

RÚSSIA

OURIVESARIA E JOALHARIA – ANÁLISE SECTORIAL

Edição online e coordenação técnica: Unidade Conhecimento de Mercado

Elaboração: Delegação em Moscovo

Data: Agosto 2005

Icep Portugal 

ÍNDICE

A OFERTA	3
1. A PRODUÇÃO RUSSA	3
<i>Dimensão do mercado russo em valor e em quantidade de 2002 a 2004</i>	3
<i>Repartição da produção por grupos de produtos</i>	10
<i>Principais produtores, sua importância e quota de mercado</i>	12
<i>Lapidagem</i>	16
2. O COMÉRCIO EXTERNO	19
<i>Análise das importações russas e das exportações – evolução de 2002 a 2004</i>	19
<i>A concorrência no mercado, principais fornecedores e sua actuação no mercado</i>	23
<i>Exportação russa de artigos de ourivesaria/joalheria</i>	25
A PROCURA	27
3. A DISTRIBUIÇÃO	27
<i>Identificação, caracterização e estrutura de distribuição</i>	27
<i>Peso de cada circuito na distribuição global</i>	31
<i>Evolução da distribuição e perspectivas para o futuro</i>	32
4. ABORDAGEM AO MERCADO	35
<i>Alguns outros aspectos e informações relevantes</i>	37
5. O CONSUMO E SUA EVOLUÇÃO NOS ÚLTIMOS ANOS	38
<i>Evolução da procura total e por tipo de produtos</i>	38
<i>Preferências dos consumidores</i>	40
<i>Tendência do consumo e dos gostos do consumidor</i>	46
ANÁLISE SWOT	49
CONCLUSÕES E SUGESTÕES PARA ABORDAGEM AO MERCADO	50
LISTAGEM DOS PRINCIPAIS IMPORTADORES RUSSOS	52
ASSOCIAÇÕES SECTORIAIS E ENTIDADES PÚBLICAS NA ÁREA DA JOALHARIA	54
QUADRO LEGAL	57
FEIRAS E FONTES DE INFORMAÇÃO	62
ANEXOS	65

A oferta

1. A produção russa

O sector da ourivesaria é actualmente a indústria transformadora mais dinâmica na Rússia. Em 2004 a produção neste sector cresceu cerca de 20%.

O crescimento da produção tem sido acompanhado pelo aumento da concorrência entre produtores russos e estrangeiros. O mercado interno russo encontra-se saturado e a procura por parte dos consumidores russos, atendendo à capacidade do mercado, está satisfeita.

Anteriormente eram os próprios produtores que se dedicavam à venda dos seus artigos. O crescimento sustentado da indústria da ourivesaria russa nos últimos anos conduziu as empresas do sector a especializarem-se ou na produção ou no comércio. Simultaneamente, o próprio sector produtivo dividiu-se em três grandes segmentos, a saber:

1. Empresas utilizando para os próprios produtos pedras de primeiro grupo (brilhantes, rubis, safiras, esmeraldas);
2. Empresas trabalhando ouro;
3. Empresas trabalhando principalmente prata.

Uma das tendências de evolução do mercado reside na redução do número de grandes empresas verificada a par do aumento do número de pequenas empresas.

O forte crescimento do sector nos anos anteriores foi consequência da liberalização quer da produção, quer do mercado em geral, especialmente da liberalização da exportação de produtos de ourivesaria e joalheria.

Dimensão do mercado de joalheria em valor e em quantidade de 2002 a 2004

Em 2004 foram fabricados na Rússia:

- 26 milhões de artigos de ouro, perfazendo em peso 67,5 toneladas;
- 21,5 milhões de artigos de prata com peso total de 114 toneladas;
- 0,6 mil unidades de artigos de platina com peso total de 92 kg.

No quadro 1 constam dados relativos à quantidade e peso dos artefactos marcados de 2002 a 2004.

Quadro 1

Ano		2002	2003	2004	
Artefactos de ouro	Total:	Qde, milhões de unidades	17,63	22,09	25,88
		Peso, em toneladas	42,7	55,72	67,5
	Importado	Qde, milhões de unidades	0,105	0,192	0,36
		Peso, em toneladas	0,59	0,95	1,57
Artefactos de prata	Total:	Qde, milhões de unidades	12,19	16,507	21,47
		Peso, em toneladas	60,37	87,6	114,21
	Importado	Qde, milhões de unidades	1,66	2,856	4,11
		Peso, em toneladas	10,09	17,8	25,77
Artefactos de platina	Total:	Qde, milhares de unidades	19,56	29,398	10,64
		Peso, em kg	109,3	160,737	92,11
Artefactos de paládio	Total:	Qde, milhares de unidades	0,897	4,365	8,23
		Peso, em kg	6,11	22,97	34,16

Fonte: Câmara Estatal Russa de Contrastes.

As figuras 1, 2, 3 e 4 apresentam a dinâmica de desenvolvimento do mercado russo de ourivesaria.

Figura 1

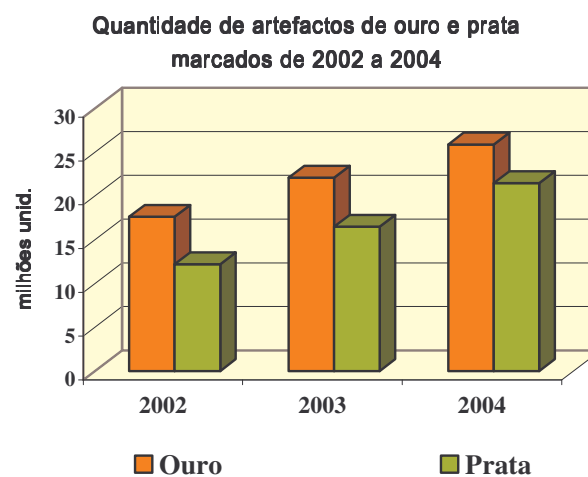


Figura 2

Qde de artefactos de platina e paládio marcados 2002-2004

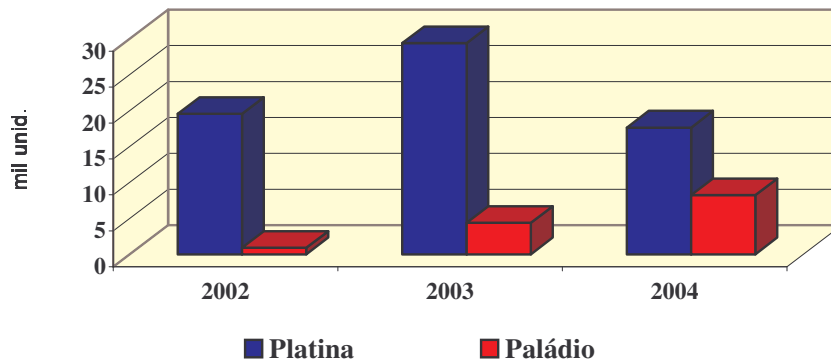


Figura 3

Peso dos artefactos de ouro e prata marcados de 2002 a 2004

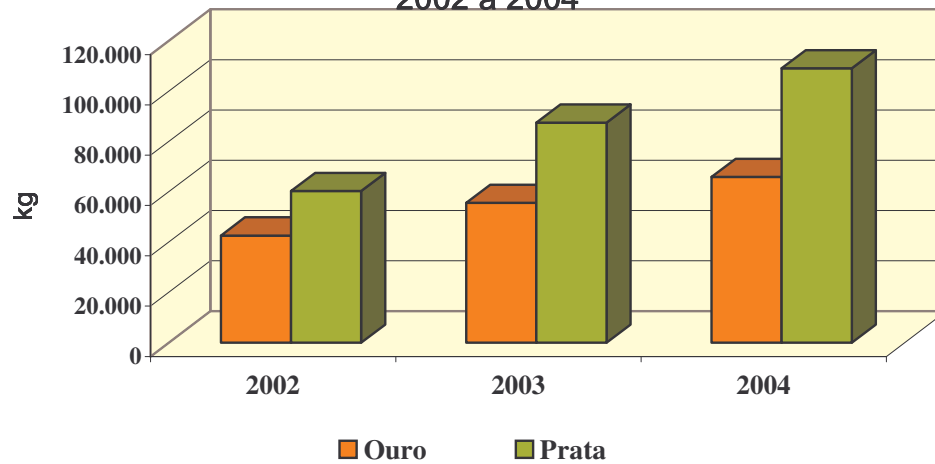
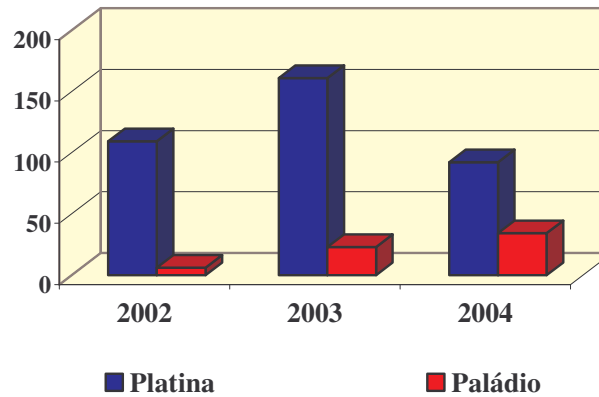


Figura 4

Peso dos artefactos de platina e paládio marcados de 2002 a 2004



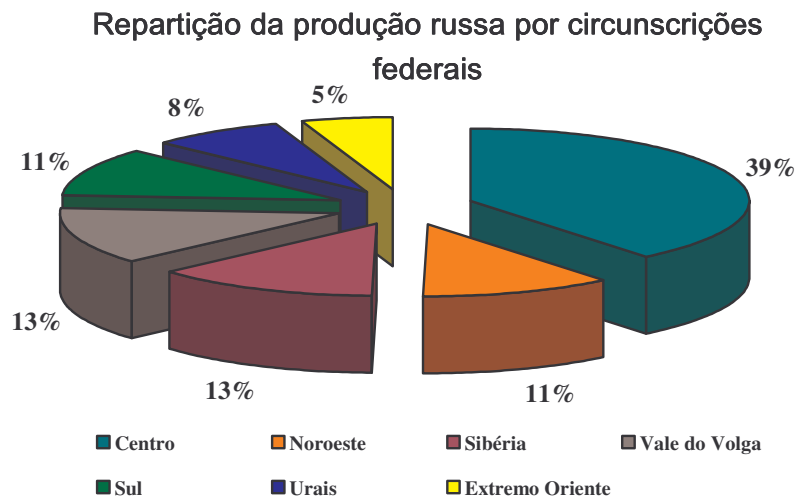
Na União Soviética havia 25 fábricas de ourivesaria cuja produção satisfazia a procura dos diversos tipos de artigos. Após a extinção da URSS, laboravam na Rússia, em finais de 2004, mais de 4000 empresas que fabricam todos os tipos de artigos de ourivesaria.

A produção nacional global desses artigos apresenta a seguinte repartição por circunscrições federais:

- Centro - 39,2 por cento, incluindo a cidade e a região de Moscovo absorvendo cerca de 29 por cento;
- Noroeste - 11,2 por cento, incluindo S.Petersburo responsável por 7 por cento;
- Sibéria – 12,9 por cento;
- Vale do Volga – 12,7 por cento;
- Sul – 10,9 por cento;
- Urais – 7,9 por cento;
- Extremo Oriente – 5,2 por cento.

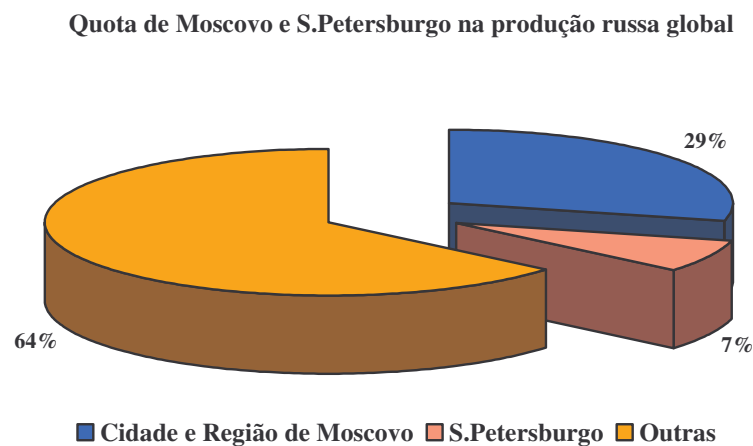
A figura 5 ilustra a repartição da produção de artigos de ourivesaria por circunscrições federais da Rússia.

Figura 5



Há ainda a assinalar que mais de 90 por cento dos artigos de ourivesaria são fabricados em Moscovo e S.Petersburgo, como bem o ilustra a figura 6.

Figura 6



O mercado russo de artefactos de ourivesaria tem vindo a crescer a taxas variando de 15% a 30% ao ano. Em 2004 verificou-se tal crescimento em todos os metais com excepção da platina que caiu em 40% contra os valores registados em 2003. A evolução do mercado nos últimos três anos está apresentada no quadro 2.

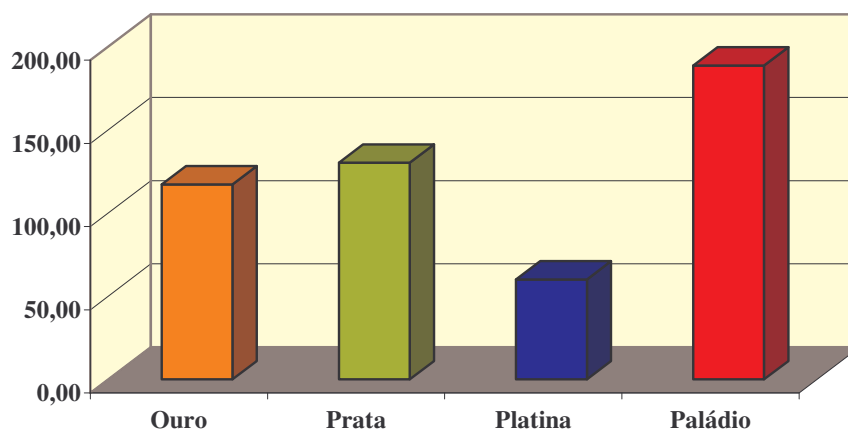
Quadro 2

Evolução da produção de artefactos de ourivesaria em quantidade

Metal, milhares de peças	2002	2003	2004	2004/2003, %
Ouro	17630	22090	25880	117,16
Prata	12190	16507	21470	130,07
Platina	19,560	29,398	17,640	60,00
Paládio	0,897	4,365	8,230	188,55

Figura 7

Evolução do mercado em quantidades em 2004 (2003= 100%)



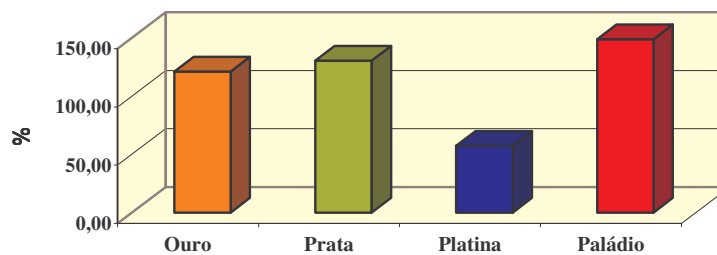
Quadro 3

Evolução da produção de artigos de ourivesaria em peso

Metal, em kg	2002	2003	2004	2004/2003 %
Ouro	42 700	55 720	67 500	121,14
Prata	60 370	87 600	114 210	130,38
Platina	109,300	160,737	92,110	57,30
Paládio	6,110	22,970	34,160	148,72

Figura 8

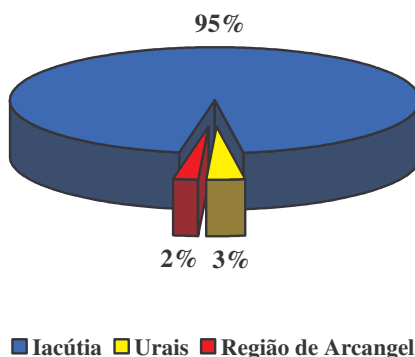
Evolução do mercado em peso expressa em % em 2004
 (2003 = 100%)



As empresas especializadas na produção de artigos de joalheria com brilhantes demonstraram, em 2004, um crescimento do mercado de 22 a 23%. De notar que 95% dos brilhantes utilizados nas fábricas russas provêm da Iacútia (“Alrosa-Sakha”), cabendo 2-3% aos fabricados no Norte dos Urais e na Região de Arcangel.

