

Evoluzioni. Mercato da 16,2 miliardi di dollari

Diamanti, aumenta l'appeal dei sintetici

Chiara Beghelli

■ Per fortuna oggi le guerre che hanno per oggetto i diamanti si combattono soprattutto fra chi sostiene il primato di quelli nati nelle profondità del pianeta e quelli generati in laboratorio. Naturale contro sintetico, insomma, è uno dei temi più discussi nel mercato dei diamanti, dove gli schieramenti si accusano a vicenda, per esempio, di scarsa sostenibilità (le miniere distruggono il paesaggio, ma per produrre una gemma sintetica serve una enorme quantità di energia).

Tuttavia, non solo la produzione, ma anche la domanda di diamanti sta cambiando: di fronte a gemme identiche dal punto di vista fisico e chimico, che solo strumenti molto complessi riescono a distinguere, i Millennials e la crescente classe media globale - soprattutto in Asia-Pacifico - preferiscono spendere meno che possedere una gemma necessariamente "autentica". Inoltre, la società sempre più liquida - secondo la

celebre definizione di Zygmunt Bauman - ha messo in crisi quell'amore "per sempre" sul quale il primo produttore al mondo di diamanti, il gruppo De Beers, ha costruito un impero da oltre 6 miliardi di dollari di ricavi nel 2016. Questa tendenza è stata intercettata e interpretata persino in modo conciliante delle due visioni da Riam Group, rivenditore di diamanti naturali, che l'anno scorso ha lanciato gli "Altr Diamonds", gemme di laboratorio, impiegate per la collezione di gioielli "Lovemonster", dedicata a chi si ama con intensità ma non per forza in eterno.

La battaglia sul fronte del business, però, è ancora impari: secondo Research Nester, il mercato globale dei diamanti di laboratorio nel 2015 è valso 16,2 miliardi di dollari, cifra ben distante dai 25,1 miliardi dei diamanti lavorati registrata da De Beers lo scorso anno.

Ma esiste un punto sul quale i due schieramenti si incontrano: la trasparenza verso il consumatore, che deve poter scegliere una gemma conoscendo-

ne la vera origine. «Si tratta di fiducia», ha dichiarato di recente Jonathan Kendall, presidente dell'International Institute of Diamond Grading & Research di De Beers, che investe ogni anno milioni di dollari in macchinari sempre più sofisticati in grado di riconoscere le pietre naturali e quelle di laboratorio.

Proprio la C di "Confidence" ("fiducia", in inglese), ideata dall'Idgr, arricchisce le altre, classiche quattro C che identificano un diamante e si trovano incise su tutte le gemme certificate dall'istituto per Forever Unique, un nuovo brand di gioielli con base a Milano che fa della tutela della fiducia il suo punto di forza: «Abbiamo stretto una partnership con l'Idgr, che certifica tutte le nostre gemme, anche quelle da mezzo punto, le più facilmente sostituibili con le sintetiche - spiega Alberto Osimo, gemmologo d'esperienza e fondatore dell'azienda, presente a Vicenza Oro nel padiglione 6 -. I nostri diamanti sono tutti naturali ed etici, e siamo gli unici finora a vantare un livello così alto di certificazione».

ne. E una grande sfida, ma apprezzata da un consumatore sempre più consapevole».

A due anni dal loro lancio, infatti, le creazioni di Forever Unique sono arrivate in 220 gioiellerie di quasi tutta Italia, un numero in costante aumento: «Proponiamo due linee di gioielli, una "classica", che produciamo nel distretto di Valenza, e una "di design", pensata dalla nostra designer e realizzata a Milano, in modo da poter seguire passo passo ogni fase della lavorazione», aggiunge Osimo. Forever Unique ha puntato anche sull'innovazione portando in Italia il taglio brillante di forma quadrata "Ideal Square" e fornendo ai rivenditori l'accesso a una app che consente di creare gioielli su misura su un tablet insieme al cliente. «Nel nostro futuro c'è il progetto di un monomarca, magari all'estero - aggiunge l'imprenditore - e vorremmo puntare specialmente su pezzi di alta gioielleria, introducendo anche pietre colorate come gli opali e le tormaline di Paraíba. La produzione resterà sempre in Italia, il nostro modo di lavorare è il migliore».

A VICENZA ORO

Dell'argomento se ne parlerà durante il seminario che si svolgerà domenica 24 sui mineral conflicts organizzato assieme a CIBJO

