyniku bez spiłowania warstwy zewnętrznej. Przy skupie

złomu nie stanowi to jednak problemu, ponieważ ingerencja w materiał jest dopuszczalna.

Oddzielną grupę stanowią testery do monet i sztabek, które umożliwiają całkowicie bezinwazyjne badanie kruszcu. To rozwiązanie szczególnie ważne przy wyrobach inwestycyjnych, gdzie liczy się precyzja i brak uszkodzeń.

Spektrometria XRF – precyzja bez kompromisów

Najbardziej zaawansowanym narzędziem analitycznym pozostają spektrometry rentgenowskie XRF, które w kilka sekund określają pełny skład chemiczny badanego obiektu. Pozwalają one precyzyjnie potwierdzić zawartość złota, srebra i innych pierwiastków, także w biżuterii wieloelementowej, bez jej uszkodzania — co ma kluczowe znaczenie przy transakcjach o wysokiej wartości.

Weryfikacja kamieni szlachetnych

Uzupełnieniem profesjonalnego zaplecza są testery gemmologiczne, umożliwiające rozróżnienie diamentów naturalnych, syntetycznych (HPHT, CVD) oraz imitacji. Nowoczesne urządzenia wielofunkcyjne pozwalają na szybką analizę kamieni osadzonych w biżuterii, bez konieczności demontażu oprawy.

Technologia jako standard wiarygodności

Współczesny handel metalami i kamieniami szlachetnymi opiera się na technologii. Inwestycja w profesjonalne systemy testowania to dziś nie tylko ochrona przed stratami, lecz także standard jakości i wiarygodności wobec klientów.



Rodent
stoisko J.05



Rodent
stoisko J.05

O nas

Pasja do złota towarzyszy mi od dziecka.

W rodzinnej firmie miałem możliwość obserwować jak wyglądają poszczególne etapy produkcji biżuterii. Od blisko 20 lat, wspólnie z żoną kontynuujemy tę pasję rozwijając salony jubilerskie i prowadząc sprzedaż hurtową do salonów jubilerskich w całej Polsce. Nasze kolekcje dobieramy z myślą o aktualnych trendach i wysokim potencjale sprzedażowym.



Jako dostawca biżuterii złotej tworzymy kolekcje atrakcyjne dla klientów, łączące ponadczasową klasykę z nowoczesnym wzornictwem.

W naszej ofercie znajdują się bransoletki, naszyjniki, kolczyki, zawieszki i pierścionki, a także zegarki oraz męska biżuteria premium.



28.02 - 02.03.2026

MTP, Poznań Congress Center (PCC)
ul. Głogowska 14, Poznań, Polska

Zapraszamy
na stoisko: **F.09**



Pachocki Gold



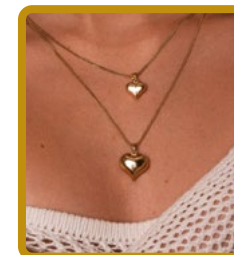
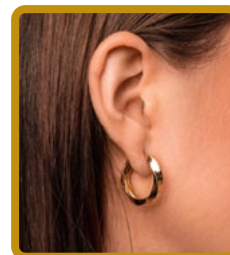
KONTAKT:

Przedstawiciel
Piotr Kostro, tel. 570 433 003

Przedstawiciel
Jarosław Przestrzelski, tel. 609 090 277

Tadeusz Pachocki, tel. 514 853 006

ul. Wyszyńskiego 2 lok. 82
15-888 Białystok



Trendy w biżuterii wiosna-lato 2026

- biżuteria pełna różnorodności

Świat biżuterii dynamicznie się zmienia. Projektanci łączą rzemieślniczą tradycję z nowoczesnym designem i potrzebą personalizacji. W 2026 roku trendy nie narzucają jednego kierunku – zamiast tego pokazują różnorodność form, materiałów i estetyk, które można dopasować do własnego stylu. To rok świadomych wyborów i biżuterii, która ma znaczenie.



Gold Rex
stoisko F.06

Maksymalizm zamiast minimalizmu

Biżuteria odchodzi od subtelności na rzecz wyrazistych form. Obowiązuje zasada „im więcej, tym lepiej”. Kolczyki XXL, masywne bransoletki i dekoracyjne naszyjniki stają się głównym punktem stylizacji. To biżuteria, która przyciąga wzrok i nadaje charakter całej kreacji.