Figura 9

Repartição da produção de brilhantes para peças de adorno de ouro por regiões da Rússia



A produção de artigos de joalheria de prata tem vindo a crescer à taxa de 15% ao ano. É igualmente de registar o progressivo aumento das importações russas de artigos de joalheria: de 1999 a 2003 a quota dos artigos de prata de importação subiu de 25% para 35%.

Repartição da produção de artigos de joalheria por grupos de produtos

Dos grupos pautais que têm vindo a gozar de procura sustentada e, conseqüentemente, dos fabricados em maior quantidade, são de referir:

- alianças de casamento;
- correntes;
- brincos;
- pingentes.

Trata-se, sobretudo, de peças não muito caras e com peso reduzido. Estes produtos, que podem ser classificados como artigos de consumo generalizado, são mais rentáveis e, portanto, mais vantajosos para as empresas comerciais.

O seguinte grupo dos artefactos de joalheria, fabricados em quantidades limitadas, é constituído por peças de natureza religiosa tais como cruzeiros peitorais e por signos do zodíaco.

A estes seguem-se vários grupos de peças de adorno que envolvem um elevado risco do ponto de vista da sua vendabilidade. Tal risco está relacionado, em primeiro lugar, com:

- o elevado preço;
- a procura limitada desses artigos de joalheria.

Trata-se de produtos de joalheria relativamente pesados, não destinados ao consumo de massas, tais como colares ou peças de carácter exclusivo ou ainda, no caso das peças de adorno para homem, botões de punho ou alfinetes (pregadores) de gravata. É por essa razão que a maioria dos fabricantes não produzem tal género de artigos.

As peças de joalheria com brilhantes predominam no comércio, mas a produção das mesmas está mais desenvolvida nos Urais, dado nesta região serem objecto de procura em massa. A procura de brilhantes também é mais forte nas regiões petrolíferas onde a população possui um elevado poder de compra, nomeadamente em Surgut e Nijnevartovsk (Sibéria Ocidental) ou na região de Tcheliabinsk e Ufá, Bachkíria (Sul dos Urais).

Lista dos artefactos de joalheria mais fabricados pelos produtores

Quadro 4

Artefactos de ouro: <ul style="list-style-type: none"> • Correntes • Anéis • Pendentes • Brincos • Alfinetes • Colares • Pulseiras • Broches 	Artefactos de platina: <ul style="list-style-type: none"> • Correntes • Anéis • Pendentes • Brincos • Colares 	Artefactos de paládio: <ul style="list-style-type: none"> • Correntes • Anéis • Pendentes • Alfinetes
Artefactos combinados: <ul style="list-style-type: none"> • Correntes • Anéis • Pendentes • Alfinetes • Colares 	Artefactos de prata: <ul style="list-style-type: none"> • Medalhas • Lembranças • Louça/talheres de prata 	Artefactos com metais preciosos nativos: <ul style="list-style-type: none"> • Pendentes

Principais produtores, sua importância e quota de mercado

Em 2002 existiam na Rússia 3517 produtores oficialmente registados de peças de ourivesaria e outros artigos de metais preciosos para uso doméstico, em 2003 existiam 3878 empresas e em 2004 as inspeções oficiais de controlo e marcação de artefactos de metais preciosos registaram 4047 empresas e empresários em nome individual que se dedicavam à produção de artefactos de metais preciosos. Estes dados constam no quadro 5 e na figura 10 a seguir inseridos.

Quadro 5

Anos	Quantidade de empresas	Variação, %
2002	3517	100,0
2003	3878	110,3
2004	4047	104,4

Figura 10

Quantidade de empresas de joalheria (2002-2004)

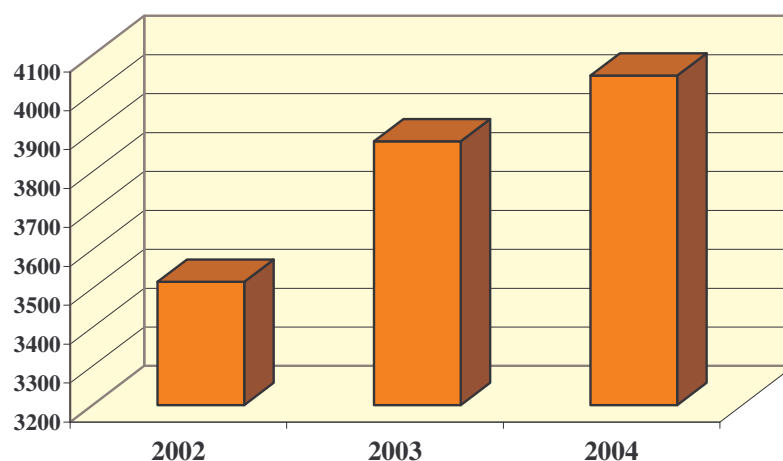
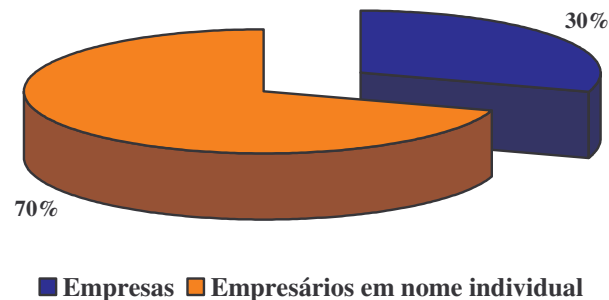


Figura 11

Estrutura do mercado da produção de artigos de joalheria



Entre 2002 e 2004 o número de empresas de joalheria aumentou, em média, 15%, tendo a taxa de crescimento diminuído em 7% de 2003 a 2004.

A liberalização da economia russa conduziu à divisão espontânea do mercado em três grandes grupos de empresas:

- grandes empresas herdadas, principalmente, do sistema soviético;
- médias empresas com mais de 100 trabalhadores;
- pequenas empresas com menos de 100 trabalhadores (em média, 15 a 25 empregados).

A evolução da produção de artigos de ourivesaria nos últimos anos caracterizou-se pelas seguintes principais tendências:

1. Mudança qualitativa da gama de artigos de ourivesaria fabricados, com o surgimento no mercado de novos produtos nunca produzidos antes.
2. Revogação do controlo oficial de gama de produtos de ourivesaria e joalheria que outrora era exercido pelo Estado soviético sobre todas as empresas do sector. Consideração das preferências regionais, étnicas, religiosas e outras dos consumidores: assim, por um lado há a lacútia, Tartária, Bachkíria e outras regiões utilizando símbolos orientais, por outro há a produção de adornos inspirados na tradição ocidental.

3. Diversificação das cores do ouro. Assim, a par do vermelho, cor tradicionalmente utilizada na Rússia, no mercado surgiram outras cores. Se há 12-15 anos a gama das cores utilizadas se limitava ao vermelho e ao branco, actualmente ela estende-se a várias cambiantes do amarelo, do branco, do verde, cor-de-rosa além do nigelado. Ainda assim, a gama de cores actualmente presente no mercado continua bastante aquém da existente na Rússia antes da Revolução de 1917 quando os ourives utilizavam doze cores diferentes enquanto hoje em dia a maioria dos fabricantes aplica apenas seis.

4. No trabalho manual dos artefactos de ouro, os ourives russos começaram a aproximar-se dos padrões internacionais, enquanto a qualidade das peças trabalhadas mecanicamente continua aquém dos análogos ocidentais.

5. Em matéria de produtividade, a indústria de ourivesaria russa permanece atrasada face aos grandes países produtores tais como a Itália, Tailândia ou Israel. Em média, a produtividade de um trabalhador em qualquer destes países é três vezes superior à do seu colega russo.

Estruturalmente a indústria de joalheria/ourivesaria russa pode ser dividida em dois grupos.

O primeiro é integrado por 13 grandes fábricas empregando de 500 a 4000 trabalhadores que já existiam na economia centralizada da União Soviética e que, com a extinção desta, foram transformadas em sociedades comerciais. Delas fazem parte os maiores produtores russos de peças de ourivesaria com brilhantes, nomeadamente:

- “Fábrica Experimental de Ourivesaria” de Moscovo;
- “Krástsvetmet” (Krasnoiarsk, Sibéria Oriental);
- “Krasnoselski Juvelierprom” (Krasnoie, região de Kostroma);
- “Holding Estet” (Moscovo);
- “Bronitski Juvelier” (Bronitsi, região de Moscovo);
- “Russkie Samotsvety” (S.Petersburgo);
- “Juveliry Urala” (Iekaterinburgo).

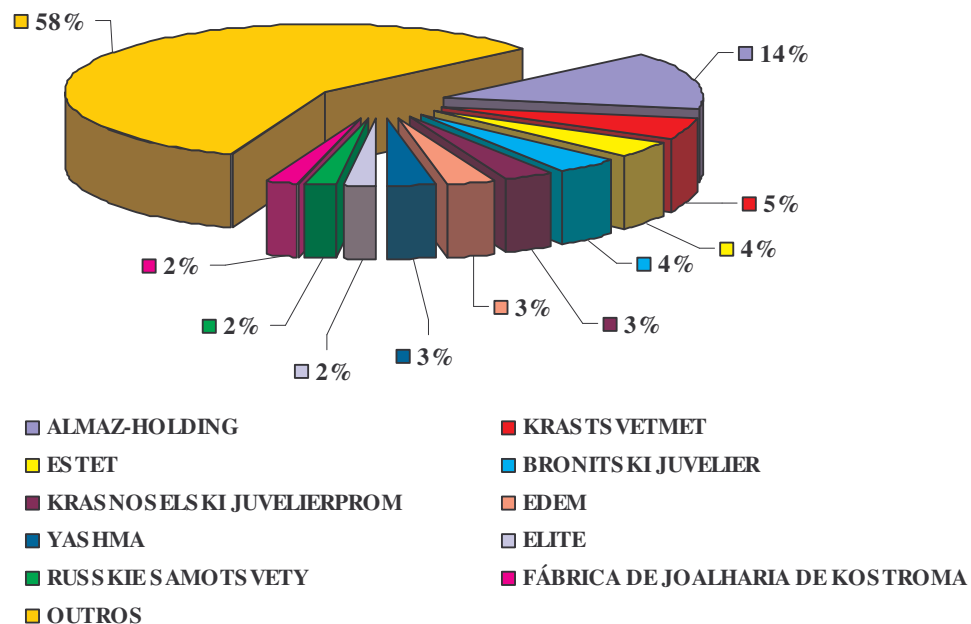
Estas fábricas estão localizadas nos centros tradicionais de joalheria e ourivesaria da Rússia. Actualmente elas trabalham a 30-40% da capacidade e, no que se refere à produção de adornos com brilhantes, a 20-30%. A quota destas fábricas na produção global da Rússia tem vindo a diminuir sistematicamente.

O segundo grupo congrega pequenas empresas, principalmente privadas, empregando de 10 a 50 trabalhadores e com volume de produção compreendido entre os 15 e os 45 milhões de USD por ano.

Os principais “*players*” do mercado russo de ourivesaria/joalheria são a sociedade “Almaz-Holding” que controla as grandes fábricas herdadas da ex-União Soviética situadas em Moscovo, Krasnoia, Kostroma, Oriol, assim como a fábrica “Topaz” de Kostroma e o grupo “Adamas” que possui, entre outras, uma fábrica em Moscovo.

Figura 12

Quotas dos produtores russos de artigos de joalheria



Quotas dos maiores produtores russos de peças de ourivesaria em ouro

Quadro 6

Nº	Empresa	Quota, %
1	ALMAZ-HOLDING, Moscovo	14
2	KRASTSVETMET, Krasnoiarsk	5
3	ESTET, Moscovo	4
4	BRONITSKI JUVELIER, Bronitsi, Região de Moscovo	4
5	KRASNOSELSKI JUVELIERPROM, Krasnoie, Região de Kostroma	3
6	EDEM, Moscovo	3
7	YASHMA, Moscovo	3
8	ELITE, Moscovo	2
9	RUSSKIE SAMOTSVETY, S.Petersburgo	2
10	FÁBRICA DE JOALHARIA, Kostroma	2
11	OUTRAS	58

Fonte: Câmara de Contrastes da Rússia

Principais produtores de peças de ourivesaria em platina:

1. “Krastsvetmet”, Krasnoiarsk;
2. Fábrica de Transformação de Metais Não Ferrosos de Iekaterinburgo (EZOCM);
3. Fábrica de Electrólise de Cobre de Kyshtym (KMEZ), Kyshtym, Região de Tcheliabinsk, Sul dos Urais.

Lapidagem

A actividade de lapidagem na Rússia é exercida por mais de 100 empresas com diversas formas de escritura jurídica. Deste total, 38 integram a Associação dos Produtores de Brilhantes (sigla russa APB).

O parque de máquinas do sector está aproveitado a 60%. Existe uma grande falta de lapidários qualificados, assim como de tecnólogos e gestores competentes.

A organização unificada de vendas (ESO) da sociedade “ALROSA” vende diamantes em bruto directamente às lapidarias. Praticamente todos os brilhantes produzidos na Rússia são comercializados no exterior, sendo que a matéria-prima (diamantes em bruto) é adquirida na

Rússia em rublos a preços equiparados aos do mercado mundial (em dólares), ou seja, as lapidarias russas trabalham em plena concordância com os preços dos diamantes e brilhantes praticados no mercado internacional.

Nos últimos anos as condições de trabalho das empresas de lapidação russas têm vindo a equiparar-se às existentes no estrangeiro. Foram adoptadas as seguintes medidas:

- a taxa dos impostos de transacções foi reduzida de 4% para 1%;
- foi revogado o IVA sobre transacções com diamantes em bruto;
- o valor de reavaliação das pedras preciosas deixou de ser contemplado na matéria colectável;
- as empresas russas foram autorizadas a vender umas às outras diamantes em bruto não aproveitados na própria produção; foi liberalizada a importação de diamantes.

Os principais factores de constrangimento que entram o desenvolvimento da indústria russa de lapidação são:

- morosidade na concessão de licenças de actividade e de demais autorizações necessárias à realização de operações de exportação/importação;
- subsistência de impostos em cuja determinação é considerado o valor dos diamantes em bruto que absorve 87% do valor dos brilhantes;
- inexistência de mercado secundário de diamantes em bruto.

Actualmente o sector de lapidação emprega cerca de 3 mil trabalhadores. Os dois maiores produtores de brilhantes na Rússia são a fábrica “Kristall”, de Smolensk, e a empresa “Tuimaada Diamond”, na Iacútia, Sibéria Oriental.

A “Kristall” vende brilhantes tanto no mercado russo como no exterior. A entrada para o mercado exterior deu início à implantação de uma ampla rede comercial internacional, com a abertura das sucursais “Smolensk Diamonds” em Antuérpia, Bélgica, “Smolensk Diamonds Asia” em Hong Kong, “Smolensk Diamond Israel” em Telavive. Além disso, a fábrica compra diamantes no valor de 25 milhões de USD por ano ao “Gokhran” (Fundo Nacional de Metais Preciosos e Pedras Preciosas).

A fábrica “Kristall” produz uma variadíssima gama de pedras preciosas, de 0,01 a 1 ou mais quilates e vende brilhantes no valor de 180 a 200 milhões de USD por ano.

As empresas da lacútia dedicam-se principalmente à lapidação de diamantes de valor inferior, geralmente considerados matéria-prima pouco rentável. Normalmente trata-se de pedras de 0,75 de quilate custando, em média, 200 USD. Para além da “Tuimaada Diamond”, a maior fábrica regional, na lacútia funcionam 44 empresas de menor dimensão e 650 postos de lapidação.

Quotas dos principais produtores de brilhantes da lacútia-Sakha

Quadro 7

Empresa	Quota na produção regional, %
lacútia-Sakha, total	100
Tuimaada Diamond	44
SAPI-Diam	23
Fábrica de lapidação “Pokrovski”	11
Outras	22

A lista dos principais produtores de brilhantes na lacútia compreende 16 empresas, integrando na sua maioria a sociedade anónima “Tuimaada Diamond”, assim como as fábricas de lapidação “SAPI-Diam” e “Pokrovski”. As restantes empresas trabalham comprando diamantes em bruto em pré-pagamento ou em regime de *tolling*, adquirindo diamantes à “Tuimaada Diamond” para os trabalharem num equipamento geralmente alugado, muitas vezes situado fora da lacútia, contra uma retribuição determinada, e devolvendo o produto acabado ao proprietário, ou seja, à “Tuimada Diamond”. A produtividade média de um trabalhador varia de 2,5 a 4 quilates por mês nas pequenas lapidarias distritais para de 25 a 30 quilates por mês nas empresas mais rentáveis da cidade de Iakutsk, valor correspondente à média do sector na Rússia, constituindo assim o valor médio sectorial de 13,9 quilates de brilhantes por mês.

