

# БРИЛЛИАНТ как привлекательный инвестиционный инструмент

На отраслевой конференции «Рынок драгоценных камней и ювелирных изделий. Насущные вызовы и перспективы развития», состоявшейся недавно в Гильдии ювелиров России, с докладом на тему «Бриллиант как привлекательный инвестиционный инструмент» выступил Александр ТИХОМИРОВ, заместитель начальника Управления клиентской политики и маркетинга АК «АЛРОСА» (ПАО). Сегодня мы публикуем наиболее интересные отрывки из его доклада.



Александр ТИХОМИРОВ, заместитель начальника Управления клиентской политики и маркетинга АК «АЛРОСА» (ПАО):

алмазов в динамике (2004–2015 годы) представлен на *графике 1*.

Какими бы большими ни казались эти цифры, в последние несколько лет наблюдается падение добычи алмазного сырья. И это оказывает позитивное влияние на поддержку цен на бриллианты. Даже если в ближайшее время будут открыты новые месторождения (чего за последние десятилетия почти не случалось), стоимость их разработки (производственные расходы по запуску месторождения и добыче алмазов) будет достаточно высокой. Кроме того, спрос на алмазы выше, чем их предложение на мировом рынке. Соотношение добычи и спроса на алмазы показано на *графике 2*.

Что касается цен на бриллианты, их динамика отражена на *графике 3*, а сравнение изменения динамики цен на основные активы представлено на *графике 4*.

## Добыча, спрос и цены

В последние несколько лет в мире добывается 120–130 млн карат драгоценных камней, из которых ювелирные алмазы составляют 25%. Мировой объем добычи

