

La filière d'approvisionnement des gemmes de couleur :

Etat de ses faiblesses et alternatives pour un développement durable.



Master en Management du Luxe
Haute Ecole de Gestion – Genève

MIREILLE BAPTIST
Octobre 2011

Remerciements

Je ne remercierai jamais assez Jean-Claude Michelou et mon second expert pour l'aide qu'ils m'ont apportée à la réalisation de ce travail. Que ce soit pour la compréhension du schéma global dans lequel s'insère ce travail, pour les illustrations, les corrections du présent document ou pour les réponses objectives d'experts qu'ils ont apportées avec beaucoup d'enthousiasme à mes nombreuses questions. Je vous en serai éternellement reconnaissante.

Je remercie aussi le créateur du programme de Master en Management du Luxe sans lequel je n'aurais pas disposé du cadre, des relations et des outils nécessaires à l'élaboration de mon étude.

Merci aussi à Emmanuel Fragnière, qui, ayant eu confiance en moi, s'est proposé d'être le tuteur de ce travail et m'a laissé l'entière liberté de m'exprimer sur un sujet qui me tient à cœur.

Chaleureux remerciements à tous les participants interrogés qui n'ont pas hésité à partager des informations, parfois délicates, qui ont sans aucun doute contribué à augmenter la compréhension du fonctionnement de la filière complexe des gemmes de couleur.

Table des matières

| | |
|---|-----------|
| Introduction | 4 |
| Contexte de recherche | 4 |
| Diamants, or et gemmes de couleur : des chaînes d'approvisionnement différentes | 6 |
| Les initiatives internationales | 9 |
| <i>Le Kimberley Process Certification Scheme</i> | 9 |
| <i>Le Responsible Jewellery Council</i> | 9 |
| <i>La CIBJO, The World Jewellery Confederation</i> | 10 |
| <i>L'International Colored Gemstones Association (ICA)</i> | 11 |
| Développement de labels Fairtrade | 12 |
| <i>Or Equitable: Label Fairtrade/Fairmined Gold</i> | 12 |
| <i>Gemmes de couleur: label FairGems® ?</i> | 14 |
| <i>La déclaration d'embargo : une initiative responsable ?</i> | 15 |
| Les pays producteurs | 16 |
| Le marché global des gemmes de couleur | 21 |
| Design de recherche : | 25 |
| Question de recherche | 25 |
| Objectifs de recherche | 25 |
| Méthodologie de recherche | 25 |
| Résultats et discussion : | 27 |
| Une filière d'approvisionnement complexe et fragmentée | 27 |
| Les points de faiblesse de la filière | 30 |
| Les initiatives connues en dehors de la Certification RJC et du KPCS | 35 |
| Quel(s) outil(s) pour garantir la traçabilité des gemmes de couleur ? | 39 |
| Le développement durable de la filière a-t-elle un coût ? | 41 |
| L'avenir de la filière des gemmes de couleur | 43 |
| Conclusion : | 46 |
| Annexes | 49 |
| Liste des retranscriptions | 49 |
| <i>Entretien n°1</i> | 49 |
| <i>Entretien n° 2</i> | 56 |
| <i>Entretien n° 3</i> | 60 |
| <i>Entretien n° 4</i> | 62 |
| <i>Entretien n° 5</i> | 68 |
| <i>Entretien n° 6</i> | 72 |
| <i>Entretien n° 7</i> | 74 |
| <i>Entretien n° 8</i> | 77 |
| Communications | 80 |
| Publications | 81 |
| Bibliographie | 82 |

Introduction

Contexte de recherche

L'arrivée d'internet et des média sociaux a ouvert les portes à une énorme source d'informations pour le consommateur. L'amélioration continue de ses connaissances des produits, l'accès à la transparence des données, une comparaison des prix optimisée et le bouche à oreille ont modifié ses habitudes et son comportement d'achat. Refusant dorénavant d'être considéré comme une simple « cible », certains consommateurs se définissent en tant qu'acteurs, coproducteurs des marques qu'ils décident de soutenir ou de vouer aux gémonies. Ce changement de comportement, amplifié par la crise financière de 2008-2009, a créé une catégorie de consommateurs citoyens désireux de qualité, d'éthique et de transparence. Cette prise de conscience a tout aussi bien touché les pays industrialisés que les pays émergents.¹ Par exemple, dans le secteur agroalimentaire cela se traduit par le succès grandissant du commerce dit équitable, tendant à garantir des salaires décentes aux producteurs défavorisés du Sud, une traçabilité des matières premières et la qualité supérieure des produits labellisés².

Le secteur du luxe n'a pas été épargné par ce changement de comportement. Les marques de luxe qui ont non seulement résisté à la crise mais se sont épanouies durant cette période sont celles qui ont mis l'accent sur la qualité des matières premières utilisées pour leurs produits³ et sur la transparence de leurs activités. Dans ce secteur du luxe, qu'en est-il de l'industrie joaillière en particulier?

Ce marché repose sur l'extraction minière de métaux précieux et de gemmes qui utilise des dizaines de millions de mineurs⁴. Il apparaît que dans certains pays, ces mineurs sont exploités par des bandes rebelles ou des trafiquants qui revendent les matières premières pour l'achat d'armes ou à leur propre profit. Dans d'autres, ce serait le gouvernement lui-même qui est réputé tirer parti de ces travailleurs pour s'enrichir (Junte militaire du Myanmar^{5,6}, Zimbabwe^{7,8,9}). Le marché du luxe est très sensible aux rumeurs. Par exemple, fin 2001, le marché de la tanzanite¹⁰ a été suspecté comme étant une des sources du financement de groupes terroristes. Cette nouvelle, qui a pourtant été démentie⁴⁵, a tout de même eu des effets néfastes sur le marché global de cette gemme. Suite à cet événement, un système de garantie a été mis en place par le gouvernement fédéral des Etats-Unis en collaboration avec le gouvernement tanzanien et l'American Gem Trade Association (AGTA). Cette garantie, délivrée par l'état africain à l'exportation assure que les gemmes qui ont été achetées, vendues, taillées, polies ou serties sont issues de sources légitimes¹¹.

Les consommateurs du luxe tendent à avoir les mêmes préoccupations que les autres. Les organisations non gouvernementales (ONG) et les médias éveillent constamment leur conscience et leur permettent d'augmenter la pression sur les industries concernées par la joaillerie.

En réaction, pour démontrer une origine « propre » de leurs matières premières, certains acteurs de l'industrie, en collaboration ou non avec les gouvernements des pays extracteurs, ont développé des initiatives telles que le KPCS (Kimberley Process Certification Scheme)¹² et la Certification RJC (Responsible Jewellery Council)¹³. D'autres actions ou projets ont été développés à des niveaux différents, international ou individuel, dans différents buts qui touchent aussi bien le domaine de la réglementation (CIBJO ou World Jewellery Confederation)¹⁴ que celui de la traçabilité ou du commerce équitable (International Colored Gemstones Association¹⁵, Or Equitable¹⁶, FairGems® Process¹⁷...).

Avant de détailler chaque initiative, il est important de rappeler les principales différences entre les filières d'approvisionnement en or, diamants et gemmes de couleur. Ceci est essentiel à la compréhension des spécificités de chaque initiative.

Diamants, or et gemmes de couleur : des chaines d'approvisionnement différentes

Bien que le marché global des gemmes de couleur ne représente que 7% du marché mondial du bijou, celui-ci atteint quand même un chiffre non négligeable de 10 milliards de dollars US^{18,49}.

Les filières de l'or et du diamant, sont caractérisées majoritairement (90%) par des exploitations minières à grande échelle (fig.1). Elles se distinguent de celle des gemmes de couleur pour lesquelles les méthodes d'extraction sont majoritairement (80%) artisanales¹⁹ (fig. 2). Cette différence est présentée en détails dans la table 1.



Fig.1 : Exploitation à grande échelle. Diamants, Ekati, Canada.
(Photo : http://www.jewelinfo4u.com/Ekati_Diamond_Mine.aspx)



Fig.2 : Exploitation artisanale Vatomandry, Tetezampaho, Madagascar. (Photo : A.Respinger)

Table 1 : Principales différences entre une exploitation à grande échelle et une exploitation artisanale.

| Grande échelle | Echelle artisanale |
|--|---|
| Grandes compagnies cotées en bourse (De Beers, Rio Tinto etc...). | Mineurs indépendants saisonniers, souvent des agriculteurs, non déclarés. Situations de précarité. |
| Techniques géophysiques pour la détection des nouveaux gisements. | Découverte des gisements souvent par hasard ou par prospection empirique. |
| Nombreux employés, grande force de travail. | En général, petits groupes de 5 à quelques dizaines de mineurs sur un site*. |
| Rendements plus ou moins importants mais constants. | Rendements (faibles ou importants) erratiques. |
| Matériel lourd et parfois polluant : Bulldozers, foreuses pneumatiques, explosifs et excavateurs. | Outils simples, galeries creusées à la main, exploitation alluvionnaire à la batée. Usage d'explosifs hors protocole de sécurité. Pollution souvent sévère (mercure pour l'extraction de l'or). |
| Développement de programmes de RSE : Salaires et conditions de travail correctes, contrôle de l'environnement. | Conditions socioéconomiques : pas de sécurité sur les gisements, criminalité fréquente, exploitation des travailleurs. |
| Accès aménagés (routes, pistes). | Accès souvent très difficile (pas d'infrastructures). |

* : Parfois, phénomènes chaotiques de ruée. Exemple : l'opale d'Ethiopie et les saphirs d'Ilakaka à Madagascar²⁰.

Les chaînes d'approvisionnement de l'or et des diamants sont plus simples car chaque étape est gérée par un grand groupe ou une grande entreprise. La filière des gemmes de couleur, par son caractère informel, la diversité des matières existantes et la multiplicité des sources (47 pays producteurs) reste complexe et fragmentée (Diagramme n° 1).

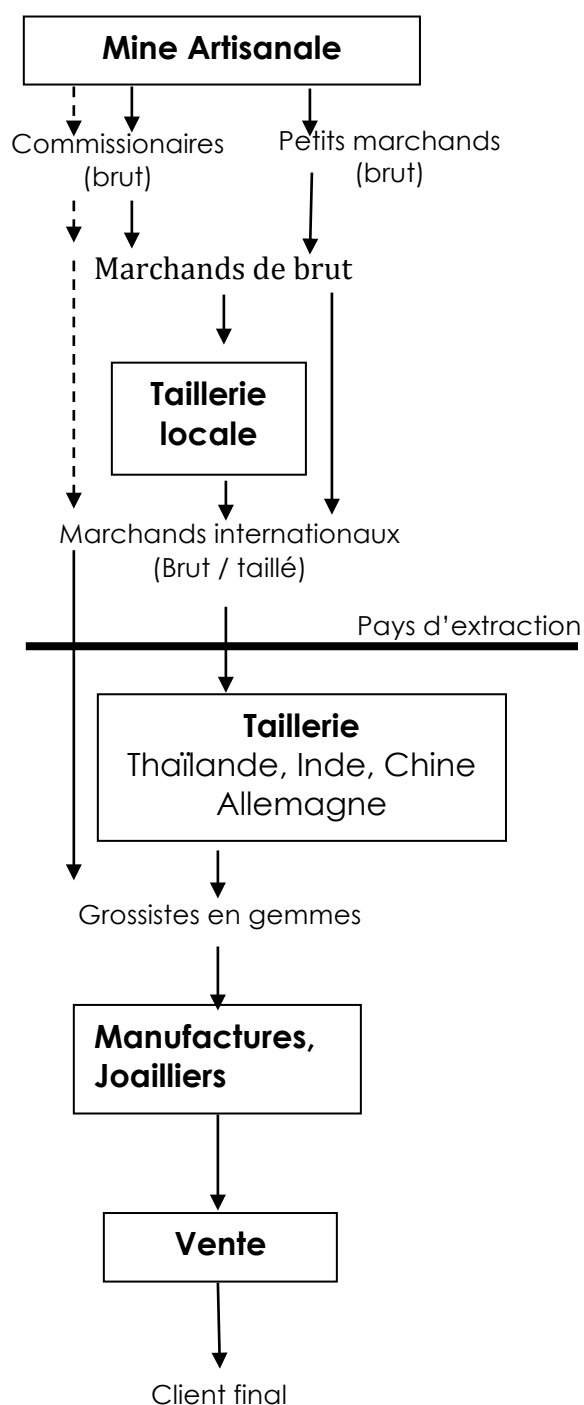


Diagramme n° 1:

Complexité de la filière d'approvisionnement des gemmes de couleur.

Entre la mine artisanale et les marchands internationaux, plusieurs intermédiaires interviennent (commissionnaires, petits marchands de brut et marchands de plus grande envergure).

La taille peut être effectuée dans le pays extracteur ou dans des centres de taille internationaux (Thaïlande, Inde, Chine ou Allemagne). Les gemmes taillées sont proposées aux manufactures ou aux joailliers par des grossistes ou des marchands internationaux. Les bijoux finis sont proposés aux clients finaux par des vendeurs indépendants ou par les joailliers eux-mêmes au travers de leurs boutiques.

Ce modèle est valable pour la majorité de la marchandise mais il existe toutes sortes de variantes. Par exemple, les tailleurs viennent parfois s'approvisionner sur les gisements, court-circuitant ainsi l'ensemble de la filière.

Note : Les flèches en pointillé indiquent des flux de matières informels.

Les initiatives internationales

Le Kimberley Process Certification Scheme

Le problème emblématique des diamants de conflit attira pour la première fois l'attention de l'opinion internationale en 1998, quand une petite ONG, basée à Londres, nommée Global Witness²¹, publia un rapport intitulé « A rough Trade »²². Dans ce document, elle décrit l'arrivée de diamants de conflit d'Angola via De Beers, rapportant ainsi aux rebelles angolais plus de 250 millions de dollars par an. En 2000, une autre ONG joua un rôle substantiel : Partnership Africa Canada, spécialisée dans les droits de l'homme. Elle diffusa un rapport intitulé « Heart of the Matter »²³ dans lequel elle dénonce la brutalité de l'économie du diamant en Sierra Leone.

En réponse à cette situation, certains responsables de l'industrie, en collaboration avec les ONG, les gouvernements des pays extracteurs et L'ONU (Organisation des Nations Unies) développent un processus destiné à garantir l'origine non conflictuelle des diamants bruts : le Processus de Certification Kimberley⁷ ou KPCS. Ce certificat est délivré à la douane par un membre du gouvernement du pays extracteur garantissant l'origine d'extraction des diamants bruts. Le processus est entré en vigueur en 2003. 74 pays membres adhèrent actuellement au KPCS.