Kolczyki XXL i masywne bransoletki

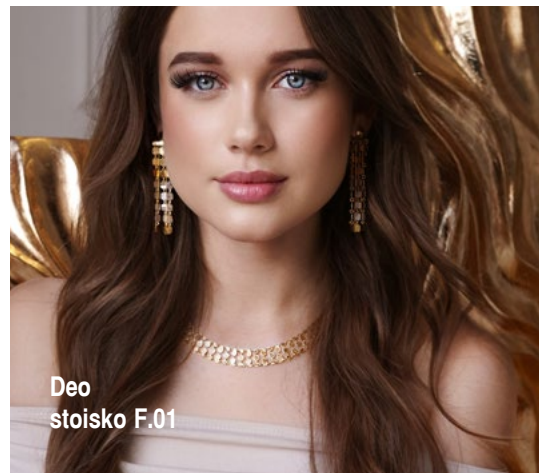
Małe kolczyki odchodzą w cień – teraz rządzą te największe. Bransolety nosimy warstwowo: kilka grubych na jednym nadgarstku to absolutny must-have. Materiały: żywica, metal, mieszane faktury.



Srebro Wójcik
stoisko J.06

Broszki wracają do łask

Dawno uznawane za „relik”, dziś broszki stają się ważnym elementem stylizacji. Projektanci pokazują modele kwiatowe, romantyczne i artystyczne – świetnie podkreślają indywidualność i odwagę w modzie.



Deo
stoisko F.01



Amber Abram
stoisko E.09

Naszyjniki i biżuteria warstwowa

Sezon wiosna-lato 2026 należy do naszyjników. Długie, masywne i rzeźbiarskie modele, które grają pierwsze skrzypce w stylizacji. Biżuterię nosimy warstwowo – zarówno naszyjniki, jak i bransoletki. Takie stylizacje są pełne wyrazu i nadają charakter codziennym lookom.

Materiały i kolory

Złoto w różnych odcieniach, srebro satynowane i oksydowane, platyna i stal szlachetna będą dominować w kolekcjach. Kolory pozostają stonowane, ale nie nudne – mieszamy ciepłe tony złota z chłodnym srebrem, wprowadzamy neutralne odcienie i subtelne akcenty barwne inspirowane naturą.



Kogata
stoisko K.02



Yvon
stoisko F.08

Kamienie i formy

Diamenty, szafiry, topazy i ametysty – często nie-regularne i matowe. Formy: geometryczne, obłe, warstwowe – jeden wyrazisty element przykuwający uwagę.

Klasyka w nowym wydaniu

Tradycyjne oprawy i motywy dostosowane do codziennego noszenia. Stanowią bazę do łączenia z wyrazistymi, sezonowymi dodatkami.



Gese
stoisko J.02

Kolor i charakter: biżuteria z kamieniami w centrum uwagi



Chilli Jewellery
stoisko K.10

Sezon wiosna – lato 2026 to wyraźny zwrot w stronę mocnych akcentów. Biżuteria ma być widoczna, odważna i grać główną rolę w stylizacji. W tym trendzie doskonale odnajduje się biżuteria z kamieniami jubilerskimi – zwłaszcza kolorowymi. To one nadają charakter, budują emocje i przyciągają wzrok.

Kamienie jako główny bohater stylizacji

Naszyjniki z kamieniami naturalnymi i szlachetnymi wracają w wielkim stylu. W 2026 roku nie są dodatkiem, ale centralnym elementem looku. Każdy kamień jest inny – różni się kolorem,



Biżuteria Górecki
stoisko D.10

strukturą i połyskiem – dzięki czemu biżuteria wygląda bardziej indywidualnie i „osobiście”. To odpowiedź na potrzebę autentyczności i wyróżnienia się.



Isaart
stoisko D.04



Adiamo
stoisko H.05

Kolor ma znaczenie

Kolorowe kamienie świetnie wpisują się w modę na ekspresję. Turkusy, kamienie mleczne, półtransparentne, szafiry, ametysty czy topazy dodają stylizacjom energii, ale nie przytłaczają. Jeden wyrazisty naszyjnik potrafi całkowicie odmienić prostą koszulę, sukienkę czy letni top.



Unikko Amber Pol
stoisko B.09

Od chokera po długie formy

Modne są zarówno masywne chokery noszone blisko szyi, jak i duże, rzeźbiarskie naszyjniki tworzące kolejną warstwę stylizacji. Projektanci pokazują, że biżuteria z kamieniami może być śmiała, a jednocześnie elegancka. To dodatki, które prowadzą stylizację i nadają jej kierunek.



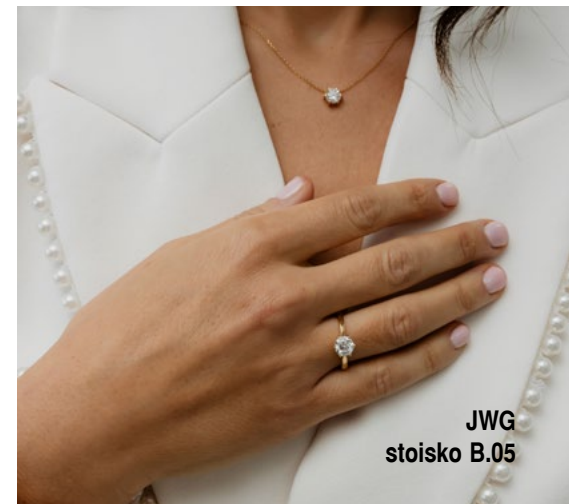
Goldenopal
stoisko D.03



Ciesielscy
stoisko H.02

Subtelny luksus na co dzień

W 2026 roku wygrywa biżuteria, która wygląda luksusowo, ale nadaje się do noszenia na co dzień. Kamienie jubilerskie idealnie wpisują się w ten trend – są efektowne, ale ponadczasowe. To właśnie dlatego biżuteria z kamieniami będzie jednym z najmocniejszych i najbardziej pożądanych trendów sezonu.



