



IDEX

www.idexonline.ru
www.njt.ru/idex/

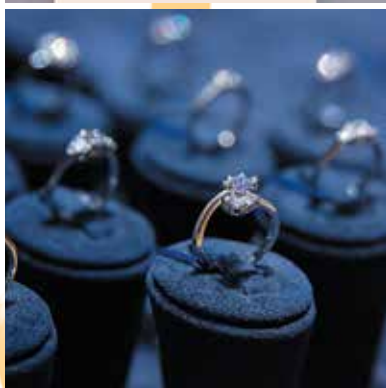
magazine

INCORPORATING MAZAL U'BRACHA

КОНФЕРЕНЦИЯ «ОТ РУДНИКА ДО РЫНКА»

Глубокий анализ проблем отрасли





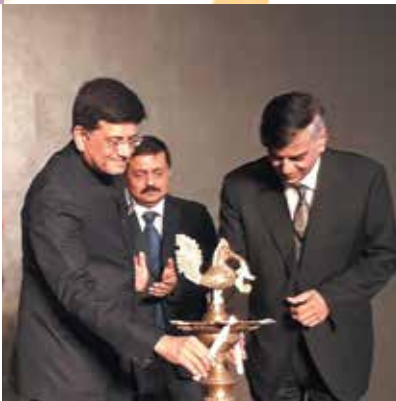
«Миллениалы станут клиентами номер один в ближайшие годы. Они не хотят ходить в магазины, они хотят выбирать и покупать онлайн. Поэтому нужна интеграция реальных и онлайн-магазинов».

На конференции «От рудника до рынка» Совета по стимулированию экспорта драгоценных камней и ювелирных изделий (GJEPC), приуроченной к его 50-й годовщине и проводившейся в Мумбаи в марте, царило ощущение праздника. Озвучивая проблемы, с которыми сталкивается торговля, **председатель GJEPC Правееншанкар ПАНДЬЯ** призвал к усиленному взаимодействию между GJEPC и алмазодобывающими компаниями.

Ассоциация производителей бриллиантов (DPA) совместно с GJEPC вновь запустила общую программу продвижения бриллиантов, отметил он. Он также призвал добывающие компании оказывать максимальную поддержку DPA, сказав, что это правильный механизм для достижения общего стимулирования

продаж. «Поколение миллениалов станет клиентом номер один в ближайшие годы. Они не хотят ходить в магазины, они хотят выбирать и покупать онлайн. И нам нужна интеграция реальных и онлайн-магазинов». Он также рассказал о проблемах промышленности и о том, что GJEPC поддерживает этическую торговлю и занимается проблемой синтетических алмазов. Совет потратил 1 миллион долларов на создание отчета по данной проблеме, отметил он.

В конференции участвовали представители высшего руководства всех сегментов «алмазного трубопровода» – от добывающего до торгового, от огранки бриллиантов до розничной продажи, а также другие заинтересованные стороны. На конференции обсуждались возможности,



а также слабые места и угрозы для отрасли, включая финансовые и этические проблемы.

ПАНДЬЯ напрямую обратился к **министру горнодобывающей промышленности Индии Пиюшу ГОЙЯЛУ**, заявив: «Находить новые алмазные месторождения всегда очень трудно, и мы с нетерпением ждем вашей поддержки, чтобы исследовать ресурсы Индии. В нашей стране большое количество месторождений, и несколько лет назад Рио Тинто обнаружил перспективное месторождение в Бундере в штате Чаттисгарх. Однако в реализации проекта возникли проблемы, в том числе правового порядка, которые заставили Рио Тинто покинуть месторождение в Бундере и подарить его правительству Чаттисгарха. Мы просим вас использовать свои связи, чтобы помочь продвижению этого проекта».

Министр развития шахт и горнодобывающей промышленности Зимбабве Уолтер ЧИДАКВА произнес эмоциональную речь о том, что африканские государства, занимающиеся добычей алмазов, должны получать больше финансовой выгоды от своих ресурсов: «Шестьдесят процентов мировых запасов алмазов находится в Африке, и они очень важны для будущего населения континента. У нас большие запасы полезных ископаемых, и в то же время широко распространена бедность. Мы стремимся к устойчивому развитию путем получения справедливых выгод от добычи».

