

НАЗАД К ТОРГОВЫМ ПЛОЩАДКАМ. ИЗМЕНЕНИЕ АЛМАЗНЫХ БИРЖ

ЧАСТЬ II

Как и многие вещи из нашего прошлого, традиционная алмазная биржа как единственное место, где торгуют алмазами, и как место исключительно для торговли алмазами кануло в Лету. Время, когда торговцы встречались и занимались бизнесом лицом к лицу, вели долгие и упорные переговоры при каждой сделке, заканчивали ее словом *mazal* (фраза, которая используется для поздравления в честь какого-то события) и рукопожатием, уже прошло и вошло в мифы.

Сегодня многие трейдеры даже не появляются на торговых площадках главных мировых бирж. Они ведут свой бизнес из офисов, приглашая партнеров к себе. Торговые площадки обычно используют те, у кого нет офиса, и мелкие диамантеры – те, кто «носит свой офис в портфеле». А многие вообще предпочитают вести свой бизнес через виртуальные электронные торговые площадки (такие, например, как IDEX Online).

Биржи уже не являются только местом для торговли бриллиантами. Они активно и творчески ищут пути расширения бизнеса и стремятся сделать свои торговые площадки местом для ведения бизнеса.



Израильский торговый зал биржевых операций с алмазами



ВЫСТАВКИ

Альберт
Робинсон

Фото: Antwerp Diamond Trade Fair



на торговых площадках

Подражание – самая искренняя форма лести в алмазном бизнесе, как и везде. Хорошие идеи быстро распространяются. И использование алмазной биржи в качестве выставочного центра – одна из таких идей.

Вторая международная алмазная неделя, которая прошла на Израильской алмазной бирже в августе – всего через пять месяцев после первой Алмазной недели, – четко указала на тенденцию использования алмазных бирж как места для проведения выставок. Это результат ряда преимуществ, предлагаемых биржами – высокая безопасность, четкое соответствие продавцов и покупателей и невысокие затраты на мероприятие.

Кроме того, биржи предлагают то, что, казалось бы, уже потеряно в алмазной торговле: сбор людей в одном торговом зале и возможность вести бизнес лицом к лицу. Человеческий фактор постоянно упоминался во время и после первой Международной недели. «Казалось, что люди заново учатся разговаривать друг с другом», – сказал президент Клуба алмазных дилеров (DDC) Рувен КАУФМАН.

«Мы так привыкли вести бизнес из своих офисов, что почти забыли, как важен человеческий фактор, – говорит он. – Выставки помогают построить доброжелательные дружеские отношения. Здесь также очень приятно встретиться с друзьями, с которыми ты не виделся много лет, и лично увидеть людей, с которыми ведешь бизнес».

//

Биржи предлагают то, что, казалось бы, уже потеряно в алмазной торговле: сбор людей в одном торговом зале и возможность вести бизнес лицом к лицу

Успех проведения выставок на бирже можно проиллюстрировать цифрами. На первом Израильском шоу, которое проходило в марте, в специально смонтированных в торговом зале биржи павильонах были представлены 150 израильских диамантеров, они предлагали изделия на сумму около миллиарда долларов 200 иностранным покупателям. Самое большое количество покупателей было из США, приехали также ювелиры из Великобритании, Бельгии, Южной Африки, Индии, Гонконга, Турции, Японии, Китая, Испании, Канады, России и Швейцарии.

В Августовском шоу участвовало уже более 350 израильских фирм, мероприятие проходило на двух торговых площадках: в зале, торгующем алмазами, и в зале, торгующем бриллиантами. Продавцы предлагали товары на сумму около 2 миллиардов долларов 350 иностранным покупателям. Кроме большой делегации из США присутствовали две торговые делегации из Индии, а также группы из России и Гонконга.

Целью выставок было не только обеспечение возможности покупки-продажи, но и создание атмосферы эмоционального подъема путем привлечения известных членов международной ювелирной торговли. Мартовское шоу, например, открывала Варда ШАЙН, исполнительный директор подразделения международных продаж компании De Beers. Наддало много шума появление всемирно известного ювелирного магната Лоренса ГРАФА, который редко появляется на публике.