JWG
stoisko B.05

Klasyczne perły w nowym wydaniu

Perły od lat utrzymują silną pozycję w trendach biżuteryjnych, a w sezonie wiosna – lato 2026 pojawiają się w odświeżonych formach, które łączą klasykę z nowoczesnym designem. To biżuteria, która nadaje elegancji i świetnie współgra zarówno z codziennymi, casualowymi stylizacjami, jak i z wieczorowymi kreacjami, dzięki czemu uniwersalność pereł staje się ich największym atutem.



Art Studio Wilkom
stoisko K.08

Dominacja pereł nieregularnych

Wyraźnie rośnie znaczenie pereł barokowych i nieregularnych. Ich asymetria i zróżnicowana struktura pozwalają tworzyć biżuterię o indywidualnym charakterze, bez konieczności stosowania rozbudowanych form opraw. Tego typu perły dobrze wpisują się w estetykę organiczną, która od kilku sezonów pozostaje jednym z głównych nurtów w biżuterii. Sprawdzą się zarówno w kolczykach, jak i w naszyjnikach oraz nowoczesnych wisiorach.



Azzurro
stoisko G.09

Zestawienia materiałowe

W najbliższym sezonie perły są zestawiane nie tylko z kamieniami kolorowymi i metalami szlachetnymi, lecz także ze stałą, ciemnymi stopami metali oraz elementami o technicznym wykończeniu. Takie połączenia przesuwają perły w stronę biżuterii nowoczesnej, użytkowej i uniwersalnej, pozwalając na ich obecność w kolekcjach o różnym charakterze stylistycznym.



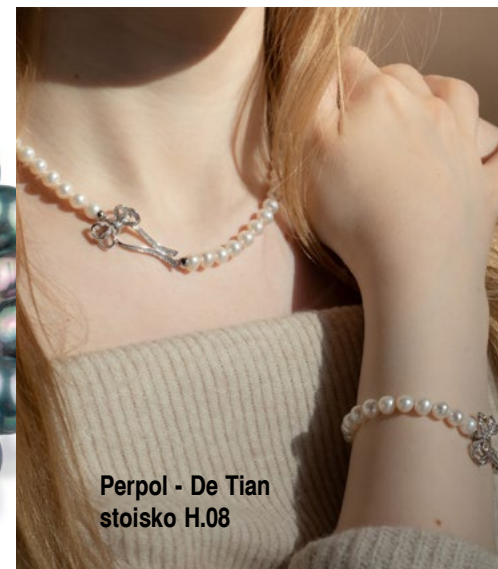
Perpol - De Tian
stoisko H.08



Tado
stoisko D.02

Skala i konstrukcja form

Zauważalna jest praca skalą – od cienkich, lekkich kompozycji po masywniejsze naszyjniki i kolczyki o wyraźnej bryle. Popularne pozostaje warstwowanie, w którym perły łączone są z łańcuszkami lub innymi fakturami, co daje możliwość budowania dynamicznych zestawień. Równolegle rośnie zainteresowanie perłami barwionymi i naturalnie ciemnymi, co poszerza zakres projektowy i estetyczny.



Perpol - De Tian
stoisko H.08



Perpol - De Tian
stoisko H.08

Perły w biżuterii męskiej

Z sezonu na sezon perły coraz wyraźniej zaznaczają swoją obecność w biżuterii męskiej. Pojawiają się w formie delikatnych naszyjników, ale też jako pojedyncze akcenty w naszyjnikach i bransoletkach, często w połączeniu z metalem lub skórą. Ten kierunek wpisuje się w szerszy trend neutralności i uproszczenia form, przy zachowaniu wyrazistego detalu.

Stabilny trend o długim horyzoncie

Perły w sezonie wiosna – lato 2026 pozostają materiałem o wysokim potencjale rynkowym. Ich elastyczność stylistyczna, różnorodność form i możliwość łączenia z innymi materiałami sprawiają, że dobrze odpowiadają na aktualne potrzeby rynku, nie tracąc jednocześnie charakteru wyrobu jubilerskiego o trwałej wartości.



Perpol - De Tian
stoisko H.08

Bursztyn w modzie 2026.

