Вне зоны золотого комфорта

Представителям отрасли, несмотря на все усилия, не удается превратить россиян в индусов или арабов, которые массово скупают золото для личных нужд



Текст
ЕКАТЕРИНА КАЦ,
ОБОЗРЕВАТЕЛЬ **«Б.О»**



Аффинированное золото в слитках «выстрелило» в 2022 году, когда Федеральный закон № 47-ФЗ законодательно отменил НДС на покупку его физлицами у банков, в первую очередь — как инвестиционный инструмент. С 2023 года право продавать металл «физикам» получили также аффинажные организации и Гознак.

После отмены НДС активно растут и продажи золотых монет. За 2024 год россияне приобрели 75,6 тонны драгметалла в слитках, монетах и «ювелирке», что на 6,2% превышает объемы 2023 года (71,2 тонны) и является максимальным показателем с 2013-го. Но некоторые участники рынка недовольны, поскольку считают, что спрос на золото может быть выше, а если сосредоточиться на розничных продажах с небольшими чеками, оно может стать для россиян едва ли не новой сберегательной валютой.

На пределе «измельчения»

Сейчас, по информации **Андрея Жирныха,** гендиректора компании «Лот-Золото», основные сделки приходятся на слитки массой 11–13 кг. При этом, по разным оценкам, от 80 до 90% добываемого драгметалла ежегодно вывозят из страны. «Мало кто занимается розничным проектом по слиткам весом от 1 до 100 граммов, хотя он финансово емкий и интересный, — сообщил Андрей Жирных. — Развитие сдерживается операционной нагрузкой на отделения. А обратный выкуп мерных слитков сложен в администрировании и неинтересен банкам».

У населения на руках более 26 трлн рублей в разных видах валют, и золото могло бы стать альтернативой иностранным валютам, если организовать его выкуп, заявил эксперт. Он отметил как позитивный факт, что постановлением правительства от № 604 от 15.05.2024 с 1 сентября 2024 года компании, скупающие у граждан ювелирные изделия, получили право приобретать и инвестиционные слитки. «Мы хотим, чтобы банки также

присоединились. Желательно иметь правило одного окна при покупке и продаже», — заявил Андрей Жирных во время сессии «Рынок драгоценных металлов России — стратегия развития на 2025 год», состоявшейся в конце февраля в рамках ежегодной встречи членов Ассоциации банков России с руководством ЦБ. — Сбер и ВТБ максимально перетягивают на себя допуслуги для клиентов. Как нам видится, другим банкам нужно шире смотреть на направление "золото", предложив им на своей территории золотоматы — инструмент, на котором можно дополнительно зарабатывать».

Но тезис, что население не скупает массово золото из-за недостатка предложения и ориентации продавцов только на vip-аудиторию с большими капиталами, не находит подтверждения у представителей и экспертов отрасли, которых опросила редакция «Б.О». «Такой проблемы просто не существует. Можно купить слиток золота, начиная от 1 грамма, открыть обезличенный металлический счет (ОМС) на стоимость 1 грамма золота (в некоторых банках — даже от 0,01 грамма), купить ETF (золото на бирже) в пределах 1 тыс. рублей. Это все рассчитано именно на массового клиента», — прокомментировал ситуацию на рынке доцент экономического факультета Российского университета дружбы народов **Владимир Григорьев.**

Пределы диверсификации

«Газпромбанк с 2023 года предоставляет возможность покупки золота на счет от 0,1 грамма (что по текущему курсу составляет чуть более 850 рублей), а также продает слитки от 1 грамма в более чем 35 точках продаж по всей стране без ограничений по категории клиентов, и в том же направлении давно работают ключевые игроки рынка», — подтвердила **Татьяна Берман,** управляющий директор департамента инвестиционно-страховых продуктов Газпромбанка.

«Всем сегментам доступны слитки. Покупают разные клиенты, вне зависимости от финансовой состоятельности, — отметила **Елена Родинкова,** начальник управления операций с драгметаллами банка «Уралсиб». — Просто кто-то готов вкладываться в золото, а кто-то — еще нет». В этом банке предлагают слитки от 50 граммов, но есть также монеты, вес которых ниже, и их покупают клиенты всех сегментов, уверена она.

Никто из экспертов «Б.О» не подтверждает необходимость каких-либо регуляторных изменений для формирования внутреннего рынка золота как альтернативы валютному. А Владимира Гиринского удивляет сама постановка вопроса: «Такая альтернатива невозможна в принципе, так как золото сейчас не является деньгами».

С тем, что рынок золота вряд ли станет альтернативой валютному (слишком разные задачи решаются посредством этих продуктов), согласна Татьяна Берман. По ее мнению, золото сейчас интересно, скорее, в качестве альтернативного накопительного и инвестиционного продукта для консервативных инвесторов. При этом оно, как и любой другой инвестиционный продукт, имеет свой потенциал по процентному содержанию в диверсифицированном портфеле инвестора, добавил **Василий Заблоцкий,** президент СРО «Национальная финансовая ассоциация» (НФА).