График 1. Мировой объем добычи алмазов, млн карат

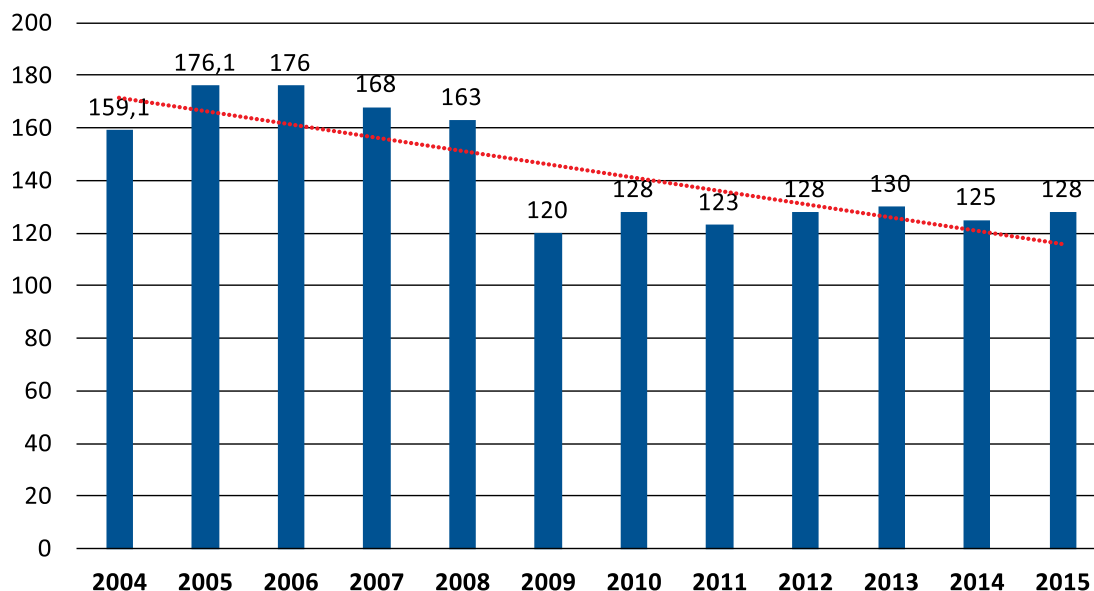


График 2. Бриллиант как привлекательный инвестиционный инструмент

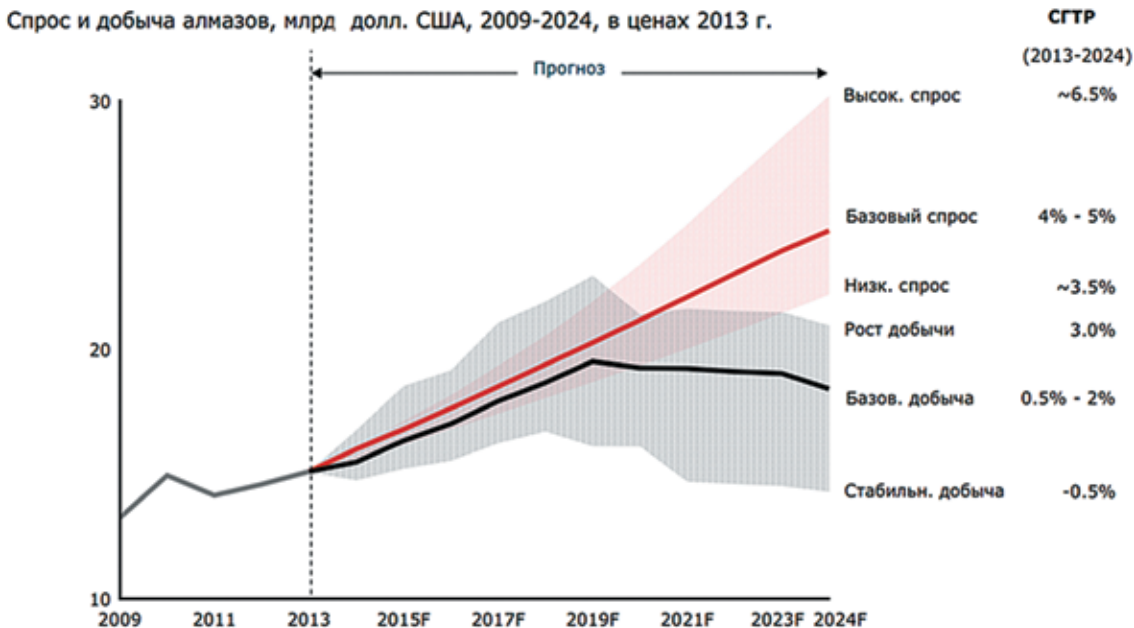


График 3. Индексы цен на бриллианты

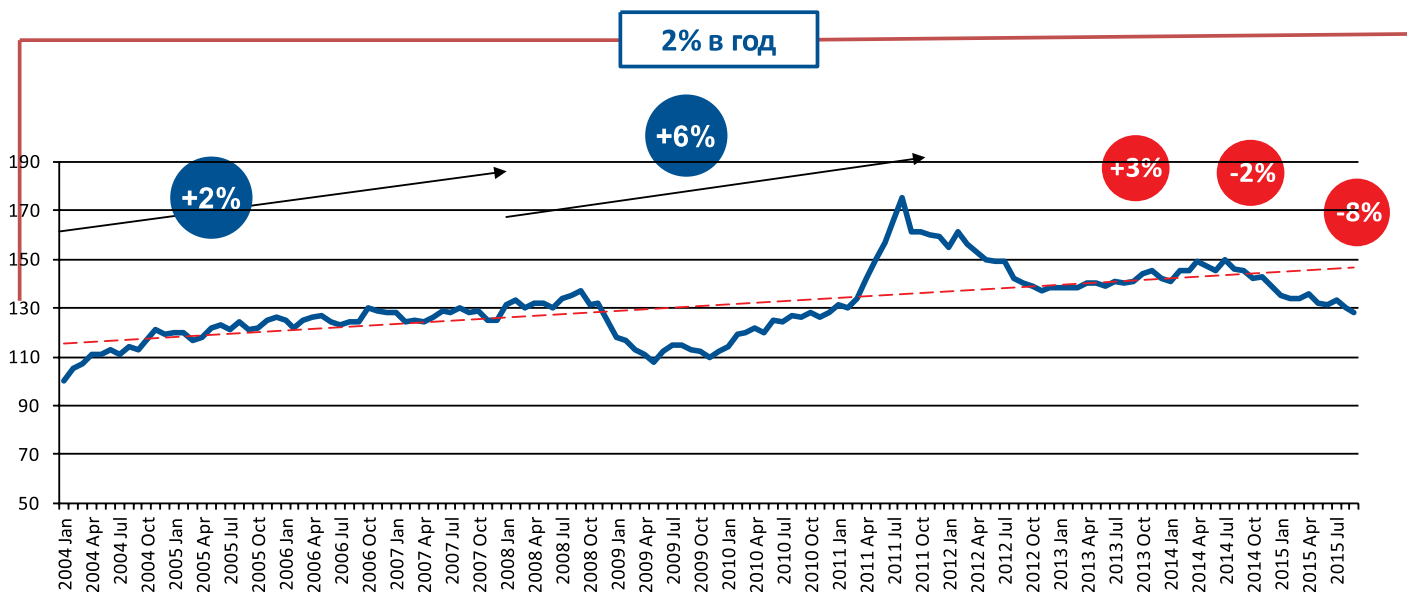
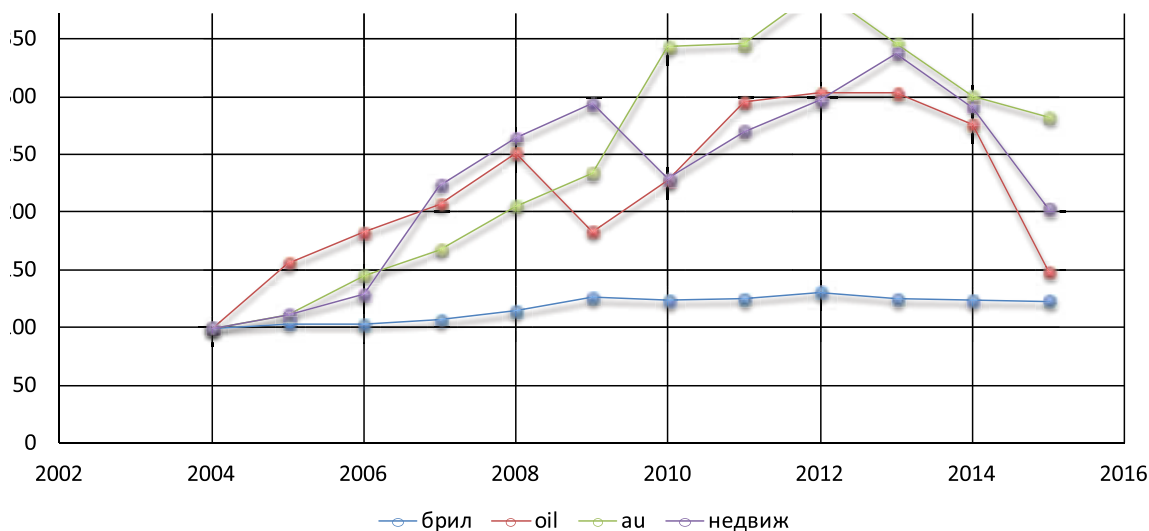


