

**Алекс ПОПОВ,
президент Московской алмазной биржи:**

«МАРКА WFDB – ЭТО СИМВОЛ ПОРЯДОЧНОСТИ ЮВЕЛИРНОГО МАГАЗИНА»

С 11 по 14 апреля в Дубае прошла ежегодная встреча президентов алмазных бирж мира (WFDB Presidents' Meeting). Одним из важнейших решений данного мероприятия было принятие мировой программы сертификации ювелирных магазинов с помощью марки WFDB (Всемирная Федерация алмазных бирж) – своего рода знака качества, подтверждающего то, что его обладатель заслуживает доверия в сфере продажи бриллиантов. Подробно о данной программе, которая будет активно внедряться в 2012 году, нам рассказал Алекс ПОПОВ, президент Московской алмазной биржи.



**Алекс ПОПОВ,
президент Московской
алмазной биржи**

Алекс, как была создана программа сертификации ювелирных магазинов с помощью марки WFDB?

В мире существуют несколько схем сертификации ювелирных магазинов. Наиболее известная и широко распространенная – это Council for Responsible Jewellery Practices (CRJP), или в вольном переводе – Совет ответственного ведения дел в ювелирной отрасли. Очень громоздкое название и громоздкая структура, в которую входят 280 крупнейших сетей мира. Это отличная система сертификации с независимыми аудиторскими проверками, которая охватывает драгоценные камни, металлы, соблюдение торгового законодательства, уровня обслуживания покупателей и т.п. К сожалению,



стоимость членства в CRJP настолько высока, что это могут себе позволить только очень большие сети. CRJP активно взаимодействует с Всемирной федерацией алмазных бирж (WFDB), CIBJO и другими отраслевыми организациями, такими как Всемирный золотой совет, Платиновый совет и т.п.

Другая работающая программа сертификации торговцев и производителей бриллиантов и драгоценных камней, членов Всемирной федерации алмазных бирж, ранее распространялась только на оптовый (B2B) сектор. Но в этом году WFDB приняла решение о переносе этого положительного опыта сертификации на потребительский уровень (B2C) путем распространения ритейловой марки WFDB. Эта мировая программа сертификации ювелирных магазинов Всемирной федерации алмазных бирж находится в настоящее время в последней стадии разработки. Она базируется на существующей программе WFDB Mark, которая действует с 2008 года. Разработкой так называемой ритейлерской программы занимается специальный комитет, в состав которого входят президенты алмазных бирж Лондона, Гонконга, Сингапура, Москвы, Нью-Йорка и пр. Программа начнет внедряться в 2012 году.

Каким образом и кто будет принимать решение, что тот или иной магазин заслужи-

вает доверия в сфере продажи бриллиантов? Каким критериям магазин должен соответствовать?

Критерии сертификации описаны в специальных документах (*эти документы смотрите на нашем сайте – www.njt.ru – Прим. ред.*). Для магазинов критерии не будут сильно отличаться. Вкратце их суть можно сформулировать следующим образом: не выдавать то, что продается, за что-то другое, или, простыми словами, не обманывать покупателя. Принятие решения ложится на комитет независимых специалистов в каждой стране. Никто не заставляет ритейлера быть экспертом-геммологом или не собирается учить его чему-либо, хотя программа и предусматривает обучение персонала – в тех случаях, когда ритейлер этого желает. Главное – не обманывать покупателя. Подчеркиваю – только покупателя. Всемирная федерация не заменяет и не претендует на роль контролера государственных интересов.

Каков будет механизм получения марки WFDB? И сколько магазину придется заплатить за сертификацию?

Механизм получения марки будет опубликован в сентябре. Все участники рынка во всех странах получат обращение одновременно. Решение о выдаче или невыдаче с указанием причин и способов их устранения будет приниматься в течение двух-трех недель на местном уровне. После этого (в случае положительного решения) начнется процесс занесения в мировую базу данных: изготовление диплома, значка, и пр., а также пересылка из штаб-квартиры Федерации – это займет еще 45–60 дней. Стоимость будет варьироваться в зависимости от страны и от оборота магазина или сети. Она будет сформирована таким образом, чтобы покрыть расходы Федерации на сертифицирование и донесение информации до потребителя, и одновременно быть выгодной ритейлеру.

Магазин, получивший право на использование марки WFDB, будет занесен в базу данных Федерации, которая станет доступна каждому потребителю ювелирных изделий. Магазин также получит ряд льгот и привилегий, связанных с доступом на алмазные торговые площадки, образовательными программами, курсами обучения персонала, страховыми программами и другими инструментами поддержания доверия потребителя. Помимо значка, который можно печатать на визитках, инвойсах, рекламе и пр., ритейлеру будет выдаваться еще и диплом, подписанный президентом Всемирной федерации алмазных бирж (WFDB).

ВНИМАНИЕ!

Журнал «Навигатор ювелирной торговли» продолжает рубрику «ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ». Тема ближайших выпусков – «ВОЗВРАЩАЕМ ПОКУПАТЕЛЕЙ».

ЦЕЛЬ ПУБЛИКАЦИЙ помочь ювелирным предприятиям восстановить репутацию как ювелирных изделий в целом, так и собственных брендов и магазинов, привлечь покупателей в торговые точки и убедить их в высоком качестве продаваемых товаров. **Советы в данной рубрике будут давать ведущие эксперты ювелирной отрасли: геммологи, руководители органов пробирного надзора, владельцы и топ-менеджеры ведущих предприятий отрасли, специалисты в области маркетинга и PR и др.** **Приглашаем к сотрудничеству всех специалистов, которые могут дать ювелирным компаниям ценные практические советы по привлечению покупателей и восстановлению их доверия! Если вам есть что сказать, пишите главному редактору – glavred@njt.ru.**

А почему магазинам выгодно иметь марку WFDB?

Марка WFDB – это аттестация порядочности, символ того, что данный магазин взял на себя обязательство быть «прозрачным» со своими покупателями. А ритейлеру, который заинтересован в поддержании своей репутации, всегда выгодно иметь еще одно доказательство своей добросовестности. Помимо этого обладатель марки WFDB приобщается к самому привилегированному мировому сообществу, что накладывает определенные обязательства, но и приносит огромную пользу. Помимо косвенных выгод существуют и конкретные материальные преимущества в виде скидок и специальных предложений, доступных для членов сообщества благодаря Всемирной федерации. Подчеркну еще раз: марка WFDB – это не средство конкурентной борьбы, а доказательство порядочности магазина. Нам бы очень хотелось, чтобы все магазины поддерживали нормы и обязательства WFDB, и чтобы ювелирная торговля велась без обмана покупателей.

**Беседовала Юлия НОВИКОВА,
главный редактор журнала
«Навигатор ювелирной торговли»**