«У африканцев так много алмазов и так много людей, которые страдают от бедности. Африканские дети не получают выгоды от этих ресурсов. Мы добывали и производили алмазы, золото и платину в течение 100 лет или более, но мало что от этого получали. Если современное поколение африканцев продолжит использовать ту же самую модель, которая использовалась в течение прошлых 100 лет, то будущие поколения будут укорять нас так же, как мы укоряем предков». Он в общих чертах обрисовал огромный потенциал Зимбабве и призвал мир, и в частности Индию, помочь

реализовать его. «Мы тоже хотим стать производителями бриллиантов и ювелирных изделий, – сказал **ЧИДАКВА**. – Я прошу Индию предоставить нам технологии и обучение, которые помогут реализовать наш потенциал и обеспечить нашим бедным детям здравоохранение, благосостояние и образование».

«На таких встречах, как эта, мы обсуждаем, как развивать отрасль и как приносить пользу нашим странам. Мы хотим, чтобы индийцы обучали нас огранке и полировке алмазов и изготовлению ювелирных украшений, но мы также хотим поставлять в Индию бриллианты. Бельгийская промышленность занималась алмазами более 500 лет, и в течение последних десятилетий они обучали и финансировали Индию. И я думаю, почему бы Бельгии и Индии не сделать то же самое для Африки? Давайте посмотрим на тяготы африканских детей, живущих в бедности. Это безнравственно. Праотцы Индии никогда бы не захотели, чтобы страдали другие люди. Следуйте духу своих предков и работайте с нами. Мы хотим сделать так, чтобы Сурат получал алмазы из Маранге. Не те дешевые камни, которые добывались в последние пять лет, а алмазы по хорошей цене. Пусть бизнес будет честным. У нас есть 150 кимберлитовых трубок, которые требуют дополнительных исследований, ведь мы не знаем, какие из них являются алмазоносными».

Заместитель председателя GJEPC Рассел МЕХТА представил обзор состояния индийского рынка и сообщил о ситуации в индийской промышленности на фоне экономического роста за границей и обесценивания рупии в стране. Он отметил медленный рост и существующие ограничения в работе, рассказал об источниках поставок, о технологии превращения алмазов в товары, о недостаточной правительственной поддержке и о среднем секторе рынка, который испытывает сильные затруднения.



«Цены на бриллианты находятся на уровне 2007 года, нет рыночного роста, – сказал **МЕХТА**. – Данная промышленность считается высоко рискованной, и одновременно в ней очень много нормативно-правового регулирования. Эпоха низких процентных ставок закончилась, кроме того, появилась угроза со стороны синтетических алмазов, которые «гонятся» за теми же самыми кошельками, к тому же недавние банкротства предприятий снизили доверие банкиров к отрасли. Добывающие компании и страны должны взять на себя ответственность за общий маркетинг, чтобы увеличить объем рынка, что, в свою очередь, приведет к повышению цен. И GJEPC – единственный орган в мире, стимулирующий ДРА вносить вклад в эту работу».

Пиюш ГОЙЯЛ заявил, что для Индии настало время вести мир за собой, а не плестись в хвосте: «Давайте смоделируем будущее и сделаем нашу страну такой, какой мы хотим. Мы собираемся разрабатывать полезные ископаемые и стимулировать индийские и международные компании бороться за право их разработки. Полученные доходы пойдут на то, чтобы помочь бедным людям нашей страны».

Вторую половину первого дня провел аналитик индустрии **Хаим ЭВЕН-ЗОХАР**. Он задал вопрос: как можно расти и развиваться в промышленности, в которой снижается производство? По его словам, многие финансовые учреждения покидают отрасль, и практически никто не приходит им на замену. Он также указал на противостояние правительства и промышленности в некоторых странах и потерю доверия. Кроме того, он поделился своими мыслями о том, что 2017 год более сложный, чем 2016-й.

Он сказал, что, по его данным, продажи необработанных алмазов в 2016 году составили 14,8 миллиарда долларов, а продажи обработанных

«Шестьдесят процентов мировых запасов алмазов находится в Африке, и они очень важны для будущего населения континента. На континенте богатые природные ресурсы, но в то же время широко распространена бедность. Необходимо достичь устойчивого развития, чтобы получать достойные выгоды от добывающей промышленности».





камней – 18,7 миллиарда. Производство будет стабильно до 2020 года. Между тем средний сектор отрасли похож на глобальную некоммерческую организацию. В 2016 году промышленность получила приблизительно 900 миллионов долларов прибыли, и это был в целом прибыльный год для всех. А розничные продажи ювелирных изделий с бриллиантами снизились на 1,3%. Мировой долг алмазного бизнеса снизился до 14 миллиардов долларов.