Aujourd'hui, la crédibilité du Kimberley Process est remise en cause dans certains milieux²⁴. D'après un rapport publié par Partnership Africa Canada, les droits humains des mineurs sur le gisement alluvial de Marange au Zimbabwe, adhérant au KPCS, seraient régulièrement violés et des officiels du gouvernement, de l'armée et de la police seraient eux-mêmes impliqués dans des trafics²⁵. Alors que la majorité des membres du KP plaident clairement pour l'exclusion du Zimbabwe, l'Afrique du Sud et le Congo continuent d'importer les diamants zimbabwéens. Le manque de prise de décision unanime parmi les membres du KPCS compromet son efficacité et sa crédibilité aux yeux des consommateurs²⁶.

Le Responsible Jewellery Council

En 2005, 14 entités issues des secteurs de l'or et du diamant se sont réunies dans le but de renforcer les pratiques responsables dans l'industrie du bijou. Ces entités ont formé le « Council For Responsible Jewellery Practices ». Le conseil regroupait BHP Billiton Diamonds, Cartier, World Jewellery Confederation, Diamond Trading Company, Diarough, Jewelers of America, National Association of Goldsmiths (UK), Newmont Mining, Rio Tinto, Rosy Blue, Signet Group, Tiffany & Co., Zale Corporation et la banque ABN AMRO. En 2008 ce conseil est devenu le « Responsible Jewellery Council » ou RJC.

Il compte actuellement plus de 320 membres²⁷. L'approche choisie est la certification des différents acteurs de la chaîne d'approvisionnement basée sur un audit indépendant. Celle-ci démontre que chaque membre certifié respecte le « Code des Pratiques du RJC » qui évalue les performances éthiques, sociales et environnementales de l'entreprise selon un standard international en conformité avec l'ISEAL ²⁸ (Initiative for Social and Environmental Accreditation and Labelling).

Dès 2012 chaque membre certifié du RJC pourra participer à la Certification complémentaire « Chain of Custody » ou « Chaîne de Garantie ». Pour assurer la traçabilité de l'or, du platine et des diamants, chaque membre certifié de la chaîne d'approvisionnement sera invité à travailler en amont et en aval uniquement avec un autre membre certifié ²⁹.

Comme décrit plus tard, il est difficile d'imaginer l'application de l'initiative du RJC sans l'adapter spécifiquement à la filière des gemmes de couleur.

La CIBJO, The World Jewellery Confederation

La CIBJO est une confédération internationale composée de membres commerciaux et d'associations nationales de l'industrie du bijou. Sa mission est le développement d'une coopération internationale de l'industrie du bijou pour la protection du consommateur.

Elle publie ses recommandations et définitions des matières utilisées sous la forme du désormais bien connu « livre bleu » qui définit les standards de gradation pour les diamants, les dénominations adéquates pour les pierres de couleur et les perles ainsi que certaines considérations et recommandations sur les traitements qui leur sont appliqués. Le dernier né concerne la terminologie gemmologique. Ces standards représentent un consensus issu de l'expertise de différents acteurs de l'industrie comprenant des organisations commerciales, des laboratoires et des experts privés.

En tant que membre d'ECOSOC³⁰ (United Nations Economic and Social Council), la CIBJO a développé un programme de training CSR pour ses membres destiné à promouvoir la création d'une industrie durable dans les pays en développement. Une fondation a été créée en 2008, le WJCEF³¹ (World Jewellery Confederation Education Foundation), qui a pour mission le développement et le financement de manuels et de cours pour l'amélioration des connaissances en responsabilité sociale d'entreprise (RSE) pour l'industrie du bijou. Un Centre d'Excellence vient d'être créé à Anvers où un programme éducationnel RSE sera prodigué d'ici peu.

L'éducation des acteurs des industries impliquées dans la joaillerie est indispensable à la prise de conscience de la responsabilité sociale et environnementale de ce secteur. Elle doit toutefois être couplée à des actions concrètes ayant un impact évaluable sur le terrain.

L'International Colored Gemstones Association (ICA)

L'ICA est une organisation sans but lucratif dont la mission est la promotion de l'industrie de la gemme de couleur. Créée en 1984, elle est actuellement composée de 600 entités (marchands, tailleurs et mineurs) de 47 pays différents. Leur rôle est de développer la connaissance et l'appréciation des gemmes de couleur.

L'organisation publie 4 fois par an le magazine « In Color » qui regroupe des articles de recherche en gemmologie et des informations dans le domaine de l'extraction minière, de la taille, du marketing et de l'éthique.

Elle organise des congrès annuels où se réunissent les différents acteurs de la filière pour mieux comprendre l'évolution de l'industrie.

Suite aux événements cités plus haut, qui seraient à même de démotiver le consommateur, Vice Président de l'ICA, Jean-Claude Michelou a proposé, lors du dernier congrès de mai 2011 à Rio de Janeiro, une solution destinée à pallier aux difficultés de traçabilité des gemmes de couleur et améliorer les performances socioéconomiques et environnementales des exploitations:

La Certification du Pays d'Origine des gemmes de couleur.

Les informations recueillies sur le projet font partie intégrante des résultats de cette étude. Elles sont détaillées dans le chapitre suivant.

Développement de labels Fairtrade

Le but des labels est de permettre au client d'identifier des produits conformes à un cahier des charges proposé par des organisations internationales, des associations ou des ONG. Un des labels les plus connus en matière de responsabilité sociale d'entreprise est celui du commerce équitable. C'est sur cette base que se sont construits les deux labels suivants.

Or Equitable: Label Fairtrade/Fairmined Gold

Pour rappel, l'extraction de l'or est majoritairement effectuée à grande échelle par de grosses entreprises alors que seulement 15% de la production globale provient de petites exploitations artisanales³². Toutefois, c'est dans ces petites structures que se concentre la majorité de la main d'œuvre. En effet, plus de 15 millions de mineurs font vivre plus de 60 millions de personnes dans les pays dits pauvres³³.

L'extraction artisanale de l'or nécessite l'utilisation d'une énorme quantité de mercure. L'impact de cette activité sur la santé des mineurs et sur l'environnement est d'une ampleur telle qu'il est nécessaire de régler le problème à l'échelle internationale. Dans ce cadre, l'UNIDO (Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel) a publié une étude en 2005, le Global Mercury Project, qui proposait l'adoption du modèle de Commerce Equitable pour améliorer les revenus et la santé des mineurs en diminuant les émissions de mercure dans l'environnement³⁴.

Cinq années plus tard, l'Alliance pour l'Exploitation Minière responsable (ARM)³⁵ et le Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)³⁶ lançaient les premiers standards de l'Or Equitable. Cet or labellisé Fairtrade & Fairmined, 100% traçable, est disponible sur le marché depuis février 2011. Le label a pour but de respecter les 5 critères d'exigence du commerce équitable²:

Une action solidaire :

- Il améliore les conditions de travail des mineurs artisanaux les plus défavorisés dans les pays producteurs.

Un prix juste :

- Il assure aux mineurs la vente de leur or à un prix minimum garanti qui est fixé à 95% du cours de la LBMA (London Bullion Market Association).
- Il garantit aux mineurs une prime sociale égale à 10% du cours LBMA qui permet le développement de leurs exploitations et leurs communautés.

Un accès direct aux acheteurs :

- Il garantit la limitation du nombre d'intermédiaires entre le mineur et l'acheteur final par l'accès à des préfinancements de l'acheteur pour la future production.

Une valorisation de l'environnement :

- Il assure une prime écologique supplémentaire égale à 5% du cours LBMA à tout mineur extrayant l'or sans produit chimique et ayant pris des mesures de restauration de l'environnement.

La transparence de la chaîne :

- Il garantit un or 100% traçable et une transparence totale des activités de la chaîne.

Actuellement l'Or Equitable est issu de 9 exploitations à petite échelle. Les méthodes d'extraction utilisent encore le mercure ou le cyanure mais, selon les exploitants, les systèmes de contrôle de la pollution offrent une sécurité totale aux mineurs³⁷.

Ces exploitations sont réparties dans 4 pays sud-américains (Bolivie, Colombie, Pérou et Equateur). La production est donc encore forcément limitée et ne pourrait absolument pas couvrir les besoins d'une grande maison joaillière. Toutefois, petit à petit, l'Or Equitable prend sa place chez les bijoutiers indépendants.

En Angleterre, où le commerce équitable est plus répandu, des marques de bijouterie éthique (fifibijoux³⁸, CRED Jewellery³⁹) qui utilisent l'Or Equitable ont un succès non négligeable. Dans ce pays, deux grandes marques joaillères, Garrard⁴⁰ et Stephen Webster⁴¹, viennent de lancer des lignes de bijoux Fair trade. « Même si le coût de cet or est 10% plus cher, c'est la compagnie qui absorbera ce premium » déclare Webster « Nous ne voulons pas que le prix soit la raison de ne pas choisir un produit plus responsable »⁴².

En Suisse, Transparence S.A. a fait son apparition en 2007 et en France, le bijoutier JEL (Jewellery Ethical Luxury⁴³), ancien JEM (Jewellery Ethically Mined) récolte un succès croissant auprès des médias et des consommateurs.

On pourrait toutefois se demander actuellement quel serait l'effet à long terme de l'augmentation du cours de l'or observée depuis 2006 sur le succès du label.

Gemmes de couleur: label FairGems® ?

Conçu il y a 6 ans au Sri Lanka à partir de l'initiative individuelle d'un marchand de gemmes, le label FairGems®¹² a été lancé en juin 2011, à l'occasion du JCK (Jewelers' Circular Keystone) Las Vegas show sous la bannière de la CIBJO⁴⁴.

Le cahier des charges qui est repris dans la Charte Internationale du processus est un ensemble de critères, à respecter par les intervenants de la chaîne, issus de la Déclaration universelle des droits de l'Homme, de la Déclaration relative aux principes et droits fondamentaux au travail, et des lois minières en application au Sri Lanka.

Voici le résumé du principe du processus expliqué par son fondateur sur le site du label:

« Chaque intervenant de la filière (extracteur, tailleur, dealer, exportateur, importateur, distributeur, joaillier) doit être labellisé pour assurer la traçabilité de la chaîne. Pour être labellisé FairGems®, la requête doit être adressée à la Fondation FairGems®. Cette demande est analysée par un Comité de Sélection qui lance le processus. La labellisation passe par la signature d'une charte d'engagement internationale contrôlée qui assure que chaque maillon de la filière respecte les standards internationaux de responsabilité sociale. Les propriétaires extracteurs sont tenus d'améliorer les conditions de travail des mineurs et à favoriser l'éducation de leurs enfants ; les pierres labellisées sont contrôlées par un laboratoire indépendant certifiant leur identité ; le poids du brut, leur provenance (adresse d'extraction) et les conditions d'extraction. Le dispositif du FairGems® Process est présent sur le terrain à toutes les étapes de la filière. »

Chaque acteur certifié contribuerait financièrement au soutien de la Fondation (3% des bénéfices)⁴⁵. L'objectif du FairGems® Process serait de se développer à l'échelle internationale⁴⁰.

Selon le fondateur du label, « plusieurs centaines de gemmes ont été certifiées pour l'international. Pour la France elles ont été distribuées via International Gems Corporation (I.G.C.). Le laboratoire, qui a été ouvert pendant quelques mois, attend le feu vert des autorités pour sa réouverture ».

La déclaration d'embargo : une initiative responsable ?

Jusqu'en 2008, les principaux importateurs de rubis birmans étaient les Etats-Unis. Cette année-là, le gouvernement, a voté une loi intitulée l'acte « Tom Lantos Block Burmese JADE »⁴⁶ qui interdit l'importation de rubis et de jadéite extraits du Myanmar et taillés sur place ou ailleurs.

Les mineurs sont exploités par la junte militaire à la tête du pays. Leurs terres sont confisquées, l'environnement autour des exploitations est pollué et le taux de sida, de malaria et de tuberculose augmente chaque année sans qu'aucune solution soit développée^{47,48}. Cet embargo est aussi soutenu par l'Europe.

Alors qu'à première vue cette loi semble être un bon moyen de pression financière sur la junte, les réelles retombées de cet embargo sur le gouvernement et les populations sont assez inattendues. Certaines grandes maisons joaillères respectent cet embargo, d'autres pas (expérience personnelle de l'auteur).

La junte a finalement peu souffert car ses revenus financiers sont aussi issus de l'exportation de gaz qui n'a pas été sanctionnée par les occidentaux, qui en ont besoin pour développer leur propre économie. La Chine, qui ne se sent pas concernée par cet embargo, importe toujours plus de 90% du jade birman.

Si l'on regarde du côté des populations, l'embargo a touché de plein fouet les mineurs et les tailleurs birmans et thaïlandais car les Chinois importent les pierres brutes pour les tailler chez eux. Des milliers de familles, déjà pauvres, se sont retrouvées sans travail. L'embargo a donc eu, semble-t-il, un effet inverse à celui escompté. L'industrie de la gemme de couleur s'est retrouvée amputée d'une main d'œuvre importante et le marché du rubis birman n'a fait que se déplacer des pays occidentaux vers la Chine⁵⁰.

Les pays producteurs

Ces dix dernières années sont caractérisées par la découverte de très nombreux nouveaux gisements (rubis, saphirs, grenats, spinelles, tourmalines) mais aussi par l'épuisement d'un certain nombre d'entre eux⁴⁹. Les nouvelles sources ont été localisées dans deux régions principales : la région entourant l'Océan Indien comprenant l'Afrique de l'Est et Madagascar, l'Inde, le Sri Lanka et l'Asie du Sud-Est. La seconde région comprend l'Afghanistan, le Pakistan, le nord de l'Inde jusqu'au Népal, le Myanmar et le Vietnam. Le Brésil reste, depuis des décennies, une source majeure malgré une restriction de l'exploitation minière suite à l'application de nouvelles lois de protection environnementale.

La crise économique et financière de 2008 et la réglementation renforcée pour la protection de l'environnement dans certains pays ont fortement ralenti la production de gemmes. Aujourd'hui celle-ci redémarre progressivement grâce à la demande croissante venue notamment de la Chine, actuellement principal importateur de gemmes avec l'Inde⁵⁰.