Кроме того, хранение металла в банках клиентам тоже приходится оплачивать. Существуют и естественные пределы расширения внутреннего спроса. Согласно подсчетам агентства «РИА Новости», в России в 2024 году добыли 330 тонн золота, сохранив вторую позицию в списке мировых производителей (после Китая). Рост в годовом выражении составил 5,3%, то есть розничные продажи драгметалла в РФ не дотянули до четверти объемов выработки. Много это или мало? Для сравнения: закупки золота Индией, население которой активно на этом рынке и составляет почти 1,46 млрд человек (официальная разница с российским — в 10 раз), в прошлом году составили 802,8 тонны (+5%). Из них лишь 73 тонны приходится на «местный ЦБ» — Резервный банк Индии (16 тонн годом ранее). Банк России, как и некоторые другие его «коллеги»-регуляторы — крупный покупатель, в его золотовалютных резервах на конец 2024 года было 32% золота, или 2,339 тыс. тонн, подсчитали в WGC (World Gold Council). Он на пятой позиции в мире по запасам золота. Таким образом, интерес к драгметаллу в России весьма высокий, вот только покупатели-физлица его по большей части продают.

Согласно статистике, на мировом рынке интерес к золоту как защитному инвестиционному активу в 2023-2024 годах вырос, причем на 25%, во многим на волне спроса на биржевые фонды (ETF). Интерес к физическому золоту в монетах и слитках оставался на одном уровне, а интерес к ювелирным изделиям снижался, поскольку в прошлом году цены на золото 40 раз обновляли рекорды.

Маркетплейс — не панацея

«Производство аффинированного золота в России значительно превосходит уровень его внутреннего потребления со стороны как инвесторов — физических и юридических лиц, так и промышленности. Отрасль объективно является экспортноориентированной, как нефтяная или газовая», — констатировал Василий Заблоцкий. Он считает, что нарастить внутреннее потребление можно, но для этого необходимы совместные усилия представителей индустрии драгметаллов по продвижению золота и изделий из него.

В последние годы для российского бизнеса стало очевидно, что «дотянуться» до розничного клиента проще всего через маркетплейсы. В этом же направлении пытаются развивать бизнес и продавцы физического золота. **Максим Мольдерф,** гендиректор площадки «Маниматика», считает: «Настраивая сейчас интеграцию с более чем 30 банками и дилерами монет, мы позволяем делать интеграции в партнерские сети: маркетплейсы, фонды, брокеры». Эксперт констатирует, что количество банков, работающих с драгметаллом, с 2022 года увеличилось с 12 до более чем 40 в 2024-м, и ожидает, что в 2025-м их станет больше, «поскольку клиенты уходят за золотом в другой банк».

Но драгметаллы — товар жестко регулируемый, а когда речь идет о физическом золоте, чтобы оформить сделку, нужно личное присутствие покупателя в офлайн-офисе продавца. Поэтому возникает вопрос: насколько современные инструменты с использо-

ванием «цифры», такие как маркетплейсы, могут способствовать развитию розничного рынка золота с мелкими чеками?

Максим Мольдерф видит три препятствия: длинный клиентский путь, высокие спреды и непонимание, что с металлом делать. Пока маркетплейс стремится к тому, «чтобы банки конкурировали за клиента с точки зрения лучшего сервиса, цены и ее фиксации». При подключении большего числа партнеров спреды для клиентов существенно снижаются — до 7-8%, а иногда даже до 3%, уверен он.

Но для работы с маркетплейсом тоже нужны ресурсы — люди и время, поэтому она идет не слишком активно, признаются не под запись некоторые банкиры. С другой стороны, Татьяна Берман прогнозирует, что новые каналы будут влиять на активность рынка. «В частности, на маркетплейсах мы уже видим хороший спрос на слитки в драгоценных металлах, — отметила она. — Главное: новые площадки должны будут обеспечить подтверждение подлинности металла, а также документы для признания его инвестиционным инструментом в соответствии с требованиями ЦБ».

Василий Заблоцкий полагает, что «развитие новых дистанционных каналов продаж слитков из золота или драгоценных монет в России позволит небанковским организациям найти своего клиента, который по тем или иным причинам не был охвачен банковскими услугами. Он считает, что в новых инструментах продаж драгметаллов необходимо обеспечить соблюдение процедур KYC («Знай своего клиента») и прослеживаемости в соответствии с российским законодательством.

Перспективы золотоматов Татьяна Берман оценивает как вызывающие любопытство. По словам Андрея Жирныха, они могут работать «как на отдельных операциях, так и в режиме 3 в 1: продажа, хранение и обратный выкуп с диагностикой в течение в среднем 5 минут щадящим способом» под контролем оператора. Преимущество он видит в том, что клиент сможет забрать оплаченный ранее слиток в любой точке страны в любое время.

Елена Родинкова считает, что «в этих аппаратах пока что заложена высокая маржа из-за стоимости их приобретения и обслуживания».

Многие участники рынка оценивают ЦФА как новую нишу в развитии инструментов в золоте. **Никита Князев,** начальник отдела по работе с драгметаллами Альфа-Банка, в ходе сессии рассказал, в частности, про гибридные активы: клиент-физлицо может зайти в продукт на правах требования денежных средств и выйти в физический слиток. «Мы видим постепенное развитие спроса на ЦФА на золото со стороны инвесторов, преимущественно — розничных», — подтверждает Василий Заблоцкий.

Владимир Гиринский полагает, что золотые ЦФА «действительно могут придать динамики рынку и увеличить его объем, но принципиальных изменений не принесут». А вот по поводу новых каналов продвижения он категоричен: существенно повлиять на объемы розницы они не смогут: «При отсутствии массового платежеспособного спроса инструменты сами по себе ничего не изменят. Розничный рынок золота сформирован, просто он не так интересен розничным клиентам, как, например, банковские вклады». Б.О