Также проходил аукцион по продаже обычных и цветных бриллиантов, драгоценных камней и ювелирных изделий, где прозвучала новость: высокопоставленный чиновник компании Alrosa объявил, что российский алмазный гигант собирается увеличить

//

количество крупной неограненной продукции для аукциона в Израиле.

В Августовском шоу были и новые элементы, например, просмотр – это проходит впервые: компания Rio Tinto Diamonds представила в Израиле необработанные камни из шахты Diavik северо-восточных канадских территорий в преддверии тендера камней. Кроме того, были проведены алмазный аукцион с помощью систем Fusion Tenders и eDiamonds и аукцион алмазов и драгоценных камней Tzoffey's 1818, ставшие успешным заключением первой торговой недели.

Сейчас стоит задача организовывать такие шоу в Израиле дважды в год, а также проводить подобные мероприятия на других алмазных биржах и в алмазных центрах.

Израильскому шоу предшествовала Израильская алмазная неделя в DDC в декабре 2012 года. Там также интерес участников и покупателей превысил первоначальные ожидания организаторов. В мероприятии собирались принять участие 15 израильских фирм, а приняли 50 с более чем 100 израильскими диамантерами.

Оба шоу в Израиле и на Алмазной неделе в DDC произошли после переговоров между президентом Алмазной биржи Яиром Сахаром и президентом DDC Кауфманом во время посещения WFDB (Всемирная федерация алмазных бирж) в Мумбаи в 2012.

«В некотором смысле все базируется на личных взаимоотношениях, которые сложились у нас с Рувеном, – говорит **САХАР**. – Мы видели потенциал ситуации, но не ожидали такого размаха. Мы понимали, что у диамантеров есть огромное желание встречаться и общаться друг с другом. Это показывает, как важен диалог и между руководителями бирж, и между продавцами».

По иронии судьбы, хотя это мероприятие продвигалось как международная алмазная неделя, большинство сделок было заключено между израильскими покупателями и продавцами. Но результат тем не менее был именно тем, который нужен: расширение торговли. **Анкур БАНСАЛИ**, вице-президент компании **Aarohi Diamonds Israel Ltd**, характе-



Фото: Antwerp Diamond Trade Fair



Фото: Antwerp Diamond Trade Fair

ризует мероприятие как прекрасный способ встречи людей – алмазников из Израиля и из-за границы.

«Я впервые в жизни встретился с людьми, с которыми был знаком заочно. Мало того, хотя я знаю многих из них уже немалое время, я только сейчас точно понял, чего они хотят. И это то, чего я не знал раньше. Получение рыночной информации и исследование возможностей сотрудничества, которые обеспечивает выставка, очень важны для всех нас», – добавляет **БАНСАЛИ**.

Движение по возрождению торговых площадок алмазных бирж восходит к первой Ант-

//

Выставки помогают построить доброджелательные дружеские отношения. Здесь также очень приятно встретиться с друзьями, с которыми ты не виделся много лет, и лично увидеть людей, с которыми ведешь бизнес

//

верпенской выставке по торговле алмазами (ADTF). Первоначальная цель была скромной: свести вместе на закрытой площадке алмазников и производителей ювелирных изделий из Европы с антверпенскими производителями бриллиантов. Но каждый год выставка расширялась, и в ней принимали участие все больше и больше гостей.

На четвертом по счету мероприятии было более 500 посетителей из Европы, Азии, Ближнего Востока, Северной Америки и Российской Федерации. И 83 выставочных павильона продемонстрировали большой прирост по сравнению с несколькими дюжинами павильонов на выставке, проходившей в предыдущем году. Кроме того, первые два мероприятия проводились в торговом зале Антверпенской алмазной биржи, а в последние два года выставка проходит также и в Алмазном клубе Антверпена. Организаторы добавили образовательные семинары и лекции, а также выступление удостоенного многих наград дизайнера Рины Алувалиа, чтобы повысить интерес и предоставить широкие возможности для сотрудничества и обмена информацией.

