Приложение 1

ЕДИНЫЙ СТАНДАРТ ТЕРМИНОЛОГИИ И КОММУНИКАЦИИ О ПРИРОДНЫХ БРИЛЛИАНТАХ ГРУППЫ АЛРОСА

Для использования во внутренних материалах, внешних коммуникациях с отраслевыми объединениями, огранщиками и производителями ювелирных изделий, ювелирными брендами, ритейлом, маркетплейсами и конечными покупателями.

1. Общие положения

1.1. Настоящий Стандарт определяет единый для всей отрасли подход к коммуникации о природных бриллиантах на российском рынке. Стандарт закрепляет общую терминологическую и коммуникационную норму для всех участников рынка — производителей и огранщиков, ювелирных брендов, розничных сетей, маркетплейсов и агрегаторов, дистрибьюторов и отраслевых объединений, чтобы исключить фрагментацию сообщений, укрепить доверие аудитории и обеспечить последовательную трансляцию ценности категории на всех точках контакта с потребителем.

1.2. Стандарт распространяется на внешние и внутренние коммуникации во всех каналах и форматах: официальные веб-сайты и мобильные приложения, страницы в социальных сетях, электронные рассылки, материалы в точках продаж, карточки товаров на маркетплейсах, печатную и цифровую продукцию, рекламные материалы и сопроводительную документацию.

1.3. Стандарт разработан в соответствии с законодательством Российской Федерации о защите прав потребителей и об обороте драгоценных металлов и драгоценных камней, включая Правила продажи товаров по договору розничной купли-продажи, утверждённые постановлением Правительства Российской Федерации от 30.05.2026 № 657 и вступающие в силу с 1 сентября 2026 года.

1.4. Нормативно-правовая база. Терминологическая норма Стандарта опирается на следующие акты законодательства Российской Федерации и национальные стандарты (приводятся точные формулировки норм либо отсылка к пункту Стандарта, где они изложены).

1.4.1. Федеральный закон от 26.03.1998 № 41-ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях», статья 1.

> *«драгоценные камни — природные алмазы, изумруды, рубины, сапфиры и александриты, а также природный жемчуг в сыром (естественном) и обработанном виде. К драгоценным камням приравниваются уникальные янтарные образования в порядке, устанавливаемом Правительством Российской Федерации. Не являются драгоценными камнями материалы искусственного происхождения, обладающие характеристиками (свойствами) драгоценных камней».*

Значение для Стандарта: драгоценными камнями признаются только природные камни; синтетические материалы драгоценными камнями не являются — базовое разграничение категорий закреплено на уровне федерального закона.

1.4.2. Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», пункт 1 статьи 10.

> *«Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора».*

Значение для Стандарта: право потребителя на достоверную информацию о товаре и его происхождении — правовая основа правдивой, несравнительной коммуникации.

1.4.3. Правила продажи товаров по договору розничной купли-продажи, утверждённые постановлением Правительства Российской Федерации от 30.05.2026 № 657 (вступают в силу с 01.09.2026), пункт 50.

Точные формулировки обязательных требований, установленных абзацами пятым – шестым пункта 50 Правил, приведены в пункте 1.5.1 настоящего Стандарта.

Значение для Стандарта: слово «бриллиант» и производные закреплены за природными камнями; для синтетики — маркировка «синтетический» («Синтет.»), масса только в граммах, запрет характеристик 4С и описателей природного происхождения. Требования распространяются на информацию потребителю в любой форме.

1.4.4. Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании», часть 1 статьи 21; Положение о регистрации системы добровольной сертификации, утверждённое постановлением Правительства Российской Федерации от 23.01.2004 № 32.

> *«Добровольное подтверждение соответствия осуществляется по инициативе заявителя на условиях договора между заявителем и органом по сертификации».*

Значение для Стандарта: правовая основа добровольной сертификации.**1.4.5. ГОСТ Р 52913-2008 «Бриллианты. Классификация. Технические требования», пункты 1.1 и 3.1 (применяется совместно с ГОСТ Р 70856-2023).**

> *«Настоящий стандарт распространяется на бриллианты, изготовленные из природных алмазов, не подвергшихся внешним физическим и химическим воздействиям (заполнение дефектов, нагревание, облучение и т.п.) с целью изменения их цвета и чистоты».*
>
> *«бриллиант: Ограненный природный алмаз различных видов огранки, имеющий отполированные грани и предназначенный для использования в ювелирных изделиях, а также в незакрепленном виде».*

Значение для Стандарта: национальный стандарт определяет «бриллиант» как огранённый природный алмаз

1.5. Порядок применения. Требования законодательства, приведённые в пунктах 1.4.1 – 1.4.4 и разделе 3, обязательны для всех участников рынка в силу закона. Стандарт применяется участниками рынка как единая добровольная отраслевая норма коммуникации; для покупателей разделы Стандарта носят справочно-рекомендательный характер (раздел 7).