Naturalna siła biżuterii z emocjami

Moda w 2026 roku coraz rzadziej szuka efektu „wow” w krzykliwości. Zamiast tego stawia na emocje, autentyczność i rzeczy, które mają znaczenie. Właśnie dlatego biżuteria z bursztynem przeżywa dziś prawdziwy renesans. Ciepła, organiczna, niepowtarzalna – idealnie wpisuje się w świat mody, który na nowo odkrywa piękno natury i osobistego stylu.

Powrót do natury, powrót do bursztynu

Jednym z mocniejszych trendów również w 2026 roku jest inspiracja naturą. Ziemiste kolory, miękkie faktury, organiczne kształty – to estetyka, w której bursztyn czuje się jak w domu. Jego miodowe, koniakowe czy lekko przygaszone odcienie idealnie współgrają z beżami, brązami i zieleniami, które królują na wybiegach. Bursztyn nie potrzebuje intensywnego blasku – jego siła tkwi w ciepłym świetle i naturalnej głębi.

Biżuteria, która opowiada historię

W sezonie wiosna – lato 2026 roku biżuteria przestaje być jedynie dodatkiem. Staje się opowieścią. Kobiety coraz częściej wybierają kamienie naturalne, bo każdy z nich jest inny, niepowtarzalny, osobisty. Bursztyn – uformowany przez czas, naturę i przypadek – idealnie odpowiada na potrzebę indywidualności. Noszony blisko ciała, staje się czymś więcej niż ozdobą. To detal, który buduje emocjonalną więź.

Klasyka z nowoczesną duszą

Współczesna biżuteria bursztynowa coraz śmielej flirtuje z nowoczesnością. Projektanci reinterpretują klasyczne formy, zamykając bursztyn

w minimalistycznych oprawach, geometrycznych liniach i nowoczesnych proporcjach. Efekt? Biżuteria, która pasuje zarówno do lniącej koszuli, jak i wieczorowej stylizacji. Tradycja nie znika – zyskuje nowe życie.

Bursztyn jako wyrazisty akcent stylu

Moda 2026 kocha biżuterię z charakterem. Jedną, dobrze dobraną formę zamiast nadmiaru dodatków. Bursztyn idealnie spełnia tę rolę – przyciąga uwagę jakością, naturalnością i formą, a nie przesadnym błyskiem. Długie naszyjniki, nowoczesne korale, warstwowe kompozycje – bursztyn doskonale odnajduje się w trendzie budowania stylizacji wokół jednego, mocnego akcentu.

Nowoczesny hit sezonu

Bursztyn w 2026 roku przestaje być postrzegany wyłącznie jako klasyka. Staje się nowoczesnym symbolem świadomej mody – tej, która ceni rzemiosło, autentyczność i emocje. To biżuteria dla kobiet, które chcą wyglądać stylowo, ale nie anonimowo. Naturalnie i z charakterem.



Galeria Bursztyn Tadeusz Dobkowski
stoisko C.04



Amber Abram

www.amber-abram.pl

ul. Nobla 8, 80-172 Gdańsk, Poland
tel. +48 728 377 605

Zapraszamy
do świata bursztynu
spotkajmy się na stoisku

E.09

Bizuteria jako element męskiej tożsamości

Yvon
stoisko F.08



Bizuteria męska na sezon wiosna – lato 2026 wyraźnie umacnia swoją pozycję w świecie mody. Przestaje być dodatkiem okazjonalnym, a staje się stałym elementem stylu, pozwalającym wyrazić osobowość i indywidualny charakter.

Trendy pokazują, że mężczyźni coraz częściej sięgają po biżuterię świadomie, wybierając formy i materiały, które niosą ze sobą znaczenie, a nie tylko estetykę.



Yvon
stoisko F.08

Bransoletki – stały element męskiego stylu

Męskie bransoletki pozostają jednym z najbardziej stabilnych trendów w biżuterii. Noszone są zarówno pojedynczo, jak i warstwowo, w wersjach metalowych, skórzanych oraz łączących oba materiały. Popularne są modele ze stali i srebra, a także bransoletki skórzane zdobione metalowymi elementami, symbolami lub kamieniami



Srebro Wójcik
stoisko J.06

naturalnymi. To dodatki uniwersalne, łatwe do dopasowania i silnie związane z indywidualnym stylem.

Pierścienie i sygnety z charakterem



Asimex Plus
stoisko D.05

Równie silnym trendem są pierścienie i sygnety. W 2026 roku dominują formy uproszczone, geometryczne, często z matowym wykończeniem lub subtelnym detalem. Coraz częściej pełnią one rolę osobistego znaku – elementu, który ma znaczenie symboliczne i buduje indywidualną narrację.



Silver Top
stoisko F.07

Łańcuchy i naszyjniki w nowej odsłonie

W centrum uwagi pozostają łańcuchy i naszyjniki – od klasycznych, grubych splotów typu Cuban czy Figaro po cieńsze modele noszone warstwowo. Widoczna jest swoboda w łączeniu metali oraz różnicowaniu długości, co pozwala tworzyć biżuterię uniwersalną, pasującą zarówno do codziennych, jak i bardziej eleganckich stylizacji.