2. Comércio externo

Análise das importações e das exportações russas de artigos de joalheria entre 2002 e 2004

Os principais países fornecedores são:

- China (Tailândia)
- Turquia
- Alemanha
- Itália
- Espanha
- Índia

Quantidades pouco relevantes de peças de ourivesaria são importadas dos Emirados Árabes Unidos, dos EUA, Grã-Bretanha, Lituânia e Polónia.

Enquanto as importações provenientes da Itália e Alemanha são sempre sujeitas a controlo aduaneiro, o mesmo não acontece com parte das mercadorias originárias dos países asiáticos, muitas vezes, introduzidas na Rússia por particulares e por caminhos e processos ilegais (contrabando). Assim, as importações não apresentadas à Alfândega são difíceis ou mesmo impossíveis de registar e avaliar, mas de acordo com certas estimativas, atingem 30 por cento do volume do mercado.

Por conseguinte e no que se refere ao volume global de importações, os valores declarados à Alfândega divergem francamente dos disponíveis na Câmara de Contrastes (ver as figuras abaixo).

Figura 13

Principais países fornecedores e volumes importados em 2002
(com base em declarações aduaneiras)

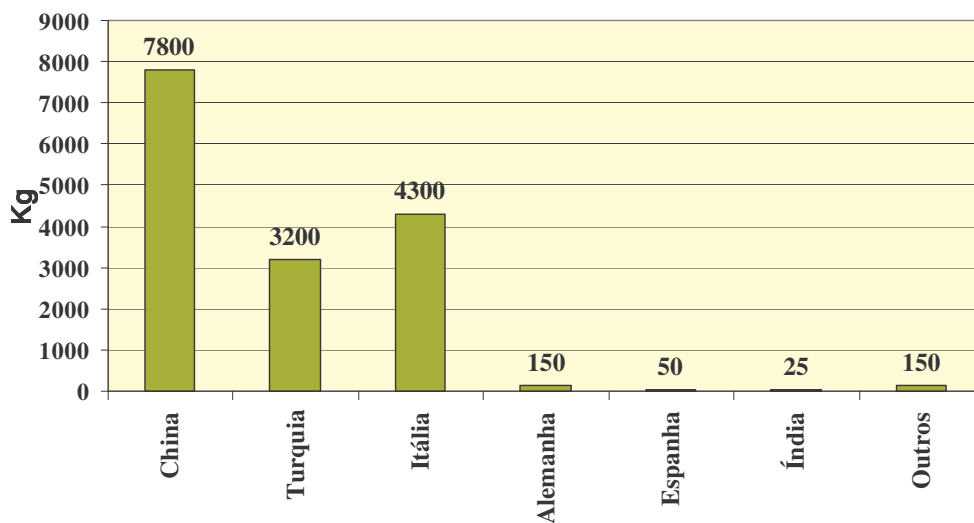


Figura 14

Principais países fornecedores e volumes importados em
2003 (com base em declarações aduaneiras)

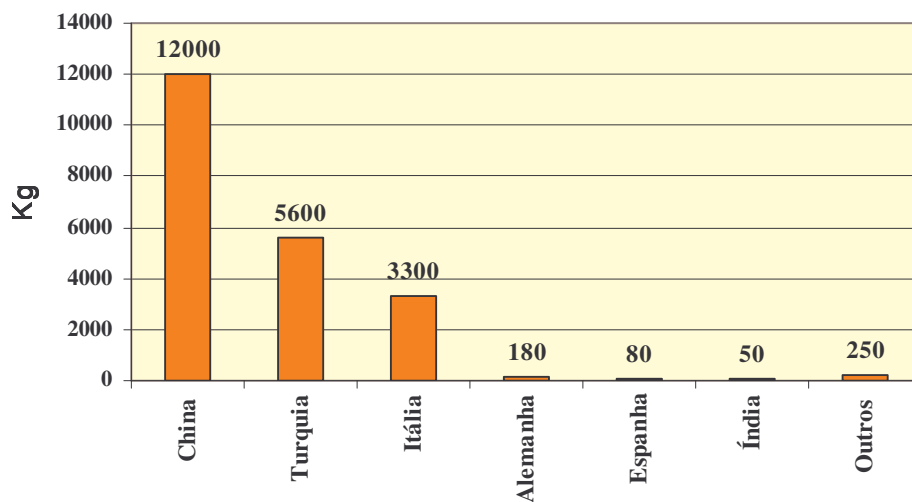
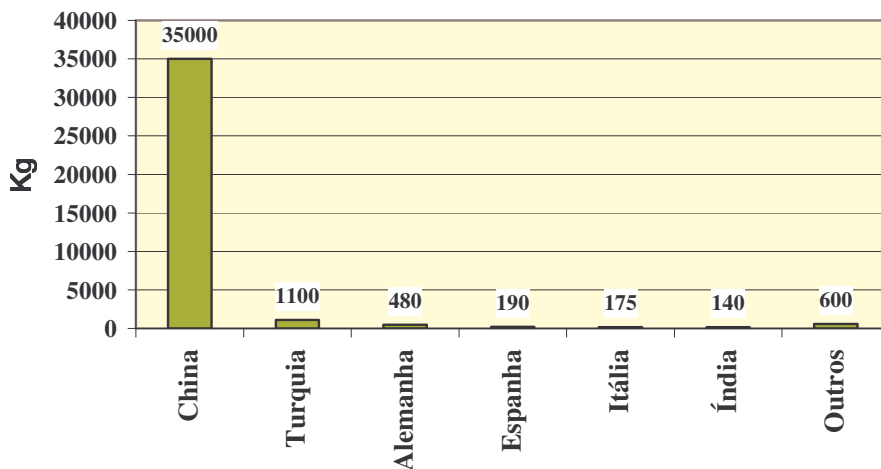


Figura 15

**Principais países fornecedores e volumes importados em 2004
(com base em declarações aduaneiras)**



A lista dos países que fornecem produtos de ourivesaria/joalheria à Rússia é liderada pela China, país através do qual também transitam as importações provenientes da Tailândia.

Figura 16

**Importações de peças de ourivesaria de 2002 a 2004
(dados da Câmara de Contrastes)**

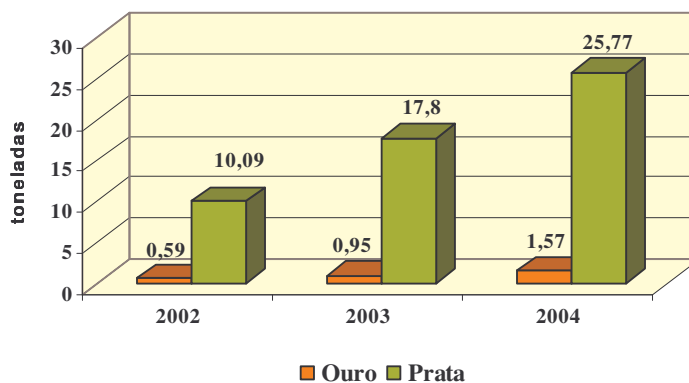
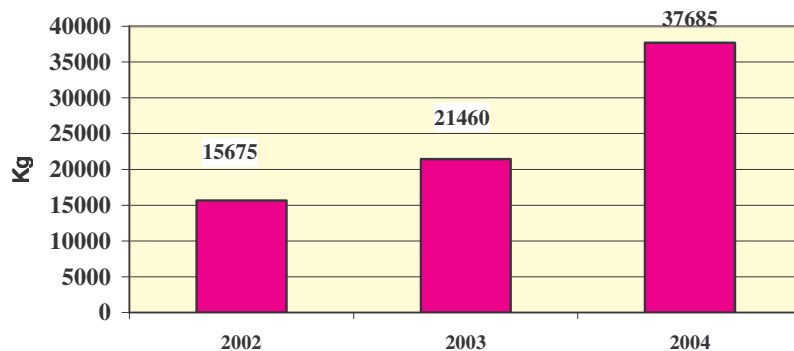


Figura 17

Evolução das importações
(com base em declarações aduaneiras)



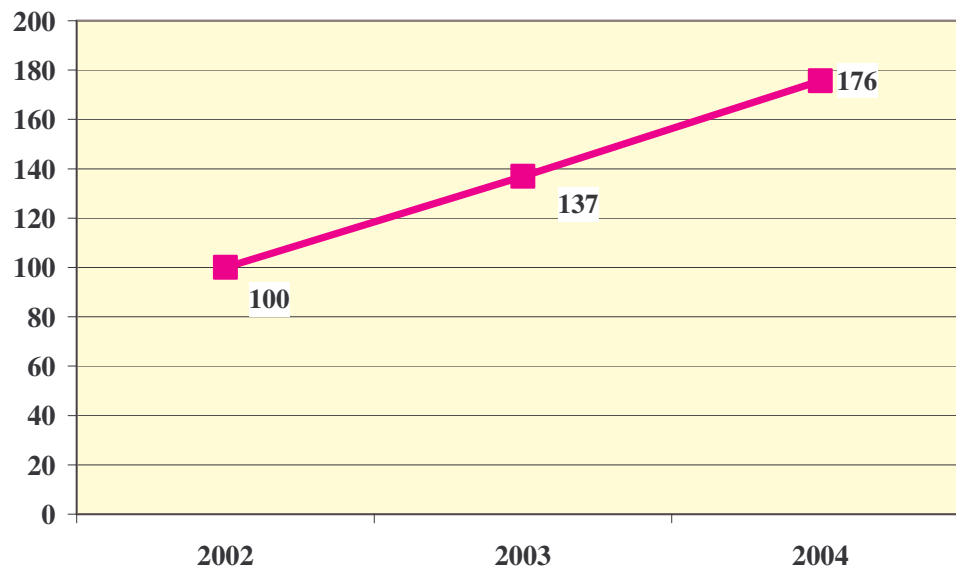
No período de 2002 a 2004 regista-se um crescimento substancial das importações:

- em 37% em 2003 contra o ano 2002;
- em 76% em 2004 contra o ano 2003.

Essa evolução foi consequência da forte procura interna, alimentada por sua vez pelos preços relativamente baixos das peças de ourivesaria importadas, aliados à qualidade das mesmas.

Figura 18

Evolução das importações (%)



A concorrência no mercado, principais fornecedores, análise da sua actuação no mercado

Actualmente os ourives/joalheiros russos não estão em condições de competir com os produtores ocidentais pelas seguintes razões:

- *Elevados custos de produção.* Por exemplo, a produção de uma corrente de ouro em Itália custa em média (excluído o custo do material) 50 a 70 centímetros de dólar, enquanto na Rússia o preço do custo de um idêntico produto ascende a 2 dólares e 50 centímetros. O preço ao consumidor de correntes importadas da Turquia ronda os 8 dólares enquanto as mesmas correntes fabricadas na Rússia são vendidas a 11-12 dólares.
- *Volumes de produção francamente inferiores aos registados nos principais países exportadores de artigos de ourivesaria/joalheria para a Rússia.* Hoje em dia, as empresas russas do sector, que produzem ao todo 40 milhões de peças de

ourivesaria por ano, não podem fazer face aos seus concorrentes da China, Turquia ou Itália. De notar que a Itália produz 800 toneladas de artigos por ano, preenchendo 70% das necessidades da Europa e 50% das necessidades dos EUA.

Segundo Ievgueni Nazarov, Director Executivo da União dos Joalheiros da Região Noroeste, os artigos de ourivesaria de importação, após o cumprimento das formalidades aduaneiras na fronteira, encarecem, em média, 47% e até chegarem aos balcões de venda ao consumidor o seu preço sobe até 200% relativamente ao preço de compra. E mesmo apesar de tal aumento, os artigos originários dos países asiáticos mantêm-se competitivos face aos idênticos produtos de fabrico russo.

Principais fornecedores de artigos ourivesaria ao mercado russo

Quadro 10

País	Fornecedor	Morada
Alemanha	NAWIS SCHICHIFACHTS & SPEDITIONGESELSCHAFT	HANNOVER B30559 ANDERTER 99B
	FIRMA "HUBRIG VOLKSKUNST GMBH"	EIBENSTOCKER STR., 32 B 08321 JORLAU, ALEMANHA
Itália	BIANCHI E C ^o S.A., CASELLA POSTALE 2861. 6830 CIASSO 1, por mandato da firma "M.K.S.GROUP"	CIASSO 1, POR MANDATO DA "M.K.S.GROUP" SRL., RÉGIA-EMILIA, VIA COCCHI, 11/A, ITÁLIA
	MIROGLIO S.P.A.	VIA S.BARBARA, 11 12051 ALBA, ITÁLIA
China	DINON GIFTS (KUNG SHANG) CO LTD	168 HUANG WEST ROAD CHANGBAY TOWN GUNSHANG CITY YANGSU
	SINOKO ASIA PACIFIC LTD	UNIT 13, 11 FLOUR TOWER II, CHANG SHA WAN PLAZA, 833 CHANG SHA WAN ROAD, CHANG SHA WAN, K
Turquia	AIR CARGO	ISTANBUL KATIP KASSIM MAX.; MUSTAFA KEMAL PASA KAD 54/12
Índia	PUNTO FA, S.L.	PALAU DE PLEGAMANS 08184 MARKADES 9-11

Uma das particularidades da actividade dos exportadores reside no facto dos artigos de ourivesaria serem geralmente transportados em conjunto com outras mercadorias, tais como têxteis ou artigos de couro, pelo que são, na maioria das vezes, apresentados à Alfândega, por firmas não ligadas directamente à indústria de ourivesaria. Outra particularidade consiste na circunstância de através da China serem fornecidos produtos de firmas oficialmente registadas na Alemanha, Holanda e Itália.

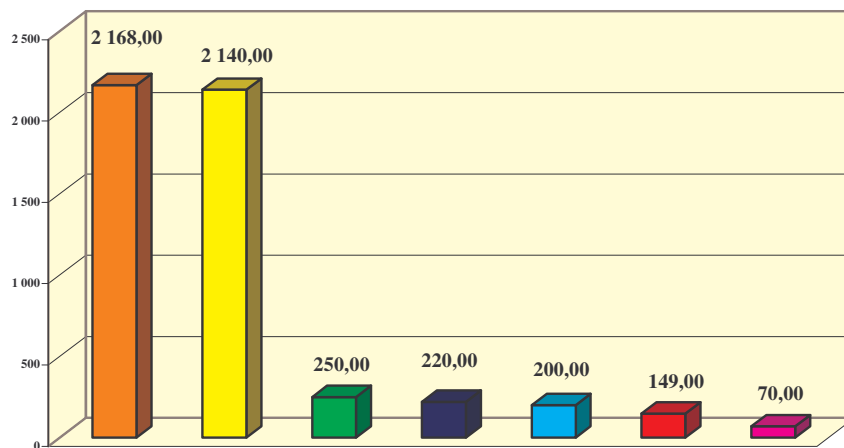
Exportação de artigos de ourivesaria/ joalheria

A Rússia exporta cerca de 9000 Kg de peças de ourivesaria/joalheria, tratando-se principalmente de brincos e anéis de ouro e prata, além de artefactos de âmbar.

Os dois maiores exportadores russos são as fábricas de joalheria “Privolzhsky” e “Krasnoselsky Juvelierprom”.