1.5.1. Согласно абзацу пятому – шестому пункта 50 Правил[1]:

а) для обозначения вставок из материалов искусственного происхождения использование слова "бриллиант" и производных от него слов, **указание качественно-цветовых характеристик**, а также слов и аббревиатур, дополняющих наименование материала искусственного происхождения, **за исключением указания веса в граммах, не допускается**;

б) **для обозначения вставок из материалов искусственного происхождения**, закрепленных в ювелирных изделиях из драгоценных металлов, на бирках (ярлыках) ювелирных изделий **должна быть указана информация вместе с наименованием вставок "синтетический"** (допускается сокращение "Синтет.");

в) при использовании наименования природного минерала для обозначения материалов искусственного происхождения, закрепленных в ювелирных изделиях из драгоценных металлов, использование слов "драгоценный", "настоящий", "подлинный", "естественный", "природный", "натуральный", "добытый", "минерал", "экологичный" и

---

[1] утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 30.05.2026 N 657 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену»

производных от них или аналогичных по значению слов и (или) словосочетаний не допускается;

г) указанные требования распространяются на информацию, предоставляемую потребителю в любой форме.

1.5.2. Указанные обязательные требования распространяются не только на вставки из синтетических алмазов, но и на вставки из любых иных материалов искусственного происхождения (в том числе и на те материалы искусственного происхождения, для обозначения которых не используется наименование драгоценного камня или другого природного минерала, не являющегося драгоценным камнем).

Следовательно, **запрет** при описании вставок из таких материалов на использование слова «бриллиант» и производных от него слов, указание качественно-цветовых характеристик, а также слов и аббревиатур, дополняющих наименование материала искусственного происхождения, за исключением указания веса в граммах **распространяется, в том числе, на следующий перечень материалов искусственного происхождения**: синтетический алмаз, синтетический муассанит, синтетический корунд (рубин, сапфир), синтетический изумруд, синтетический жемчуг, синтетический турмалин, синтетический опал, фианит, кристалл Сваровски, бриллианит, алпанит, ситалл, наноситал, бакелит, гематин, стекло, пластик.

1.5.3. Раздел Правил «*Особенности продажи драгоценных металлов и драгоценных камней*», в котором расположен вышепроцитированный пункт 50 Правил, в целях недопущения смешения драгоценных и недрагоценных материалов в восприятии потребителя регулирует продажу не только драгоценных металлов и драгоценных камней, но и имитирующих их изделий (в частности, продажу ювелирных изделий со вставками из синтетических камней).

Информация о вставках в ювелирном изделии может быть предоставлена потребителю в любой форме. Одной из таких форм является ярлык (бирка) ювелирного изделия. Поскольку в силу абзаца первого пункта 50 Правил ярлык (бирку) должны иметь только ювелирные и другие изделия из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней, то в отношении изделий, не из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней (в частности, в отношении изделий содержащих вставку из синтетического камня и не содержащих драгоценного металла, например, кольца из титана со вставкой из огранённого синтетического алмаза) обозначенные обязательные требования должны соблюдаться при предоставлении информации о вставках в любых иных формах помимо ярлыка (бирки).

1.6. Участникам рынка рекомендуется проводить обучение персонала, взаимодействующего с покупателями и партнёрами, на основе единой методологии настоящего Стандарта, включая программы подготовки розничного персонала.

2. Принципы коммуникационной нормы

2.1. В основе коммуникационной нормы лежат три принципа: подлинность, природная уникальность и вечная ценность. Все материалы последовательно раскрывают геологическое происхождение природных бриллиантов, их уникальные характеристики и принципиальное отличие от синтетических аналогов.

2.2. Коммуникация строится на утверждении самостоятельной ценности природного бриллианта — через категории уникальности, происхождения и ценности, — а не на сопоставлении с синтетическими камнями. Не допускаются формулировки и сравнения, которые прямо или косвенно повышают статус синтетической продукции либо размывают границу между категориями.

