

РОССИЙСКО-ИНДИЙСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ САММИТ

ИТОГИ, ВПЕЧАТЛЕНИЯ, ПЛАНЫ

В ноябре 2012 года состоялся второй Российско-индийский ювелирный саммит, организованный Индийским советом по стимулированию экспорта драгоценных камней и ювелирных изделий (GJEPC) совместно с Московской алмазной биржей. Генеральным информационным партнером мероприятия выступил журнал «Навигатор ювелирной торговли».

В программе саммита участвовали 15 крупнейших индийских производителей мирового уровня, в частности, Gitanjali Gems, Goldiam International, Asian Star Jewels, K.P. Sanghvi, Goldstar Jewellery, Core Jewellery, H.K. Designs, Inter Gold, KBS Designs, Shrenuj, Uni-Design Jewellery.

Российскую сторону представляли компании «Алмаз-холдинг» (Москва), «Золотов» (Москва), NCM Trading (Москва), «СБ Золото» (Москва), «Арт-Ювелир» (Ростов), Gold 4 You (Москва), «Бриант» (Калининград), Ювелирный дом «Тулупов» (Екатеринбург), «Золотые узоры» (Кострома), ювелирные сети «Наше Золото» (Самара),

«Валдай» (Сыктывкар), «Русское Золото» (Смоленск) и ALMAZ (Украина, Днепрпетровск).

Знакомство с ювелирными фабриками и их ассортиментом, общение в формате тет-а-тет с представителями компаний-производителей, семинары, обширная культурная программа... Организаторы приложили максимум усилий, чтобы саммит был насыщенным, интересным и эффективным.

Удалось ли реализовать задуманное? Стал ли визит в Индию началом нового этапа развития российских компаний? Что нужно, чтобы в будущем подобные мероприятия были более эффективными?



Участники делегации



Алекс ПОПОВ, президент Московской алмазной биржи

В этом году состоялся третий проект совместных саммитов, организованных Индийским советом по продвижению экспорта драгоценных камней и ювелирных изделий и Московской алмазной биржей. Могу сказать, что каждый последующий лучше предыдущего. Надеюсь, так будет и в будущем.

Интерес к российскому рынку со стороны зарубежных производителей, в том числе индийских, не вызывает сомнений. Россия – 15-й мировой рынок сбыта для производителей ювелирных изделий, и темпы его роста достигают в последнее время 30% в год. Нет причины, по которой в ближайшие 10–15 лет Россия не достигнет уровня Франции или Италии – стран с меньшим населением, но устоявшими традициями покупки драгоценностей.

Что касается ассортимента индийских производителей, было бы ошибкой ожидать немедленной его адаптации к российским вкусам. Во-первых, вкусы меняются. То, что вчера казалось неподходящим, сегодня раскупают, и наоборот. Конечно, хотелось бы, чтобы наши желания предугадывали. К сожалению, этого тяжело ожидать от ведущего мирового производителя, каким является Индия (общий годовой объем экспорта – 29 млрд долларов). Для Индии мы даже не на 15-м месте, а замыкаем первую сотню. Несмотря на это, дальновидные индийские компании видят потенциал российского рынка и готовы адаптировать свою продукцию к нашим вкусам (ведь когда-то они адаптировались к другим рынкам). Надо только объяснить им, в чем конкретно заключаются наши ожидания, а при их технологической подкованности и невероятной предприимчивости результатов не придется долго ждать.

Надеюсь, эффективность участия в саммите для российских компаний с каждым годом будет возрастать. Что для этого нужно? Во-первых, снабдить российских ритейлеров



Випул Шах, председатель GJEPC и Алекс ПОПОВ, президент Московской алмазной биржи

своевременной и полной информацией, чтобы избежать несоответствия требованиям действительности. Это наша задача, и, я надеюсь, что с помощью нашего генерального информационного партнера – журнала «Навигатор ювелирной торговли» – мы сможем улучшить эту часть подготовки.

Во-вторых, постараться забыть все, что слышали или видели на тему индийской ювелирной промышленности, быть готовыми к новому и необычному.