График 4. Сравнение динамики изменения цен на активы





## Особенности бриллианта

Благодаря **De Beers** и ее культовой маркетинговой кампании бриллианты известны во всем мире и имеют статус роскоши.

Между тем *бриллианты помимо эстетической привлекательности обладают следующими уникальными характеристиками:*

- понятие «бриллиант» известно во всем мире;
- бриллианты не подвержены действию времени, любому природному алмазу не менее 900 миллионов лет;
- бриллианты имеют:
  - высокую капиталоемкость,
  - малый размер,
  - просты в хранении и содержании;
  - удобны в транспортировке;
  - мультивалютны – бриллианты продают/покупают во всем мире в долларах США/евро/фунтах/юанях/рублях;
- существуют общепризнанные стандарты по оценке бриллианта;
- переход права собственности не подлежит государственной регистрации, нет сложных процедур оформления права собственности на бриллианты;
- за обладание бриллиантами не нужно платить налоги; а в России владелец имущества освобожден от уплаты налога с дохода от реализации данного имущества, если имущество находилось в собственности более трех лет;

- цена на бриллианты подвержена небольшим колебаниям, но в долгосрочной перспективе показывает рост.

Развитие информационных технологий привело к тому, что получить информацию об индикативных ценах на бриллианты не составляет проблем. Публикации в **IDEX Online** и на других ресурсах изменили ситуацию и привели к прозрачности рынка.

Таким образом, если понимать под «товаром» (commodity) предметы, которые можно использовать для обмена, и при этом качество данных предметов можно однозначно квалифицировать на основе стандартных критериев, то бриллиант имеет потенциал стать одним из таких товаров (commodity). Точнее – самым прекрасным товаром.

События, происходящие на мировом рынке, подтверждают данный факт.

- В Сингапуре в мае этого года начала работу биржевая площадка SDiX, на которой будут продаваться боксы с бриллиантами.
- Raparport group совместно с GIA начали выпускать сертификаты на инвестиционные бриллианты Investment Diamond Reports (IDR).

## Российские реалии

Инвестиционная ситуация на российском рынке не отличается от общемировой.

- Инвесторы ищут инвестиционные инструменты, не зависящие от курсов валют, цен на нефть, цветные и драгоценные металлы.
- Рынок испытывает потребность в реальных сберегательных инструментах, а не в производных от товарных активов.

Тем не менее проведенный анализ показал: **существует ряд факторов, сдерживающих использование бриллиантов как инвестиционного актива в России.** Основными из них являются:

1. В России нет авторитетной геммологической лаборатории, заключение которой не подверглось бы сомнению.
2. Существует миф, и продавцы бриллиантов его всячески поддерживают, о сложности определения характеристик бриллиантов и об исключительной уникальности каждого бриллианта.
3. Существующая система налогообложения. Инвестор при покупке бриллианта уплачивает НДС, который ему не возвращается при продаже бриллианта. Таким образом, инвестор при вложении в бриллианты теряет 18% стоимости бриллианта.