Perły i kamienie naturalne

Wyraźnym akcentem sezonu są perły i kamienie naturalne. Perły pojawiają się w nowoczesnym, minimalistycznym wydaniu – pojedyncze, nieregularne, zestawiane ze srebrem, stalą lub skórą. Kamienie takie jak onyks czy ciemne kwarcy wzmacniają surowy, męski charakter biżuterii, jednocześnie wpisując się w estetykę współczesnego luksusu.



Asimex Plus
stoisko D.05



Srebro Wójcik
stoisko J.06



AG Jarosław Kunicki
stoisko K.03

Rzemiosło w nowoczesnym świecie

Dlaczego dziś znów ma znaczenie

Art Studio Wilkom
stoisko K.08



W ostatnich sezonach rzemiosło coraz wyraźniej wraca do centrum uwagi branży jubilerskiej. Nie jest to przypadek ani chwilowa moda. W świecie zdominowanym przez automatyzację, cyfryzację i masową produkcję, ręczna praca, sztuka i doświadczenie człowieka stają się wartością samą w sobie. Ten zwrot widoczny jest zarówno w strategiach marek, jak i w programach najważniejszych wydarzeń branżowych.

Autentyczność jako nowy luksus

Rzemiosło odpowiada dziś na potrzebę autentyczności. Klienci – zwłaszcza w segmencie premium – szukają produktów, które mają historię i są efektem czasu, wiedzy oraz indywidualnych decyzji twórcy. Ręcznie wykonana biżuteria i unikatowe detale pozwalają wyraźnie odróżnić wyrób jubilerski od produktu masowego i anonimowego.



Unikko Amber Pol
stoisko B.09

Technologia jako narzędzie, nie zastępstwo

Rzemiosło nie stoi w opozycji do nowoczesnych technologii. Współczesny jubiler łączy tradycyjne techniki z projektowaniem 3D, precyzyjną



Chilli Jewellery
stoisko K.10



Chilli Jewellery
stoisko K.10

obróbką laserową czy nowoczesnymi metodami oprawy. Technologia zwiększa możliwości i precyzję, ale to człowiek nadaje ostateczny charakter i decyduje o jakości wyrobu.

Rzemiosło jako przewaga rynkowa

W realiach rynkowych rzemiosło pełni także funkcję biznesową. Pozwala budować wyższą wartość produktu, uzasadniać cenę i wzmacniać wizerunek marki. W świecie, w którym technologia szybko się upowszechnia, ludzki kunszt pozostaje elementem trudnym do skopiowania.

Język wartości dla kupców i klientów

Dla kupców i detalistów rzemiosło jest dziś nie tylko estetycznym atutem, ale także narzędziem komunikacji. Opowieść o pracy rąk, materiale i procesie tworzenia buduje zaufanie i długofalowe relacje – fundamenty, na których jubilerstwo opiera się niezależnie od technologicznego postępu.



PPH Jankowski
stoisko I.05



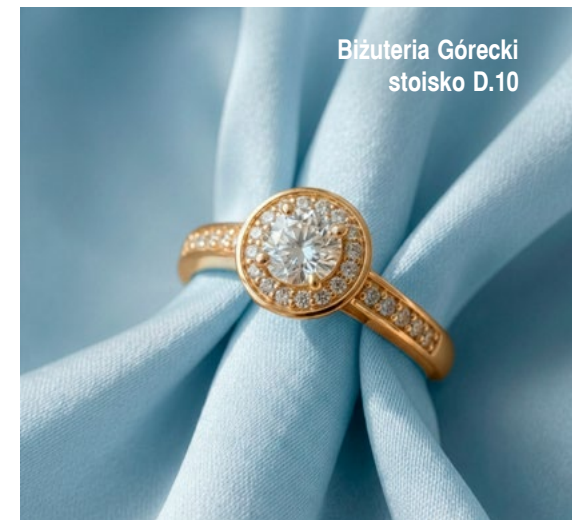
Gold Rex
stoisko F.06



Art Studio Wilkom
stoisko K.08



Azori
stoisko K.09



Biżuteria Górecki
stoisko D.10

Jak przestrzeń sprzedaje biżuterię

Przestrzeń salonu jubilerskiego to dziś znacznie więcej niż tło dla produktów. To narzędzie, które buduje emocje, pierwsze wrażenie i zaufanie klienta. Już od progu kupujący oczekuje poczucia komfortu, bezpieczeństwa i wyjątkowości. Odpowiednio zaprojektowana witryna, przemyślana ekspozycja, wygodne meble i właściwe światło sprawiają, że biżuteria zyskuje na wartości – jeszcze zanim zostanie wzięta do ręki.