Les tableaux suivants résument les données sur le dernier recensement des principaux gisements de gemmes colorées connus, publié tous les 10 ans par le Gemological Institute of America³¹ (table 1).

| Asie - Pacifique | |
|-------------------------|---|
| Afghanistan | Émeraude, morganite, tourmaline, topaze, aigue-marine, rubis, spinelle etc... |
| Cambodge | Rubis, saphir, grenat. |
| Chine | Péridot, topaze, tourmaline |
| Inde | Rubis, saphir, grenat, chrysobéryl, béryl, zircon etc... |
| Myanmar | Rubis, saphir, spinelle, tourmaline, zircon, jadéite etc... |
| Pakistan | Émeraude, topaze, aigue-marine, morganite, tourmaline. |
| Sri Lanka | Rubis, saphir, grenat, chrysobéryl, tourmaline, zircon, topaze, etc. |
| Tadjikistan | Spinelle, rubis. |
| Thaïlande | Rubis, saphir, grenat. |
| Vietnam | Spinelle, rubis. |

Table 1a : Les principaux pays producteurs de la zone Asie-Pacifique en 2010.

| Amérique du Sud | |
|------------------------|--|
| Bolivie | Amétrine, améthyste, citrine. |
| Brésil | Émeraude, aigue marine, morganite, topaze, tourmaline, chrysobéryl, quartz (améthyste, citrine, quartz rose)etc... |
| Colombie | Émeraude, saphir. |
| Uruguay | Améthyste, citrine. |

Table 1b : Les principaux pays producteurs d'Amérique du Sud en 2010.

| Afrique | |
|----------------|--|
| Kenya | Rubis, saphir, grenat, tourmaline, améthyste, spinelle, chrysobéryl etc... |
| Madagascar | Émeraude, rubis, saphir, grenat, spinelle, topaze, chrysobéryl etc... |
| Malawi | Aigue marine. |
| Mozambique | Aigue marine, rubis, saphir, tourmaline. |
| Namibie | Grenat, topaze, tourmaline. |
| Nigeria | Aigue marine, grenat, tourmaline. |
| Tanzanie | Rubis, saphir, grenat, spinelle, tanzanite, chrysobéryl. |
| Zambie | Émeraude, aigue marine, tourmaline, améthyste, citrine, quartz rose. |
| Zimbabwe | Émeraude. |

Table 1c : Principaux pays producteurs d'Afrique en 2010.

Ces gisements, principalement localisés dans les pays du Sud, sont exploités en général de manière artisanale. Aujourd'hui, seules quelques exploitations sont gérées à grande échelle. Voici quelques exemples :

TanzaniteOne Ltd.

Cette compagnie, située à Merelani en Tanzanie, est la seule source commerciale de tanzanite, une des gemmes les plus populaires aux États-Unis dans les années 90 (fig. 3).



Fig. 3: Mine TanzaniteOne Ltd., Merelani, Tanzanie. Tri des minerais.
(Photo :http://www.crebi.com/crebi/news_latestnews_archives_eng.cfm?PageNum=19&area=2008&cat=English%20News)

La saturation du marché américain ainsi que les rumeurs non fondées⁵¹ sur son implication dans le financement du terrorisme et le développement du choix de gemmes de couleur bleue ont eu pour conséquence la chute de ses ventes et la décision pour TanzaniteOne Ltd. de diversifier son portfolio. En 2009, la compagnie a donc acquis de la Green Hill Mining Ltd et de Kirkwood Resources Ltd une licence d'exploitation couvrant 100 km² pour l'extraction d'un grenat vert, la tsavolite.

TanzaniteOne Ltd. est aussi une des mines les plus développées au monde en terme de pratiques sociales et environnementales responsables⁵².

Gemfields Plc. :

La compagnie minière, basée à Londres, a débuté ses explorations en Zambie, sur le site de la mine de Kagem (fig. 4), dans le district de Kafubu, connue historiquement pour ses sources d'émeraudes.

Depuis lors, Gemfields Plc. détient des licences d'exploration pour les émeraudes, les rubis et les saphirs à Madagascar et est propriétaire d'une mine d'améthystes en Zambie, la mine de Kariba.



Fig.4a: Mine d'émeraudes Kagem, Zambie. Extraction. (Photo : Avec l'autorisation de Gemfields Plc.)

Gemfields Plc. est devenu propriétaire de tailleries à Jaipur en Inde. L'intégration verticale des activités d'extraction et de taille lui a permis d'avoir un meilleur contrôle sur sa filière.

Gemfields Plc., tout comme TanzaniteOne Ltd. a débuté un programme de responsabilité sociale et environnementale en construisant une école à proximité de la mine de Kagem et en supportant le développement des autres écoles dans la région. Une clinique a été construite non loin de la mine pour les communautés avoisinantes. La compagnie s'investit aussi pour la conservation de la diversité de la faune et de la flore du lac Kashiba situé dans le sud du pays⁵³.



Fig.4b : Mine d'émeraudes Kagem, Zambie, étape de tri. (Photo : Avec l'autorisation de Gemfields Plc.)

True North Gems INC.

Société canadienne, True North Gems INC.⁵⁴ est spécialisée dans l'exploration et l'extraction d'émeraudes, de rubis et de saphirs depuis une dizaine d'années.

Son plus grand projet serait le développement de la première exploitation commerciale de rubis en Amérique du Nord. Le gisement se trouve au Groenland à Fiskenaesset (fig.5). Ce serait la première exploitation capable de développer une production constante équivalente à un marché de gros de rubis taillés estimé à environ 1.8 milliards de dollars US par an.

La compagnie a déposé sa demande de permis d'exploitation en Avril 2011. L'évaluation d'experts indépendants sur l'impact social et environnemental du projet est positive. Qualitativement, cette production ne se différencie pas de celle du Kenya. On ne peut donc pas identifier leur présence sur le marché.

Fig.5 : rubis bruts et taillés du gisement de Fiskenaesset
(photo : <http://www.geus.dk/minex/minex-33>)



Le marché global des gemmes de couleur

En 2007, la demande globale pour la gemme de couleur représentait environ 10 milliards de dollars US (fig.6) Ce qui représentait 7 % du marché mondial du bijou⁵⁵.

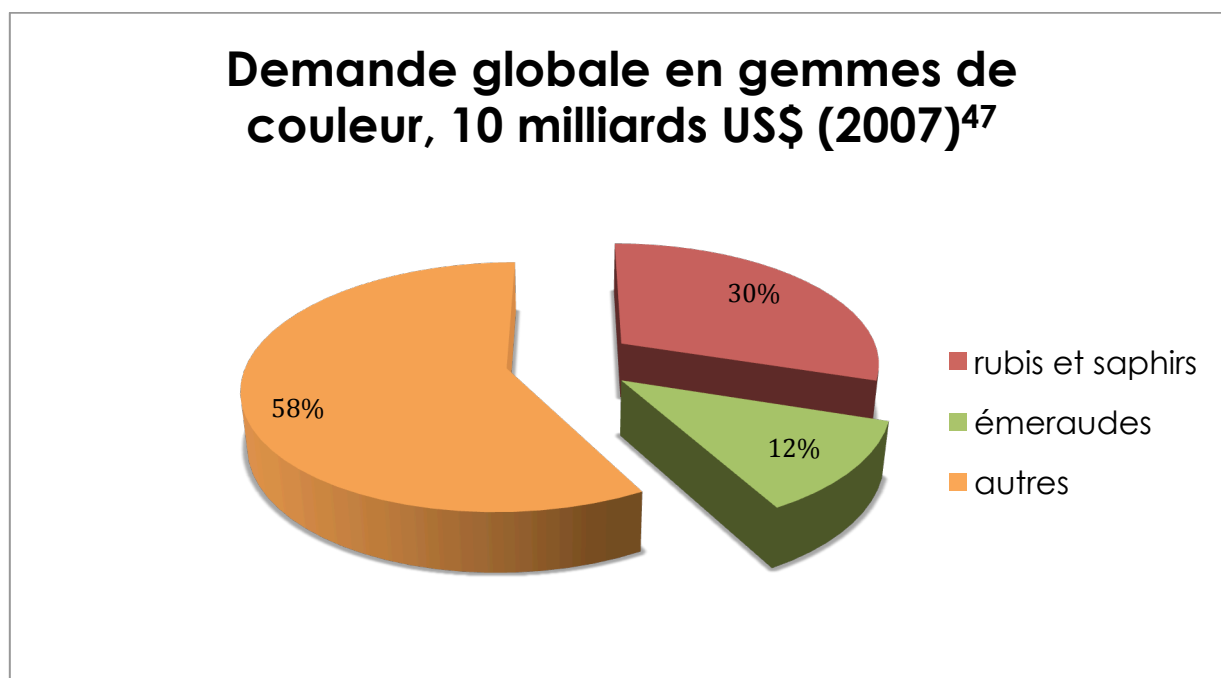


Fig. 6 : Répartition de la demande globale en gemmes de couleur pour l'année 2007.

Après un effondrement des prix dû à la crise financière de 2008-2009, aujourd'hui, l'industrie de la gemme de couleur reprend son envol. Cette année, la demande a explosé sur les marchés à forte croissance tels que la Chine et l'Inde qui ont une longue culture de la gemme de couleur. Alors qu'à cette époque, le prix des gemmes était sous-évalué pour maintenir en place un minimum de main d'œuvre qualifiée, aujourd'hui, on observe une hausse moyenne des prix de plus de 40%⁵⁶ par rapport à 2008. Cette situation ne peut que stimuler la reprise de la production. Cette tendance est confirmée par le Directeur des Ventes et du Marketing d'une grande entreprise thaïlandaise, la China Stone Company Ltd, qui annonce une augmentation de 100% de son volume des ventes à la Foire de l'American Gem Trade Association (AGTA) à Tucson⁵⁷ par rapport à 2010.

Bien que les rubis, les saphirs et les émeraudes aient toujours le même succès, on assiste à une diversification de la demande dont on doit tenir compte pour un processus de développement durable. Par exemple, les marchés émergents comme la Chine privilégient actuellement la rubellite (tourmaline rouge) (fig. 7) et les autres tourmalines, le quartz rose, la pierre de lune³⁴ et bien évidemment la jadéite (fig. 8).



Fig. 7 : Rubellites (tourmalines rouges) brutes et taillée.
 Brute : <http://www.prettyrock.com>
 Taillée : <http://www.opales-mineraux.com/listproduct.php?docid=192>



Fig. 8 : Jadéite impériale brute et collier de perles ayant peut-être appartenu à la famille de l'Empereur Puyi (Sotheby's New York).
 Bruts : d'origine birmane.
 Collier : <http://www.luxist.com/tag/jadeite/>

Ces dix dernières années, les progrès de la technologie et la demande croissante de gemmes à bas prix ont contribué au développement de nouveaux traitements. Ces traitements ne sont pas toujours divulgués au client et les laboratoires font des efforts constants pour être capable de les détecter dès leur apparition⁵⁸.

Grâce au développement d'internet, les consommateurs sont mieux informés sur les traitements que subissent certaines gemmes.

Par exemple, l'apparition sur le marché des rubis traités par remplissage des fissures avec du verre au plomb et le traitement des émeraudes avec diverses substances de remplissage des fissures (résines époxydes, huiles diverses) a éloigné certains clients de ces marchandises. Ces clients leur préfèrent des gemmes moins traditionnelles telles que le spinelle rouge (qui peut néanmoins se traiter thermiquement) (fig.9) pour remplacer le rubis ou la tsavolite (fig.10), grenat vert bien plus rare que l'émeraude^{35,59}.



Fig. 9 : Spinnelle rouge brut et taillé.

Brut : <http://www.lamystiquedespierres.com/photos/aff1.php3?rep=S&titre=spinnelle%20rouge>

Taillé : <http://www.herveline.com/-LES-PIERRES-PRECIEUSES-.html>



Fig. 10 : Tsavorite brute et taillée.

Brute : <http://www.faceters.com/rough/garnet/tsavorite.shtml>

Taillée : <http://www.jtv.com>

L'accroissement et la diversité de la demande des marchés asiatiques vont certainement modifier, ces prochaines années, le paysage de l'industrie de la gemme de couleur ces prochaines années. Les producteurs vont pouvoir à nouveau investir dans l'exploration et le développement technologique de nouveaux gisements. Le pourcentage d'exploitations à grande échelle devrait donc augmenter cette prochaine décennie. Il est dès lors fondamental qu'un équilibre s'établisse entre le développement de l'économie de ce secteur et la gestion responsable des ressources naturelles de l'environnement ainsi que la prise en compte des facteurs sociaux et sanitaires.

En résumé, le secteur de la joaillerie n'est pas à l'abri de la pression exercée par les médias, les ONG et la société civile sur certaines de ses activités. Un certain nombre d'initiatives ont été mises en place pour garantir l'origine

propre des principales matières premières (diamant, or et platine) utilisées dans la fabrication du bijou. Mais ces initiatives ne sont pas appliquées à la gemme de couleur. D'autres initiatives sont en développement. Mais pour le moment, leur application est restreinte ou à un stade de projet théorique.

Cette étude consiste à mettre en évidence les étapes critiques de la chaîne d'approvisionnement des gemmes de couleur et à identifier le genre de système qui pourrait être mis en place afin d'assurer le développement durable de la filière.

Design de recherche :

Question de recherche

La question de recherche de cette étude se concentre sur la mise en évidence des faiblesses de la chaîne d'approvisionnement des gemmes de couleur et sur la proposition d'outils nécessaires au développement durable de celle-ci.

Objectifs de recherche

Les chaînes d'approvisionnement en matières premières de l'industrie joaillière, dont l'éthique est parfois remise en question, ont souvent été les cibles des journalistes et des ONG. En réaction, l'industrie a développé des solutions pour les filières de l'or, du platine et des diamants mais quasiment rien n'a encore été entrepris dans le cas des gemmes de couleur.

- Cette étude est destinée dans un premier temps à récolter des informations précises sur les différentes étapes de la chaîne d'approvisionnement des gemmes de couleur.
- Les données récoltées permettront ensuite de mettre en évidence les faiblesses de la filière et des systèmes de contrôle ; et de là, de proposer quelques outils de manière à ce que celle-ci puisse entrer dans un schéma de développement durable.
- Une nouvelle vision de la filière durable pourra ensuite être esquissée en guise de conclusion.

Méthodologie de recherche

L'étude se base d'une part sur les publications récentes dans le domaine de l'extraction minière, de la responsabilité sociale et environnementale des entreprises, de l'éthique, de la provenance des matières premières précieuses et du marché de la gemme de couleur.

D'autre part, les informations les plus récentes sont issues de congrès ou forums auxquels a participé l'auteur :

- Le Sustainable Luxury Forum⁴⁷, mars 2011, Lausanne.

- Le Congrès de l'International Colored Gemstones Association⁴⁸, mai 2011, Rio de Janeiro.
- Le Globethics.net Forum⁴⁹, juin 2011, Genève.

