PLAN DZIAŁANIA
KT 239
ds. Jubilerstwa

SPIS TREŚCI

1. OPIS DZIAŁALNOŚCI OT 2
2. ŚRODOWISKO BIZNESOWE OT 2
3. ASPEKTY DOTYCZĄCE OCHRONY ŚRODOWISKA W PRACACH OT 3
4. OCZEKIWANE KORZYŚCI Z REALIZACJI PRAC OT 3
5. CZŁONKOSTWO W OT 4
6. CELE I STRATEGIA ICH REALIZACJI 4
7. WPROWADZANIE NOWYCH TN DO PROGRAMU PRAC 5
8. CZYNNIKI WŁYWAJACE NA REALIZACJĘPROGRAMU PRAC OT 5
9. PROPOZYCJE ZAGADNIEŃ, TEMATÓW NORMALIZACYJNYCH, DLA KTÓRYCH OT PRZEWIDUJE POZYSKANIE ZAMAWIAJACYCH W RAMACH PRAC NA ZAMÓWIENIE 5

1. OPIS DZIAŁALNOŚCI OT

KT 239 ds. Jubilerstwa działający przy Polskim Komitecie Normalizacyjnym, zajmuje się zagadnieniami związanymi z wyrobami i półfabrykatami jubilerskimi wykonanymi z metali szlachetnych i ich stopów (platyna, pallad, złoto, srebro), kamieniami jubilerskimi oraz bursztynem, urządzeniami, maszynami oraz ich oprzyrządowaniem a także narzędziami służącymi do obróbki tych wyrobów. Zainteresowania obejmują, także metody badań, warunki techniczne odbioru, przechowywanie oraz transport wyrobów jubilerskich. Przedmiotem zainteresowań komitetu objęte są również zagadnienia dotyczące identyfikacji wyrobów jubilerskich oraz związane z tym kryteria oceny jakości. Z punktu widzenia użytkowników wyrobów branży jubilerskiej istotnym aspektem jest zapewnienie bezpieczeństwa użytkowania wyrobów jubilerskich np. poprzez publikację norm, dotyczących uwalniania się niklu z części wyrobów jubilerskich. Odrębną grupę wyrobów należącą do zakresu działań KT 239 stanowią zegarki. Główne korzyści wynikające z działalności KT 239 są trudne do oszacowania liczbowego jednak niewątpliwie są ściśle związane z podniesieniem świadomości konsumentów w odniesieniu przede wszystkim do jakości nabywanych wyrobów jubilerskich.

2. ŚRODOWISKO BIZNESOWE OT

Na działalność gospodarczą objętą zakresem KT 239 znaczący wpływ mają uwarunkowania polityczne, gospodarcze, techniczne, prawne, społeczne i/lub aspekty regionalne/międzynarodowe.

Rynek jubilerski w Polsce jest różnorodny. Część rynku jubilerskiego stanowią małe i średnie firmy, rozsiane po całym kraju a z drugiej strony mamy dużych graczy, którzy zajmują pozostałą część rynku m.in. firmy W. Kruk SA, Apart Sp. z o.o., YES Biżuteria Sp. z o.o.

Polski rynek jubilerski można podzielić na trzy główne segmenty. Pierwszy - biżuteria i zegarki bardzo ekskluzywnych marek takich jak Cartier, Piaget, Korloff, Fabergais, czy Chopard. Drugi segment to biżuteria markowa polska i zagraniczna, nie zawsze znanej marki. I trzeci to wyroby małych zakładów jubilerskich i tanie wyroby importowane, które można kupić niemal wszędzie. Osobną częścią rynku jest biżuteria autorska - wyroby polskich projektantów, artystów plastyków, które można kupić w galeriach. Wykonują oni biżuterię na zamówienie, bądź też sprzedają bardzo krótkie serie wyrobów. Polscy producenci coraz częściej nawiązują współpracę z artystami plastykami. Polscy jubilerzy muszą się liczyć ze zwiększoną konkurencją ze strony producentów zagranicznych. Jest to efekt zachodzących procesów globalizacyjnych, wejścia Polski w obszar wspólnego rynku europejskiego, a także przystąpienia do Konwencji Wiedeńskiej oraz związanymi z tym ograniczonymi możliwościami stosowania instrumentów ochrony rynku. Odrębny fragment rynku stanowią bursztyny. W krajach najbogatszych, szczególnie w UE i USA, wyroby z bursztynu i biżuteria nim dekorowana są uważane za polską specjalność. Polscy jubilerzy często korzystają z bursztynu wydobywanego poza Polską. Ceny surowca są niższe od kosztów wydobycia w Polsce.