Figura 19

Volume de exportação de artigos de joalheria em 2004



- Fábrica de joalheria "Privolzhski Krasnaya Presnia"
- "Krasnoselski Juvelierprom"
- "Baltiskie Delovie Seti Plus"
- Combinado de âmbar de Kalininegrado
- "Konde Trust"
- "Yantarny Mir" (Mundo do Âmbar)
- Fábrica "Rostovskaya Finift" (Esmaltes de Rostov)

Empresas exportadoras

Quadro 11

Nº	Designação da empresa	Tipo de produtos	Morada
1	Fábrica de ourivesaria “Privolzhsky Krasnaya Presnia”	Anéis, brincos	Ul. Fabrichnaya, 10 Privolzhsk Região de Ivanovo
2	“Krasnoselsky Juvelierprom”	Anéis, brincos	Ul. Sovetskaya, 49 Krasnoye-na-Volge Região de Kostroma
3	“Baltiskie Delovie Sety Plus”	Pulseiras, correntes, pendentes	Ul. Vagnera, 51 Kaliningrado
4	Combinado de âmbar de Kaliningrado	Broches e brincos dourados e prateados, pendentes com âmbar	Ul. Balebina, 1 Poselok Yantarny Região de Kaliningrado
5	“Konde Trust”	Broches, pendentes	Ul. Nikoloyamskaya, 24 Moscou
6	“Yantarny Mir” (Mundo do Âmbar”	Pendentes, broches, colares de âmbar	Ul. Mira, 3-96 Gvardeisk Região de Kaliningrado
7	Fábrica “Rostovskaya Finift” (Esmaltes de Rostov)	Anéis, brincos, broches, pendentes	Borisoglebskoye shosse, 3 – Rostov Região de Yaroslavl

A procura

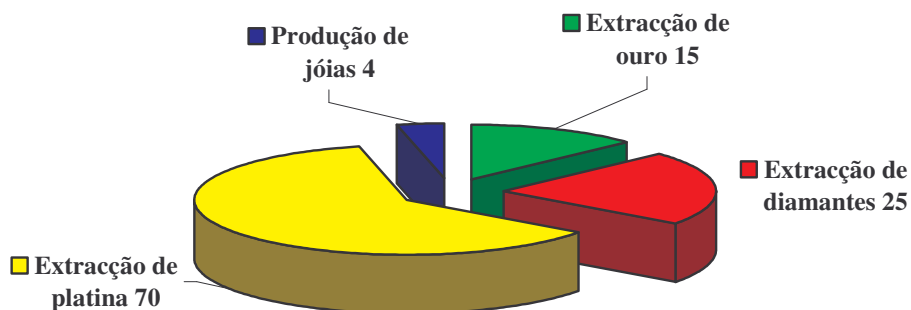
3. A distribuição

Identificação, caracterização e estrutura de distribuição

A Rússia possui ricas reservas em metais preciosos e pedras preciosas, assegurando 25% da produção mundial de diamantes em bruto, 70% de platina e cerca de 15% de ouro. Não obstante, à Rússia cabe apenas 4% da produção mundial de artigos de ourivesaria e joalheria.

Figura 20

Quota da produção russa de metais preciosos e jóias
na produção mundial (%)

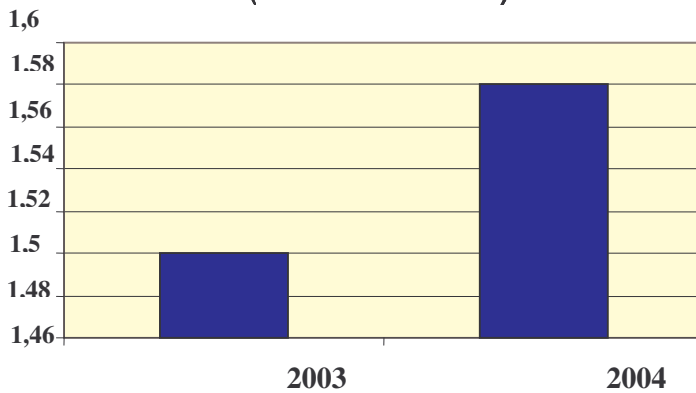


Em 2003, no mercado russo, foram oficialmente vendidas peças de ourivesaria/joalheria no valor total de 1,5 mil milhões de dólares.

Em 2004 as vendas desses artigos ascenderam ao valor de 1,58 mil milhões de dólares.

Figura 21

Volume de jóias vendidas
(mil milhões de USD)



A venda de peças de ourivesaria e joalheria é realizada na Rússia por mais de 22.000 lojas, 25% das quais integram as grandes redes dos maiores produtores, sendo as restantes, lojas de menor dimensão.

Os artigos mais procurados no mercado russo são peças de adorno de ouro, prata e brilhantes.

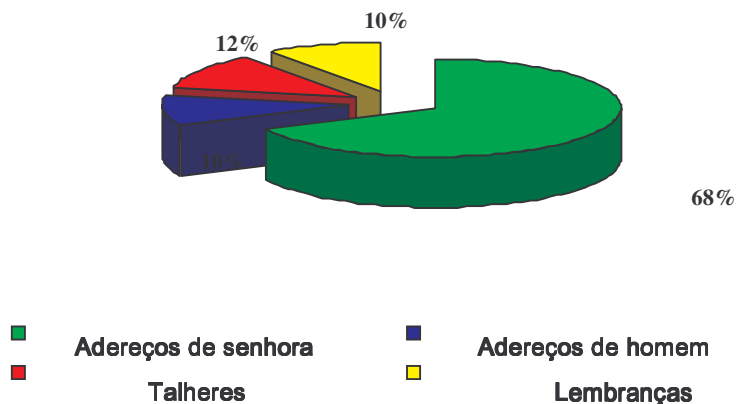
A procura de produtos de platina e paládio é pouco relevante, pelo que não tem qualquer repercussão nas grandes tendências de evolução do mercado.

A procura de artigos de ourivesaria/joalheria apresenta a seguinte estrutura:

- a oferta mais variada regista-se nas peças de adorno de senhora (anéis, correntes, brincos, pulseiras, pingentes, etc.);
- talheres (prata e prata chapeada de ouro);
- pelas de adorno para homem;
- lembranças e *gifts*.

Figura 22

A estrutura da procura



Semelhante estrutura da procura é função da capacidade aquisitiva da população e do hábito tradicional das pessoas comprarem jóias como forma de pouparem dinheiro e salvaguardarem as suas economias.

Na Rússia existem duas épocas altas, no que se refere às vendas de peças de ourivesaria e joalheria, que absorvem até 80% de todas as vendas realizadas ao longo do ano, nomeadamente:

- vésperas das festas de fim de ano e Natal;
- vésperas do Dia de São Valentim e do Dia Internacional da Mulher (8 de Março).

Como já se referiu, os dois grandes constrangimentos que tornam os artigos de ourivesaria de fabrico russo pouco competitivos com os idênticos produtos estrangeiros, residem:

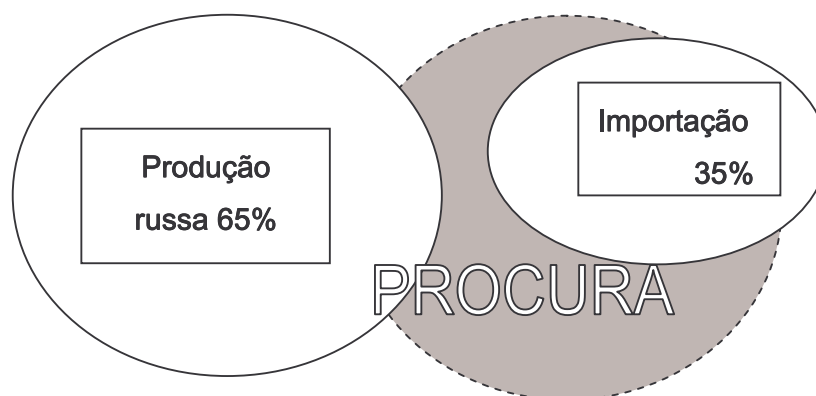
- falta de especialistas qualificados, especialmente na área de desenho e criatividade;
- elevados custos de produção que tornam esses artigos por vezes mesmo mais caros do que os importados, particularmente os provenientes da Turquia, China e Itália.

Consequentemente, nos últimos anos tem-se verificado uma tendência sustentada para o crescimento da procura de artigos de importação.

A procura de artigos de importação divide-se nos seguintes dois vectores:

- peças de adorno de gama baixa;
- peças de adorno topo de gama.

Figura 23



O crescimento sustentado do sector conduziu ao surgimento de novas empresas, muitas delas bastante dinâmicas. Para além disso, desde há alguns anos que no mercado russo se tem vindo a verificar uma tendência para a crescente especialização das empresas quanto ao material dos produtos que comercializam. Assim, actualmente todo o mercado pode ser dividido em três grandes subsectores:

- empresas que comercializam só pedras preciosas de primeira categoria (brilhantes, rubis, safiras, esmeraldas);
- empresas que comercializam principalmente artigos de ouro;
- empresas que comercializam sobretudo artigos de prata.

A maioria dos pontos de venda em território russo está concentrada em Moscovo, no Noroeste (S. Petersburgo) e nos Urais.

De acordo com os resultados de um inquérito, actualmente o sector de distribuição de artigos de ourivesaria/joalheria enfrenta os seguintes constrangimentos:

- falta de informação aos clientes verificada nos pontos de venda de artigos de ourivesaria/joalheria;
- baixo nível de qualificação do pessoal das lojas de ourivesaria/joalheria;
- grande quantidade de artigos com defeitos de fabrico ou de contrafacção postos à venda.

Peso de cada circuito na distribuição global

De acordo com representantes da distribuição, a maior estabilidade regista-se na procura de peças leves, sem pedras ou com pedras artificiais, assim como de objectos de culto (símbolos religiosos e signos de zodíaco). Ao que tudo indica, tal situação irá manter-se num futuro previsível, sendo a principal causa deste facto o baixo poder de compra da população.

Figura 24

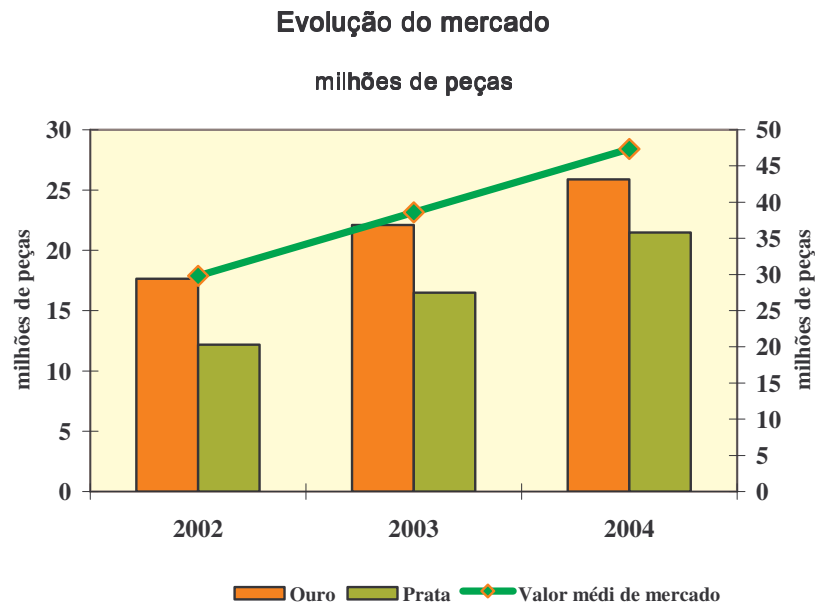


Apesar da convicção de representantes da distribuição de que os consumidores russos permanecem conservadores, não podemos deixar de chamar a atenção para a opinião dos importadores e grossistas de que com o alargamento e a diversificação da oferta as preferências dos consumidores vão – e já estão, aliás - a evoluir no sentido da escolha de artigos originais, mais sofisticados.

Evolução da distribuição e perspectivas para o futuro

Desde 1999 que se tem assistido ao crescimento contínuo da procura de artigos de ourivesaria/joalheria. O mercado retalhista desses artigos tem vindo a crescer de 5% a 11% ao ano.

Figura 25

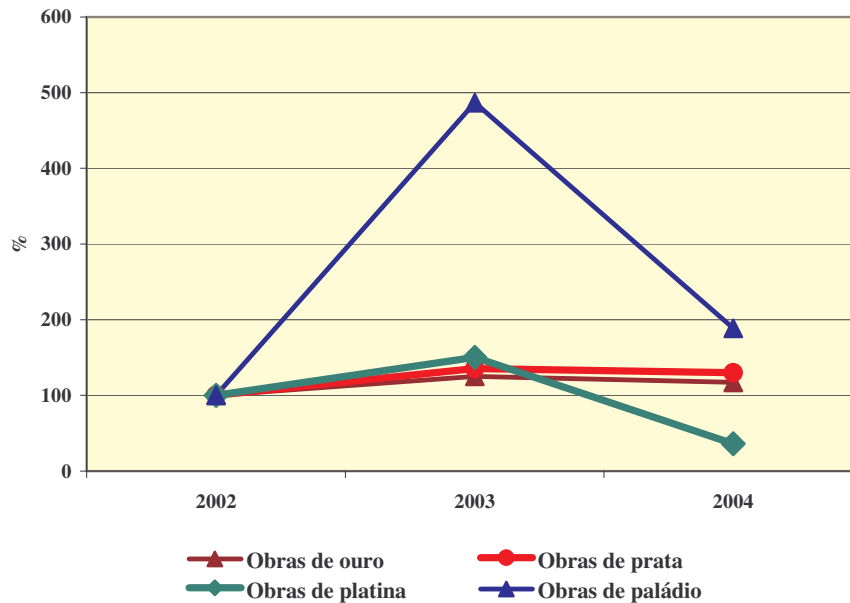


Em 2003, o maior crescimento de mercado em pontos percentuais foi registado nos artigos de paládio, mas tal aconteceu unicamente porque até então o paládio praticamente não fora utilizado na produção de artigos de ourivesaria.

O mercado das peças de ouro e prata também manteve um crescimento sustentado.

Figura 26

Evolução do mercado de produtos marcados de 2002 a 2004 (%)



Evolução do mercado de artigos de ourivesaria, %

Quadro 12

Tipo de metal	2002	2003	2004
Ouro	100	125	117
Prata	100	135	130
Platina	100	150	36
Paládio	100	487	189

Apesar do crescimento dinâmico, o sector russo de ourivesaria enfrenta actualmente numerosos problemas por resolver.

As principais dificuldades prendem-se com a futura integração da Rússia na Organização Mundial do Comércio (OMS) e sobretudo com as consequências que a inevitável entrada no mercado de grandes quantidades de produtos fortemente competitivos dos concorrentes

estrangeiros pode trazer para a indústria e os produtores russos. Tal perigo emana não tanto da Europa onde o sector dá mostras de avançar para uma crise, faltando pouco para que os preços de venda igualem os do custo, quanto da Índia e da China.

Segundo especialistas da sociedade “Almaz-Holding”, o maior *player* do mercado russo de ourivesaria/joalheria, mesmo no actual contexto de crescimento dinâmico do mercado, a produção nacional está a perder terreno face às importações que aumentaram nos últimos anos entre 100% e 200%. A quota de mercado dos produtos de importação ascende actualmente a 30-35%, mas com a abertura das fronteiras comerciais essa relação pode inverter-se a favor dos concorrentes estrangeiros, particularmente chineses e indianos.

4. Abordagem ao mercado

Na abordagem ao mercado russo de artigos de ourivesaria há que ter em conta as seguintes particularidades do mesmo:

1. Os grandes produtores, essencialmente empresas descendentes da economia centralizada da União Soviética, não levam em conta as preferências dos consumidores na elaboração da gama de produtos. Semelhante atitude resulta não apenas das dificuldades financeiras que atravessam e de terem vindo a perder a sua outrora esmagadora quota de mercado a favor das empresas emergentes, mas também do alheamento dos próprios designers e outros especialistas da área de criatividade às solicitações do consumidor final.
2. Inversamente, os gestores das pequenas firmas emergentes actuam energicamente com vista a conquistar quotas de mercado às grandes empresas ou a preencher segmentos de mercado ainda vagos. Apostam na afirmação de identidade própria, na originalidade do desenho, na qualidade de execução, enfim, em adaptar, na medida do possível, as suas criações às preferências dos consumidores finais.

Igualmente merecem atenção os métodos de trabalho adoptados pelas pequenas firmas na produção de artigos exclusivos. A estratégia por elas seguida quanto à gama de produtos tem duas vertentes importantes:

- busca e angariação de encomendas ditas “prestigiantes” que contribuam para a divulgação da firma junto de personalidades públicas e com elevado poder económico;
- aposta na contratação de um desenhador específico.

Igualmente merece destaque a forma como nas pequenas empresas se processa a escolha da gama de produtos. Enquanto nas grandes empresas a decisão sobre a produção de determinados artigos é tomada pelo chamado “conselho artístico” ou é adoptada em função das encomendas recebidas de grossistas durante uma feira, as pequenas firmas guiam-se, na tomada de decisão, pelo resultado das vendas de um lote de ensaio de produtos realizadas através da própria rede de lojas ou da distribuição a retalho. Por vezes, procedem ao acompanhamento semanal das vendas de cada modelo, decidindo retirar da produção aqueles que não encontram saída.