Организаторы шоу, осознавая потенциал мероприятия, усилили свою маркетинговую активность, поставив свой павильон на выставке JCK Show Las Vegas и на выставке International India Jewellery Show в Индии в



Фото: Antwerp Diamond Trade Fair

августе внутри Антверпенского алмазного павильона Антверпенского мирового алмазного центра.

«Можно сказать, что ADTF лидирует в вопросе поиска новых путей использования алмазных бирж, – сказал источник в ADTF, который пожелал остаться неизвестным. – Это вызвало огромный интерес к Антверпену, сейчас у нас многие запрашивают информацию, чтобы использовать эти данные как образец на других биржах.

«Однако следует помнить о том, что это очень специфическое мероприятие, которое не может подходить всем биржам и алмазным центрам. Оно эксклюзивно и организовывается только по приглашениям. Компании и физические лица должны заранее подать заявку, и, если она будет одобрена, организаторы обеспечивают им полное обслуживание на время выставки по схеме «от аэропорта – до аэропорта». То есть они будут доставлены из аэропорта в отели и обратно, все расходы берет на себя ADTF. Выставка работает весь день, а по вечерам – специальные программы».

Лондонский ювелир и производитель Дэвид МАРШАЛ отметил, что преимуществом выставки является доступ к широкому спектру алмазов и услуг и возможность увидеться с людьми, с которыми не видишься так



Фото: Antwerp Diamond Trade Fair

часто, как хотелось бы: «Для нас важно работать с поставщиками, которым мы доверяем, чтобы мы могли проследить происхождение камней, если потребуется. Большой плюс, что мы работаем на Антверпенской бирже именно с такими людьми – они являются частью этой сети, и мы им доверяем».

О, (биржа в) КАНАДА!



В то время как такие страны, как Израиль, Бельгия и Соединенные Штаты, уже давно имеют центральные алмазные биржи, другие страны только начинают этот процесс, чтобы участвовать в торговых проектах. Среди них – Канада, которая официально начала торги в январе 2010 года. С тех пор ее торговый потенциал растет. Была запущена онлайн торговая платформа для поиска и покупки канадских бриллиантов у членов биржи (которая базируется на IDEX OnSite), а недавно биржа



Дэвид Гэвин

подала заявление на членство во Всемирной федерации алмазных бирж, в которую надеется вступить в июне 2014 года. Чтобы узнать об этой растущей бирже, главный редактор журнала IDEX Magazine задала несколько вопросов президенту Канадской алмазной биржи Дэвиду Гэвину.

Даниэлла Макс: Канада позиционируется больше как алмазный центр. Зачем нужна биржа по торговле бриллиантами?

Дэвид Гэвин: Да, согласен, Канада сегодня – третий по величине производитель алмазов в мире. Алмазы, которые добываются в шахтах крупными компаниями, появляются на рынке через устоявшиеся каналы распределения, которые были созданы за многие годы существования индустрии.

Необходимо было основать биржу в Канаде, чтобы иметь независимую ассоциацию, представляющую тех, кто является не крупным производителем, а скорее небольшим игроком, который тоже хочет иметь право голоса и бриллиантовый бизнес в Канаде.

Биржа по торговле бриллиантами необходима, так как она важна для находящихся здесь оптовиков – она обеспечивает место для торговли в Торонто для тех членов биржи, которые приезжают в город по делам.

Какие услуги предлагает биржа?

Мы предлагаем ряд услуг, таких, например, как таможенный склад, что позволяет членам биржи привозить товары для осмотра без уплаты 5-процентной ввозной пошлины. Сегодня у нас есть и полностью оснащенная лаборатория с различным оборудованием для определения цвета, подлинности алмазов (подарок компании DeBeers) и т.д., хотя вначале мы пользовались микроскопами.