Polskie ogromne złoża są głęboko położone i wymagają znacznych inwestycji. Bursztynnicy sądzą, że ratunek leży w tworzeniu „polskiej marki bursztynu" z odmian nagromadzonych w delcie Wisły i na obszarze polodowcowym. To bursztyn odmienny od pochodzącego ze złóż pierwotnych (Sambia, Wołyń, u nas okolice Chłapowa i Lubartowa). Nagromadzenia wtórne mają odmiany naturalnie sklarowane (przejrzyste i prześwitujące, ich powierzchnia jest oszlifowana przez piasek.)

Rynek wyrobów branży jubilerskiej w Polsce jest trudny do oszacowania. Analogicznie do wielu rynków dóbr luksusowych czynnikiem stymulującym wzrost jest fakt, że luksusowa biżuteria i zegarki są postrzegane jako inwestycja, a nie tylko zbędny czy wręcz ekstrawagancki wydatek. Dla zamożnych osób oraz gospodarstw domowych o wysokich dochodach luksusowa biżuteria to dobra materialne nabywane częściowo ze względu na potencjalny wzrost wartości, relatywne bezpieczeństwo takiej inwestycji oraz możliwość ochrony właściciela przed zewnętrzną presją finansową wynikającą z inflacji czy ryzyka walutowego. Biżuteria stanowi większość rynku pozostała część uzupełniają zegarki. Polski rynek luksusowej biżuterii i zegarków charakteryzuje się dużą sezonowością, znaczna część sprzedaży to artykuły kupowane na prezent. Z tego względu najwyższą sprzedaż notuje się w okresie Bożego Narodzenia, Nowego Roku i Walentynek. Ponieważ w Polsce nie można nabyć spośród wszystkich globalnych luksusowych marek w kategorii zegarków i biżuterii, a wielu zamożnych klientów ma zwyczaj kupowania artykułów luksusowych w czasie zagranicznych wakacji, miesiące letnie to w Polsce „martwy sezon" dla detalistów. Odrębny fragment rynku stanowią bursztyny.

Polska specjalizuje się w łączeniu bursztynu z metalami szlachetnymi. Polską stolicą bursztynu jest Gdańsk.

3. ASPEKTY DOTYCZĄCE OCHRONY ŚRODOWISKA W PRACACH OT

Problematyka związana z ochroną środowiska dotycząca branży jubilerskiej w ostatnich latach zyskuje na znaczeniu, jest to oczywiście związane z ogólnym naciskiem, jaki jest stawiany na ochronę zasobów naturalnych podczas ich pozyskiwania.

Tematyka działalności KT 239 przyczynia się do ochrony środowiska poprzez zwracanie uwagi społeczeństwa na niszczącą działalność pozyskiwania surowców przez osoby i instytucje niepowołane, a także na skutek zbyt intensywnego rozwoju gospodarczego w rejonach kraju bogatych w złoża np. bursztynu.

4. OCZEKIWANE KORZYŚCI Z REALIZACJI PRAC OT

Wdrażanie nowych norm i upowszechnianie wiedzy normalizacyjnej wśród producentów i konsumentów ma istotny wpływ na całą branżę.
Aktywność KT 239 ponadto ukierunkowana jest na systematyczną aktualizację norm następującą w wyniku postępu technicznego.

Prowadzone prace w KT 239 mogą przyczynić się:

- utrzymania rynku pracy w produkcji i handlu wyrobami jubilerskimi;

- ukrócenia nieuczciwej konkurencji w zakresie produkcji (np. stosowanie żywic bursztynopodobnych lub tworzyw sztucznych zamiast bursztynu);

- zwiększenia zaufania odbiorców do jakości nabywanych wyrobów jubilerskich poprzez opracowywanie innowacyjnych metod kontroli;

- poszerzenie zakresu wiedzy dotyczących wpływu czynników chemicznych lub metali stosowanych w jubilerstwie na organizm człowieka (np. wyroby z niklu, lub z powłoką zawierającą nikiel).