В-третьих, понимать, что основная масса индийских производителей – это компании с миллиардными оборотами и жесткой корпоративной структурой. Не всегда есть возможность сразу дойти до тех, кто принимает решения. Поэтому надо не принимать первое предложение, а обоснованно доказывать, что цена и сервис должны быть другими.

Индия, когда она открывается иностранцу, – это кладезь знаний, особенно во всем, что касается драгоценностей. Нужно только приехать с открытым сердцем, чтобы этот кладезь открылся. ■

Галина Михайловна ПЛАТОНОВА, руководитель отдела импорта компании «Алмаз-холдинг»

С индийскими компаниями мы работаем давно. До последнего времени в основном закупали изделия из серебра. Сейчас рассматриваем возможность импортировать из Индии украшения с бриллиантами. Поэтому приглашение на саммит и участие в нем оказались для нас очень своевременными.

Основная цель нашей поездки – найти интересные изделия бриллиантовой группы приемлемого качества и конкурентоспособной цены. Как показало знакомство с индийскими производителями, ассортимент компаний очень схожий, а значит, есть конкуренция за российского покупателя.

Еще одна особенность – не все производители пока ориентированы именно на российский рынок, около 60% изделий, как мне кажется, созданы под американского покупателя. Но желание компаний корректировать дизайн, подстраиваться под вкусы и моду российского рынка очень обнадеживает.

Тем не менее даже с учетом некоторой американизации ассортимента реальность превзошла все ожидания. Я не предполагала, что найдется так много интересных изделий, которые будут прекрасно продаваться в России.

Особенно, с моей точки зрения, перспективны легкие изделия элегантного дизайна (без нот этничности), тонкие бриллиантовые «дорожки», имитация крупного камня с помощью специальной закрепки нескольких мелких камней, цветные бриллианты, изделия с 17-гранниками.

Сейчас ведем переговоры с потенциальными партнерами о соотношении цена-качество, характеристиках бриллиантов и возможных формах сотрудничества. Думаю, мы сможем выбрать пару компаний, с которыми будем плодотворно работать.

Если говорить об организации поездки, то все было на высоте, начиная от размещения и заканчивая кухней. Индийские блюда немного острые, но удивительно вкусные! Перелет, трансфер, размещение в Мумбаи – все было прекрасно. Очень приятно, что принимающая сторона позаботилась о переводчике. Это важно, несмотря на то что многие участники поездки знают язык.

Особенно хотелось отметить удачное решение по представлению компаний – фирма принимала потенциальных покупателей по одному в отдельном номере. Это очень удобно.

Еще раз хочу поблагодарить организаторов! Думаю, подобные мероприятия полезны, поскольку налаживаются и бизнес-связи, и личные, что также важно в ведении дел. ■



Александр Анатольевич МЕЛЬНИКОВ, эксперт-геммолог ООО «Золотов»

Ранее у нас не было опыта работы с индийскими компаниями, и эта поездка оказалась очень интересной и информативной. Отправляясь в Индию, мы хотели познакомиться с крупными индийскими производителями, примерить их ассортимент к нашим покупателям. Могу сказать, что все наши ожидания полностью оправдались. Организация поездки была на самом высоком уровне. Все спланировано очень рационально и с максимальной пользой для дела.

Отдельно хочу отметить такую продуманную опцию, как создание записных книжек с фотографиями индийских компаний, такие книжки получили все российские участники поездки. Но было бы еще удобнее, если под каждым фото указывать контактный номер телефона и адрес электронной почты.

Андрей Алексеевич ЦАЦУРИН, учредитель компании «Русское золото», Смоленск

Для нашей компании это был первый опыт общения с индийскими поставщиками. И он оказался удачным. Мы выбрали для начала сотрудничества производителя, который имеет практику взаимодействия с российскими магазинами, неплохо ориентируется на российском рынке.

Мы выбрали коллекции однозначно интересные для наших покупателей. Актуальные модели с полудрагоценными камнями и бриллиантами в белом золоте – как массового сегмента, так и среднего и премиального. Так что поездка в целом оказалась для нас результативной.