Les données principales ont été collectées sur la base d'entrevues avec 8 acteurs de la filière d'approvisionnement agissant à différentes étapes (marchand à la source, tailleur, joaillier indépendant, gemmologues, responsables de grandes maisons horlogères et de joaillerie). Les entretiens ont été réalisés sur un délai de 3 mois, de mars 2011 à mai 2011, en Suisse Romande.

Les questions posées sont de type ouvert, semi-directif, pour permettre aux personnes interrogées d'exprimer et de développer leurs points de vue et leurs motivations profondes. Le groupe des personnes interrogées se compose de 6 hommes et 2 femmes. Leur âge se répartit de manière équilibrée entre 31 et 61 ans.

Des informations supplémentaires ont été récoltées pour corroborer les points de vue des 8 participants. Ces informations sont issues d'entrevues informelles avec des experts dans le domaine de l'Ethique, du Commerce Equitable et de la traçabilité afin de peaufiner les résultats de l'étude.

De plus, les premières conclusions ont été présentées lors d'un webinar (présentation en direct sur le web) organisé le 28 juin 2011 par le fondateur du Sustainable Luxury Forum et les commentaires ont contribué aux idées qui ont été publiées dans le numéro 17 du magazine « In Color » (voir annexe).

Résultats et discussion :

Trouver des acteurs de la filière, du marchand aux grandes maisons joaillères, qui acceptent de parler de sujets délicats tels que la traçabilité des matières précieuses et l'éthique de leurs filières n'a pas été chose facile. La moitié des personnes interrogées ont insisté sur l'anonymat des entretiens. De plus, parmi les marchands qui ont premièrement accepté de participer à cette étude, deux d'entre eux n'ont pas hésité à montrer vivement leur désaccord par rapport au sujet traité sous prétexte qu'il pourrait nuire à la profession. Ce qui est déjà un résultat en soi. Leur réaction agressive a eu pour conséquence le retrait de ces deux acteurs de l'étude. Celle-ci se limite donc à 8 participants pour une première analyse. Celle-ci a été développée grâce à des discussions informelles avec plusieurs spécialistes dont le domaine d'expertise couvre différentes parties de la chaîne d'approvisionnement.

Pour améliorer la compréhension des différentes étapes de ce travail, l'ordre des questions posées a été modifié par rapport au questionnaire de départ. Les chiffres en indice représentent le numéro de l'entretien qui se trouve en annexe. Le lecteur est invité à s'y référer pour des informations plus complètes.

Une filière d'approvisionnement complexe et fragmentée

Question posée : Comment vous représentez-vous la filière d'approvisionnement des pierres de couleur ?

Les réponses des différents participants sont cohérentes. La filière implique une multitude d'acteurs: Entre la mine et le consommateur, le nombre d'intermédiaires est important. Au niveau de la mine, la pierre peut passer par 3 à 5 mains (fig.11). Ensuite, elle peut passer entre les mains de 5 à 6 intermédiaires pour arriver en principalement en Thaïlande, en Inde ou en Chine où elle sera taillée. Selon la structure du cheminement commercial des gemmes, il peut encore y avoir une demi dizaine d'intermédiaires (commissionnaires, grossiste, fabricant, vendeur) entre la taillerie et le client final.

Un lapidaire indépendant ajoute : « Il n'y a pas de facteur multiplicateur ni de schémas stables mais les marges peuvent être toutes petites au départ pour devenir très grandes en fin de chaîne »¹. Un des problèmes majeurs de la chaîne est soulevé par les participants engagés sur le terrain: « Ils (les intermédiaires) sont principalement concentrés sur la première moitié de la chaîne, entre le mineur et l'exportateur »⁴.



Fig. 11 : Marchands négociant le prix d'un lot de spessartites (grenats).
Agate Mining Camp, Komu, Etat de l'Oyo, Nigéria (Photo : J-C. Michelou).

Cette première analyse révèle d'une part la complexité et la nature fragmentée de la filière des pierres de couleur. D'autre part elle permet de localiser la partie de la chaîne qui devrait être reconsidérée en priorité. Elle inclut les faibles gains du mineur et le nombre élevé de marchands intermédiaires entre celui-ci et les acheteurs internationaux. Les premiers maillons de la chaîne profitent en effet du manque d'éducation du mineur (souvent agriculteur à l'origine) et de son ignorance de la valeur des gemmes trouvées, de son éloignement des centres de commercialisation, et de son besoin de liquidité immédiate pour acheter la marchandise à bas prix. Informés en permanence de la valeur des pierres sur les marchés, ces dealers n'hésitent pas à gonfler au maximum leurs marges bénéficiaires⁶⁰. Sur les marchés de source, certains dealers locaux n'hésitent pas à introduire des pierres synthétiques ou des imitations dans les lots qu'ils présentent à des acheteurs de passage. L'acheteur n'a pas toujours le temps ou les moyens sur place (présence d'un laboratoire d'analyse) de vérifier la qualité et l'authenticité de la marchandise et se retrouve parfois déçu de son achat. La multiplicité d'intermédiaires constitue un obstacle important à la traçabilité des gemmes.

Les bourses ouvertes telles qu'elles existent à Bogota, à Bangkok ou à Chanthaburi (Thaïlande) limitent l'intervention de ces intermédiaires en rapprochant l'offre locale (mines) et la demande internationale (acheteurs). Ce sont des quartiers entièrement dédiés à l'industrie de la gemme et du bijou où tous les acteurs sont localisés dans un même quartier. On retrouve

Par exemple, dans le quartier des pierres à Chanthaburi on retrouve des marchands de brut, des tailleries, des bureaux de courtage où séjournent des acheteurs étrangers, des sociétés d'export et de commercialisation de gemmes, des fabricants de bijoux, un laboratoire d'analyse et une multitude de bijouteries ⁵⁷.

Un projet de développement d'une plateforme de commercialisation basée sur le même principe est actuellement à l'étude pour la ville d'Arusha en Tanzanie, située à une centaine de kilomètres de la mine TanzaniteOne Ltd. et de la mine de rubis de Longido⁵⁷. Un projet similaire est également à l'étude dans la ville de Ibadan, dans l'état de l'Oyo, au Nigéria, à 250 km des gisements de rubellite (fig.12).



Fig.12: Gisement artisanal de rubellites, état de l'Oyo, Nigéria. (Photo : J-C. Michelou).

Un responsable d'une grande marque apporte une nouvelle dimension à la complexité de la chaîne: « La pierre de couleur est différente du diamant. Il est facile pour le diamant de choisir cinq fournisseurs certifiés...Pour la pierre de couleur...le nombre de fournisseurs est indéfini car cela dépend de la couleur que le designer décide d'apporter à sa création. Il faut une multitude de sources et donc une multitude de fournisseurs »³. En plus du grand nombre d'intermédiaires entre la mine et le lieu d'exportation, le nombre important

de fournisseurs en contact direct avec la manufacture constitue une complexité supplémentaire à la traçabilité de la filière.

L'intégration verticale de la chaîne de valeur des grandes exploitations d'or et de diamants telles que la De Beers, BHP Billiton ou Rio Tinto, limite l'accès à des marchands intermédiaires indépendants et permet de mieux contrôler ces filières. L'évolution de certaines exploitations artisanales à gros rendement potentiel vers des structures à plus grande échelle et vers une intégration verticale des différentes activités de la chaîne (par ex. la taille et la vente) aurait le même effet sur la filière des gemmes colorées.

En résumé, tous les participants interrogés, du dealer au responsable de manufacture sont conscients des particularités de cette filière.

Cela ne signifie pas pour autant qu'ils aient tous pris conscience de ces particularités en tant que faiblesse de la filière, dont la conséquence est la perte de la traçabilité des gemmes et la connaissance des origines : « Le client qui achète un bijou de marque achète la qualité parfaite, la bonne origine géographique et l'éthique »³ déclare un responsable d'une grande maison horlogère.

Les points de faiblesse de la filière

Question posée : Quel contrôle avez-vous actuellement sur vos filières ?

Un gemmologue responsable des achats d'une grande marque témoigne : «Un passeur thaïlandais qui achète au mineur en Birmanie ne va pas dévoiler sa source. On ne scie pas la branche sur laquelle on est (assis)»⁸. Pour un marchand, dévoiler sa source est équivalent à perdre sa place privilégiée dans la filière.

Il ne faut donc pas compter sur la coopération des marchands intermédiaires pour faciliter la traçabilité des filières artisanales.

D'autre part, les exploitations de gemmes de couleur à grande échelle qui représentent 20% de la production totale ne concerne qu'un nombre limité de gemmes (par ex. l'émeraude avec Gemfields Plc, la tanzanite avec TanzaniteOne Ltd. et le rubis avec True North Gems INC.). Le marché ne peut donc pas se contenter uniquement de l'offre de ces entreprises plus transparentes.

Voyons maintenant quels contrôles possède réellement l'industrie de la joaillerie pour assurer la traçabilité de ses gemmes de couleur :

- *La confiance envers les fournisseurs :*
L'avis est unanime auprès des manufactures. La bonne réputation des fournisseurs avec lesquels les marques ont établi une relation de

confiance au cours de nombreuses années est primordiale. Les grandes maisons croient donc en la parole de leurs fournisseurs et ont confiance en la tradition.

Par contre, les fournisseurs et autres participants à qui a été posée cette même question sont conscients de la difficulté, de l'impossibilité et même du refus de garantir une origine fiable de leurs gemmes.

Le paradoxe soulevé devrait stimuler les manufactures à développer plus de contrôles et exiger plus de transparence de leurs fournisseurs. Certaines sont toutefois pionnières dans le domaine. Par exemple, une des grandes maisons interrogées possède trois niveaux de contrôle supplémentaires :

- *L'unité interne de contrôle de qualité :*
Elle est constituée de gemmologues responsables du contrôle de qualité des gemmes en provenance du fournisseur.
- *Le laboratoire d'analyse gemmologiques indépendant :*
L'analyse approfondie en laboratoire extérieur expérimenté est indispensable pour les gemmes les plus précieuses ne possédant pas encore de certificat d'identification au moment de l'importation. On y contrôle aussi les traitements potentiels et/ou l'origine géographique des gemmes. Car la valeur de la gemme dépend directement de ces facteurs.

Les pierres de moindre valeur ou les lots de mêlés (petites pierres) ne sont toutefois pas régulièrement soumis à ces tests. Le coût de l'analyse et le temps impliqué dépasserait la valeur de la marchandise.

- *La certification RJC :*
Le troisième niveau de contrôle cité par deux manufactures interrogées est effectué, uniquement pour l'or et le diamant, auprès des fournisseurs qui respectent les codes de conduite de la marque : « Notre assurance, c'est l'application des standards du RJC et de sa chaîne de garantie. C'est la Société Générale de Surveillance (SGS) qui s'occupe de l'audit. »³ déclare le responsable d'une des deux marques. La représentante de l'autre grande maison ajoute : « Ce sont des tiers indépendants qui se basent sur un référentiel d'audits CSR comportant 120 questions en rapport avec les performances sociales, environnementales et éthiques. Ces audits s'appliquent aussi aujourd'hui aux fournisseurs de second rang »⁷.

Au vu du nombre élevé d'intermédiaires dans la filière des pierres de couleur par rapport à celle de l'or ou du diamant, s'arrêter au second rang n'est pas suffisant pour assurer la traçabilité de cette filière particulière. Le problème mis en évidence par certains participants est

qu'il est difficile de remonter la chaîne car certains fournisseurs ne veulent pas révéler le nom de leur propre fournisseur⁷. De plus, un participant a témoigné qu'en discutant avec les négociants, il valait mieux ne pas poser de question sur la source si l'on voulait garder de bonnes relations⁸.

La certification complémentaire Chain of Custody développée par le RJC, qui assure le transfert des matières premières d'une entité certifiée vers une autre, certifiée elle aussi, pourrait être applicable aux pierres de couleur⁷, témoigne un des participants. En revanche, selon les experts à haut niveau du secteur des gemmes de couleur, le système RJC est inapplicable en l'état à la filière de ces gemmes. Ce système ne fonctionne actuellement que dans le cadre des grandes entreprises et pour les gisements d'or et de diamants gérés à grande échelle. Par conséquent, il n'est pas applicable aux petites mines artisanales informelles et difficilement localisables, caractérisant la filière des gemmes de couleur.

Se limiter aux fournisseurs qui respecteraient la chaîne de garantie en n'achetant qu'aux grandes exploitations (20% des extractions) limiterait la palette de choix disponibles. Les gemmes exceptionnelles recherchées par les grandes maisons sont très rares et aucune source n'est à négliger afin d'augmenter les chances d'en acquérir. Il est donc incontournable d'inclure ces mines artisanales. Cet outil de certification devrait donc être combiné à d'autres types d'instruments pour garantir la traçabilité sans exclure les petites mines.

Les témoignages de plusieurs participants (un directeur de laboratoire, un responsable des achats d'une grande marque et un tailleur) révèlent un autre aspect du marché des gemmes : l'omniprésence de la corruption.

Un participant confie : « Mon expérience m'a montré qu'il suffit d'être accompagné de quelqu'un qui possède une licence d'achat et d'exportation (un résident) pour sortir des diamants bruts du pays. Il suffit de payer un « backchich » et de se faire de bonnes relations »⁵. L'action se situe actuellement en Sierra Leone, pays participant au KPCS ! Ou : « Les diamants bruts ne passent pas en Suisse sans Kimberley Process. Un KP coûte de 30.000 à 50.000 dollars US. Mais tu peux l'acheter avec un backchich »⁴.

Qu'en est-il des audits du processus ? Voici la suite des déclarations du dernier participant : « Que va faire l'auditeur ? Il va se baser sur le papier mais ne pourra jamais contrôler ce qui s'est passé en amont. De plus il ne se déplacera jamais à la mine à cause des difficultés, du manque de sécurité existant sur le terrain (mines artisanales) et de l'impossibilité d'avoir la certitude de l'origine du gisement des pierres documentées. L'auditeur sait très bien qu'en amont, rien ne valide ce certificat...Les sociétés d'audit ne peuvent que valider ce qui se passe depuis la frontière occidentale »⁴. Cette révélation, corroborée par un autre témoignage¹, nous renvoie à la validité des audits occidentaux dans les pays extracteurs. En premier lieu le coût de ces audits n'est pas à la portée de toutes les entreprises (« 2500 CHF/audit³ »),

mais de plus, il conviendrait de choisir des auditeurs habitués à vivre dans des conditions difficiles, ayant une expérience du terrain et des profils d'aventuriers sachant prendre des risques calculés serait plus efficace !

