



Collectif  
Diamant

*Communiqué de presse*

**Paris, le 3 Avril 2019,**

Dans le cadre des échanges que nous avons eus avec des membres de la presse française sur l'émergence des diamants synthétiques, nous avons souvent été interrogés sur le précédent créé par la Federal Trade Commission américaine (FTC) qui a modifié sa définition du diamant pour inclure les diamants synthétiques, c'est à dire d'origine non naturelle. Nous avons fait part de notre inquiétude quant à cette décision qui ne manquerait pas de créer une confusion pour le consommateur entre les diamants naturels et les pierres synthétiques alors même que le différentiel de prix entre les deux produits ne cesse d'augmenter. Nous avons régulièrement alerté la FTC de ces risques et avons porté à sa connaissance de nombreux cas litigieux dans lesquels les produits sont mal identifiés et souvent étiquetés écologiques sans qu'aucune justification ne vienne étayer ce label.

Constatant ces abus, la FTC a envoyé huit lettres d'avertissement à huit marques de diamants synthétiques les sommant de modifier leurs pratiques de communication tant sur la façon dont ils communiquent sur la nature du produit qu'ils vendent que sur leurs prétendus avantages écologiques. Les détails de cette action ainsi que sa couverture par Reuters sont disponibles aux liens suivants. Un exemple de lettre envoyé aux contrevenants est également en pièce jointe.

<https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2019/03/ftc-sends-warning-letters-companies-regarding-diamond-ad>

<https://www.ftc.gov/news-events/blogs/business-blog/2019/04/warning-letters-reminded-diamond-sellers-describe-products>

<https://www.consumer.ftc.gov/blog/2019/04/ads-diamond-jewelry-should-be-crystal-clear>

<https://www.reuters.com/article/usa-diamonds-ftc-idUSL1N21K0ZF>

Le Collectif Diamant rappelle à cette occasion son attachement à une communication précise, étayée et vérifiable auprès des consommateurs. Notre métier est un métier de confiance qui demande à tous une grande rigueur et une grande intégrité dans la communication. En 2002, Le Gouvernement français a promulgué un décret (ci-joint un extrait) introduisant une distinction de langage claire entre les pierres naturelles et les pierres synthétiques. L'expérience américaine est un appel à la prudence et à la préservation de cette distinction qui – nous le rappelons – est tout à l'avantage des consommateurs qui ont le droit d'être informés sur la nature et l'impact des produits qu'ils achètent.

Jean-Marc Lieberherr  
CEO DPA  
Pour le Collectif Diamant



**Le Collectif Diamant** regroupe les organisations référentes de la filière diamant en France : La Diamond Producers Association (DPA), l'Union Française de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie, des Pierres et des Perles (UFBJOP), le Laboratoire Français de Gemmologie (LFG), Francéclat et l'Union de la Bijouterie Horlogerie (UBH).

La mission du Collectif Diamant est de promouvoir et valoriser l'industrie du diamant naturel, informer sur l'évolution de la filière, encourager l'amélioration des pratiques de l'industrie et mettre en œuvre un programme de promotion du diamant sur le marché français.

***L'Association des Producteurs de Diamants ou Diamond Producers Association (DPA)** est une alliance internationale des sept plus gros producteurs de diamant, représentant 75% de l'extraction mondiale : De Beers, ALROSA, Rio Tinto, Dominion, Petra, Gem, Lucara. La Mission de la DPA est la promotion du diamant auprès des consommateurs, l'information sur l'évolution de l'industrie, le renforcement de la confiance dans le produit et dans le secteur.*

***L'Union Française de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie, des Pierres & des Perles (UFBJOP)** est l'organisation professionnelle qui fédère l'ensemble des acteurs de la filière, fabricants et artisans joailliers, joailliers détaillants, bijoutiers, orfèvres, négociants en pierres et perles, qu'elle représente auprès des pouvoirs publics ainsi qu'auprès des organismes professionnels. Elle réunit près de 200 entreprises, essentiellement des TPE/PME, des ateliers plusieurs fois centenaires ainsi que les groupes du luxe et les entreprises industrielles.*

***Francéclat** est le comité professionnel de développement économique au service des secteurs de l'horlogerie, de la bijouterie, de la joaillerie, de l'orfèvrerie et des arts de la table. Il est financé par la taxe HBJOAT, dont le produit lui permet de mettre en œuvre un ensemble d'actions collectives, définies par les professionnels eux-mêmes, fabricants, artisans et distributeurs*

*Fondé en 1929, le **Laboratoire Français de Gemmologie (LFG)** apporte aux acteurs de la bijouterie-joaillerie une expertise reconnue sur toutes les gemmes – diamants, pierres de couleur et perles. Rattaché depuis 2011 à l'UFBJOP, le LFG offre des services d'analyse scientifique des gemmes, avec pour objectif la sécurité des consommateurs dans le commerce des pierres et des perles, répondant à l'attente de nombreux professionnels mais aussi de particuliers.*

***L'Union de la Bijouterie Horlogerie (UBH)** est l'organisation professionnelle représentant tous les acteurs du commerce en Horlogerie-Bijouterie. Elle est le porte-parole de la profession auprès des pouvoirs publics et intervient également auprès des instances professionnelles telles que le MEDEF, la CGPME, le CDCF, Francéclat.*

**CONTACTS PRESSE :**

Alexandra Mangin Jégard [Alexandra@dresscodepress.com](mailto:Alexandra@dresscodepress.com)

Johanna Sebag [Johanna@dresscodepress.com](mailto:Johanna@dresscodepress.com)

Tanguy Rebours de Chollet [Tanguy@dresscodepress.com](mailto:Tanguy@dresscodepress.com)