Мы также предлагаем услуги по быстрой оценке товаров для наших членов, и это широко распространенная практика. Мы обеспечиваем наших членов различной информацией, касающейся поездок, информацией о налогах, о потенциальных клиентах и большим количеством другой информации.

Как открытие биржи изменило характер канадского алмазного бизнеса?

Биржа значительно подняла престиж алмазной отрасли в Канаде. У нас есть линия связи как с федеральным правительством, так и с органами местного самоуправления, с которыми мы делимся своими идеями. Мы совместно продолжаем работать над повышением престижа алмазной промышленности как в Канаде, так и на мировой арене. Примером может служить прошлый ноябрь, когда я был приглашен сопровождать нашего премьер-министра Стефана Харпера в деловой поездке в Индию, где мы встречались с правительством и лидерами промышленности и создали канал связи, чтобы способствовать расширению бизнеса и сотрудничества между нашими странами.

У нас завязались деловые отношения с правительством провинции Онтарио, его члены присутствуют в нашем совете директоров, чтобы лучше понимать проблемы, стоящие перед отраслью, и быть лучше информированными.

В апреле прошлого года мы с исполнительным директором общались с правительством Северо-западных территорий по вопросам расширения коммуникаций и возможностей сотрудничества.

Мы – «молодая» биржа, поэтому нам приходится много работать, чтобы догнать «старые» биржи. Мы не забываем об этом и делаем все, чтобы наша бизнес-модель подходила бизнесу, которым мы занимаемся.



//

Факт остается фактом:

Канада – идеальный

*производитель алмазов. У нас
очень удобно открывать бизнес
и заниматься им. У нас хорошо
развитая инфраструктура
и большой потенциал роста.*

*Мы продолжаем искать
правильные пути, чтобы
помочь продвигать канадские
национальные бриллиантовые
бренды на международном уровне,
и я уверен, что нам это удастся
в свое время*



Брошь, подаренная Гарри Винстоном герцогине Кэмбриджской во время ее визита в Канаду

Мы создали интернет-ресурс вместе с IDEX Online (ibourse.ca) – там канадские производители и оптовики могут выкладывать списки своих бриллиантов и торговать онлайн. Ресурс находится на начальном этапе развития, но уже помогает нам утвердиться в канадской бриллиантовой промышленности.

Помогло ли создание биржи продвижению канадских бриллиантовых брендов? Являлось ли это одной из ее задач?

Очень хороший вопрос. Образование DBC произошло потому, что правительство Онтарио оказалось достаточно прозорливым, чтобы увидеть необходимость создания алмазной биржи в то время как мы становимся быстрорастущим производителем алмазов.