Quant à la corruption, qui est présente à chaque niveau de la chaîne, elle constitue un sujet en soi. En résumé, abuser d'une position de pouvoir pour augmenter ses gains personnels est une situation qui existe depuis que l'homme vit en société. Elle est présente dans le Sud mais ni la démocratisation ni la libéralisation des marchés ne la réduisent et elle est aussi présente sous une forme plus discrète et sophistiquée dans nos pays industrialisés⁶¹. Cette situation ne permet en aucun cas au Nord d'établir des renforcements contre ce type de situation, sous peine de se retrouver en position d'ingérence par rapport au Sud. Les types d'outils à disposition pour lutter contre la corruption sont des codes de conduite et de gouvernance pour inciter certains acteurs à prendre des directions différentes⁵⁸. Il faudrait impliquer plus directement le secteur privé, qui, en général, contrôle mieux l'impact et les résultats de ses investissements.

En résumé, l'industrie du bijou a développé le KPCS et la Certification RJC pour assurer la traçabilité de l'or, du platine et des diamants.

Les précédents témoignages et ceux des ONG actives dans le domaine (par ex. Global Witness) ont démontré la faiblesse du Kimberley Process qui n'empêche toujours pas efficacement le commerce des diamants de régimes autoritaires ou de zones de conflit⁶² (Zimbabwe, Côte d'Ivoire).

Parmi les principaux griefs, l'ONG cite l'absence d'entités professionnelles indépendantes assurant un bon monitoring du processus en raison notamment du manque de financement.

La certification « Chain of Custody » devrait assurer la traçabilité de l'or et des diamants au travers des différentes entreprises certifiées membres du RJC. Mais, telle qu'elle a été conçue, elle n'est pas applicable à la filière des gemmes de couleur issues en grande partie de mines artisanales. Une assurance supplémentaire sur leur provenance devrait être développée dans les pays extracteurs.

« Il y a des outils comme des labels... », cite un des participants.

Le fondateur du label FairGems® fait partie de cette présente étude. Voici son témoignage, apporté début avril 2011 : « Notre priorité pour l'avenir, c'est la modification du comportement du consommateur. Le client doit savoir ce qu'il achète et être responsable »².

Pour lui, le bijou a perdu sa « valeur intrinsèque d'investissement »². Son point de vue est qu'une grosse partie de la clientèle qui investissait dans la valeur affective et patrimoniale d'un bijou a disparu du milieu joaillier en raison de la perte de confiance en celui-ci. Pour retrouver cette confiance, les clients attendent une garantie en terme d'éthique et de traçabilité. Selon son fondateur, le label FairGems® permettrait de reconquérir ce type d'investisseurs.

Étonnamment, aucun des participants n'a cité les conditions de travail des tailleurs (fig.13) dans les pays en développement. Les discussions se sont concentrées uniquement sur celles des mineurs. Les entretiens ayant chaque fois dépassé 60 minutes, cette question n'a pas été débattue et développée dans le cadre des entretiens. L'information suivante se base sur les connaissances de l'auteur et sur discussion informelle avec une gemmologue qui a travaillé durant 20 ans en Asie en tant que tailleuse et négociante.



Fig. 13 : tailleurs à Jaipur ne portant pas d'équipement de protection (masques contre les poussières nocives, lunettes) et travaillant toute la journée dans une position inconfortable (Photo : J-C. Michelou).

Dans les pays où se concentre la taille, c'est à dire en Thaïlande (Chanthaburi), en Inde (Jaipur) et plus récemment à Panyu en Chine, les conditions de travail devraient être améliorées. Les salaires sont bas pour des horaires dépassant parfois 15h par jour et les tailleurs ne sont pas protégés des poussières nocives par des masques ou des lunettes. Nous voyons que cette étape de la chaîne de valeur doit donc aussi être prise en compte pour l'assainissement de la filière.

Le tableau suivant récapitule les différentes faiblesses de la filière mises en évidence suite aux réponses des participants aux deux premières questions (table 2).

| Etapes | Points de faiblesse |
|---|---|
| Extraction | <ul style="list-style-type: none"> - Mineurs : conditions de travail (sécurité, salaires ?), manque d'éducation. - Mines : difficilement localisables (isolées), contamination par des synthétiques ou imitations, efficacité des audits occidentales mise en doute, exploitations à grande échelle peu nombreuses. - Intermédiaires trop nombreux, sources non dévoilées. - Laboratoires d'analyse : absents généralement. - Corruption |
| Exportation (douane) | <ul style="list-style-type: none"> - Corruption |
| Pays de transformation (taille) | <ul style="list-style-type: none"> - Tailleurs : Conditions de travail (sécurité, salaires) |
| Pays de transformation (fabrication des bijoux) | <ul style="list-style-type: none"> - Négociants : sources non dévoilées - Manufactures : contrôles internes incomplets, pas de certification des lots de moindre valeur. - Corruption |

Table 2 : Points de faiblesse à chaque étape de la filière d'approvisionnement.

Ces résultats ont été confirmés par des entretiens informels obtenus lors de la participation de l'auteur à différents événements durant la présente étude: le Sustainable Luxury Forum, Lausanne, mars 2011⁶³; le Congrès de l'ICA, Rio de Janeiro, début mai 2011⁶⁴ et le Globethics.net Forum, Genève, juin 2011⁶⁵. Suite à cette analyse, les points faibles sont principalement localisés en début de chaîne, sur le site d'extraction ou dans les ateliers.

Les initiatives connues en dehors de la Certification RJC et du KPCS

Question posée : Quelles autres initiatives existent actuellement ?

Un projet international intéressant est évoqué au Congrès Annuel de l'ICA. Il a été développé par Jean-Claude Michelou, Vice-Président de l'association. Il est cité par un des gemmologues participants.

Ce projet comporte deux objectifs de nature différente :

- Améliorer la transparence de la filière des gemmes de couleur au niveau du pays d'origine plutôt qu'en partant de la mine elle-même pour des raisons financières.

Une Certification du Pays d'Origine sera développée et délivrée par un responsable du gouvernement du pays d'origine.

- Consolider les exploitations artisanales en améliorant leurs performances socioéconomiques et écologiques dans le but de réduire la pauvreté dans ce secteur.

Le principe de la Certification du Pays d'Origine et de la traçabilité des gemmes est représenté sur la figure 14.

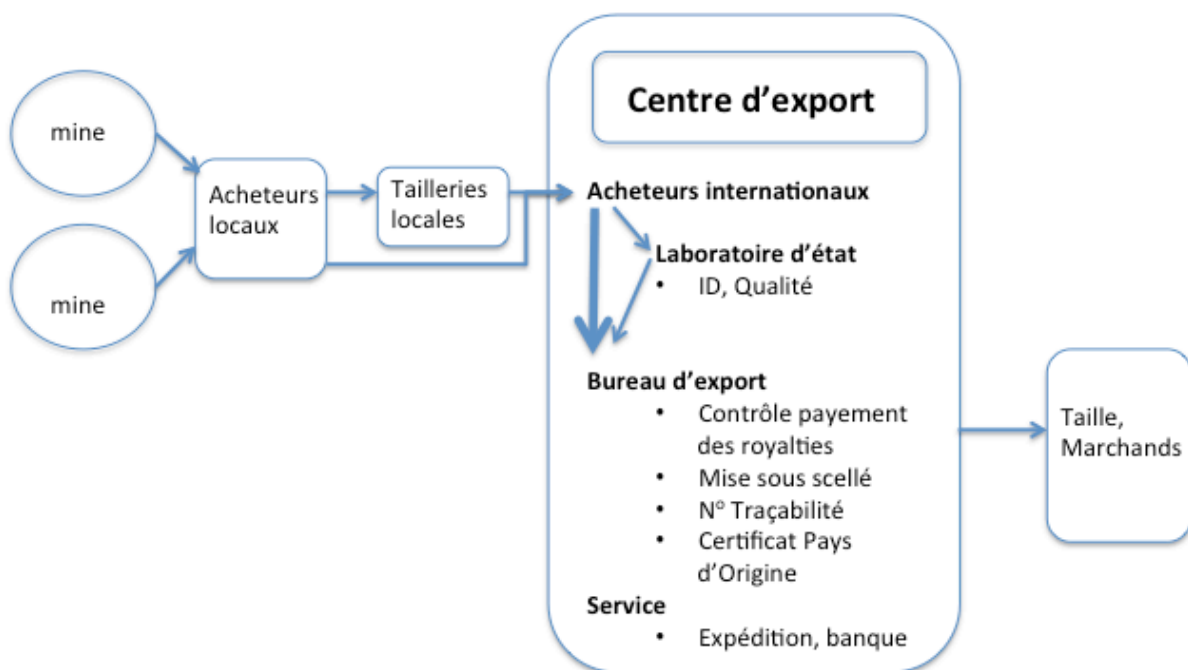


Fig.14 : Principe de la Certification du Pays d'Origine

Les gemmes brutes issues des mines se retrouvent dans les mains d'acheteurs locaux, qui les vendent soit directement aux acheteurs internationaux à l'état brut, soit les font tailler par des tailleries locales avant de les vendre à ces derniers. Les lots de gemmes brutes ou taillées arrivent au centre d'export subdivisé en 4 zones : la zone des acheteurs internationaux, celle réservée au laboratoire d'analyses gemmologiques dépendant du gouvernement, le bureau d'export et la zone des services (expédition, banque). L'acheteur international, s'il le désire, peut faire contrôler l'identité et la qualité de son lot par le laboratoire. Ce laboratoire constitue un instrument en cas de conflit sur l'export. Le lot arrive ensuite au bureau d'export et reçoit un numéro de traçabilité adossé au détail de la facture. Il est ensuite scellé par des inspecteurs gouvernementaux du centre d'export. Ce numéro de traçabilité, présent sur le Certificat du Pays d'Origine délivré par le pays extracteur est un identifiant qui suit les gemmes jusqu'à la vente au client final.

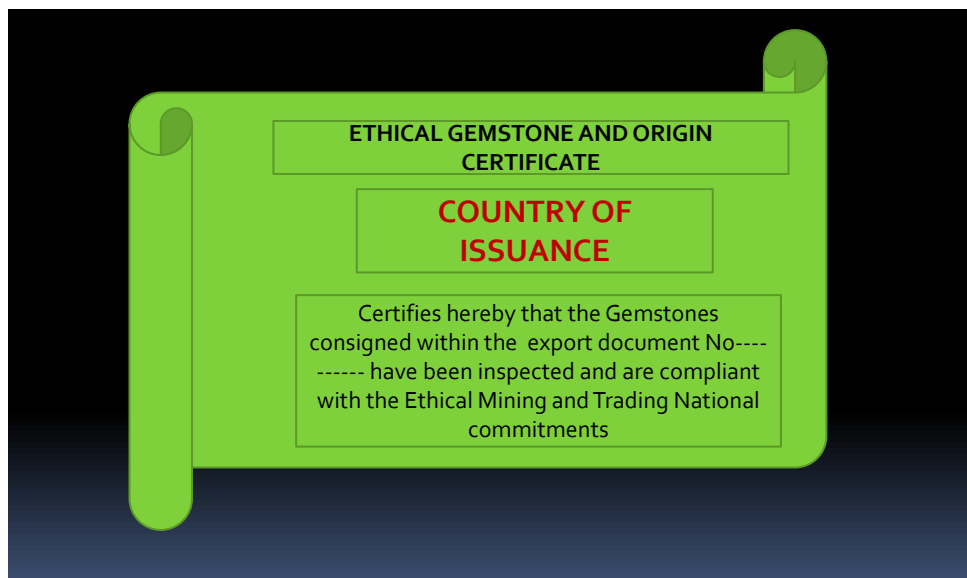


Fig.15 : Modèle de certificat du Pays d'Origine accompagnant les gemmes depuis le pays d'extraction (J-C. Michelou).

Pour atteindre le deuxième objectif, les efforts réunis de plusieurs parties prenantes seront nécessaires. Dans le cahier des charges qu'un pays devrait respecter pour recevoir l'autorisation d'émettre une Certification du Pays d'Origine figurent les éléments suivants :

- Une école de formation pour les mineurs (identification gemmologique de base des pierres brutes + apprentissage de la prospection et de l'extraction minière).
- Une école de taille pour le développement de cette activité dans le pays.
- Une école enseignant la certification gemmologique.
- Un laboratoire d'analyse gemmologique compétent dans la caractérisation de l'origine géographique des gemmes.
- Une plateforme de commercialisation des gemmes.

Ces éléments font donc partie de la responsabilité des gouvernements. D'autres projets potentiels pourraient être subventionnés par l'industrie joaillière dans les domaines suivants :

- L'éducation des enfants dans les camps miniers et les communautés avoisinantes.
- La santé et les premiers soins sur les gisements.
- L'eau potable dans les camps miniers.
- Les conditions de travail des mineurs.
- La protection et l'éducation des femmes.
- La protection de l'environnement.

En dehors des deux initiatives internationales (RJC, KPCS) reconnues par l'industrie joaillière et du projet de l'ICA, des initiatives privées semblent bourgeonner un peu partout et souvent en désordre et sans connaissance professionnelle de la filière, preuve tout de même d'une prise de conscience collective d'une situation peu éthique de l'industrie du bijou par rapport à ses sources.

Le fondateur du label FairGems® cite « ...par exemple, nous avons Rubyfair »⁶². C'est un partenariat entre des bijoutiers anglais et des mineurs tanzaniens. Cette initiative indépendante assure le bien-être des mineurs et le respect de l'environnement pendant et après l'exploitation. Rubyfair.com⁶⁶ propose des rubis non traités de sa propre mine à des prix équitables.

Une seconde initiative récente initiée par un colombien, Mr Fabio Ramirez Cortès, est mentionnée par un autre participant. Mr Ramirez essaye de lancer tant bien que mal une marque de bijoux éthiques en occident : Emeraudinne ⁶⁷. Les bénéfices reviendraient aux « Guaqueros » (mineurs colombiens) exploitant les déchets rejetés par les mines environnantes. Des femmes de la région sont formées à la taille et à la fabrication des bijoux. Suite à une rencontre de l'auteur avec Mr Ramirez qui a présenté les matières et une partie de sa collection, il est évident que même si le concept marketing de l'éthique de la ligne est bien pensé, il est difficile d'assurer une finition correspondant aux critères des acheteurs occidentaux. Les bijoux éthiques ne sont capables de rivaliser avec les bijoux traditionnels qu'à concurrence d'une qualité égale. Dans ce cas précis, le recours à des techniques de fabrication utilisant des outils simples et bon marché tout en préservant une aspiration colombienne dans le design peut s'avérer une solution rentable.