Показывая подробные графики, **ЭВЕН-ЗОХАР** объяснил, что начиная с 1950 года в реальном исчислении цены на необработанные и обработанные алмазы выросли очень мало и они были плохим объектом инвестицией. Между тем спрос на ювелирные изделия превысил номинальный рост ВВП и инфляцию.

Говоря об обработанных алмазах, он процитировал **отчет бизнес-консультантов «МакКинси»**, предположивших, что их количество вырастет на 30% к 2025 году, и заявил: «Я не думаю, что это верно или что это произойдет». Он также отметил, что выращенные в лабораториях камни уже оказали влияние на цены на необработанные алмазы.

Пол РОУЛИ, исполнительный вице-президент «Глобал Сайтхолдер Сейлз» в «Де Бирс», сделал доклад на тему «Достижение успеха в непредсказуемом мире». Индия – это сердце промышленности, сказал он, и добавил, что промышленность находится сейчас в лучшем состоянии, чем в 2015 году.

«Становится сложнее прогнозировать будущее. Эта неуверенность растет и тревожит. Но проблемы несут в себе и возможности. Хорошие отношения и стабильные активы становятся основой успеха в периоды неопределенности. Сосредоточьтесь на прочных отношениях, доступе к информации и прозрачных финансах». Он также рассказывал о том, как «Де Бирс» привлекает клиентов: «Мы пытаемся стать ближе к клиентам и дать решения их проблем. Мы также работаем с нижним сегментом отрасли, например, с GJERC. Мы тратим 100 миллионов долларов в год на маркетинг – главным образом на бренд Forevermark».

«Мы инвестируем в сбор информации и анализ тенденций в цепочке создания стоимости. Чтобы поддерживать клиентов, мы должны быть оперативно гибкими – например, оптимизировать производство,

чтобы соответствовать их требованиям. Мы стараемся не усложнять ситуацию. У нас есть новые предложения для клиентов, помогающие снизить их риски и риски бизнеса в целом».

«Мы понимаем наши основные преимущества и шагаем в ногу со временем. Раньше мы продавали 80% необработанных алмазов в мире, а теперь только 35%. Наш успех – это интуиция, опыт и сильный маркетинг. Мы инвестировали в исследования и поняли, что делает нас ценными для заинтересованных сторон».

Андрей ПОЛЯКОВ, вице-президент компании «АПРОСА», рассказал о производстве выращенных в лабораторных условиях камней и ценах на них. Он отметил, что производители таких камней используют социальные сети и порождают виртуальные мифы, рассказывая о рабском и детском труде в секторе природных алмазов, при этом они заявляют, что их алмазы экологически чистые и не «кровавые».

«Борьба с синтетическими камнями бесполезная и ненужная. Люди всегда будут использовать синтетику. Мы должны бороться против снижения ценности бриллиантов. Синтетические камни пытаются разрушить ценность природных бриллиантов и умалчивают о пользе, которую они приносят местным жителям и сообществам».

Аналитик бриллиантовой индустрии Дес КИЛАЛЕА в своей презентации сообщил, что прогнозы, касающиеся дефицита спроса и предложения, были преувеличены. Цены на необработанные камни росли с конца 1990-х до 2008 года из-за дешевого кредитования, сказал он, но эта эпоха закончилась.

Он также отметил, что большая часть алмазодобывающей промышленности находится в суровых регионах, в которых очень сложно работать. «Алмазы не так часто находят, потому что они редкие с

геологической точки зрения. Менее 1% из 7000 кимберлитовых трубок оказываются алмазоносными. Большинство рудников, на которых сейчас идет добыча алмазов, создавались 10–30 лет. Обнаружение месторождения, строительство шахты, добыча и затем маркетинг алмазов – это тяжелая работа. Компания «Би-Эйч-Пи Биллитон» потратила 64 миллиона долларов в Анголе и осталась ни с чем».

Он рассказал, что рудники «Ренард» и «Гахчо Куэ» в Канаде произведут 7 миллионов карат в год в течение последующих 15 лет. С другой стороны, рудники «Екати», «Дьявик» и «Аргиле» скоро закончат свою работу. Объем разработки россыпей немного возрастет, но это небольшая часть мирового производства. На коллективном обсуждении разбирались финансовые составляющие строительства шахт и их закрытия впоследствии.