//

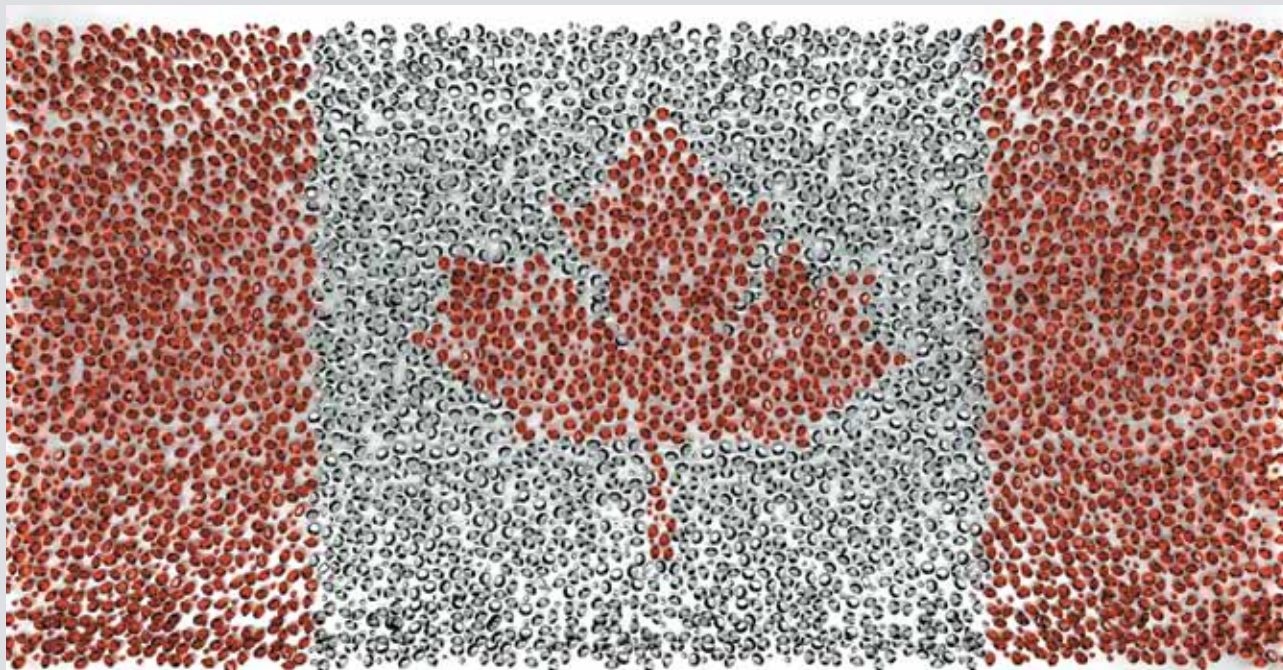
Большинство директоров, которые владеют канадскими бриллиантовыми брендами, учредили биржу, имея в виду свой собственный бизнес. На деле это означало существование брендов внутри бренда.

Так что на ваш вопрос отвечаю «Да!» Я считаю, что некоторые директора именно это и имели ввиду. Ведь факт остается фактом: Канада – идеальный производитель алмазов. У нас очень удобно открывать бизнес и заниматься им. У нас хорошо развитая инфраструктура и большой потенциал роста.

Мы продолжаем искать правильные пути, чтобы помочь продвигать канадские национальные бриллиантовые бренды на международном уровне, и я уверен, что нам это удастся в свое время.

Достаточно ли для такой большой страны одной биржи или следует открыть биржи еще и в других регионах?

Канада – очень большая страна с рядом провинций, она протянулась от Атлантики на востоке к Тихому океану на западе и Се-



верному Ледовитому океану на севере. Я бы сказал, да, есть смысл, как вы говорите, «открыть биржи еще и в других регионах», но цель нашей биржи – продвигать бриллиантовую отрасль Канады на всех уровнях. Не будет ли это дублированием усилий, если будет больше одной биржи? В данном случае я не верю, что максимального успеха можно достичь численностью.

Как биржа продвигает бриллиантовый бизнес в Канаде и на международном уровне?

Просто. Тот факт, что биржа была создана, говорит о том, что алмазное сообщество в Канаде понимает важность централизованной ассоциации, которая добавит уверенности нашим членам, когда они будут заниматься бизнесом дома и за рубежом – ведь они будут следовать определенным критериям, необходимым для ведения такого бизнеса.

Кто приходит на биржу? И какие компании вы хотели бы видеть там?

Вопрос состоит из двух частей. Мы надеемся, что получим возможность торговать необработанными камнями в ближайшее время. Мы надеемся, что это поможет поднять нашу

||

Биржа значительно подняла престиж алмазной отрасли в Канаде. У нас есть линия связи как с федеральным правительством, так и с органами местного самоуправления, с которыми мы делимся своими идеями. Мы совместно продолжаем работать над повышением престижа алмазной промышленности как в Канаде, так и на мировой арене.

||

отрасль и привлечь широкую аудиторию из международного алмазного сообщества.

Ряд компаний из США собирается торговать бриллиантами здесь, в Канаде, но мы подозреваем, что для других продавцов препятствием для посещения наших еженедельных торгов будет расстояние.

У нас установились деловые контакты с рядом компаний из Индии, Израиля, Китая и Европы, и мы продолжаем развивать эти отношения.