Witryna – zaproszenie do środka

Witryna to pierwszy i często decydujący punkt kontaktu z klientem. Powinna być czytelna, estetyczna i spójna z charakterem marki. Niewielka liczba starannie dobranych eksponatów, odpowiednie tło i detale tworzą obietnicę jakości oraz profesjonalizmu. To nie prezentacja całej oferty, lecz zaproszenie do jej odkrycia.

Ekspozycja – porządek i inspiracja

Po wejściu do salonu klient szuka klarowności i inspiracji. Grupowanie biżuterii według stylu, materiału lub kolekcji ułatwia orientację, a jednocześnie pozwala zwrócić uwagę na wybrane, bardziej unikatowe formy. Dobrze zaplanowana ekspozycja podkreśla detale, pozwala biżuterii „oddychać” i wzmacnia jej postrzeganą wartość.

Meble i atmosfera

Materiały i forma wyposażenia mają realny wpływ na decyzje zakupowe. Szlachetne, stonowane materiały – drewno, szkło, kamień czy metal – budują poczucie prestiżu, a komfortowe stanowiska obsługi sprzyjają spokojnym rozmowom. Klient potrzebuje przestrzeni, by przymierzyć biżuterię i podjąć decyzję bez pośpiechu.

Światło, które wydobywa piękno

Oświetlenie pełni podwójną rolę: eksponuje walory biżuterii i tworzy nastrój. Punktowe światło nad gablotami podkreśla blask i kolor kamieni, a miękkie światło ogólne zapewnia przyjemną atmosferę. Umiejętne operowanie światłem sprawia, że produkty przyciągają uwagę i budzą emocje.

Przestrzeń jako doświadczenie

Spójna, dopracowana przestrzeń wysyła klientowi jasny komunikat: „tu liczy się jakość i komfort wyboru”. To właśnie doświadczenie – a nie tylko cena czy promocja – coraz częściej decyduje o zakupie i powrocie do salonu.

Praktyczne wskazówki dla sklepów

- stawiaj na klarowną, nieprzeładowaną witrynę – mniej znaczy więcej
- porządkuj ekspozycję tematycznie, aby ułatwić klientom wybór
- zadbaj o wygodne, intymne miejsce do rozmowy i przymierzania biżuterii
- inwestuj w dobre oświetlenie punktowe – to ono „sprzedaje” detal
- traktuj przestrzeń jako element budowania wartości marki, nie tylko tło sprzedaży



Trendy w wystroju sklepów jubilerskich

Wystrój salonu jubilerskiego coraz wyraźniej przestaje pełnić wyłącznie funkcję użytkową. W 2026 roku przestrzeń sprzedaży staje się integralnym elementem marki i jednym z kluczowych narzędzi budowania wartości biżuterii. Klienci oczekują dziś nie tylko produktu, ale także spójnego, profesjonalnego doświadczenia zakupowego, które zaczyna się od pierwszego kontaktu z wnętrzem sklepu.

Minimalizm i porządek wizualny

Jednym z dominujących trendów pozostaje kontrolowany minimalizm. Ograniczenie liczby eksponowanych produktów, czytelne linie zabudowy i uporządkowana ekspozycja pozwalają skupić uwagę na jakości i detalu biżuterii. Wystawy coraz częściej prezentują pojedyncze obiekty lub niewielkie grupy produktów, co podnosi ich rangę i ułatwia klientowi orientację w ofercie.



ALBO Producent Mebli
stoisko B.07

Materiały inspirowane naturą i rzemiosłem

We wnętrzach salonów jubilerskich wyraźnie zaznacza się zwrot ku materiałom naturalnym i szlachetnym. Drewno, kamień, szkło strukturalne czy metal w matowych wykończeniach budują atmosferę autentyczności i trwałości. Takie rozwiązania podkreślają rzemieślniczy charakter

biżuterii i dobrze korespondują z rosnącym zainteresowaniem świadomą, jakościową produkcją.

i barwy światła, dostosowane do rodzaju ekspozowanej biżuterii.

Elastyczność i ergonomia przestrzeni

Nowoczesne salony jubilerskie projektowane są z myślą o zmienności oferty i sezonowości kolekcji. Modułowe gabloty, mobilne elementy ekspozycyjne i łatwa możliwość rekonfiguracji przestrzeni pozwalają szybko reagować na potrzeby rynku. Równocześnie rośnie znaczenie ergonomii – komfortowe stanowiska obsługi sprzyjają spokojnej rozmowie i budują relację z klientem.

Spójność wizerunku i funkcji

W 2026 roku wystrój sklepu jubilerskiego ma być czytelny, profesjonalny i konsekwentny. Przestrzeń powinna wzmacniać przekaz marki, podkreślać jakość oferty i wspierać proces sprzedaży. Dobrze zaprojektowane wnętrze nie konkuruje z biżuterią – staje się dla niej tłem, które wydobywa jej wartość i pomaga klientowi w podjęciu decyzji.

