

Nota Web n. 29/2018  
26 Giugno 2018

## Diamanti naturali, diamanti sintetici, ecc., ecc.

Roma, 26 giugno 2018 - Rumors e illazioni sulle nuove strategie di un colosso mondiale del mondo dei diamanti che si affaccia addirittura con un brand di diamanti sintetici, hanno agitato il settore del commercio delle pietre preziose e della gioielleria, trovando spazio in numerosi articoli sulla stampa d'informazione sia specializzata di settore sia generalista.

La notizia ha ovviamente avuto la debita attenzione da parte di Federpreziosi Confcommercio Imprese per l'Italia, in quanto rappresentante di un notevole numero di operatori delle categorie interessate, ed è stata oggetto anche di un recente confronto nell'ambito dell'Assemblea dei Soci della Federazione che si è tenuta a Palermo il 17 giugno scorso.

Ma da quanto tempo si parla di fare chiarezza sull'argomento?

Un argomento che il settore della gioielleria ha ben presente. Un fenomeno che in vari modi e forme si presenta da molto tempo, ma che non per questo va sottovalutato per le implicazioni che può avere<sup>1</sup> soprattutto per le reazioni fra i consumatori. Tanto è vero che proprio in occasione della riunione nel capoluogo siciliano è stata decisa la costituzione di un'apposita **Commissione Gemmologica**, presieduta dal Vice Presidente di Federpreziosi, **Roberto Duranti** e di cui fanno parte i componenti del Direttivo, **Enrico Natoli**, **Giovangiuseppe Lanfreschi**, **Antonio Dascoli** e **Salvatore Ciulla**.

Si tratta, come sempre, di effettuare un costante monitoraggio, di formare e informare la categoria, come, peraltro, Federpreziosi fa da sempre anche in questo campo: ne sono esempio convegni e tavole rotonde sul tema della trasparenza del mercato e, soprattutto, il roadshow organizzato in collaborazione con **IGI-Istituto Gemmologico Italiano "Il Diamante: scienza e commercio istruzioni per l'uso"** che, nel corso degli ultimi mesi, ha toccato tante regioni italiane, dal Piemonte alla Campania, dalla Toscana alla Sicilia.

A testimonianza della consapevolezza di quanto formazione e informazione siano il punto focale e risolutivo e di come siano già state affrontate a livello mondiale, è sufficiente ricordare la diffusione, nello scorso mese di gennaio, della linea guida **Diamond Terminology Guideline**, sviluppata congiuntamente da nove delle principali organizzazioni del settore dei diamanti e della gioielleria (**AWDC Antwerp World Diamond Centre**, **CIBJO The World Jewellery Confederation**, **DPA Diamond Producers Association**, **GJEPC India**, **IDI The Israeli Diamond Industry**, **IDMA International Diamond Manufacturers Association**, **USJC U.S. Jewelry Council**, **WDC World Diamond Council** e **WFDB World Federation of Diamond Bourses**).

La guida è stata concepita come documento di riferimento per incoraggiare un uso completo, corretto ed efficace di una terminologia chiara e accessibile per diamanti naturali e diamanti sintetici da parte di tutti coloro che operano del settore: organizzazioni, commercianti e dettaglianti. È costruita su due standard accettati a livello internazionale: lo standard **ISO 18323** ("Gioiello - La fiducia dei consumatori nell'industria dei diamanti") e il CIBJO Diamond Blue Book.

Standardizzare e definire in maniera chiara i termini da usare nella comunicazione all'interno del settore e nei rapporti con il cliente è un importante supporto anche per evitare un pericoloso sconcerto fra i consumatori e per mantenere la loro fiducia.