Le dernier participant qui a cité le projet de Monsieur Ramirez est lui-même impliqué dans une initiative développée avec le SEAMIC⁶⁸ (Southern and Eastern African Mineral Centre), destinée à améliorer la qualité de vie des mineurs en Tanzanie dans la vallée de l'Umba. Grâce aux fonds issus des bénéfices de safaris organisés pour des occidentaux souhaitant découvrir les mines et s'initier à la taille, la communauté minière a bénéficié de nouvelles infrastructures telles qu'un puits ou des sanitaires.

Ces résultats montrent un intérêt croissant de la part de différentes parties prenantes de soutenir une filière d'approvisionnement plus éthique en développant à la fois des initiatives de responsabilité sociale individuelles, nationales ou internationales.

Quel(s) outil(s) pour garantir la traçabilité des gemmes de couleur ?

Question posée :

Aux manufactures : Voyez-vous un avantage à demander à vos fournisseurs un instrument de certification d'origine géographique ?

Aux fournisseurs : Seriez-vous disposé à fournir à vos clients un instrument de certification d'origine géographique de vos gemmes ?

Pour la plupart des participants, l'origine géographique signifie l'endroit où est localisé le gisement. Pour ces personnes, la réponse est unanime. La certification de l'origine géographique est un instrument indispensable pour établir la traçabilité dans la chaîne. Par contre, certains doutent de son efficacité : « Est-ce possible pour l'instant ? Lorsqu'on envoie une pierre à analyser dans deux labos différents, on obtient deux résultats différents »⁷.

L'expert en la matière répond : « pour la plupart des gemmes de couleur, on peut confirmer une origine géographique. Cela se fait pour le saphir, l'émeraude, le spinelle, l'alexandrite etc... »⁴

Néanmoins, les propriétés gemmologiques (inclusions et éléments trace) sont parfois insuffisantes pour certifier l'origine d'une gemme comme par exemple dans le cas de certains saphirs et rubis d'excellente qualité ne présentant aucune inclusion. L'utilisation de techniques d'analyse plus poussées est alors nécessaire. La mesure du rapport entre deux isotopes de l'oxygène ($^{18}\text{O}/^{16}\text{O}$), constituant intrinsèque du corindon (Al_2O_3), combinée avec les méthodes classiques fournissent d'excellents résultats⁶⁹.

Tous les laboratoires ne possèdent toutefois ni l'expertise ni l'appareillage, assez lourd (spectromètre de masse), nécessaires pour effectuer cette analyse. De plus, indépendamment de la maîtrise de cette technique, les laboratoires ne sont pas tous aussi compétents dans l'interprétation des résultats issus des différentes analyses gemmologiques et spectroscopiques à disposition.

La problématique de l'identification de l'origine géographique des gemmes est par contre maîtrisable lorsqu'un ensemble de gemmes, provenant d'un gisement donné, est soumis à l'analyse, ce avec des instruments « abordables ». En effet, l'expérience montre que l'établissement d'un profil physico-chimique d'un gisement, basé sur une population d'échantillons importante permet de s'affranchir des variations de propriétés individuelles. Les caractéristiques représentatives d'une population s'inscrivent globalement dans une gaussienne. Une majorité d'individus présentent des caractères communs, mais une fraction plus ou moins importante d'individus présente des caractères différents, de surcroît souvent non constants entre eux. Se référer à une base de donnée qui intègre ces individus différents

permet de les inclure dans le profil. Ils deviennent ainsi aussi représentatifs du gisement que la population caractéristique.

Une première expérience a été menée par un laboratoire genevois avec les émeraudes produites par une mine colombienne. La méthode s'est révélée suffisamment efficace pour permettre de trier les pierres en fonction des trois puits d'extraction du gisement⁷⁰ !

Si l'on pouvait procéder à ce type de contrôle à un échelon inférieur de la chaîne, il serait possible de certifier une origine géographique de manière raisonnablement fiable pour des lots entiers et de mettre en place un contrôle fiable qui donnerait tout son poids au processus.

L'expert nous apprend que la mise en place d'un laboratoire de routine spécialisé dans la détermination de l'origine géographique ne demande pas énormément de ressources. Il faut avoir une base de données concernant un maximum de gisements. Et les laboratoires locaux collaboreraient avec des laboratoires extérieurs comme Gübelin à Lucerne, l'American Gemological Laboratory (AGL), le Gemological Institute of Thailand (GIT) ou GemlabGemTechLab (GGTL) à Genève, en tant que laboratoires référents pour établir de telles bases de données. « Pour créer une base de données sur un gisement, il faut 15 jours de travail de prélèvement, ce qui revient à environ 20-30 000 CHF. Un gemmologue part à la mine effectuer les prélèvements fiables, à son retour, le laboratoire effectue la collecte de données en masse pour obtenir un profil physico-chimique fiable du gisement. Le service serait ensuite accessible à des coûts acceptables aux entreprises désireuses de renforcer ce type de contrôle. Beaucoup d'entreprises ne sont pas informées en raison du manque de communication de la part des laboratoires pour une question de protection du know how. Elles devraient faire la demande de ce certificat à leurs fournisseurs. »⁴

Le développement de laboratoires bien équipés, avec du personnel compétent, dans les pays producteurs est important pour le développement de ces pays. Une collaboration entre ces laboratoires et des laboratoires référents, situés dans les pays distributeurs et experts dans l'interprétation de résultats issus de l'analyse physicochimique des lots, permettrait d'assurer la traçabilité des pierres exportées lorsque c'est nécessaire.

En résumé, un fournisseur responsable devrait pouvoir proposer deux garanties aux manufactures, et celles-ci de même à leurs clients : un Certificat du Pays d'Origine issu du gouvernement et, en cas de doute ou de litige, un Certificat d'Origine Géographique établi par un laboratoire de certification reconnu.

Le développement durable de la filière a-t-elle un coût ?

Question posée : Dans quelles conditions serait-il nécessaire de faire payer un premium aux clients pour une matière première traçable et éthique ? Et vous, à quelle condition seriez-vous prêt à payer un premium à votre fournisseur ?

Voici résumées dans ce tableau les 4 réponses proposées :

| Qui paye ? | Nombre de participants |
|------------------------------------|------------------------------|
| Le client | 1 (entretien no 1) |
| Coûts répartis sur toute la chaîne | 1 (entretien no 6) |
| La manufacture | 1 (entretien no 4) |
| Personne | 4 (entretiens no 2, 3, 7, 8) |

Remarque : une abstention.

Bien que cette étude ne soit pas statistique, il est intéressant d'observer les réponses de ce point de vue, surtout après avoir analysé en détail les commentaires des participants.

Un des participants se met à la place du client : « l'argent, c'est le nerf de la guerre. Que feriez-vous si vous aviez le choix entre une télé à 1000 francs made in Switzerland et une autre à 200 francs made in China ? Je ne suis pas sûr que vous choisiriez la télé made in Switzerland »⁸. L'exploitation éthique d'une gemme n'est pas une valeur ajoutée tangible. Ce n'est pas comme la qualité de sa couleur, de sa pureté ou de sa taille, intrinsèquement liée au produit. Pour juger de la valeur éthique d'une filière, il faut se déplacer et être témoin des conditions de vie des travailleurs sur place. Un participant témoigne: « Personnellement, si je vois que l'argent dépensé pour une pierre change la vie des mineurs et de la communauté, je serais prêt à payer plus à condition que les gens qui travaillent à la vérification ne consomment pas la grosse part du gâteau »¹. Dans tous les cas, la question du choix entre une gemme éthique et une autre ne se posera que si la gemme éthique n'est pas de moindre qualité.

Pour un des participants, c'est clairement aux manufactures qu'il faut s'adresser. « C'est un petit pourcentage de leur budget consacré à la publicité »⁴. C'est ce qu'ont décidé les deux marques joaillères anglaises, Garrard et Stephen Webster qui viennent chacun de lancer une ligne de bijoux réalisés avec de l'Or Equitable (Fairtrade and Fairmined gold) acheté avec un premium de 10% supplémentaire sur son cours. Pour Stephen Webster, la marque est capable d'absorber ce coût. Quelle sera toutefois la réaction des clients aux autres lignes proposées qui ne sont pas fairtrade ? En

2009, la maison joaillière Cartier s'est engagée à acheter une partie de la production d'une mine d'or au Honduras, Eurocantera⁷¹, exploitée de manière responsable par le groupe Goldlake. Les technologies appliquées permettent d'extraire l'or sans utiliser de produits toxiques comme le cyanure ou le mercure. Le site sera reboisé quand le gisement sera épuisé. Les orpailleurs artisanaux sont formés par le groupe pour assurer une meilleure productivité. Dans ce cas, les coûts de gestion responsable de la mine (production semi-industrielle) sont endossés par le groupe. Par cette action, Cartier s'engage, dans la mesure des solutions à disposition, à favoriser des filières d'approvisionnement plus responsables.

Contrairement à l'or ou aux diamants, les gemmes de couleur n'ont pas de cours et il n'y a pas de contrôle des prix du marché. Le prix d'une gemme est celui qui est défini lors de chaque négociation entre l'acheteur et le vendeur. Pour une qualité précise, il peut varier du simple au double en fonction des acteurs de la transaction, de la situation économique globale, etc. A la différence de l'or artisanal, le premium ne peut être fixé à un pourcentage de sa valeur.

Les trois manufactures interrogées dans cette étude ont un autre point de vue : personne ne devrait payer de premium.

« L'idéal serait qu'il n'y ait pas de premium comme il n'y a pas eu de surcoût pour le Kimberley Process dans le cas du diamant »⁷.

L'efficacité du Kimberley Process est actuellement remise en question suite à la situation au Zimbabwe. Malgré les belles réussites de ces dix dernières années (approche tripartite pour la résolution de problèmes internationaux, aide à certains pays comme la Sierra Leone pour permettre à celui-ci de tirer des revenus de l'exploitation des diamants), l'ONG Global Witness a pointé récemment les faiblesses du processus : parmi celles-ci figurent « l'absence, par manque de financement, d'une unité professionnelle, indépendante pour soutenir la résolution de questions administratives, développer le monitoring et les analyses statistiques et légales »⁷².

Comment assurer la traçabilité des gemmes sans financement? Le contrôle de chaque étape par des professionnels indépendants a un coût. Les membres certifiés du RJC sont bien obligés de payer les audits eux aussi.

Comment pourrait-on assurer le développement durable de la filière et diminuer l'impact de l'extraction minière sur le site sans financement? Car il faut éduquer les mineurs à identifier et évaluer les gemmes qu'ils trouvent. Il faut leur fournir du matériel de protection, développer des infrastructures telles que des puits d'eau potable, des sanitaires, des logements décentes, des écoles pour les enfants de la communauté minière et développer des initiatives pour préserver l'environnement. Bien qu'étant peu coûteux ces projets doivent bien être financés par quelqu'un. Dans le cas de l'initiative de l'ICA, ce sont les gouvernements des pays extracteurs et les acteurs de l'industrie joaillière qui contribueraient au financement de ces projets.

Dans le cas du processus FairGems®, le fondateur propose que chaque membre certifié de la chaîne, du propriétaire de la mine au vendeur, verse une partie de ses bénéfices (3%) pour le développement durable de la filière. L'idée de partager ce coût entre les différents acteurs de la chaîne semble être une solution équitable à partir du moment où chaque acteur est connu. L'impact de cette initiative n'a toutefois pas encore été évalué.

L'avenir de la filière des gemmes de couleur

Selon vous, comment la filière aura évolué dans dix ans ?

Les quatre participants ayant une expérience de plusieurs années sur le terrain ont une vision commune: « Il y aura toujours des gisements découverts dans des endroits perdus et des mouvements de gens vers ces sites qui se feront exploiter »⁴. La responsabilité des gouvernements des pays extracteurs sera toutefois de plus en plus impliquée: toujours plus de taxes ou royalties imposées aux exploitants pour permettre le développement des infrastructures autour de la mine (voies d'accès, centres de soins, pompes à eau); plus de réglementations. Par exemple, au Brésil, les nouvelles réglementations environnementales protègent actuellement 50% du territoire⁷³. Pour le reste, le gouvernement donne la priorité à l'agriculture. La découverte d'un gisement se fait donc de moins en moins par hasard dans ce pays. Des techniques de sondage géologique très onéreuses et performantes sont utilisées. Quand un gisement potentiel est découvert, il sera exploité seulement si son potentiel de rentabilité est établi, c'est à dire si on peut l'exploiter à grande échelle. Ce qui implique une mécanisation du processus d'extraction et de tri.

A ce niveau, les exploitants à grande échelle se lancent souvent dans une intégration verticale de la chaîne de valeur, de la mine à la vente des pierres taillées. Ces entreprises, qui ont d'énormes ressources financières, sont difficiles à concurrencer car elles ont éliminé les intermédiaires et contrôlent chaque étape de la chaîne.

« L'avenir de la pierre de couleur est dans les grandes exploitations »⁶, risque un des gemmologues interrogés. Ce n'est pas l'avis d'un autre : « Il ne faut surtout pas mécaniser. Seul un mineur sait exactement où chercher quand il trouve un indice telle qu'une veine productive. Le tri devrait être à nouveau effectué à la main »⁴. Pour lui, l'idéal serait de consolider les exploitations artisanales existantes en les développant afin de diminuer les risques d'accident à la mine, d'augmenter le rendement par un développement à petite échelle et d'assurer la protection de l'environnement autour de l'exploitation. De plus, les activités extractives mobilisent une énorme surface de terrain et utilisent une grande quantité d'eau (fig.16) qui pourraient être mises à profit pour supporter les besoins des populations avoisinantes.



Fig.16 : Installation de séparation gravimétrique de graviers issus d'une exploitation alluviale de rubis et de saphirs, Ilakaka, Madagascar. (Photo : A.Respinger)

Le consommateur aura de plus en plus un accès direct à une offre sur internet contrôlée par des commerciaux locaux dans les pays d'origine. Cela ne veut pas dire pour autant qu'ils auront nécessairement un accès direct à la source¹, comme le déclare un des participants. Le nombre d'intermédiaires ne sera donc pas réduit suite au développement de sites en ligne. De toute façon, la vente sur internet ne concerne que les acheteurs privés car les gens du métier se déplacent toujours pour contrôler la qualité de la marchandise sur le terrain.