«Когда у «Де Бирс» было 80% рынка, производство было концентрированным, и поэтому «Де Бирс» могла регулировать цены и понижать их, если хотела. Теперь производство более раздробленное, и поэтому в ценах наблюдается больше непостоянства. Расширение рудников, происходящее сейчас, – это в действительности всего лишь расширение ресурсов, например, на рудниках «Венеция» в Южной Африке или «Джваненг» в Ботсване».

Следующая секция конференции называлась «Выживание в условиях отсутствия роста» и запомнилась презентацией **президента Антверпенского всемирного алмазного центра (AWDC) Стефана ФИШЛЕРА**. Он сказал, что средний сектор торговли бриллиантами – это игра «кто кого», потому что если один выигрывает, то другой проигрывает. «Мы действуем в относительно небольшой среде – тысячи компаний работают в ограниченном пространстве. И в этом пространстве доминируют мужчины, здесь и речи нет о гендерном равенстве».

Он отметил, что спрос на ювелирные изделия на американском ювелирном



«Борьба с синтетическими камнями бесполезная и ненужная. Люди всегда будут использовать синтетику. Мы должны бороться против снижения ценности бриллиантов. Синтетические камни пытаются разрушить ценность природных бриллиантов, при этом умалчивают о пользе, которую они приносят местным жителям и сообществам».

«Перейдите к росту, отшлифовав то, что вам нужно, а не то, что вы можете. Сместите свой фокус с цены на прибыль. Инвестируйте в навыки и знания людей, а также в оборудование и программное обеспечение. Используйте лучшее, а не самое дешевое, потому что дешевое обходится дорого. Уже созданы искусственный интеллект и роботы. Технологии будут управлять стратегиями, а не наоборот; ваш бизнес заслуживает лучшего больше, чем дешевого».



рынке снижается среди 25-летних граждан. Длинные цепочки не очень хорошо продавались в рождественский период и в первые девять месяцев прошлого года. В то же время производство становится или едва рентабельным, или вовсе не прибыльным.

Он сказал, что отрасль должна «работать с информацией». Только ограниченное количество компаний сделали это, причем большая часть качественных данных отраслю не используется. Успешные компании применяют базы данных для ведения своего бизнеса, но при этом используется и анализируется менее 0,5% всех данных.

ФИШЛЕР дал совет: «Двигайтесь к росту, отшлифовав то, что вам нужно, а не то, что вы можете. Сместите свой фокус с цены на прибыль. Инвестируйте в навыки и знания людей, а также оборудование и программное обеспечение. Используйте лучшее, а не самое дешевое, потому что дешевое обходится дорого. Уже созданы искусственный интеллект и роботы. Технологии будут управлять стратегиями, а не наоборот; ваш бизнес заслуживает лучшего, а не дешевого».

«Общий маркетинг очень важен, потому что у потребителей никогда не было таких возможностей, какие есть сегодня. Это усложняет продажу товаров. Никогда не было столько одиноких людей, как сегодня. Поэтому сегодня рост возможен только за счет своих преимуществ. Используйте метод проб и ошибок, составляйте планы. Признайте, что у вас нет всех тех навыков, которые могут быть у других. Знания и опыт бесценны. Дайте возможность своим сотрудникам задавать вопросы и давать оценки. Принцип КУС – «знай своего клиента» чрезвычайно важен, также как и принцип КУР – «знай свою прибыль».

«Ваша репутация и репутация отрасли очень важны. Репутация и доверие крайне необходимы. Мошенники в отрасли предают нас всех и показывают потребителям, что наша репутация ничего не стоит. Помните, что здесь негде

спрятаться. Сейчас мы на виду более чем когда-либо прежде».

Исполнительный директор DPA Жан-Марк ЛИБЕРХЕРР представил отчет на основе работы своей организации. У поколения 2000-х более широкий выбор, чем когда-либо прежде, но их мир цифровой и виртуальный, а не реальный и материальный – как бриллианты, заявил он. «Тем не менее бриллианты могут приобрести для них чрезвычайную важность. Люди этого поколения не хотят, чтобы им говорили, что им нужно делать, поэтому мы должны убедить их, что бриллианты им нужны».

DPA работает с семью социальными сетями в США, ориентированными на молодежь. Компания добилась успеха, набрав 220 миллионов откликов, 4 миллиона просмотров на YouTube, 10 000 последователей и 250 статей. DPA сформировала тесные партнерские отношения в отрасли – с отраслевыми СМИ, розничными продавцами и такими организациями, как IDI, GJEPС, WFDB, а также лабораториями, занимающимися сертификацией бриллиантов.