## Пути решения проблем

Рассмотрим подробнее перечисленные выше факторы и пути решения создаваемых ими проблем:

1. Согласно Постановлению № 372 от 5 апреля 1999 года ограненные драгоценные камни могут быть реализованы физическим лицам только в сопровождении сертификатов. Выдача сертификатов производится в соответствии с ФЗ № 184 от 7 декабря 2002 года «О техническом регулировании». Сертификация проводится в соответствии с ГОСТ Р 52913-2008.

Между тем наличие сертификата не гарантирует владельцу драгоценного камня, что при продаже бриллианта цена будет формироваться с учетом характеристик, указанных в сертификате. Более того, покупатель, порой осознанно, будет стараться понизить эти характеристики.

Следовательно, необходимо защитить инвестора от субъективности оценщиков. Необходимо развивать доверие к институту сертификации. Для этого можно использовать опыт других товарных активов. К примеру, на рынке драгоценных металлов существует ассоциация LBMA (London Bullion market association), стандарты GOOD DELIVERY на драгоценные металлы. Раз в несколько лет все аффинажные заводы, входящие в данную ассоциацию и выпускающие слитки со статусом качества GOOD DELIVERY, проходят процедуру тестирования, где проверяется качество продукции данных заводов. Проводится это несколькими способами: лаборатория завода проверяет химический состав тестового слитка; завод направляет для теста свой слиток с подробным описанием химического состава.

С драгоценными камнями можно поступить аналогично, более того, в данном случае это будет менее затратно, поскольку слитки драгоценных металлов разрушаются при проведении экспертизы, бриллианты – нет.

2. В качестве решения проблемы развития ореола таинственности вокруг характеристик каждого бриллианта и исключительной компетенции геммолога по проведению анализа характеристик бриллианта можно предложить следующее: создать единую базу данных с информацией об индивидуальных особенностях инвестиционных бриллиантов и наносить на бриллиант маркировку либо использовать уникальные особенности каждого камня, образующиеся при шлифовке. В настоящее время проводится анализ данных способов.

В этом случае эксперту будет достаточно зайти в базу данных, найти соответствующий бриллиант и с помощью специального оборудования сравнить информацию, указанную на камне и в базе данных.

3. Следующая проблема – НДС.

АК «АЛРОСА» (ПАО) и Минфин РФ провели ряд совещаний по данному вопросу. Нельзя сказать, что в Минфине не понимают этой проблемы. Более того, были предложены различные варианты, позволяющие сделать привлекательными инвестиции в бриллианты, при этом не отменяя НДС. Именно сейчас идет работа над этим вопросом.

АК «АЛРОСА» (ПАО) совместно с товарной секцией Московской биржи прорабатывает вопрос о запуске торгов бриллиантами. Запуск торгов бриллиантами на Московской бирже позволит:

- обеспечить прозрачную систему ценообразования на новый финансовый инструмент;
- привлечь к проведению операций с инвестиционными бриллиантами профессиональных участников рынка, финансовые институты;
- фискальным органам – получить ценовую базу для расчета налогообложения операций с инвестиционными бриллиантами.

Нельзя сказать, что все просто, приходится сталкиваться и с техническими трудностями, и со скепсисом коллег, но в «АЛРОСЕ» уверены, что все получится.

На первый взгляд кажется, что, идя в ретейл, «АЛРОСА» вступает в конкуренцию с ювелирными компаниями за деньги покупателя. Но это не так.

**Во-первых**, ювелиры продают эмоции, а мы хотим продавать инструмент, позволяющий избежать накопления.

**Во-вторых**, в случае успешной реализации нашего проекта мы создадим условия для вторичного рынка драгоценных камней, что сделает ювелирные изделия с бриллиантами более ликвидными, а следовательно – увеличит спрос на них.

**В-третьих**, нужно понимать, что ювелиры – не главное звено в цепи реализации бриллиантов, и они не могут нести ответственность за состояние цен на бриллианты. Главным звеном являются потребители, ведь они в конечном счете решают, что является приемлемым уровнем цен.

**В заключение хочется отметить**, что мы активно используем опыт наших коллег с сингапурской биржевой площадки, а также анализируем весь существующий опыт по инвестициям в бриллианты. Данный проект большой, инфраструктурный, требующий значительных трудовых и финансовых инвестиций, но АК «АЛРОСА» (ПАО) готова идти на это.