ALBO Producent Mebli
stoisko B.07

Światło jako narzędzie sprzedaży

Oświetlenie pozostaje jednym z najważniejszych elementów aranżacji. Trendem jest łączenie precyzyjnego światła punktowego z miękkim oświetleniem ogólnym, które nie męczy wzroku i tworzy komfortową atmosferę. Coraz częściej stosowane są systemy umożliwiające regulację natężenia



ALBO Producent Mebli
stoisko B.07



ALBO Producent Mebli
stoisko B.07



Stolarnia Pure
stoisko B.03a

Opakowanie i ekspozycja, czyli jak zwiększyć wartość produktu

W sprzedaży wyrobów luksusowych pierwsze wrażenie jest kluczowe. Opakowanie i ekspozycja to nie tylko kwestia estetyki – to element, który buduje postrzeganą wartość produktu, przyciąga uwagę klienta i wzmacnia jego emocjonalne przywiązanie do marki. Dobrze zaprojektowane pudełko czy sposób pokazywania produktu na półce może sprawić, że klient poczuje, iż kupuje coś wyjątkowego, a nie tylko przedmiot.



P.A.T. Bugała
stoisko A.01

Siła pierwszego wrażenia

Badania i doświadczenia sklepów pokazują, że decyzje zakupowe w dużej mierze podejmowane są w ciągu pierwszych kilku sekund kontaktu z produktem. Opakowanie, kolor, faktura materiału i sposób wyeksponowania biżuterii czy zegarka



P.A.T. Bugała
stoisko A.01

na półce tworzą „pierwsze wrażenie”, które może zachęcić klienta do bliższego przyjrzenia się produktowi lub... sprawić, że go ominie. Dlatego warto inwestować w estetyczne pudełka, subtelne detale i spójność wizualną – wszystko to podnosi prestiż produktu i buduje zaufanie.

Emocje, które sprzedają

Dobrze zaprojektowane opakowanie i ekspozycja wzbudzają emocje: radość, zachwyt, poczucie wyjątkowości. Klient, który doświadcza pozytywnych emocji przy kontakcie z produktem, jest bardziej skłonny wrócić do sklepu i polecać markę innym.

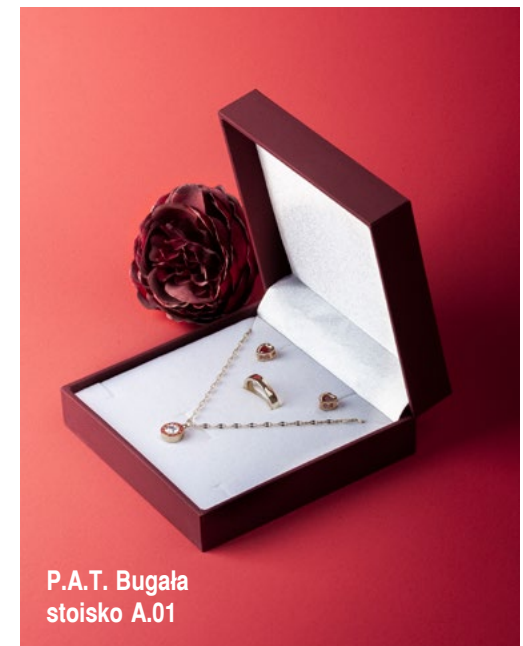
W biżuterii i zegarkach, gdzie każdy detal ma znaczenie, warto podkreślać unikatowość produktu poprzez sposób jego prezentacji – elegancka taca, miękki materiał w pudełku, delikatne oświetlenie – to wszystko tworzy narrację o jakości i wartości.

Przywiązanie klienta – więcej niż zakup

Opakowanie i ekspozycja wpływają też na lojalność klienta. Produkt, który wygląda wyjątkowo już przy pierwszym kontakcie, buduje trwałe wspomnienie i emocjonalną więź z marką. Klienci luksusowi nie kupują wyłącznie rzeczy – kupują doświadczenie i poczucie przynależności do świata, w którym liczy się estetyka, elegancja i prestiż.



P.A.T. Bugała
stoisko A.01



P.A.T. Bugała
stoisko A.01

Praktyczne wskazówki dla sklepów

- inwestuj w spójne opakowania, które podkreślają charakter marki
- dbaj o estetyczną i przejrzystą ekspozycję – klient powinien łatwo odnaleźć produkt i od razu go docenić
- pamiętaj o detalach – faktura, światło, kolor i materiał pudełka tworzą emocje
- eksperymentuj z warstwową prezentacją – np. pudełko w pudełku, podświetlenie, kontrastujące tło dla biżuterii czy zegarków.