2.3. Тональность коммуникации — экспертная, но доступная; приоритет отдаётся фактологической точности, прозрачности и уважению к интеллекту потребителя, без избыточной эмоциональности.

3. Терминология и обязательные требования

3.1. Основной термин. Во всех материалах участников рынка основным и используемым по умолчанию наименованием категории является **«природный бриллиант»**. Он применяется последовательно — даже там, где допускается слово «бриллиант» без уточнения, — чтобы активно формировать и закреплять коммуникационную норму и потребительскую привычку, пока разграничение природных бриллиантов и синтетических камней не станет общепринятым. Слово «бриллиант» без уточнения сохраняется исключительно за огранёнными алмазами природного происхождения согласно постановлению № 657; по мере закрепления нормы оно однозначно обозначает природный бриллиант. Природный бриллиант не обозначается словом «камень»: этот термин допустим только применительно к синтетическим и цветным вставкам.

3.2. Правовая опора терминологии. Статус «бриллианта» как огранённого природного алмаза закреплён национальным стандартом (ГОСТ Р 52913-2008), а отнесение к драгоценным камням только природных камней — Федеральным законом № 41-ФЗ. Качественно-цветовые характеристики (4С), в том числе масса в каратах, применяются исключительно к природным бриллиантам. Подтверждение подлинности и характеристик природных бриллиантов обеспечивается государственной инфраструктурой —системами добровольной сертификации и федеральной государственной системой ГИИС ДМДК.

3.3. Требования настоящего раздела отражают нормы постановления Правительства Российской Федерации № 657 и обязательны во всех формах подачи информации — на ярлыках и бирках, в рекламных и маркетинговых материалах, в сертификатах и сопроводительной документации, в онлайн- и офлайн-каналах.

Объект регулирования	Установленная норма
Наименование природного бриллианта	Слово «бриллиант» применяется исключительно к алмазам природного происхождения и недопустимо в отношении синтетических вставок.
Синтетические вставки	Единственное допустимое наименование — «огранённый синтетический алмаз». На ярлыках и бирках размещается маркировка «синтетический» («Синтет.»).
Качественно-цветовые характеристики	Параметры системы 4С (масса в каратах, цвет, чистота, огранка) закреплены за природными бриллиантами (ГОСТ Р 52913-2008) и не применяются к синтетическим камням.
Единица массы	Масса синтетических камней указывается только в граммах; указание в каратах не допускается. Карат сохраняется как единица массы природных бриллиантов.
Запрещённые описания применительно к синтетике	Запрещены термины, создающие впечатление природного происхождения: «драгоценный», «настоящий», «подлинный», «естественный», «природный», «натуральный», «добытый», «минерал», «экологичный» и производные от них или аналогичные по значению слова и словосочетания (п. 50 Правил).

Объект регулирования	Установленная норма
Цветные камни	Требования распространяются также на синтетические цветные вставки: их масса указывается только в граммах.

3.4. Запрещается использование терминов «выращенный бриллиант», «lab-grown», «lab-created» и иных формулировок, придающих синтетической продукции мнимую уникальность или приравнивающих её к природным бриллиантам.

4. Как говорить: правильно и неправильно

4.1. Раздел переводит требования Стандарта в практический язык контента. Средняя колонка — рекомендованные формулировки, правая — недопустимые. Во всех случаях приоритет имеет основной термин «природный бриллиант».

Тема	Правильно	Неправильно
Природный бриллиант	✓ Основной термин — «природный бриллиант»; используется последовательно во всех материалах.	✗ «Бриллиант» без слова «природный» там, где возможно смешение с синтетикой; обезличенное «камень».
Синтетический камень	✓ «Огранённый синтетический алмаз», «синтетический камень».	✗ «Выращенный», «лабораторный», «искусственный бриллиант»; «lab-grown / lab-created diamond»; «драгоценный», «настоящий», «природный», «натуральный» — о синтетике.
Масса	✓ Караты — для природных бриллиантов; граммы — для синтетических камней.	✗ Караты применительно к синтетическим камням.
Характеристики	✓ Система 4C и качественно-цветовые шкалы — только для природных бриллиантов.	✗ Оценка синтетики по шкалам цвета, чистоты и огранки бриллиантов.
Ценность	✓ Уникальность, геологическое происхождение, ценность вне времени.	✗ «То же самое, но дешевле», «разумная альтернатива», «умная покупка».
Различие категорий	✓ Принципиальное различие природного и синтетического как разных категорий товара.	✗ «Визуально не отличить», «по сути одно и то же», «не хуже природного».