Андрей Михайлович ЯНЧЕВСКИЙ, генеральный директор ООО «Голдэкс»

У меня довольно большой опыт работы с индийскими компаниями, поэтому не скажу, что сделал за эту поездку для себя какие-то новые открытия. Тем не менее могу отметить, что саммит был исключительно насыщенным. Организация встреч-проводов, культурной и деловой программы – на высоте. Нарекание вызывал только отель в Джайпуре (пожелание организаторам – для размещения участников саммита выбирать только бизнес-отели).

Что касается знакомства с индийскими компаниями, то здесь, как мне кажется, формат оказался не совсем продуман. 30 минут – это мало или много? Чтобы компания рассказала о себе – много. Чтобы российские гости получили ответы на интересующие их вопросы – мало. Конечно, если люди четко знают, зачем именно они приехали и что хотят узнать – полчаса достаточно (мы, например, за полчаса сумели побеседовать с пятью компаниями). Но для тех, кто только знакомится с Индией, ее производством, возможностями, этого явно мало. Предметного разговора не получится – на это просто нет времени.

Ассортимент по большей части ориентирован на американский рынок: массивные изделия с крупными бриллиантами не самого высокого качества. При этом золото может использоваться не 10, а 9 карат. Довольно много бриллиантов в серебре. России все же более близок классический европейский (итальянский) дизайн.

Что касается качества, то у российского покупателя довольно высокие требования. Индийский товар не всегда им соответствует. Но цены на изделия существенно ниже,

Ассортимент индийских производителей исключительно широк. Есть немало перспективных для российского рынка моделей. Доказательством этому может служить уже состоявшееся сотрудничество ряда российских покупателей с индийскими компаниями. Заинтересованность индусов в партнерстве проявляется в том числе в их готовности адаптировать модели под российский рынок.

Если говорить о будущем, интересно получить подробную и правдивую информацию об индийском рынке незакрепленных бриллиантов огранки кр-17 (17 facets) и кр-57 (57 facets), а также рубинов, сапфиров, изумрудов. И получить подробный ответ на вопрос: как правильно определять подделки и «леченые» камни, чтобы обезопасить своих клиентов и российский рынок в целом.

Еще раз благодарю организаторов саммита! С удовольствием приму участие в подобном мероприятии на следующий год. ■

Что же касается ассортимента в общем, то над ним, чтобы изделия были востребованы в России, нужно еще довольно много работать.

Но если сравнить украшения, которые создавали индийские компании два года и даже год назад, а также учесть колоссальное желание работать и осваивать наш рынок, подстраиваться под требования российских покупателей, можно предположить, что в скором будущем Индия начнет вытеснять Гонконг и Китай. Уже сегодня становится очевидным: Америка и часть Европы перешли на индийское золото.

Пользуясь случаем, хочу сказать спасибо организаторам саммита за прекрасное результативное путешествие. ■

чем в любой другой стране: Китай проигрывает Индии процентов 10–15, при условии, конечно, больших объемов закупок.

Соответственно, чтобы сотрудничество с индийскими производителями было продуктивным, с ассортиментом нужно работать, контролировать качество исходников (металла и камней) и готовых изделий. Модели нужно адаптировать под российского потребителя – вопрос, кто этим будет заниматься? Сами индийские производители? Вряд ли! Несмотря на то, что интерес к России у них очень велик, понимания российского рынка пока нет.

С моей точки зрения, оптимальный вход индийских компаний на российский рынок – создание в нашей стране собственных офисов/складов или системы дистрибуции. Последнее – более перспективный вариант. Но он предполагает серьезную работу и серьезные вложения в разработку новых адаптированных к отечественному рынку моделей. Работу над качеством. Долгосрочное сотрудничество. В противном случае, как мне кажется, многие российские компании не получат преимуществ, на которые они рассчитывают.

Тем не менее поездка была очень полезной. И с точки зрения знакомства с индийской ювелирной промышленностью, и с точки зрения сплочения нас – представителей российского ювелирного рынка. В очередной раз убеждаюсь, что личные контакты ничто не заменит. Спасибо организаторам – поездка удалась!

Особая благодарность генеральному консулу России в Мумбаи Алексею Новикову и президенту Московской алмазной биржи Алексу Попову за интерес к сотрудничеству России и Индии в ювелирной отрасли и личное участие в организации встреч представителей двух стран. ■