Os critérios por que se guiam as firmas de distribuição na escolha do fornecedor podem ser reunidos, de uma maneira genérica, em três grupos;

- características dos artigos;
- característica do fornecedor;
- termos do contrato de fornecimento por grosso e modo de fornecimento.

Se bem que os comerciantes de artigos de ourivesaria e joalheria considerem importantes os três grupos de factores, o peso de cada um deles na escolha do fornecedor pode variar. Analisemos os critérios de escolha por ordem de prioridade.

1. Na escolha do fornecedor os retalhistas privilegiam claramente a qualidade de execução, colocando este critério mesmo acima do desenho e das qualidades artísticas do artigo. Estas últimas são mencionadas duas vezes menos frequentemente do que a qualidade de execução. Interessa assinalar que geralmente os inquiridos associam a qualidade de execução a uma produção fabril. Outro critério de peso na escolha de fornecedor é o preço.

2. O segundo critério a levar em conta por ordem de prioridade são os termos do fornecimento. Especial atenção é prestada aos prazos de fornecimento, às condições da entrega e à possibilidade de devolução do artigo. Uma cláusula importante normalmente incluída no

contrato de fornecimento é a garantia relativa aos artigos a fornecer. Na determinação das condições de fornecimento muito depende do próprio fornecedor (uma empresa antiga e credível impõe condições mais rígidas), da notoriedade da empresa comercial e do tempo (antiguidade) de colaboração, da especificidade dos artigos e de diversos outros factores.

3. Variedade da oferta. Tem particular importância para as empresas que vendem a retalho.
4. Um outro importante critério de escolha é a fiabilidade do fornecedor. Para umas empresas, a fiabilidade de um parceiro traduz-se na pontualidade em termos de cumprimento dos compromissos contratuais. Para outras, é-o sobretudo a reputação, a notoriedade do fornecedor, sendo neste caso automaticamente consideradas fiáveis grandes empresas, com longa história de presença no mercado.

De assinalar que os retalhistas atribuem igualmente particular importância à existência de contacto pessoal com o fornecedor a nível da gerência.

Geralmente os retalhistas evitam dispersar-se quanto aos fornecedores, procurando trabalhar com um restrito número de fornecedores/produtores permanentes, com a condição, aliás, de que estes estejam em condições de lhes fornecer a mais variada gama de artigos possível e lhes faculte a possibilidade de comprar em pequenos lotes.

Alguns outros aspectos e informações relevantes

As margens comerciais praticadas pelos agentes (distribuidores) ascendem a 100%.

Os calendários de compras oscilam entre os 6 e os 12 meses, tempo que normalmente demora a venda de um lote de mercadorias.

Os prazos de entrega situam-se entre 30 e 45 dias.

O tempo de retorno de investimentos varia de 3 a 5 anos em função do valor do financiamento.

Na introdução de artefactos de metais preciosos no território russo, o importador deve apresentar os seguintes documentos: contrato de importação redigido em russo, especificação contendo uma relação completa das mercadorias importadas, referindo a sua designação,

quantidade, peso unitário e total das mercadorias da mesma referência, a designação dos metais preciosos e pedras preciosas e teor (percentagem) de metal precioso (toque), assim como um certificado de registo nos serviços federais de controlo de contrastes (certificado de registo). As marcas de identificação devem permitir uma fácil verificação e conferência com os respectivos elementos referidos nos documentos de importação.

Quase todos os importadores introduzem artigos de joalheria no mercado russo por contrabando, meio que lhes permite obter lucros de 200% a 400%. Na opinião de especialistas da Associação dos Joalheiros, expressa a título oficioso, a importação legal estima-se quando muito a 1% do volume de importação total.

Na maioria das vezes utiliza-se o seguinte esquema de importação. Começa-se por registar uma fábrica efémera ou fantasma (que desaparecerá pouco depois da sua criação, o que se torna possível na medida em que na Rússia uma empresa acabada de criar nunca é sujeita a uma auditoria fiscal nos primeiros três anos de funcionamento). Obtida na Câmara de Contrastes a necessária licença (autorização) para produção de artefactos de joalheria, o suposto “fabricante” faz uma importação por contrabando, apresenta a mercadoria à Inspeção de Controlo e Contrastes como produto de fabrico próprio e introdu-la no circuito comercial.

5. O consumo e sua evolução nos últimos anos

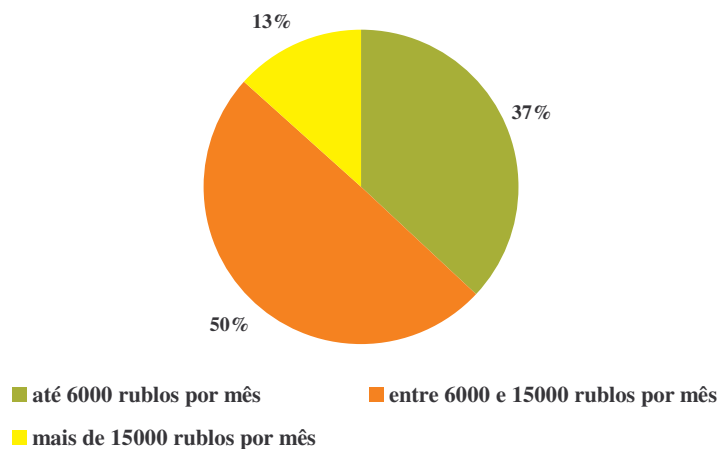
Evolução da procura total e por tipo de produtos

No âmbito de um inquérito às preferências dos consumidores finais foram interrogadas 500 pessoas em 30 lojas de ourivesaria/joalheria. Apurou-se que a maioria dos compradores é constituída por mulheres (64%). Surpreende a relativa importância da juventude na distribuição dos consumidores por grupos etários: 34% dos inquiridos eram pessoas menores de 26 anos e 13,2% estudantes universitários.

A análise da estrutura de distribuição dos consumidores por rendimentos demonstra que a maioria dos inquiridos possui um nível médio de rendimentos por membro de família registado na Rússia. Cerca de metade dos compradores tinham um nível de rendimentos por membro de família não superior a 6.000 rublos (171 Euros); num terço dos inquiridos esse nível variava de 6.000 a 15.000 rublos (de 171 a 429 Euros) e 17,5% dos interrogados possuíam rendimentos por membro de família superiores a 15.000 rublos (mais de 429 Euros).

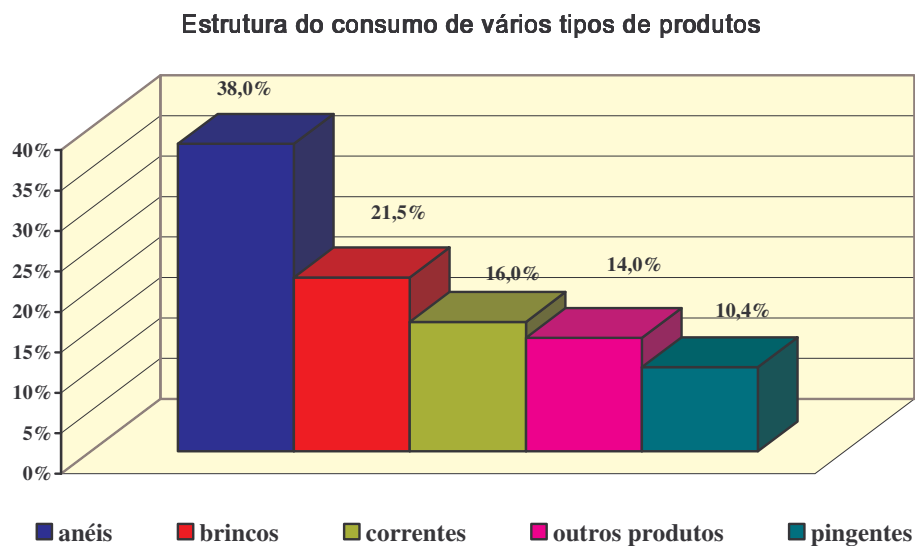
Figura 27

Estrutura dos rendimentos dos compradores de artigos de ourivesaria



Quanto às preferências de compra, a maioria dos inquiridos adquiriram anéis (38%), brincos (21,5%), correntes (16%) e pingentes (10,4%). Praticamente todos os abrangidos pelo inquérito compraram peças de ouro do toque 585 (61,8%), peças de prata (36,8%), tendo artigos de platina e de metal não precioso sido objecto, respectivamente, de uma compra.

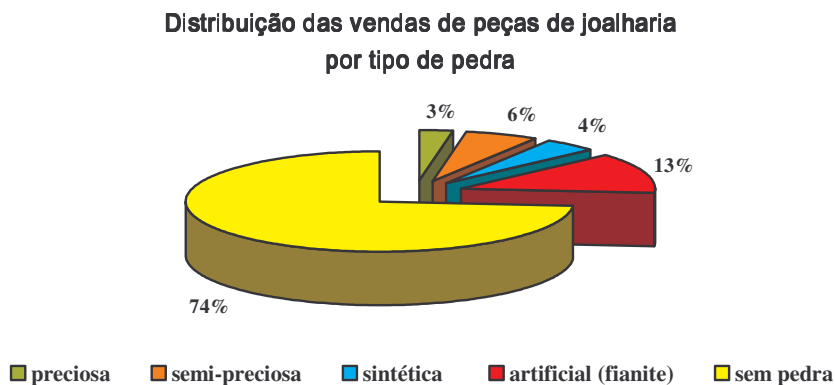
Figura 28



Preferências dos consumidores

A maioria dos artigos adquiridos pelos inquiridos não tinha pedras (73%) ou tinham pedras artificiais, quase sempre fianite (13,2%).

Figura 29



Como se depreende da figura acima, o grosso das vendas recai sobre artigos de joalheria da baixa gama de preços. De facto, perto de metade (45,5%) dos artigos adquiridos pelos interrogados custam menos de 1.500 rublos (43 Euros), 32,9% dispenderam com a compra de uma peça de joalheria entre 1.500 e 25.000 rublos (de 43 a 714 Euros).

Os resultados do inquérito vêm confirmar as conclusões formuladas no âmbito das entrevistas realizadas aos retalhistas, segundo os quais os artigos de joalheria mais procurados são peças de prata ou de ouro, leves, relativamente baratas, sem incrustações, e por grupos de produtos destacam-se os anéis, brincos e correntes.

Dos inquiridos que compraram artigos de joalheria, 44,4% fizeram-no para si próprios e 55,6% como presente.

Figura 29

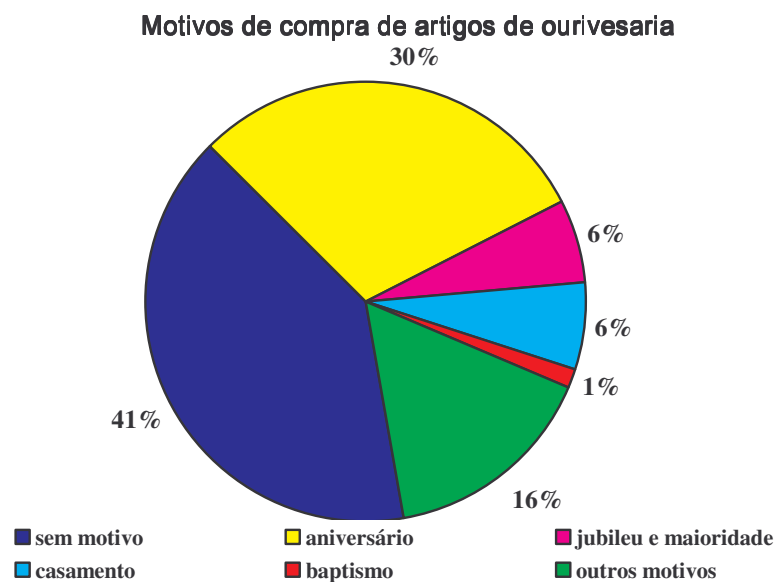


Como é fácil compreender, a grande maioria dos presentes (76%) são destinados a mulheres. Dos artigos de joalheria adquiridos como presente para mulheres, 46% destinam-se a mulheres do grupo etário “até 30 anos”. Para além disso, 16% dos inquiridos compraram peças de ourivesaria como presente para crianças e 8,7% como presente para homens.

É curioso assinalar que grande número de peças de joalheria e ourivesaria são adquiridos sem qualquer motivo (40,3%). Tal diz respeito quer a peças compradas para si próprio, quer às adquiridas como presente. Quanto aos motivos de aquisição de artigos de ourivesaria/joalheria, a maioria dos interrogados (30%) referiram um aniversário, enquanto 6,2% apontaram um jubileu

ou a maioria de um(a) jovem e 6,2% um casamento. Por motivo de casamento, compram-se exclusivamente anéis (alianças), sendo neste caso a compra uma questão de necessidade. Mais duas compras (1,4%) foram efectuadas por motivo de baptismo, tendo a escolha recaído numa cruz.

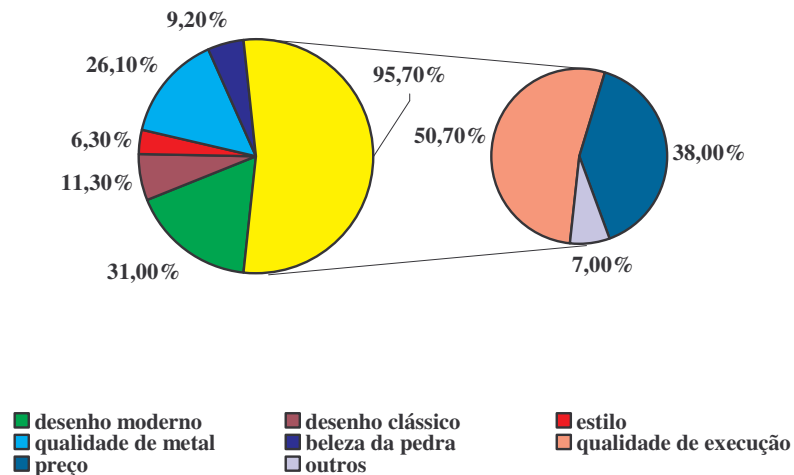
Figura 30



Igualmente se deverá notar que é na compra de alianças de casamento e cruces que a preferência dos consumidores vai para o desenho tradicional, conservador. Na maioria de outras situações (31%) privilegia-se um desenho moderno, contemporâneo. Trata-se de uma conclusão muito importante na medida em que ela põe em questão a convicção dos comerciantes de artigos de ourivesaria/joalheria quanto ao conservadorismo do consumidor russo.

Figura 31

Critérios de atractividade de peças de joalheria



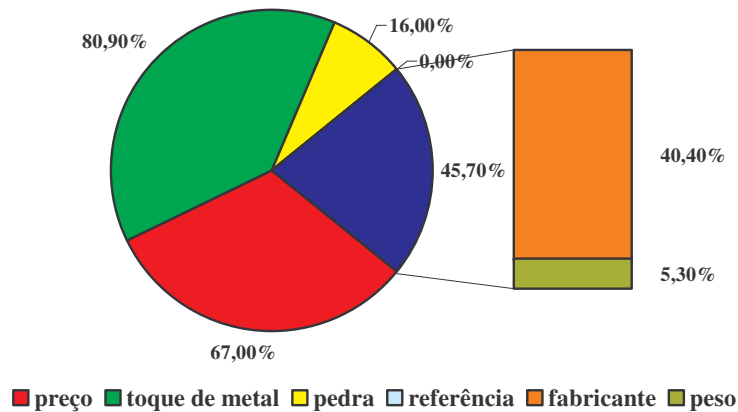
Na escolha de um artigo de ourivesaria/joalheria, a maioria dos consumidores (50,7%) atribuíam importância prioritária ao factor “qualidade”, enquanto 38% dos inquiridos privilegiavam o factor “preço acessível”. Uma repartição de critérios de escolha semelhante é também sustentada pelos próprios comerciantes.

Apenas 12% dos consumidores inquiridos guiavam-se, na escolha de artigo, pelo nome de um produtor determinado, dando os restantes compradores unicamente prioridade às qualidades do próprio produto.

Ao que tudo indica, a maioria dos consumidores encara a compra de um artigo de ourivesaria com seriedade e sentido de responsabilidade. Assim, 77% dos inquiridos tinham planeado a sua aquisição com antecedência, 65,3% analisaram atentamente o rótulo no acto de compra. Quanto aos elementos de informação inseridos no rótulo, aqueles que interessam, em primeiro lugar, ao comprador são o toque de metal (80,9% dos envolvidos no inquérito) e o preço do artigo (67%). A informação sobre o fabricante interessa a 40,4% dos consumidores.