4.2. Перечень примеров не является исчерпывающим; при сомнениях применяется общий принцип: подчёркивать самостоятельную ценность природного бриллианта и не использовать формулировки, повышающие статус синтетики или размывающие границу категорий.

5. Примеры использования в рекламе: правильно и неправильно

5.1. Раздел иллюстрирует применение норм Стандарта на реальных примерах рекламных материалов. Примеры показывают, как маркер происхождения и корректная терминология выглядят в креативе, тексте объявления и карточке товара — и какие приёмы нарушают требования пункта 50 Правил № 657 и настоящего Стандарта.

5.2. Правильно

Пример 1. Маркер происхождения в заголовке объявления: полная форма «природный бриллиант» в наиболее заметном текстовом элементе.

[МЕСТО ДЛЯ ИЛЛЮСТРАЦИИ: корректное объявление — «природный бриллиант» в заголовке]



diamor _____ _ru Как выбрать украшение с природным бриллиантом?

Ключ к выбору — правило четырёх «С»: Carat (вес в каратах), Clarity (чистота), Color (цвет) и Cut (огранка). Именно они определяют ценность и красоту бриллианта.

На нашем сайте вы найдёте всю информацию о камнях и сможете легко выбрать украшение, ориентируясь на эти параметры. А если хотите подобрать бриллиант лично, приходите в наши магазины. Вы получите не только украшение с паспортом с пожизненной гарантией на изделия из золота и платины, но и подробную консультацию эксперта.

На видео: геометричные серьги (арт. 75617), кольцо (арт. 75616) и подвеска (арт. 328275), кольцо с 12 бриллиантами (арт. 377143).

22 нед.

6 отметок "Нравится"

27 январь

Пример 2. Знак происхождения в визуальной части: текст «Природные бриллианты» или постоянный графический знак на креативе/баннере.

[МЕСТО ДЛЯ ИЛЛЮСТРАЦИИ: корректный креатив — знак происхождения на изображении]



Пример 3. Карточка товара / бирка: наименование «природный бриллиант», масса в каратах, характеристики 4С, ссылка на сертификат.

[МЕСТО ДЛЯ ИЛЛЮСТРАЦИИ: корректная карточка товара / бирка с полной информацией]