« De nouveaux pays producteurs apparaissent comme la Zambie pour l'émeraude et le Mozambique pour le rubis »², confie un des participants. La comparaison de la carte représentant les régions majeures de production mondiale des gemmes, publiée par le GIA en 2000, avec celle de 2010, montre une nette augmentation du nombre de nouveaux gisements dans toutes les régions productrices (Australie, Asie du Sud, Sri Lanka, Asie du Sud Est, Sud de l'Afrique, Madagascar, Amérique du Sud) malgré la fermeture de quelques mines épuisées³³. C'est sans compter les gisements qui ne sont pas encore localisés.

Le problème de traçabilité nécessaire au développement éthique de la filière devient de plus en plus complexe au fur et à mesure que de nouveaux gisements sont découverts. Il faudrait une prise de conscience générale de chaque partie prenante et une mobilisation tout aussi importante pour redéfinir une chaîne plus éthique, impliquant la responsabilité des gouvernements des pays extracteurs et importateurs, celle des mineurs, de tous les marchands intermédiaires, des distributeurs ainsi que celle des acteurs de transformation (taille, traitement, manufactures joaillères).

N'oublions pas les consommateurs qui ont un pouvoir énorme sur le succès d'une marque. Grâce aux nouveaux outils de communication, une information peut se répandre en quelques heures sur Internet et tuer un produit. Actuellement, ce que craignent le plus les marques, ce n'est pas le consommateur exigeant mais celui qui a pris conscience de son pouvoir de boycott. Pour éviter le développement d'une telle situation, il faudrait, dans le cas de l'industrie du bijou, reconsidérer toutes les étapes de la chaîne de valeur : la manière dont on extrait les matières premières, leur transformation et leur vente.

Conclusion :

Les résultats de cette étude ont montré premièrement que, malgré la prise de conscience généralisée de la complexité de la filière des gemmes de couleur, certains participants n'ont pas réalisé que cette complexité est à l'origine de la perte de traçabilité de ces gemmes. Caractérisée par de multiples petites exploitations artisanales informelles et par le nombre important de marchands intermédiaires entre le gisement et la manufacture, cette filière n'a pas encore fait l'objet d'une certification selon des standards internationaux de responsabilité sociale et environnementale. Selon ces critères, le RJC a dans un premier temps proposé une certification des grands groupes et entreprises des filières de l'or, du platine et du diamant, qui représentent 90% de la production, le reste étant produit par les mineurs artisanaux de ces mêmes filières. La mise en place de la traçabilité de la chaîne des gemmes de couleur est, pour le moment en « standby » en raison de sa complexité.

Cette année, une forte demande en pierres de couleur a été enregistrée sur les marchés asiatiques, dominés par la Chine et l'Inde, en plein développement économique. La production reprend donc son envol un peu partout dans le monde consécutivement au ralentissement dû à la crise financière de 2008-2009. De plus, grâce au développement des techniques de prospection, de nouveaux gisements sont découverts chaque année. Le secteur se développant, il est essentiel que les petits producteurs aient un meilleur accès à la filière pour bénéficier eux aussi des retombées économiques positives de cette relance. Le développement de plateformes de commercialisation leur permettra de se faire connaître auprès des acheteurs internationaux en développant une image de marque axée sur la gestion éthique de leurs mines. Cette visibilité pourrait être une opportunité pour accroître leurs revenus les amenant à un niveau plus en rapport avec la pénibilité de leur travail. Le moment est donc propice pour développer un programme de certification et de traçabilité des gemmes de couleur afin de répondre aux demandes des différentes parties prenantes sensibles aux questions de provenance éthique.

Actuellement dépourvue de système de certification et de traçabilité, la filière des gemmes de couleur (et par conséquent, ses centaines de milliers de travailleurs) est soumise à la volonté des pays importateurs. Ces derniers pourraient déclarer un embargo sur l'importation de toute matière issue de régimes autoritaires et de zones de conflit. Nous avons vu que l'embargo déclaré contre le Myanmar pour l'importation de ses rubis aux USA et en Europe a essentiellement nuit aux petits acteurs de la filière (mineurs indépendants, tailleurs) sans que ceci ait affaibli pour autant la junte militaire du Myanmar. Il a de plus touché de plein fouet l'industrie de la gemme de couleur en la privant d'une main d'œuvre compétente importante difficile à retrouver.

Ceci nous montre que, bien que la traçabilité des matières premières soit nécessaire au développement ultérieur de la filière, résoudre exclusivement la question de traçabilité sans tenir compte de la situation générale des différents secteurs impliqués (extraction artisanale, transformation) n'est pas suffisant pour une entité investie dans la RSE et engagée dans l'assainissement de la filière et l'amélioration des conditions de vie des petits producteurs.

Dans le cas de l'Or Equitable, par exemple, des joaillers anglais n'ont pas hésité à payer leur or 10% plus cher pour élargir le label à d'autres exploitations. Toutefois, actuellement, ces actions n'ont qu'une portée limitée. Elles sont restreintes à certains pays d'Amérique du Sud dans le cas de l'or mais pas encore formellement appliquées aux gemmes de couleur.

Pour l'ICA, un système de Certification et traçabilité du Pays d'Origine, validé par les gouvernements des pays extracteurs et par les pays importateurs serait propice au développement parallèle d'initiatives socialement responsables par le secteur privé (grandes exploitations, grandes marques joaillères) qui, à son tour, pourrait communiquer ses valeurs éthiques au client.

Cette certification et la traçabilité des gemmes offriraient aussi aux pays extracteurs l'occasion de développer une image de marque reflétant leur responsabilité sociale et environnementale, la qualité de leurs gemmes et la gestion éthique de la filière de leurs matières premières. L'existence de pays certifiés et certificateurs pourrait stimuler à changer les pratiques d'autres pays concurrents, moins éthiques. Cet effet boule de neige pourrait modifier sans aucun doute, à moyen ou long terme, l'image de la filière des gemmes de couleur. En combinaison avec le développement des techniques d'exploration géologique, cette initiative pourrait stimuler le développement de petites exploitations en activités minières rentables et durables. Il faut toutefois accepter qu'il existera toujours des petits gisements informels éphémères, car tous n'offrent pas des rendements constants suffisamment productifs.

Les standards internationaux⁷⁴ sur lesquels reposent les outils de la RSE sont inspirés des valeurs fondamentales se référant au domaine des droits de l'homme, des normes de travail et de l'environnement.

Ces critères de base sont difficilement applicables à l'échelle des mines artisanales en raison de l'impossibilité de mener des audits sur chaque gisement. Leur nombre, leur caractère informel, et la difficulté d'accès en sont les principaux obstacles.

Donc, pour les gemmes de couleur, seule une initiative développée en aval de l'étape d'extraction telle que la Certification (et la traçabilité) du Pays d'Origine aura une portée internationale. Cet instrument présente donc un avantage certain utilisable éventuellement par les labels cités plus haut.

Une participation collective des gouvernements des pays producteurs, des pays transformateurs et consommateurs, des ONG locales et/ou (inter)nationales et de l'industrie joaillière sera donc essentielle pour la mise en place d'un tel système.

En attendant le développement de cette action conjointe et de contrôles indépendants adéquats, les manufactures n'ont d'autre solution que de faire confiance aux fournisseurs pour s'assurer de l'origine éthique de leurs gemmes de couleur, même si ceux-ci se révèlent parfois réticents à révéler leurs sources.

« Ceci étant, la dynamique est maintenant lancée et elle permettra aux industries du luxe d'aller tout simplement dans le sens de l'histoire » m'a confié un des experts lors de notre dernière discussion avant le dépôt de ce présent document.

Annexes

Liste des retranscriptions

Entretien n°1

Profil de la personne :

Age : 40-50 ans Sexe : Masculin

Situation professionnelle : Bijoutier et lapidaire indépendant.

Q1 : Selon vous, les clients du bijou joailler s'intéressent-ils à la provenance des matières premières et au côté éthique de la fabrication d'un bijou (ou plutôt au prix et au design)? Quel est le profil de ceux qui s'y intéressent (niche, intellectuels, génération Y)? Quelle terminologie utilisent-ils (conflict free, équitables, éthiques) ?

Très rarement. Un client sur la totalité de mes clients (1600) a évoqué le thème. Ce qui les intéresse, c'est la beauté du bijou et son prix. Les gens qui s'intéressent à la provenance sont les gens impliqués dans la transformation des matières et les étudiants. La majorité est inconsciente de ce qui se passe derrière le bijou. L'éthique n'est pas considérée, même pas comme valeur intrinsèque d'un objet de luxe.

Le client recherche un divertissement quand il vient acheter un bijou. La décoration du magasin est très importante. Si je vendais mes bijoux dans ma cuisine, cela ne marcherait pas ! Attention toutefois au client trop vert qui ne veut plus rien acheter !

Q2 : En quoi une plus grande prise de conscience de la part des clients pourrait-elle être un avantage pour une grande marque ?

Par exemple, nous connaissons l'Afrique uniquement par les reportages TV sur les beaux paysages, les endroits touristiques, les beaux hôtels. Très rarement, nous rentrons en contact avec la population. Nous ne connaissons pas les africains. On est tellement occupé avec notre consommation que l'on n'a pas le temps de vivre avec eux et partager un peu de temps à travailler ensemble. Si on entraînait réellement en contact avec ce peuple, on aurait des chances de se réveiller. C'est la raison pour laquelle j'ai créé Gemstone Safari. Il faut une prise de conscience à l'échelle individuelle et non à celle de la société. Il faut reconnaître que l'humain en Afrique, en Asie, en Amérique du Sud, les populations autochtones sont égales à nous, malgré leur pauvreté, leur manque de ressources, leur manque d'éducation et d'infrastructure et le manque de choix pour leur avenir. Cette

reconnaissance, l'awareness, fait peur au point que nous préférons ne pas regarder de trop près.

Q3 : Comment vous représentez-vous la chaîne de valeur des gemmes de couleur (Schéma) ?

Il y a le mineur, l'intermédiaire, le broker dans le pays d'origine, l'acheteur professionnel international avec de bons contacts sur le terrain. Il vend à la marque ou à l'atelier de taille. Ensuite on a la vente au négociant en pierres et la vente au bijoutier fabricant qui vend au client final. Il n'y a pas de facteur multiplicateur stable ou de schémas mais les marges sont toutes petites au départ pour devenir très grandes en fin de chaîne.

Q4 : Quel contrôle avez-vous actuellement sur vos filières d'approvisionnement en matières premières (Quels sont les outils de contrôle) et quelles sont vos priorités pour l'avenir ? Ont-elles un coût ? Comment encourager les acteurs à changer ?

La traçabilité est un problème. Tout est une question de confiance. J'ai un fournisseur suisse pour l'or mais la traçabilité est inconnue. Les pierres, je les cherche avec les mineurs. C'est atypique pour la branche. Il y a des outils comme les labels mais traduisent-ils la volonté du consommateur ? On peut certifier que les enfants des mineurs vont à l'école et en même temps polluer l'environnement. C'est le problème des organismes de contrôle analysant un aspect et pas l'autre. Par exemple, à côté de la mine Tanzanite One, qui exploite la moitié du gisement de tanzanite, on a des mineurs artisanaux en compétition avec l'exploitation à grande échelle. Le small scale mining crée plus de places de travail moins bien payées que la grande mine qui est plus mécanisée et qui paye mieux. La Tanzanite One Foundation est un organisme de marketing qui a été créé pour augmenter la « customer awareness » aux bonnes conditions de travail des mineurs et ainsi augmenter les ventes issues de la mine. En 2007, la mine a été inondée. Des centaines de mineurs ont péri. La fondation a communiqué qu'aucun de leurs mineurs n'a péri. Mais aucune personne de l'extérieur n'est venue contrôler les faits. Les tunnels appartenant à Tanzanite One communiquent avec ceux des mines artisanales. Il est difficile de croire que l'inondation n'a touché que les petits mineurs indépendants.

Comment encourager les acteurs à changer ?

Les pierres synthétiques apparaissent très tôt dans la chaîne. Le small broker (premier négociant en contact avec le mineur (parfois le claim holder), pour nuire à sa concurrence va introduire des pierres synthétiques dans les lots. Ces synthétiques sont aussi distribuées parfois aux mineurs, qui s'en foutent autant qu'ils puissent revendre le produit. Il faut comprendre le métier de mineur qui est le dernier emploi avant de devenir paysan et qui ajoute la magie de trouver un jour un trésor. Parfois le chef d'une mine est inconscient de la

présence de synthétiques dans le lot. Car de temps en temps, l'acheteur désire une grande quantité de pierres. Le chef grossira son stock avec des pierres qu'il aura achetées ailleurs, de gauche à droite, au détour d'un chemin de gens qu'il ne connaît pas forcément. Il n'a pas l'expérience pour reconnaître une vraie gemme d'une fausse.

Une solution, c'est d'obtenir la confiance des brokers en leur achetant régulièrement leurs pierres. Cela met une pression sur le propriétaire. Il est difficile de créer quelque chose de durable sans la présence de quelqu'un de permanent sur place.

Un autre problème, c'est qu'une grande valeur peut être facilement transportée dans une poche. Ce qui rend la filière difficile à contrôler.

Le marché n'achète que les belles pierres, hors le mineur trouve différentes qualités. Le marché devrait aussi acheter des qualités moins bonnes. Car contrairement à la production d'un objet, les gemmes sont trouvées par hasard. Il n'y a pas de contrôle possible sur la qualité. Si les mineurs s'organisaient en corporation pour vendre des lots de pierres, cette stratégie créerait une certaine homogénéité dans la marchandise. Mais il faut un groupe de mineurs capables de différencier ces qualités. Ils auraient une pression plus grande sur le marché.

Par rapport aux coûts, c'est le client final qui apportera le coût supplémentaire. Les marges sont sacrées dans les grandes et les petites entreprises. Durabilité signifie aussi des marges qui permettent de payer les salaires et faire un bénéfice.

Question subsidiaire : Comment sont organisés les petits mineurs ?

Il y a un propriétaire (un claim holder qui détient les droits miniers sur une parcelle) qui investit dans l'achat de nourriture, dans l'essence, les pompes et la dynamite pour les mineurs. Il y a un surveillant pour éviter les vols. Si les mineurs trouvent des pierres, ils reçoivent un salaire souvent en nature (par exemple une partie des pierres). S'ils ne trouvent rien, ils sont uniquement nourris. S'ils ramassent trop, on les traite de voleurs. En cas d'accident, le propriétaire n'est pas responsable. La tanzanite arrive donc sur le marché par trois voies différentes : via Tanzanite One, via les mineurs et via les Claim Holders. La mine principale se méfie de ces Claim Holders car bien que l'appartenance des terrains soit bien déterminée en surface, les souterrains n'appartiennent à personne.