Figura 32

As informações que interessam o consumidor na escolha de um artigo de joalheria



O comportamento dos compradores de artigos de joalheria igualmente revela diferenças de natureza sexual. Assim, a maioria das mulheres (56,5%) compraram-nos para si próprias, enquanto 43,5% das inquiridas os adquiriram como presente. O presente destinava-se principalmente a uma outra mulher ou a uma criança.

Inversamente, quando um homem entra numa loja de joalheria, é quase sempre para comprar um presente para uma mulher. Foi este o destino das compras feitas por 80% dos homens inquiridos. Quanto aos homens que compraram para si próprios, 30% escolheram um anel (aliança de casamento). O casamento foi apontado como motivo de compra por 15,4% dos homens e apenas por 1,1% das mulheres.

Artigos de ouro foram adquiridos por 75% dos homens e por 54,3% das mulheres e peças de prata por 44,6%. A explicação para esse facto, possivelmente, na tendência dos homens para comprarem, regra geral, artigos úteis, práticos. Quando possuam meios suficientes, os homens guiam-se, na escolha de artigo, não tanto pelas qualidades artísticas deste (neste caso, poderia

também ser prata), quanto pelo valor ou antes pelo impacto que tal compra (presente) pode vir a ter, sendo por isso que muitas vezes preferem comprar peças em ouro.

As mulheres são geralmente mais escrupulosas na escolha de jóias e prestam atenção ao rótulo (71,4% das mulheres e apenas metade dos homens). Do mesmo modo, a informação sobre o fabricante contida no rótulo é lida por 30,4% das mulheres e por 17,2% dos homens.

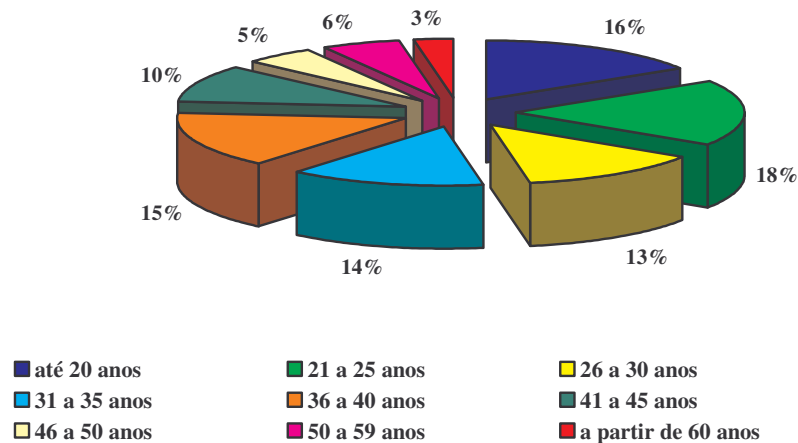
As diferenças de comportamento no acto de compra entre diversos grupos etários são menos pronunciadas do que entre homens e mulheres, pelo que neste caso só é lícito apontar certas tendências. Assim:

- a maioria das compras feitas pelos jovens até 25 anos dizem respeito a anéis (alianças) - 61% dos jovens. Este é o grupo etário que absorve maior parte das compras de anéis, de certo porque deste grupo de produtos fazem parte também as alianças de casamento;
- todas as compras de broches (aliás, pouco numerosas) foram feitas por pessoas com as idades compreendidas entre os 50 e os 59 anos;
- a maioria das compras de brincos foram efectuadas por mulheres do grupo etário dos 30 aos 45 anos;
- artigos de prata interessam sobretudo a consumidores jovens. Assim, 56,5% dos jovens até 20 anos que adquiriram artigos de ourivesaria/joalheria, escolheram peças de prata;
- nos restantes grupos etários, a percentagem dos que compraram artigos de prata nunca foi superior a 40%, recaindo a maioria das compras sobre peças de ouro.

Seria, porém, errado considerar prata “metal por excelência dos jovens”: peças de prata constituíram, em média, cerca de 30% das compras registadas em todos os grupos etários.

Figura 33

A estrutura etária dos compradores de artigos de joalheria



Ao contrário do que era de esperar, a análise das tendências de comportamento dos diversos grupos de consumidores por níveis de rendimentos não evidenciou diferenças notáveis.

Tendência do consumo e dos gostos do consumidor

O mercado de jóias mudou substancialmente nos últimos cinco anos, com a oferta a depender cada vez mais das tendências da moda. Ultimamente o mercado tem vindo a evoluir no sentido de ser fortemente influenciado pela moda europeia.

“Moda no domínio da joalheria” é um conceito bastante abstracto – explica Dmitri Vlassov, Director Geral da firma “Intalia”. – Actualmente as tendências de moda são tão variadas que ninguém pode inequivocamente afirmar o que está no topo da moda. De facto, existem as chamadas zonas “vermelhas” onde as pessoas ainda hoje dão preferência ao ouro vermelho dos tempos soviéticos. E também há grandes centros urbanos como Moscovo, S.Petersburgo ou Iekaterinburgo onde o que mais se procura é o ouro amarelo ou o ouro branco, o que reflecte já uma tendência europeia.

O actual mercado russo – adianta o empresário - aprecia o novo *design* europeu. Os consumidores tornaram-se muito mais atentos à qualidade da pedra. Há também variações de tendência de ordem sazonal, ou seja, a procura de diferentes pedras preciosas varia conforme a estação do ano. Pode, no entanto, afirmar-se que hoje está na moda o topázio azul. Esta pedra é procurada em todas as estações. Por outro lado, na Primavera e Verão aumenta sempre a procura de pedras policromáticas.

Além de certos produtos clássicos que permanecem sempre na moda, tais como ouro, prata, brilhantes, etc., a moda dita constantemente o surgimento de novas tendências que os fabricantes e os artistas devem seguir ou tomar em consideração.

Segundo Valeri Rybakov, Vice-Director Geral da “Zoloto Iakutii” (O Ouro da Iacútia), o que tem a maior procura actualmente são peças de prata com ou sem brilhantes, leves, de desenho original.

Peças de decoração de prata

No mercado russo de louças de prata estão representadas tanto as marcas russas como diversas marcas europeias. Dos produtores russos, destacam-se as empresas “Severnaya Chern” (Veliki Ustiug), “Kubachi” (Daguestão, Norte do Cáucaso), “Koltchuguino” (Região de Vladimir) e “Russkie Samotsvety” (S.Petersburgo).

Principais fabricantes russos de louça/talheres em prata

Quadro 13

Nº	Nome da empresa	Referência na Internet
1	Almaz-Holding	http://www.almaz-holding.ru/news/arhiv/news_236.htm
2	Estella-Diamonds	http://www.wis.ru/
3	Russian Jewelry Company	http://www.rusjc.ru/rus/catalog/Table-serving_articles/Table_solid_silver/Goblet-3.html
4	Serebriany Mir (Silver World)	http://www.silver-world.ru/index.html?page=0
5	Severnaya Chern	http://www.vologda.ru/~chern/
6	Fábrica de peças de arte de Kubachi (Daguestão)	http://5rus.com.ru/190228.htm

Fabricantes estrangeiros que fornecem louças de prata ao mercado russo

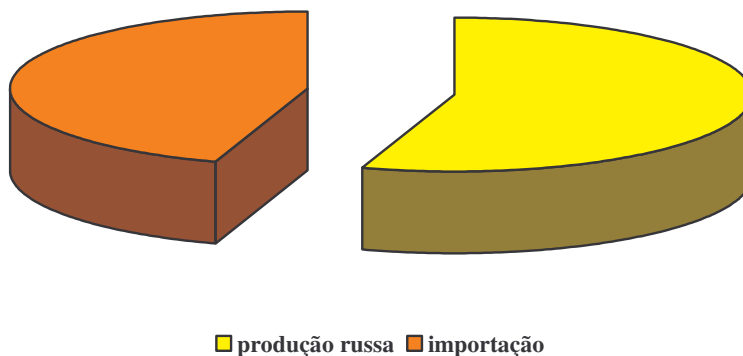
Quadro 14

Nº	Nome da empresa ¹⁾	Referência na Internet
1	Carrs of Sheffield	http://www.carrs-of-sheffield.co.uk/
2	Fissler	http://www.fissler.de/Home.1.o.html
3	Lagostina	http://www.lagostina.it/
4	ODIOT	http://www.odiot.com/
5	Robbe&Berking	http://www.robberking.de/flash.html
6	Ruffoni	http://www.ruffoniusa.com/
7	Schiavon	http://www.schiavon.it/
8	Arthur Price	http://www.arthurprice.com/

1) Venda a retalho

Figura 34

Estrutura do consumo de louça de prata na Rússia



A esmagadora maioria dos artigos são distribuídos através de lojas especializadas multi-marcas (que não representam uma marca determinada) cujo número aumentou várias vezes nos últimos anos. A procura de louças de prata tem vindo a crescer lentamente, principalmente graças às encomendas de clientes corporativos. O comércio de louças de prata através de cadeias ou redes de marca encontra-se em estado rudimentar.

O grosso das vendas de louças de prata corresponde a artigos de importação. Tal facto deve-se a duas principais razões:

- A qualidade (por exemplo, os fabricantes italianos especializam-se neste tipo de produtos há muitos decénios, tendo neste domínio atingido um elevado nível de execução);
- Uma variada oferta de produtos, muito mais vasta do que a dos fabricantes russos.

Neste contexto, as empresas são obrigadas a procurar nichos de mercado próprios, encontrando-os muitas vezes no artesanato nacional tradicional. Assim, a “Severnaya Chern” promove o estilo russo enquanto a “Kubatchi” utiliza nas suas criações motivos caucásianos.

A procura de artigos de decoração de prata também não é alheia a certos costumes e hábitos de ordem histórica e nacional. Por exemplo, o artigo mais comercializado é uma colher de chá tradicionalmente oferecida aos pequenos bebés e chamada “para a primeira colherada”. Outro artigo tradicionalmente comprado como presente pelos consumidores russos são copos sob a forma de animal colocados sobre o gargalo de uma garrafa. Artigos de maior dimensão saem com menos frequência. Assim, a empresa de média dimensão “Alfa-Karat” vende, quando muito, dois grandes serviços de mesa por mês, cada um dos quais custa cerca de 100 mil rublos (2.857 Euros).

Além do elevado custo, há uma outra razão por que as louças de prata são relativamente pouco procuradas. A verdade é que os russos perderam a tradição, antigamente forte, de apreciarem e adquirirem louças de prata como uma espécie de investimento. Actualmente a maioria dos consumidores compra-as como presente.

A dimensão do mercado de louças de prata é estimada em 8 a 10 milhões de USD.

Análise SWOT

No quadro abaixo são analisados os pontos fortes e os pontos fracos, assim como as oportunidades e as ameaças relativamente à possível penetração de empresas portuguesas no mercado russo.

Quadro 15

	<i>Oportunidades</i>	<i>Ameaças</i>
<i>Pontos fortes</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qualidade dos produtos de joalheria 2. Volumes de produção 3. Preço 4. Elevadas margens comerciais praticadas na Rússia sobre artigos de joalheria (de 25% a 250%) 5. Grande dimensão do mercado no que respeita a produtos de desenho original e preços competitivos, assim como a peças de adorno de topo de gama fornecidas em lotes reduzidos. 6. Empresas russas trabalharem mal no domínio da promoção de produtos 7. Notoriedade das marcas aliada à sua ausência, até agora, no mercado 8. Os produtores russos geralmente não possuem estratégia de marketing 9. A próxima adesão da Rússia à OMC colocará os produtores russos numa situação desfavorável 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Quota importante (até 30%) do “mercado negro” cujos produtos não estão sujeitos à marcação na Câmara de Contrastarias 2. Quota relevante dos produtos de origem asiática no mercado russo 3. Comercialização no mercado regional de jóias de estilo vanguarda
<i>Pontos fracos</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preço do custo 2. Falta de contactos na Rússia 3. Formas específicas de organização e gestão de empresas na Rússia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investimentos

Conclusões, recomendações para abordagem ao mercado para os produtores portugueses

A conjuntura no mercado russo de ourivesaria e joalheria, em meados de 2005, pode ser definida como propícia à eventual abordagem ao mercado pelos produtores portugueses. Devido a uma série de factores, entre os quais a política fiscal do governo russo, a falta de equipamento moderno para a indústria da ourivesaria, o hábito de viverem à custa de largas margens e de manterem preços pouco competitivos, os produtores russos têm vindo a perder continuamente o mercado a favor dos concorrentes estrangeiros. Em vez de reagirem, eles limitam-se a constatar o avanço dos produtos de importação e a esperar que o governo os apoie através da aprovação de legislação proteccionista.

A agravar a situação dos fabricantes russos está o facto de perderem claramente face aos concorrentes estrangeiros em quantidades de produção e qualidade (quanto a este último factor, a oferta russa só é competitiva no que se refere às peças de adorno topo de gama de fabrico manual).

Na abordagem ao mercado russo, é aconselhável que os fabricantes e comerciantes portugueses de artigos de ourivesaria comecem por fornecer reduzidos lotes de peças leves de desenho original.

Igualmente se pode sugerir que se comece por abrir uma primeira loja em Moscovo, onde os consumidores têm maior poder de compra, posicionando-se, numa primeira fase, em duas direcções: estilo clássico e produtos típicos de Portugal.

Não sendo de afastar a hipótese de venderem através de representantes (agentes) russos, a melhor solução, todavia, caso haja condições para isso, seria uma intervenção directa no mercado russo.

Ao que tudo indica, nos próximos anos irá manter-se a tendência para o crescimento da entrada e das vendas no mercado russo de:

- artigos de ourivesaria/joalheria de forma e desenho originais pouco conhecidos ou não típicos para o consumidor russo; pedras originais e incrustações com pronunciadas particularidades de estilo moderno;
- artigos de gama baixa a preços acessíveis aos consumidores com rendimentos modestos;
- grupos de produtos de aspecto, destino funcional e qualidade média equiparáveis aos dos produtos russos, mas oferecidos a preços mais competitivos.

O longo período de monopólio do Estado sobre a produção e o comércio de artigos de ourivesaria/joalheria fez com que na Rússia se formasse um consumidor que, pouco entendendo de qualidades artísticas e verdadeiro valor das jóias, se guia, via de regra, pelo preço do artigo que deve ser compatível com os seus recursos, geralmente modestos. Seria, no entanto, incorrecto deixar de assinalar que o nível de conhecimento e capacidade de apreciação das jóias pelo consumidor e, sobretudo, o poder de compra dos mesmos, têm vindo a crescer continuamente nos últimos anos.

No que respeita à prata de mesa, tudo leva a crer que o mercado irá evoluir muito lentamente visto que, ainda devido ao poder de compra relativamente baixo da população, a actual capacidade do mercado é preenchida com a oferta dos operadores existentes.

Listagem dos principais importadores na Rússia

Ao analisar o quadro abaixo convém ter em conta, por um lado, que a esmagadora maioria dos artigos de joalheria de importação são introduzidos na Rússia por contrabando e, por outro, que até 90% dos importadores efectivos que controlam quase a totalidade do mercado da importação se dedicam, segundo registos oficiais, a outros ramos de actividade que muitas vezes nada têm a ver com a joalheria.

É o caso da empresa “Post Shop” que comanda a lista. Trata-se de uma sucursal de um grande comerciante electrónico de livros de nome “Ozon” que nasceu como sorteadora e vendedora de lotarias. Apesar da má reputação que mereceu junto dos clientes por oferecer elevados prémios e acabar por não os pagar, tem vindo a desenvolver uma grande actividade de sucesso no mercado do comércio electrónico.

A azul estão assinaladas as empresas que não só operam, mas também se anunciam oficialmente como comerciantes de artigos de joalheria.

Todas as empresas referidas na lista são importadores efectivos de artigos de joalheria e encontram-se oficialmente registadas junto dos organismos competentes (de registo comercial, fiscais, de estatística, etc.)