DPA запустил свою третью в США рекламу в апреле–мае, новую кампанию в печати – в июне и новую кампанию Real is Rare в США – в сентябре. Также в сентябре запущена индийская кампания, а в апреле 2018 года – китайская кампания.

ЛИБЕРХЕРР отметил: «Мы будем активно противостоять заявлениям производителей синтетических камней в этом году. Мы будем настаивать, что природные алмазы – это чудо, подлинно драгоценное, неподражаемый символ любви, и они делают мир лучше. Производители синтетических камней не имеют права притязать на наследие, которое они пытаются захватить, и на название «алмаз», которому они пытаются нанести вред. Алмазы являются природными по определению. Синтетический камень – это не алмаз,



«Ваша репутация и репутация отрасли очень важны. Репутация и доверие крайне необходимы. Мошенники в отрасли предают нас всех и показывают потребителям, что наша репутация ничего не стоит. Помните, что здесь негде спрятаться. Сейчас мы на виду более чем когда-либо прежде».

так же как репродукция Пикассо – это не Пикассо. Когда мы забываем об этом, мы неумышленно наносим вред нашему бесценному достоянию и бесплатно отдаем его производителям синтетических камней».

Ключевым моментом праздничного ужина, состоявшегося в заключение первого дня конференции, было видеообращение **премьер-министра Индии Нарендры МОДИ**, в котором он поздравил GJERC с его 50-й годовщиной. Он говорил о работе, проделанной GJERC, для того чтобы сделать Индию крупнейшим в мире центром по обработке алмазов.

Он сказал, что хотел бы, чтобы Индия стала самым крупным в мире центром по торговле бриллиантами к 2022 году, когда Индия будет праздновать 75-летие провозглашения независимости. Он сказал, что производство драгоценных камней и ювелирная промышленность в этой стране – оригинальный пример кампании «Скилл Индия». Промышленность обладает огромным потенциалом для роста. Он также отметил индийское традиционное производство и дизайн ювелирных изделий. Он заявил, что правительство рассмотрит требования промышленности драгоценных камней и ювелирных изделий, но он хочет получить подробный план, касающийся того, как Индия может стать мировым лидером.

В секции конференции, посвященной работе лабораторий, занимающихся сертификацией бриллиантов, **Том МОСЕС** представил презентацию работы GIA и ее истории. После него выступала **Дебби АЗАР, соучредитель компании GSI**, основанной в 2005 году в Нью-Йорке в паре с **Марком ГЕРШБУРГОМ**, офисы которого сейчас располагаются по всему миру.

«Лаборатория – это основа нашей работы, – сообщила она. – Синтетические камни сегодня очень распространены, но часто их искусственное происхождение не раскрывается. Прослеживается и некоторая путаница в терминологии. Это позволяет недобросовестным производителям и

продавцам заниматься мошенничеством. Также существует ряд проблем, касающихся облагораживания камней. Координация работы лабораторий сделала бы промышленность более защищенной».

«Постоянно появляются новые инструменты для исследования синтетических камней, но требуются большие усилия, чтобы экспертиза была четкой и достоверной. Мы относимся к этому серьезно, и наш исследовательский отдел находится в постоянной боевой готовности для обнаружения таких камней. Мы используем передовые технологии, чтобы обнаружить алмазы, выращенные с помощью методов HPHT и CVD. QR-коды позволяют клиентам и потребителям получать больше информации. Они не всегда сведущи в этих вопросах, и промышленность должна помогать им».

«Я дал несколько интервью радиостанциям, у которых 6 миллионов слушателей, и стало ясно, что журналисты, профессионалы и потребители действительно недостаточно знают об этих проблемах. Мы проводим практические конференции и семинары. Потребители хотят получать больше информации о том, откуда бриллианты, где они обрабатывались и так далее. Мы работаем над системой отслеживания, чтобы потребители могли узнать историю камней и быть уверены, что это не «кровавый» камень. Давайте все расскажем историю алмазов, творящих добро», – добавил АЗАР.

Анс АНТОНИС, глава алмазной лаборатории HRD и руководитель исследований, также принял участие в этой секции конференции, где рассказал о работе лаборатории, инструментах, которые она использует, и продуктах, которые она разработала. **Том МОСЕС** сообщил, что исследование синтетических камней в GIA выясняет с предельной ясностью, является ли образец искусственным. Некоторые продавцы используют язык, сбивающий с толку, но исследование проясняет все вопросы.