РАЗМЕР 45

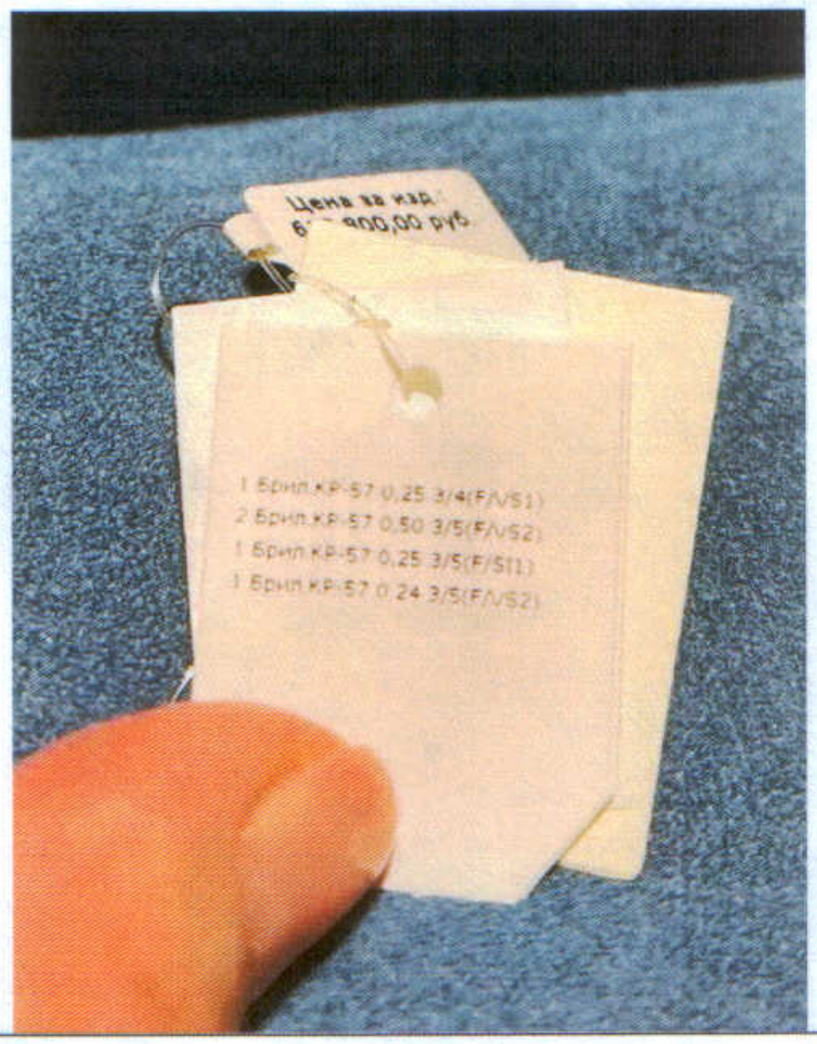
ПРОБА 750

ВСТАВКИ, КАРАТ 0.23 ↓

ПОДРОБНЕЕ ↑

Артикул	5С703111
Металл	Белое Золото 750
Вставки	1
Вес вставок	0.23 карат
Вес украшения	1.91 г

Вставки	Форма	Вес	Цвет	Чистота
Бриллиант x 1	Изумруд	0.23	F (3)	VVS (3)



5.3. Неправильно

Пример 4. Синтетическая вставка названа «бриллиантом» / «выращенным бриллиантом» — нарушение п. 50 Правил № 657: слово «бриллиант» и производные от него недопустимы для материалов искусственного происхождения.

[МЕСТО ДЛЯ ИЛЛЮСТРАЦИИ: нарушение — «выращенный бриллиант» в рекламе синтетики]





Пуссеты из белого золота с бриллиантами 4.100 карат

Пример 5. Масса синтетического камня указана в каратах и/или приведены характеристики 4С — для синтетики допускается только вес в граммах, без характеристик.

[МЕСТО ДЛЯ ИЛЛЮСТРАЦИИ: нарушение — караты и 4С для синтетического камня]



Роскошная модель из белого золота с 33 выращенными бриллиантами общим весом 14.51 карата (арт. 395855) создана приковывать взгляды. Крупные камни образуют широкую и плотную дорожку, которая сразу притягивает внимание своей массивной выразительностью.

Корнеровая закрепка подчёркивает размер каждого бриллианта и позволяет свету свободно проходить сквозь камни, усиливая их сияние.

А в вашей коллекции уже есть такой браслет? Делитесь в комментариях!

24 нед.

kisamarfa Можно цену браслета?

5 дн. Ответить •••

— Посмотреть ответы (1)

16 отметок "Нравится"

15 январь

Пример 6. Описатели природного происхождения применительно к синтетике: «настоящий», «натуральный», «экологичный», «драгоценный» — запрещены п. 50 Правил № 657.

[МЕСТО ДЛЯ ИЛЛЮСТРАЦИИ: нарушение — «эко»-описатели и «настоящий» о синтетике]



6. Указание происхождения в рекламных сообщениях

6.1. В рекламных сообщениях о ювелирных изделиях со вставками раскрывается полная и достоверная информация о происхождении вставки — **«природный бриллиант»** либо **«огранённый синтетический алмаз»**, — во избежание введения покупателя в заблуждение относительно категории товара. Маркер происхождения присутствует в текстовой или визуальной части каждой рекламной единицы; выпуск рекламы продуктового характера с упоминанием бриллианта без указания происхождения не допускается. Требование основано на пункте 1 статьи 10 Закона «О защите прав потребителей» и пункте 50 Правил № 657, распространяющих обязательные требования на информацию, предоставляемую потребителю в любой форме.

7. Рекомендации покупателю: пять вопросов при выборе украшения со вставками

7.1. Раздел носит рекомендательный характер и адресован покупателям. Природный бриллиант и синтетический огранённый алмаз внешне почти неотличимы и близки по свойствам, но за этим сходством — разные истории происхождения. От этого зависят редкость и то, сохранит ли украшение свою ценность со временем. Чтобы точно знать, что вы выбираете, задайте продавцу пять вопросов:

Вопрос 1. Какое происхождение у вставки в этом изделии?

Уточнить происхождение: это природный бриллиант или синтетический огранённый алмаз.

Вопрос 2. Что указано на бирке (ярлыке) украшения?

Проверить, что указано на бирке ювелирного изделия: с 01.09.2026 для синтетики обязательна маркировка «синтетический» («Синтет.»).