Quadro 16

Importador	Morada	Produtos	Quota de mercado, %
POST SHOP	Prosp. Mira, 36, str. 1 129090 Moscovo Tel./Fax: (095) 730 50 02 www.postshop.ru	Pendentes, correntes	40,4%
TRADE CENTER EUROPA	Ul. Chaykovskogo, 20 Kalininegrado – Rússia Tel./Fax: (0112) 566 576	Colares, pulseiras, anéis	8,9%
SOZVEZDIE URALA	Prosp. Ordzhonikidze, 3 620012 Ekaterinbourg - Rússia Tel./ Fax: (0343) 359 86 93	Pulseiras, brincos	6,7%
RUFITI	Ul. Sovetskaya, 54 170000 Tver - Rússia Tel./Fax: (0822) 444 540 E-mail: rufiti@tvcom.ru	Anéis, correntes, pulseiras	5,4%
SURO	Ul. Komissarova, 15 600027 Vladimir – Rússia Tel.: (0922) 310 098 Fax: (0922) 324 335	Correntes	5,1%
DEKRAS	Prosp. Chaykovskogo, 17 ^a 170000 Tver –Rússia Tel./Fax: (0822) 440 231	Bijutaria	2,6%
URALAVIA TK	Ul. Lenina, 48A, apart. 40 620075 Ekaterinbourg Não há telefone	Brincos, pulseiras, anéis	1,9%
RLG	Korobeinikov per., 24 119034 Moscovo – Rússia Tel./Fax: (095) 937 90 20	Relógios “Cartier”, molas de gravata	1,3%
AKADEMIA STILYA	Ul. Stanochnaya, 12 236010 Kalininegrado Rússia Não há telefone	Bijutaria	1,3%
PARAD PLUS	Ul. Solnechnaya, 14 238324 Novy, Gurievsky distr., Kaliningrad Region Não há telefone	Anéis, pulseiras	1,1%
LINIMPEX	2 nd Krutitsky per., 18, str. 3 109044, Moscovo – Rússia Não há telefone	Colares, bijutaria “Patrizia Pepe”	0,9%
OUTROS			24,3%

Listagem dos fabricantes de artigos de joalheria de topo de gama presentes no mercado russo

Quadro 17

Nº	Nome	País de origem	Referência na Internet
1	CHAMET	França (LVMH)	http://www.chaumet.com/
2	CHOPARD	França	http://www.chopard.com/worldwide/indexfl.html
3	TIFFANY	EUA	http://www.tiffany.com/
4	Harry Winston	EUA	http://www.harry-winston.com/loader.html
5	DAMIANI	Itália	http://www.damiani.it/www/
6	CARTIER	França	http://www.cartier.com/
7	PIAGET	Suíça	http://www.piaget.com/prehome.html
8	BVLGARI	França	http://www.bulgari.com/
9	GRAFF	Grã-Bretanha	www.graffdiamonds.com/
10	Van Clef & Arpels	França	http://www.vca-jewelers.com
11	Korloff	França	http://www.korloff.fr/

Associações sectoriais da Federação Russa

Quadro 8

Designação	Morada	Contacto/ website
Associação dos Joalheiros da Rússia	Nastavnichesky per., 17 107120, Moscovo - Rússia	www.jeweller.ru
Associação dos Joalheiros dos Urais	Ul. 8 Marta, 197 620085, Ekaterinbourg - Rússia	Tel.: (3432) 251-210 Fax:: (3432) 664 600
Assembleia dos Joalheiros de S. Petersburgo	Ul. B. Morskaya, 24 191186, S. Petersburgo - Rússia	Tel/Fax.: (812) 312 51 37 E-mail: assembly@front.ru
União dos Joalheiros do Tatarstão	Kirovski per., 5 420111, Kazan - Rússia	Tel.:(8432) 92-33-53/ 94-58 E-mail: souz_jwl@mi.ru
Associação Russa de Apoio ao Comércio de Produtos de Ourivesaria (NP)	Yakovo-Apostolski per., 6/3 2105064, Moscovo - Rússia	Tel.: (095) 917 81 78 Fax:: (095) 917 71 88 www.support.jeweller.ru

Entidades públicas da Federação Russa na área da ourivesaria/joalheria

Quadro 9

Designação	Morada	Contacto/ website
Governo da Rússia	Krasnopresnenskaya nab. 2 103274, Moscovo - Rússia	http://www.gov.ru/
Ministério das Finanças da Rússia	Ul. Ilinka, 9 109097, Moscovo - Rússia	http://www.minfin.ru/
Gokhran (Fundo Público de Metais e Pedras Preciosas)	Ul. 1812 goda, 14 121170, Moscovo - Rússia	http://www.minfin.ru/gokhran/
Câmara Pública Russa de Contrastes	Novy Arbat, 11 119992, Moscovo - Rússia	www.assay.ru
Inspecção Oficial de Controlo e Marcação da Região Noroeste	Karl Faberge square, 8, k.2 195122, S.Petersburgo	www.assay.ru/sevzap
Inspecção Oficial Central de Controlo e Marcação	Ul. M. Bronnaya, 18 123104, Moscovo - Rússia	www.assay.ru/centr
Ministério dos Recursos Naturais da Rússia	Ul. B. Gruzinskaya, 4/6 123995, Moscovo - Rússia	www.mnr.gov.ru/
Câmara de Comércio e Indústria da Federação Russa	Ilinka, 6 109012, Moscovo - Rússia	www.tpprf.ru
Seviço Federal das Alfândegas da Federação Russa	Novozavodskaya ul, 11/5, 121087, Moscovo - Rússia	www.customs.ru/ru/
Agência Federal para a Exploração do Subsolo	Ul. B.Gruzinskaya, 4/6 D-242, GSP-5 123995, Moscovo - Rússia	www.geolog.mnr.gov.ru
Goznak da Rússia - Casa da Moeda de S.Petersburgo	Petropavlovskaya krep.,6 S.Petersburgo - Rússia	http://www.mintspb.ru/

Resultados da maior feira russa de joalheria e ourivesaria «JUNWEX» (05.02.2005):

Vencedores:

GRAND PRIX:

A melhor colecção da época de 2005:

Empresa "Ermi", marca comercial "Ringo"

Colecção de ouro da Rússia de 2005:

1º Prémio: empresa “Adria”,

2º Prémio: “Casa de Joalheria Aquamarin”

Colecção de prata da Rússia de 2005:

1º Prémio: empresa “Russkie Samotsvety”,

2º Prémio: empresa “Krasnoselski Juvelierprom”,

3º Prémio: empresa “Kavida-K”

Colecção de paládio da Rússia de 2005:

1º Prémio: empresa “Krustsvetmet”

Colecção de platina da Rússia de 2005

2º Prémio: empresa “Krustsvetmet”

Colecção de brilhantes da Rússia de 2005:

1º Prémio: empresa “Art-Modern”

Feéria de pedras finas:

1º Prémio: empresa “Zolotaia Orkhidea”,

2º Prémio: empresa “Samotsvet-2004”,

3º Prémio: empresa “Petrozoloto”

Joalheria clássica contemporânea:

1º Prémio: empresa “Selena”

2º Prémio: Helena e Vadim Soloviov,

3º Prémio: empresa “Almaz-Holding”

Joalheria de vanguarda:

1º Prémio: Alexandra Traube,

2º Prémio: Alan Dartchiev,

3º Prémio: Irina Fissenko

Estilo de negócios:

- 1º Prémio: “Almaz-Holding”,
- 2º Prémio: “Casa de Joalheria Aquamarin”
- 3º Prémio: “Sakhajuelier”

Peças de pedra lapidada e de decoração interior:

- 1º Prémio: “Krasnoselski Juvelierprom”,
- 2º Prémio: empresa “Suveniriy Baltiki”,
- 3º Prémio: empresa “Petrozoloto”

Objectos de culto:

- 1º Prémio: “Oficinas de Iuri Fedorov”

Novos nomes:

- 1º Prémio: empresa “Zolotaya Orkhidea”,
- 2º Prémio: empresa “Russkie Samotstvety”
- 2º Prémio: Albert Dzalaiev

Quadro legal

O principal diploma legal que regula a actividade do sector de ourivesaria/joalheria é a Lei Federal dos Metais Preciosos e Pedras Preciosas que entrou em vigor em 7 de Setembro de 1998. Nos termos desta lei, os metais preciosos legalmente adquiridos podem constituir propriedade federal, regional, municipal, assim como propriedade de pessoas colectivas e singulares.

Os metais preciosos afinados (ouro, prata, platina e metais do grupo de platina) entram em circulação civil em conformidade com os direitos dos proprietários definidos nas respectivas licenças e contratos.

Além desta lei, a actividade do sector também é regulada pelos seguintes diplomas:

- Lei Federal da Divisão do Produto que permite aos investidores estrangeiros auferir lucros na Rússia, tanto em dinheiro, como em espécie, e exportá-los;
- Lei Federal da Isenção do Comércio de Metais Preciosos do IVA;
- Lei Federal da Redução do Imposto sobre o Subsolo (de 10-12% para 2-4% conforme região).

Estas leis, além de outras regulamentações orientadas para a redução dos impostos, estimularam o investimento no sector de extracção de ouro. Por exemplo, a Lei dos Metais Preciosos autoriza o financiamento antecipado, através de bancos comerciais, da exportação de metais preciosos ao abrigo de contratos preliminarmente celebrados, tornando o mercado atractivo para os investidores, já que o preço dos metais preciosos extraídos na Rússia permanece ainda competitivo no mercado mundial.

Para exercer essa actividade, as empresas russas devem obter a respectiva autorização (licença de exploração) e cumprir os necessários procedimentos de registo.

A partir de 1 de Janeiro de 2005 à Parte II do Código Fiscal da Rússia foi adicionado o capítulo 25.3 “do Imposto do Selo”, ao mesmo tempo que foi declarada sem efeito a Lei Federal Nº 2005-1, de 09/12/1991, “Do Imposto do Selo”.

Assim, o artigo 333.31 ao exercer a actividade de controlo e marcação de artefactos de joalheria de metais preciosos, o Estado cobra um imposto do selo de até 60 rublos por peça de ouro e de até 150 rublos por peça de prata.

No caso de realização do controlo, marcação e peritagem técnica em prazos mais curtos dos que os oficialmente fixados pela Câmara Oficial de Contrastes, o imposto do selo aumenta em 200% quando as obras submetidas a marcação ou a testes/análises de peritagem sejam entregues 24 horas após a entrada dos mesmos no laboratório competente e em 100% quando a entrega seja efectuada dentro de 48 horas.

A legislação em vigor autoriza as pessoas singulares a exercer as actividades de fabrico e comercialização de artigos de joalheria. Porém, o facto dos particulares poderem adquirir metais preciosos sem pagarem o IVA, assim como a inexistência de um sistema oficial de licenciamento

das actividades relacionadas com o fabrico de artigos de joalheria contribuem para o crescimento do mercado negro de metais preciosos e pedras preciosas.

Abaixo está inserida uma lista dos documentos normativos reguladores da actividade do sector.

LISTA DOS DOCUMENTOS NORMATIVOS

O principal documento regulador da actividade do sector é a **Lei Federal Nº 41-FZ, de 26/03/1998, “Dos Metais Preciosos e das Pedras Preciosas”**.

Resoluções do Governo da Federação Russa

Quadro 18

Nº	Resolução	Nº e data
1	“Da Criação, junto do Ministério das Finanças da Federação Russa, de uma Instituição Oficial Encarregada da Constituição do Fundo Público de Metais Preciosos e Pedras Preciosas, da Conservação, Venda e Utilização de Metais Preciosos e Pedras Preciosas”	1378 21.11.96
2	“Das Regras de Organização e de Funcionamento dos Postos Aduaneiros Especializados no Despacho Alfandegário de Metais Preciosos e Pedras Preciosas Introduzidos ou Exportados do Território da Federação Russa”	15 08.01.1998
3	“Da Aprovação de um Regulamento Provisório sobre as Regras de Venda de Valores do Fundo Nacional de Metais Preciosos e Pedras Preciosas da Federação Russa”	46 19.01.98
4	“Dos Critérios e Regras de Classificação de Metais Preciosos e Pedras Preciosas como Impróprias para o Fabrico de Artefactos de Joalheria”	1365 23.11.98
5	“Da Aprovação das Regras de Classificação de Formações de Âmbar Únicas como Pedras Preciosas”	8 05.01.99
6	“Da Aprovação das Regras de Exercício do Controlo Oficial de Qualidade de Selecção e Avaliação de Pedras Preciosas”	371 05.04.99
6	“Do Financiamento dos Fornecimentos de Metais Preciosos e Pedras Preciosas ao Fundo Nacional de Metais Preciosos e Pedras Preciosas da Federação Russa”	410 10.04.99
8	“Das Regras e Critérios de Afectação de Metais Preciosos e Pedras Preciosas Nativos à Categoria de Únicos”	1068 22.09.99
9	“Da Aprovação das Regras de Selecção e Avaliação de Objectos de Matérias Preciosas Classificados Únicos e Sujeitos a Depósito no Fundo de Diamantes da Federação Russa”	614 21.08.2000
10	“Da Aprovação das Regras de Verificação do Estado de Conservação do Fundo Nacional de Metais Preciosos e Pedras Preciosas e dos Fundos Regionais de Metais Preciosos e Pedras Preciosas”	705 21.09.2000

Nº	Resolução	Nº e data
11	“Da Aprovação das Regras de Registo e Conservação de Metais Preciosos, Pedras Preciosas e suas Obras e da Prestação de Contas Respectiva”	731 28.09.2000
12	“Da Aprovação das Regras de Comercialização no Mercado Nacional de Diamantes de Peso Igual ou Superior a 10,8 Quilates”	233 26.03.2001
13	“Das Regras de Exportação Temporária para Exposição ou Estudo Científico de Objectos de Matérias Preciosas Depositados no Fundo Nacional de Metais e Pedras Preciosas e dos Fundos Regionais de Metais e Pedras Preciosas”	844 28.11.2002
14	“Da Aprovação do Regulamento sobre o Fundo Nacional de Metais Preciosos e Pedras Preciosas da Federação Russa”	127 27.02.2003

Decretos do Presidente da Federação Russa

Quadro 19

Nº	Decreto	Nº e data
1	“Da Aprovação do Regulamento sobre o Fundo de Diamantes da Federação”	1524 15.11.99
2	“Das Regras de Introdução na Federação Russa e de Exportação da Federação Russa de Metais Preciosos e Pedras Preciosas”	742 21.06.2001
3	“Da Aprovação do Regulamento da Introdução na Federação Russa e da Exportação da Federação Russa de Diamantes Naturais e Brillhantes”	1373 30.11.2002

Despachos do Ministério das Finanças da Federação Russa

Quadro 20

Nº	Despacho	Nº e data
1	“Da Aprovação do Regulamento sobre o Fundo Nacional de Metais Preciosos e Pedras Preciosas da Rússia (Gokhran)”	1941 11.12.96
2	“Das Regras de Fixação e Concertação dos Preços de Venda e de Regularização de Metais Preciosos”	418 01.10.97
3	“Da Aprovação de Modelos de Contratos de Venda de Objectos de Matérias Preciosas Depositados no Fundo Nacional de Metais Preciosos e Pedras Preciosas”	45 25.03.1998 (redacção de 19.07.2000)
4	“Do Controlo Oficial Permanente de Extracção, Produção, Transformação, Utilização, Registo e Conservação de Metais Preciosos e Pedras Preciosas”	201 28.07.99
5	“Da Definição das Características Limite dos Diamantes com Base nas Quais é Determinada a Inviabilidade Económica da Transformação dos Mesmos nas Empresas da Indústria Lapidária da Federação Russa”	58 22.02.2000