5. CZŁONKOSTWO W OT

Zgodnie z aktualnym Zarządzeniem Prezesa PKN w sprawie Organów Technicznych powoływanych przez Prezesa PKN, podstawy ich powoływania oraz zasad powoływania członków i osób funkcyjnych w tych organach, każdy podmiot krajowy zainteresowany daną tematyką ma prawo zgłosić chęć uczestnictwa w OT i po spełnieniu wymogów proceduralnych (procedura Z2-P3 w powiązaniu z Z2-P1) stać się członkiem OT. Każdy członek OT realizuje zadania poprzez swoich reprezentantów.

Członkostwo w KT 239:

- otwiera możliwość wpływania na treść tworzonych norm na poziomach międzynarodowym, europejskim i krajowym;
- zapewnia dostęp do treści projektów Norm Międzynarodowych, Europejskich, krajowych w zakresie tematycznym KT 239;
- daje możliwość kształtowania programu prac normalizacyjnych, co pozwala właściwie planować inwestycje i w konsekwencji zyskać przewagę nad konkurencją;
- ułatwia kontakty biznesowe.

Aktualny skład KT 239 i kontakt do Przewodniczącego KT 239, Sekretarza KT 239, właściwego Sektora WPN jest podany na stronie www.pkn.pl, w Wykazie KT 239.

6. CELE I STRATEGIA ICH REALIZACJI

Najważniejsze cele KT 239 obejmują przede wszystkim bieżącą analizę dokumentów opracowywanych przez organy międzynarodowe i krajowe jednostki normalizacyjne. Istotny w tym przypadku jest postęp prac związanych z wdrażaniem, poprzez nadanie statusu PN normom międzynarodowym, metodyk badawczych związanych z branżą jubilerską. Elementem prac KT 239 jest także ocena aktualności Polskich Norm i dokonywanie okresowych przeglądów norm.

Strategia realizacji celów KT:

- Bieżąca analiza nowych Norm Europejskich i Międzynarodowych pod względem ich bezpośredniej przydatności dla branży;

- Systematyczne opiniowanie projektów (CD, DIS, FDIS) Norm Międzynarodowych oraz Norm Europejskich (prEN, FprEN) przesyłanych do PKN z ISO i CEN;
- Działania informacyjne dotyczące korzyści wynikających z bezpośredniego udziału w pracach w Grupach Roboczych CEN i ISO.

7. WPROWADZANIE NOWYCH TN DO PROGRAMU PRAC

Każdy zainteresowany ma możliwość zgłaszania tematów normalizacyjnych (TN) z zakresu działania KT 239 wypełniając Karty nowego tematu (KNT) lub Karty propozycji tematu normalizacyjnego (KPT).

Każdy zgłoszony TN, po akceptacji KT 239, jest wprowadzany do programu prac OT.

KT 239 decyduje o kontynuacji lub zaniechaniu tematu normalizacyjnego.

W programie prac prezentowane są wszystkie TN będące aktualnie w opracowaniu.

Program prac KT 239 znajduje się na stronie www.pkn.pl, w *Wykazie OT,* po wybraniu numeru właściwego OT.

Aktualnie nie są realizowane prace na zamówienie. Większość wprowadzonych norm jest użytkowana w języku oryginału.

8. CZYNNIKI WŁYWAJACE NA REALIZACJĘPROGRAMU PRAC OT

W programie prac prezentowane są wszystkie TN będące aktualnie w opracowaniu. Program prac KT 239 znajduje się na stronie www.pkn.pl, w Wykazie OT, po wybraniu numeru właściwego KT.

Do głównych czynników negatywnie wpływających na wprowadzanie nowych tematów normalizacyjnych do Programu prac należą:

- Ograniczenia budżetowe, brak środków finansowych na opracowanie danej PN;
- Trudności z pozyskiwaniem środków finansowych dla norm wprowadzanych do zbioru PN w ramach prac na zamówienie.

9. PROPOZYCJE ZAGADNIEŃ, TEMATÓW NORMALIZACYJNYCH, DLA KTÓRYCH OT PRZEWIDUJE POZYSKANIE ZAMAWIAJACYCH W RAMACH PRAC NA ZAMÓWIENIE

Z uwagi na specyfikę środowiska, reprezentowanego przez KT, obecnie nie przewiduje się rozpoczęcia prac na zamówienie.