Вопрос 3. Есть ли независимый сертификат бриллианта и можно ли проверить его подлинность по QR-коду или на сайте лаборатории?

- *Проверить сертификат на бриллиант в ювелирном изделии.*

Вопрос 4. Какие у бриллианта качественно-цветовые характеристики 4C: Carat (вес в каратах), Color (цвет), Clarity (чистота), Cut (огранка)?

Бриллианты с уникальными характеристиками встречаются реже и ценятся выше.

Вопрос 5. Если разделить стоимость изделия на составляющие, сколько приходится на металл и сколько на вставку?

Понять, сколько приходится на стоимость золота или платины, а сколько — на вставку из драгоценных камней или синтетики.

Согласно Федеральному закону № 41-ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» синтетические камни не не являются драгоценными камнями.

7.2. Ключевые отличия для покупателя:

Параметр	**Природный бриллиант**	**Синтетический огранённый алмаз**
Обозначение на бирке (ярлыке)	«бриллиант», «природный бриллиант»	«огранённый синтетический алмаз», «синтет. алмаз»
Происхождение	Сформировался в недрах Земли за 1–3 млрд лет	Произведён на фабрике за несколько недель

Параметр	Природный бриллиант	Синтетический огранённый алмаз
Сертификат	В графе «происхождение» — природное	В графе «происхождение» — лаборатория, lab-grown или HPHT/CVD
Характеристики 4С	Оценка по 4С (вес, огранка, чистота, цвет)	Не оценивается по 4С в России (с 01.09.2026); лаборатории GIA и HRD Antwerp не оценивают по системе 4С
Маркировка в РФ с 01.09.2026	«бриллиант», вес в каратах	«синтетический» («синтет.»), вес в граммах
Редкость и уникальность	Запасы в земле ограничены; каждый бриллиант уникален по характеристикам	Производство практически неограниченно
Цена за 1 карат (оптовый уровень, 2025 г.)	~$4 000+	~$100
Сохранение ценности	Есть вторичный рынок	Вторичный рынок отсутствует

8. Контроль за исполнением Стандарта

8.1. Выборочный контроль. За исполнением Стандарта будет реализован выборочный контроль: периодический выборочный мониторинг публичных коммуникаций участников рынка — рекламных материалов, сайтов, карточек товаров на маркетплейсах, материалов в точках продаж. По итогам мониторинга выявленные отклонения доводятся до участника рынка с рекомендациями по корректировке. Сплошной внутренний контроль настоящим Стандартом не предусматривается.

8.2. Государственный контроль и надзор. Установленные обязательные требования к наименованию, характеристикам и указанию массы синтетических вставок обеспечены государственным контролем (надзором). С 1 сентября 2026 года использование в отношении синтетики наименования «бриллиант», характеристик 4С, единицы «карат» или описателей природного происхождения образует нарушение обязательных требований Правил. Контроль и надзор в соответствующих сферах осуществляют уполномоченные органы:

Орган	Сфера контроля (надзора)	Основание
Роспотребнадзор	Федеральный государственный контроль (надзор) в области защиты прав потребителей при продаже товаров	ПП РФ от 25.06.2021 № 1005
Федеральная пробирная палата	Федеральный государственный пробирный надзор; учёт и прослеживаемость в ГИИС ДМДК	ПП РФ от 25.06.2021 № 1015
Прокуратура РФ	Надзор за соблюдением законодательства в целом, без ограничения сферы	ФЗ от 17.01.1992 № 2202-I

Орган	Сфера контроля (надзора)	Основание
Росстандарт	Регистрация систем добровольной сертификации	ПП РФ от 23.01.2004 № 32
Росаккредитация	Аккредитация органов по сертификации	ФЗ от 27.12.2002 № 184-ФЗ (ч. 1 ст. 31)

8.3. Практики, вводящие потребителя в заблуждение относительно происхождения вставок, могут пресекаться в том числе через обращения участников рынка и потребителей в уполномоченные органы.

9. Заключительные положения

9.1. Стандарт обеспечивает единство сообщения о природных бриллиантах на всём пути потребителя — от цифровых каналов до точки продажи.

9.2. Стандарт одновременно решает две взаимоусиливающие задачи: защиту категории природных бриллиантов и защиту права потребителя на достоверную информацию о происхождении и характеристиках вставок. Соответствие постановлению № 657 рассматривается как минимально обязательный уровень, который коммуникации участников отрасли развивают в позитивную ценностную повестку категории.