Nº	Despacho	Nº e data
6	“Da Aprovação dos Regulamentos sobre as Comissões de Peritagem do Ministério das Finanças da Rússia para Classificação de Artigos de Joalheria, Metais Preciosos e Pedras Preciosas Nativos e suas Composições como Únicos”	65 09.03.2000
7	“Da Aprovação das Regras de Concessão de Licenças (Autorizações) para Introdução em Território Nacional e Exportação do Território Nacional de Metais Preciosos, Pedras Preciosas, suas Obras e Mercadorias que os Contêm”	166 27.07.2000
8	“Das regras de Realização de Leilões para Comercialização no Mercado Nacional de Diamantes Naturais em Bruto de Peso Igual ou Superior a 10,8 Quilates Depositados no Fundo Nacional de Metais Preciosos e Pedras Preciosas”	42 N 05.06.2001
9	“Da Aprovação das Regras de Avaliação Limite dos Diamantes de Peso Igual ou Superior a 10,8 Quilates”	54N 20.07.2001
10	“Da Aprovação da Instrução sobre as Regras de Registo e Conservação de Metais Preciosos, Pedras Preciosas, suas Obras e Prestação de Contas no Âmbito da sua Produção, Utilização e Circulação”	Nº 68 N 29.08.2001
11	“ Da Aprovação da Instrução Relativa ao Registo das Transacções Realizadas com Pedras Preciosas em Bruto”	81 N 04.10.2001
12	“Das Regras de Classificação de Metais Preciosos Nativos como Não Susceptíveis de Afinagem”	25 06.02.2002
13	“Do Erro Técnico na Instrução do Ministério das Finanças Nº 68N de 29/08/2001”	23-04-04/132 11.02.2002
14	“Do aumento da eficácia de funcionamento do Gokhran”	122 19.06.2002
15	“Das Regras de Determinação de Preços de Metais Preciosos e suas Obras Adquiridos ou Vendidos pelo Fundo Nacional da Rússia”	106N 29.10.2002
16	“Das Regras de Realização de Leilões para Comercialização no Mercado Nacional de Artefactos de Metais Preciosos e Pedras Preciosas (ou Produtos que os Contêm), assim como de Metais Preciosos Nativos Depositados no Fundo Nacional da Rússia”	35N 18.04.2003
17	“Das Regras de Entrega de Pedidos de Aquisição de Metais Preciosos Afinados do Fundo Nacional de Metais e Pedras Preciosas da Rússia”	36N 18.04.2003
18	“Da Introdução de Alterações na Instrução sobre o Registo de Transacções Realizadas com Pedras Preciosas em Bruto”	66N 22.07.2003
19	“Da Aprovação das Regras de Exercício do Controlo Oficial de Importação em Território Nacional e de Exportação do Território Nacional de Diamantes Naturais e Brilhantes”	84N 16.09.2003

Todos os artigos de joalheria provenientes do estrangeiro estão sujeitos a peritagem e marcação obrigatórias na Câmara de Contrastes junto do Ministério das Finanças da Rússia, com o seguinte website: <http://www.assay.ru/>

Os procedimentos a cumprir para registo dos fabricantes e comerciantes, peritagem e marcação, assim como os documentos exigidos, constam no quadro abaixo. O pedido de registo

deve ser entregue na repartição competente local, cujas moradas podem ser encontradas no website: <http://www.assay.ru/3.html>

Quadro 21

Nº	Título do documento	Referência na Internet
1	Pedido de registo da pessoa colectiva ou singular que realiza transacções com metais preciosos e pedras preciosas	http://www.assay.ru/centr/zayvreg.rtf
2	Relação dos documentos necessários à obtenção do certificado de registo na Inspeção Oficial Central de Controlo de Contrastes (pessoas colectivas)	http://www.assay.ru/centr/perdoc_ur.rtf
3	Relação dos documentos necessários à obtenção do certificado de registo na Inspeção Oficial Central de Controlo de Contrastes (empresários em nome individual)	http://www.assay.ru/centr/perdoc_cp.rtf
4	Outros documentos	http://www.assay.ru/centr/docs.html

Feiras e fontes de informação

Fontes de informação

Quadro 22

Fonte	Website
Revista “Dragotsennie metally. Dragotsennyie kamni (Metais preciosos. Pedras preciosas)	http://www.rdmk.mirea.ru/
Revista “Navigator iuvelirnoi torgovli (Guia do comércio de artigos de joalheria)	http://www.njt.ru/
Agência de análise e informação “Russkaya iuvelirnaya seti” (A Rede Russa de Joalheria)	http://www.jewellernet.ru/
Revista “Russki iuvelir” (O Joalheiro Russo)	http://www.russianjeweller.ru/
Revista “Iuvelirnoye obozrenie” (O Panorama da Joalheria)	http://www.j-r.ru/
Revista “Platinum”	http://www.platinummag.ru/

Lista das feiras de joalheria realizadas na Rússia

Quadro 24

Nº	Designação da feira	Lugar	Referência na Internet	Observações
1	Yuvelir-Expo	Kazan	http://www.exponet.ru/exhibitions/by-id/jewellerka/jewellerkaz005/index.ru.html	Anual, multi-sectorial, incluindo joalheria
2	Zimnyaya Skazka (Magia de Inverno)	Gorno-Altai	http://www.ses.net.ru/expo.php?expo=117	Anual, multi-sectorial, incluindo joalheria
3	Feira de Yakutsk (Sibéria Oriental)	Yakutsk	http://www.ses.net.ru/expo.php?expo=126	Anual, multi-sectorial, incluindo joalheria
4	SVADBA 2005	Sotchi	http://www.soud.ru/exhib/info.htm?id=73	Multi-sectorial, incluindo joalheria
5	Salão "Prestige"	Nijni Novgorod	http://www.yarmarka.ru/exhibitions/index.phtml?1728	Feira anual de peças de adorno
6	URAL-YUVELIR	Ekaterinburgo	http://unex.ur.ru/show/321/686/	Anual
7	Inter-Yuvelir	Sotchi	http://www.soud.ru/exhib/info.htm?id=36	Anual
8	ChristmasWorld	Moscovo	http://www.crocus-expo.ru/find/byid/?id=51	Anual
9	Millionaire Fair	Moscovo	http://www.millionairefair.ru/main/	Anual
10	Salão de Relógios	Moscovo	http://www.crocus-expo.ru/find/byid/?id=62	Anual
11	Yuvelir 2005	Moscovo	http://www.restec.ru/exhibitions/featured/jeweller/index.ru.html	Anual
12	JUNWEX	Moscovo	http://www.restec.ru/exhibition.ru.html?id=571	Anual
13	CHAS-EXPO	Moscovo	http://www.restec.ru/exhibition.ru.html?id=572	Anual
14	Yantar Baltiki (Âmbar do Báltico)	Kalininegrado	http://www.balticfair.com/?doc=21&page=4&exhib=36	Anual
15	Novy Russki Stil	Moscovo	http://www.restec.ru/exhibition.ru.html?id=612	Anual
16	Yuvelir-Expo	Volgogrado	http://www.jewellernet.ru/info/news/events/jewexp02005v_pr.html	A primeira edição decorreu em Volgogrado
17	Expo Mining 2005	Moscovo	http://www.expomenu.ru/expo/expo_mining*2005.html	Anual
18	ZOLOTO (OURO)	Moscovo	http://www.amscort.ru/gold/	Anual abrangendo fases de produção da mina ao artigo acabado
19	PITER-YUVELIR	S.Petersburgo	http://www.jewellernet.ru/info/news/archiv/0205/274_4.html	Anual
20	SibSamotsvety	Novossibirsk	http://www.sibfair.ru/ru/exhibition.php?a=sibjewelry	Anual

Feiras realizadas na área de serviço e decoração de mesa

Quadro 23

Nº	Designação da feira	Local	Referência na Internet	Observações
1	Serviço e decoração de mesa	Moscovo	http://www.ipsa-expo.com/tableware/ru/them/	anual
2	O MUNDO DA LOUÇA	S. Petersburgo	http://www.restec.ru/exhibition.ru.html?id=632	anual

Anexos

Sócios da Fundação “Associação dos Joalheiros da Rússia”

1. Fábrica de Transformação de Metais Preciosos, Iekaterinburgo – O Director-Geral N.I.Kovalev
2. Grupo Industrial e Financeiro “Dragotsennosti Urala” (Jóias dos Urais), Iekaterinburgo – O Director-Geral A.G.Fissenko
3. Yuveliry Urala (Os Joalheiros dos Urais), Iekaterinburgo – O Director-Geral I.N.Byrdin
4. Sociedade de Ouro e Platina dos Urais, Iekaterinburgo – O Director A.G.Khayak
5. Associação dos Produtores Russos de Brilhantes, Moscovo – O Vice-Presidente A.A.Evoyan
6. “Krasnoselski Yuvelirprom”, Krasnoie-na-Volgue – O Director-Geral F.F.Gumerov
7. Firma de Joalheria ASKOR, Moscovo – O Presidente A.V.Skorniakov
8. Fábrica “Russkie Samotsvety”, Iekaterinburgo – O Director-Geral V.V.Zimin
9. Fábrica de Joalheria “ADAMAS”, Moscovo – O Director-Geral A.I.Sidorenko
10. “Nika i Partniory” (Nika e Parceiros), Moscovo – O Director-Geral E.I. Chenguelia
11. “Kompania Invari”, Moscovo – O Director-Geral S.V.Kiriuchin
12. “Fábrica para Transformação de Ligas Especiais”, Moscovo – O Director A.G.Ivaniuk
13. “Sirin”, Moscovo – O Presidente S.N.Krainov
14. Trade House “Almaz-Holding”, Moscovo – O Presidente F.F.Gumerov
15. Fábrica de Joalheria, Kostroma – O Director-Geral V.V.Sorokin
16. “Zolotoy Dom”, Moscovo – O Director-Geral K.A.Barbariush
17. Câmara Russa de Indústrias de Artes Finas, Moscovo – A Presidente G.V.Ananina
18. “Russkie Samotsvety”, Moscovo – O Director-Geral A.I.Boguslavsky
19. “Russkie Samotsvety”, S.Petersburgo – O Director-Geral V.O.Bakharev
20. “Grace Ltd.”, Moscovo – O Presidente A.I.Boguslavsky
21. “Mezhnumizmatika”, Moscovo – O Director-Geral S.K.Rybakov
22. “Karat-Art”, Moscovo – O Director-Geral I.E.Kevtchenkov
23. Oficina de Arte da Sibéria, Novossibirsk – O Presidente V.K.Pavlov
24. Oficinas “LIK”, Zlatoust – O Director-Geral A.I.Lokhtatchev
25. “Topaz”, Kostroma – O Director-Geral A.L.Guterman
26. “Grupo de Joalheria de Moscovo”, Moscovo – O Presidente I.M.Danilov
27. “Yuvelirexpo”, Moscovo – O Presidente A.V.Rybakov
28. “JUNWEX”, S.Petersburgo – O Director V.V.Budny

**Escritórios de representação da marca “Adamas”
 nas cidades da Rússia**

Cidade	Morada	Telefone
Astrakhan	Ul. Nogina, 2	(8512) 63-00-55
Blagoveschensk	50 Let Oktiabria, 27	(4162) 44-42-05, 44-47-82
Vladivostok (loja grossista)	Ul. Russkaya, 19-a	(4232) 34-10-02, 34-10-06
Voronej	Ul. Kukolkina, 1	(0732) 77-85-22
Izhevsk	Ul. Sovetskaya, 8a	(3412) 78-56-40
Kazan	Ul. Baumana, 42	(8432) 92-84-02
Kemerovo	Prospekt Sovetski, 69	(38422) 58-28-54
Kogalym	Ul. Druzhby Narodov, 11	(34667) 2-58-99
Krasnoyarsk	Prospekt Mira, 85	(3912) 22-58-52
Lipetsk	Ul. Zegelia, 27/1	()27-56-99
Magnitogorsk	Ul. Karla Marksa, 147	(3519) 37-34-90
São Petersburgo	Nevski Prospekt, 69	(812) 315-49-73
Naberezhnye Chelny	Novy Gorod, 1/12, "Dom Byta",	(8552) 53-84-76
Nizhnevartovsk	Ul. Marshala Zhukova, 6	(3466) 24-51-51
Nizhni Novgorod	Ul. Dolgopolova, 19	(8312) 44-07-45
Novokuznetsk	Ul. Kirova, 97	(3843) 47-95-73
Novossibirsk (loja grossista)	Krasni Prospekt, 54, off. 401	(3832) 17-0-464
Surgut	Ul. Rybnikova, 16	(3462) 45-76-06
Tyumen	Ul. Respubliki, 175/5	(3452) 40-41-00
Cheliabinsk	Ul. Zvillinga, 40	(3512) 63-42-97
Orenburg	Ul. Sovetskaya, 27	(3532) 77-24-44
Ufa	Ul. Pervomayskaya, 24	(3472) 43-13-13

**Tabela de preços dos artefactos de joalheria vendidos
 pela empresa "Krastsvetmet", Krasnoyarsk***

Nº	Tipo de artigo	Código	Preço de venda c/ IVA incl. em RUR por 1 grama	Preço de venda em EUR
Artigos de ouro toque 585				
1	Correntes de trança simples (1º grupo)	12	370	10,88
2	Cor. de trança simples (2º grupo) c/ forja e lapidação a diamante	12	375	11,03
3	Correntes de trança composta (com vedação e soldadura paralela)	12, 14	390	11,47
4	Correntes de trabalho manual	12	500	14,71
5	Correntes de trabalho manual (ouro branco + ouro vermelho)	14	500	14,71
6	Correntes combinadas (ouro 585 + platina 950)	52	570	16,76
7	Correntes combinadas (ouro 750 + platina 950)	51	650	19,12
8	Correntes ocas	12	440	12,94
9	Pulseiras duplas (de várias cadeias)	12	390	11,47
10	Pulseiras combinadas (ouro branco + ouro vermelho)	14	400	11,76
11	Pulseiras com pingentes e incrustações de pedras	12, 14	400	11,76
12	Alianças de casamento	12	340	10,00
13	Anéis e pingentes moldados	12	390	11,47
14	Anéis c/lapidação a diamante	12	390	11,47
15	Anéis combinados (ouro branco + ouro vermelho)	14	410	12,06
16	Anéis moldados com incrustações de pedras	12	440	12,94
17	Anéis combinados (ouro branco + ouro vermelho) c/ incrustações de pedras	14	440	12,94
18	Anéis combinados Au 585 + Pt 950 (até 30% de platina)	52	600	17,65
19	Anéis combinados Au 585 +Pt 950 (até 40% de platina)	52	650	19,12
20	Anéis combinados Au 585 +Pt 950 (até 50% de platina)	52	750	22,06
21	Pingentes estampados, insígnas, medalhas (por catálogo), pregadores estampados	12	375	11,03
22	Pingentes moldados	12	390	11,47
23	Pingentes combinados e ocos	12, 14	410	12,06
24	Pingentes com incrustações	14	410	12,06
25	Brincos	12	395	11,62
26	Brincos de até 1,5 gramas	12	445	13,09
27	Brincos com esmeraldas cultivadas verdes escuras 2.5 mm	12	460	13,53
28	Brincos de trabalho manual	12,14	500	14,71
29	Brincos moldados com incrustações	12,14	400	11,76
30	Alfinetes, lembranças moldados	12	390	11,47
31	Pregadores de gravata (ouro + platina)	52	450	13,24
32	Jogos (brincos + pingente)	12	440	12,94
33	Colares	12,14	400	11,76
34	Colares de ouro branco (liga de ouro e níquel)	18	630	18,53
35	Colares de ouro branco (liga de ouro e paládio)	13	690	20,29
36	Lembranças fabricadas por queima a laser	12	550	16,18

Artefactos de platina toque 950				
1	Anéis	41	1000	29,41
2	Pingentes estampados		1000	29,41
3	Correntes		1000	29,41
4	Pingentes moldados		1100	32,35
5	Anéis, brincos, colares moldados		1100	32,35
6	Botões de punho, alfinetes para cabelo, pregadores de gravata, medalhas e insígnias (por catálogo)		1100	32,35
7	Outros artefactos		1000	29,41
Artefactos de paládio toque 850				
1	Correntes de trança simples	61	320	9,41
2	Anéis (de casamento e com lapidação a diamante)		320	9,41
3	Brincos		380	11,18
4	Pingentes estampados		320	9,41
5	Pingentes moldados		380	11,18
6	Colares e anéis moldados		360	10,59
7	Berloques, pregadores para notas, alfinetes, botões de punho e lembranças		380	11,18
8	Artefactos moldados com incrustações		380	11,18
9	Medalhas e insígnias (por catálogo)		380	11,18
Artefactos de prata toque 925				
1	Artefactos de prata estampados	22	30	0,88
2	Palhetas de prata com incrustações de pedras não preciosas		40	1,18
3	Artefactos de prata moldados		60	1,76
4	Correntes de prata		35	1,03

Observações:

Aos preços da tabela são aplicados descontos ou suplementos em função do modo de pagamento (pagamento antecipado ou diferido) e do custo de um lote único, conforme quadro abaixo:

Nº	Custo de um lote único, em rublos	Pagamento antecipado
1	de 50 000 até 100 000 rublos	desconto de 1,5%
2	de 100 001 até 300 000 rublos	desconto de 2,5%
3	de 300 001 até 500 000 rublos	desconto de 4%
4	de 500 001 até 1 000 000 rublos	desconto de 5%
5	de 1 000 001 até 2 500 000 rublos	desconto de 7%
6	de 2 500 001 até 3 500 000 rublos	desconto de 8%
7	de 3 500 001 até 5 000 000 rublos	desconto de 9%
8	acima de 5 000 001 rublos	desconto de 10%