P.A.T. Bugała
stoisko A.01

Technologia w służbie jubilerstwa

Współczesne jubilerstwo to nie tylko rękodzieło i artystyczna precyzja – to także technologia, która ułatwia pracę, zwiększa powtarzalność produkcji i pozwala tworzyć produkty o wyższej jakości. Oferta maszyn i narzędzi dedykowanych branży jubilerskiej stale się poszerza, odpowiadając na rosnące wymagania producentów i warsztatów.

Automatyzacja i uproszczenie procesów

Współczesne maszyny pozwalają skracać czas obróbki, zwiększać dokładność i ograniczać powtarzalne, czasochłonne czynności. Urządzenia do wibrościernej obróbki metali, nowoczesne polerki, systemy separacji i suszenia detali czy precyzyjne narzędzia mechaniczne i elektryczne

ułatwiają pracę w większych zakładach produkcyjnych, a jednocześnie pozwalają utrzymać wysoką jakość detali. Rozwiązania te są przydatne także w mniejszych pracowniach, gdzie każdy etap procesu wymaga precyzji i oszczędności materiału.

Efektywność materiałowa i energetyczna

Nowoczesne urządzenia jubilerskie projektowane są z myślą o minimalizacji strat materiałowych i zużycia energii. Lepsze odzyskiwanie opiłków, precyzyjne systemy sterowania parametrami procesów czy automatyczne linie obróbcze pozwalają na bardziej ekonomiczne wytwarzanie biżuterii. To aspekt coraz częściej brany pod uwagę przez producentów, zarówno w kontekście redukcji kosztów, jak i zrównoważonego rozwoju.

Avalon Machines
stoisko A.02



Odlewnia „IZA” Poznań, stoisko D.06



MIG-O-MAT Mikrofügetechnik
stoisko E.10



Avalon Machines
stoisko A.02

Technologie wspierające kreatywność i jakość

Maszyny i narzędzia nie tylko usprawniają procesy, ale także poszerzają możliwości twórcze jubilerów. Dzięki precyzyjnej obróbce, cyfrowemu sterowaniu czy nowoczesnym systemom pomiarowym, projektanci mogą realizować bardziej skomplikowane formy, a zakłady produkcyjne utrzymywać wysoką powtarzalność kolekcji. Technologie te pozwalają też szybciej wprowadzać nowe produkty na rynek, co w konkurencyjnej branży ma coraz większe znaczenie.

Dlaczego warto obserwować rozwój maszyn i narzędzi

Śledzenie nowości technologicznych i zapoznanie się z ofertą producentów jest dziś istotne nie tylko dla dużych zakładów produkcyjnych. Nawet mniejsze pracownie mogą korzystać z rozwiązań zwiększających efektywność, dokładność i ergonomię pracy. Technologia w jubilerstwie to nie tylko innowacje – to praktyczne wsparcie dla jakości, wydajności i kreatywności.

GSMT
stoisko D.11



Przewodnik dla odwiedzających JUBINALE Poznań, 28 luty – 2 marca 2026

Adres targów

Międzynarodowe Targi Poznańskie (MTP)
pawilon Poznań Congress Center (PCC)
ul. Głogowska 14, Poznań

Wstęp bezpłatny.

Prosimy o uprzednią rejestrację
na www.e.jubinale.com lub na miejscu.

Rejestracja na miejscu od godziny 9:30

Godziny otwarcia targów

Sobota, 28.02.2026 10:00–18:00

Niedziela, 01.03.2026 10:00–18:00

Poniedziałek, 02.03.2026 10:00–15:00

Polecane hotele

Wybrane ze względu na lokalizację i komfort
pobytu: Hotel Altus, Hotel Puro, Hotel City Park,
Hotel Moderno, Hotel Włoski

Taxi Poznań

- Opti Taxi +48 608 300 500
- Radio Taxi Poznań +48 61 851 55 15
- M1 Taxi +48 61 822 22 22
- iTaxi +48 737 737 737

Restauracje i kawiarnia

Na terenie Międzynarodowych Targów
Poznańskich dostępne są restauracje:

- Pasodobre – Kuchnia Hiszpańska tapas
- Basilico Bistro – Kuchnia domowa w oryginal-
nej odsłonie
- Na hali targowej, w Strefie Relaksu, czeka
również słodki poczęstunek oraz kawiarnia
z kawą, herbatą i kanapkami.

Kontakt do organizatora

info@jubinale.com
tel. +48 58 520 90 99

www.jubinale.com



CIESIELSCY

Hurtownia biżuterii złotej
www.allezloto.pl



Przedstawiciele handlowi:

Mariusz Ciesielski +48 601 476 465

Jan Romanek +48 605 122 910

stand:
H.02





- ◆ Biżuteria złota 585 i 333
- ◆ Biżuteria z brylantami
- ◆ Sprzedaż u klienta lub w biurze handlowym
- ◆ Ponad 30-letnie doświadczenie w branży

www.kim-art.pl

e-mail: kim@kim-art.pl

tel. +48 22 636 78 73



Będzie nam miło spotkać się z Państwem na stoisku J.03