Ces Claim Holders n'ont aucune formation et ne sont pas capables de séparer les qualités de pierres. Ils ne voient que la « valeur taille ». Ils sont incapables de repérer les beaux spécimens qui pourraient être vendus à des clients collectionneurs. Les mineurs de Tanzanite One reconnaissent les spécimens. Le petit mineur ne comprend pas pourquoi une pierre qu'il a vendue 20\$ peut se revendre à 10.000\$. De plus, il transporte toutes les pierres

dans un grand sac sans précaution et donc arrivé à l'endroit de vente, les spécimens ont été endommagés et le collectionneur n'est plus intéressé.

Q5 : Dans quelles conditions serait-il nécessaire de faire payer un premium aux clients pour une matière première traçable et éthique ? Et vous, à quelle condition seriez-vous prêt à payer un premium à votre fournisseur ?

Pour les clients, une communication claire compréhensible et transparente. Mais je me demande à quoi sert le premium dans sa finalité. Financer la traçabilité ou créer vraiment des places de travail durable avec un salaire régulier de manière à pouvoir nourrir une famille et éduquer les enfants dans les pays producteurs.

On préfère aider ponctuellement les gens dans le besoin, mais rarement on payera un prix équitable pour des matières premières. Pourtant, payer des produits à juste valeur éviterait de gaspiller de l'argent dans la construction d'orphelinats qui n'auraient pas de quoi fonctionner ou qui créeraient des dépendances par rapport aux sponsors. Le client doit se réveiller. Mais comme son dieu c'est l'argent, il est seulement prêt à payer s'il a récolté premièrement des bénéfices. C'est à cette condition qu'il est prêt à partager.

Le client reste très critique par rapport aux médias alors que le client qui a vécu sur place est alerté et réveillé. Si on veut faire de l'entraide, les gens qui y travaillent doivent être bénévoles. A ce moment, tu reçois de l'argent des clients, argent qui revient entièrement aux mineurs et à la communauté. Ensuite tu dois trouver l'endroit où cela profite le plus. Si tu installes des sanitaires pour le village, en cas de panne, ils ne répareront pas. Il faut leur faire installer les toilettes eux-mêmes en les assistant pour les responsabiliser. Sinon ce n'est pas durable. Chaque jour, ces gens se battent pour se nourrir. Ils n'ont pas le temps de faire des projets. Mais s'il y a une régularité dans leurs revenus, ils vont pouvoir commencer à se développer. Il ne faut surtout pas créer de dépendance. C'est plus facile de donner de l'argent aux mineurs et à la communauté que de mettre en œuvre quelque chose avec eux mais c'est la seule manière de les responsabiliser et de les rendre indépendants. Développer une telle indépendance est difficile. Exporter des pierres d'Afrique à Bangkok pour les tailler parce que la main d'œuvre est bon marché est un non-sens en terme de développement durable. La valeur ajoutée après la taille est très faible. Pour produire des pierres de haute valeur, il faut augmenter la qualité de la taille. Il faut alors des techniques élevées et un savoir-faire plus développé. Nous avons formé 6 instructeurs indépendants sortant de l'école. Ils ont une éducation et deux d'entre eux sortent de l'université. L'idée c'est de créer une industrie de la taille sur place. L'école a été financée par la Communauté Européenne. Pour assurer un entretien continu de l'école, l'école partage sa structure avec le Gemstone Safari et nous partageons notre savoir-faire.

Mais revenons à notre question. Je pense que les clients seraient prêts à payer plus s'ils ont capté les avantages du produit. Par exemple si son achat leur donne meilleure conscience ou si la publicité du produit est avantageuse

pour le différencier de son concurrent. Mais l'éthique ne doit pas uniquement devenir un argument marketing. De plus, le client peut accepter une plus-value jusqu'à un certain point car notre conscience est importante mais moins que notre porte-monnaie. L'individu qui se sacrifie pour le bien de la communauté est rare. Il faut le trouver et le soutenir car en général, l'opportunisme prend le pas.

Le Fair Trade n'est pas une condition humaine de base. D'abord c'est moi, puis ma famille, puis mon clan, mon pays...ensuite vient le monde. On se voit d'abord comme entité à part. C'est l'individu qui doit faire une évolution. On doit prendre conscience que l'on fait partie de quelque chose de plus grand. Seul le client qui a fait ce chemin est capable d'apprécier. L'argument du changement ne doit pas venir de la tête mais du cœur.

Moi-même je payerais un premium seulement si le financement de la traçabilité et la création d'emplois réguliers sont sérieusement adressés et seulement si les gens qui travaillent à la vérification ne consomment pas la grosse part. Idéalement, ils devraient travailler bénévolement. Cela nécessite quelques réflexions supplémentaires si cela n'est pas contreproductif.

La marchandise n'est pas un objet qui a été produit. Par exemple les gemmes du Mozambique sont de qualité moins intéressante que celles provenant du Nigéria. J'achèterai là où je trouve la meilleure qualité au moindre prix. Personnellement, si je vois que l'argent dépensé pour une pierre change la vie des mineurs et de la communauté sur place, je serais prêt à payer plus à condition qu'à condition que les gens qui travaillent à la vérification ne consomment pas la grosse part du gâteau. Il faut donc que je sois sûr que l'argent que je verse soit dépensé pour une action durable là où la filière en a besoin. Pour que cette action soit durable, le mineur doit pouvoir compter sur un revenu régulier. Si je reviens plusieurs fois par an et lui paye un salaire régulier, il va pouvoir planifier ce qu'il fera avec son argent. Par exemple, fonder une famille car il sait qu'il va pouvoir la nourrir. Sinon, c'est le jackpot. Sans revenu régulier, il ira dépenser tout de suite ce qu'il aura gagné en bières ou ira voir une prostituée en ville.

Avec un salaire, il dépensera son argent sur place et cela contribuera à créer une économie locale. S'il va en ville pour vendre sa pierre, il retournera au village sans le sou. En plus, sur le chemin du retour, il troquera ses chaussures pour de l'alcool. Le mineur est détaché de sa famille, il ne contribue pas à son bien-être et à son développement. Et si par chance, il fait fortune, il la quittera.

Q6 : Quelles autres initiatives (traçabilité et éthique) existent actuellement ? Sont-elles fiables ?

Celles mentionnées dans le CASM meeting report de 2006. Celles de Mr Fabio Ramirez en Colombie. Le projet piétine pour manque de revenu. Celle de Madame Weingartner au Nigéria. Je m'y rendrai sur place en juin 2011 pour former des lapidaires. Il y a aussi l'initiative de SEAMIC en Tanzanie où on conseille les mineurs, on certifie les pierres à des prix raisonnables. Des conseils sont fournis aux investisseurs et des formations sont fournies dans différents

domaines. Aucune initiative de traçabilité n'est vérifiable par le client moyen. Il doit croire aux paroles des spécialistes, des porte-parole ou des équipes marketing.

Q7 : Manufacture : Voyez-vous un avantage à demander à vos fournisseurs un instrument de certification de l'origine géographique des gemmes ?

Dealers : Seriez-vous disposé à fournir à vos clients un instrument de certification de l'origine géographique de vos gemmes ?

Oui. C'est tout à fait souhaitable. Cela sera un argument de vente s'il est disponible à prix raisonnable. Ce qui manque, c'est l'instrument de « certification de l'origine géographique » fiable et vérifiable.

On cherche à connaître l'origine d'une pierre, mais l'origine précise est souvent brouillée volontairement par crainte de concurrence. Donc c'est difficile de la certifier. I have seen at the Umba Valley stones originating from Winza and also the opposit, in Winza stones from Umba. And stones from Madagascar in Tanzania etc...Stones travel so easily, buying directly at the mine is no guarantee at all. Therefore very difficult to certify without a gemmological expertise.

CIBJO specifies that the origin of cut stones should not be mentioned, as it is difficult or even impossible to be verified, if I remember well.

La Tanzanie exporte une quantité importante de cordiérite depuis que la tanzanite brute est interdite d'exportation. Le Kenya exporte de la tanzanite sans posséder des mines correspondantes. Tanzanite one entretient un atelier de taille à facettes et 15 tailleurs professionnels. Je me demande où est taillé le gros de leur production ? Une quantité importante des pierres du Mozambique traverse la frontière en douce vers la Tanzanie car il y a plus d'acheteurs là-bas. Mozambique has organised a crackdown on non licenced miners or dealers. Cela amplifie la fuite de pierres vers la Tanzanie.

Q8 : Selon vous, comment la filière d'approvisionnement en gemmes aura évolué dans 10 ans ?

Très peu. Les gemmes sont des objets trouvés et non issus d'une production de manufacture. Leur qualité ne peut être améliorée comme par exemple l'or qui subit un raffinement. Leur exploitation est un domaine extrêmement fragmenté et très difficile à contrôler.

Mais on peut penser que la prise de contrôle du territoire par les gouvernements concernés va se développer de manière à contrôler les sociétés actives. Il y aura plus de taxes sur l'exploitation minière et plus d'interdictions. Ces taxes seront investies dans des mécanismes améliorant la société comme le développement de l'infrastructure (transport, écoles...). Il faudra des contrôles plus stricts de cette filière car le produit est trop facilement transportable comparé à des armes, des déchets radioactifs ou des sacs de blé. Il passe facilement inaperçu à la douane. En Tanzanie. Les bagages des voyageurs sont systématiquement contrôlés. Comme les douaniers ne savent pas nécessairement faire la distinction entre une matière

précieuse et une matière sans valeur, le moindre caillou est confisqué. La Tanzanie a interdit l'exportation de brut pour développer la taille sur place. Résultat : les tanzanites étaient déclarées comme étant des iolites à la douane ou bien quittaient le pays pour être exportées au départ du Kenya qui touchait les taxes d'exportation. Actuellement la mine Tanzanite One ne possède que 15 lapidaires. Ils seraient incapables de tailler tout le brut sortant des mines. A Madagascar, le gouvernement a fermé ses frontières à toute exportation de gemmes brutes ou taillées, ce qui a produit une révolution car ce n'est pas le peuple malgache qui peut se payer ce type de bien.

L'évolution va être très lente. Et on a tendance à oublier et à répéter le même schéma. En plus, il est aussi nécessaire de produire des bénéfices dans son activité. On peut prendre par exemple Grafgem qui a fait faillite il y a quelques mois. Ils fournissaient des gemmes de haute qualité à l'industrie horlogère et joaillière. Ils ont développé la taille de précision en Thaïlande, un pays à basse valeur ajoutée, en créant des places de travail stables et en accordant de bons salaires. La gestion de l'entreprise était excellente. Mais ils ont perdu de vue le comportement non durable de l'industrie horlogère. Les clients de Grafgem étaient principalement les manufactures de montres et les sous-traitants des 2000 autres marques de montres suisses qui ont majoritairement fait faillite suite à la crise de 2008. La faillite de Grafgem a causé la perte d'un grand savoir-faire. Un seul lapidaire a retrouvé du travail en Suisse.

La filière est très fragmentée. Une filière non fragmentée est plus efficace. Elle est plus lente à réagir, elle doit faire des prévisions mais on ne se retrouve jamais dans le cas où on crée des fortunes un jour et on se retrouve à nouveau pauvre le lendemain. C'est un profil humain. Même dans les mines aux USA, pays riche, on observe ce comportement : ceux vivant de la main à la bouche et ceux qui planifient et prennent les responsabilités pour les autres.

Le marché sera de plus en plus globalisé donc de plus en plus fracturé. Il y aura deux tendances : Premièrement, l'accès du client à la source est de plus en plus facile grâce à Internet et aux réseaux sociaux. Le client se dirigera vers les entreprises à une seule personne ou vers des réseaux créés en fonction des besoins de l'instant. La fragmentation du marché se développera à cause de l'arrivée de clients parlant de multiples langues. Deuxièmement les entreprises qui auront fait de lourds investissements pour contrôler toute la chaîne (de la mine à la vente) auront des bénéfices concentrés (addition des bénéfices pour chaque partie de la chaîne) qui seront difficiles à concurrencer à cause de leur contrôle à chaque étape. La mécanisation limitera les places de travail et le savoir-faire ne passera plus d'une génération à l'autre. Les deux tendances feront contrepoids.

Entretien n° 2

Profil de la personne :

Age : 60-70 ans Sexe : Masculin

Situation professionnelle : Fondateur d'un label fairtrade (gemmes de couleur)

Q1 : Selon vous, les clients du bijou joailler s'intéressent-ils à la provenance des matières premières et au côté éthique de la fabrication d'un bijou (ou plutôt au prix et au design)? Quel est le profil de ceux qui s'y intéressent (niche, intellectuels, génération Y)? Quelle terminologie utilisent-ils (conflict free, équitables, éthiques) ?

Les clients du bijou s'intéressent au bijou de marque car ils ont d'abord besoin de rêver et d'exister à travers une histoire. Si le bijou est neutre, on est frustré. J'ai été expert à Drouot et j'ai eu l'occasion de voir que les gens ont besoin de connaître l'histoire d'un bijou pour se l'approprier. Ils ont besoin de savoir comment il a été fabriqué et qui l'a fabriqué. Si on a une marque, on s'attache à quelque chose qui fait exister le bijou. Sinon, l'achat est abandonné. Par rapport à l'éthique, je pense que le client est encore inconscient ou qu'il n'a pas envie de cette prise de conscience. Il existe différents types d'achats : les achats affectifs, compulsifs etc...mais pour un bijou d'une certaine valeur, il y a deux facettes : le côté affectif et ce qu'il représente aux yeux des autres. Si l'éthique est une valeur ajoutée, alors le client s'y intéressera. Lors de la foire de Bâle, j'ai discuté avec des gemmologues travaillant pour des grandes marques. Ils savent qu'ils se dirigent petit à petit vers l'éthique mais ils n'ont pas encore une grande faim. Aujourd'hui l'investisseur s'intéresse à un produit dans lequel il a une totale confiance. En période de crise, il se désintéresse à la monnaie de papier et préfère l'or. Il investit seulement s'il possède la totalité des informations sur un produit. A choisir, il se dirigera vers un produit tracé et éthique par rapport au concurrent conventionnel. Pour le diamant, on ne se pose pas la question car c'est un produit froid, représentatif d'une valeur. On prend le Rapaport report et on a son prix en fonction de sa qualité et son poids alors que la pierre de couleur représente autre chose. L'éthique devient une mode mais ce n'est pas inintéressant car l'important c'est d'y arriver. Le problème c'est qu'au niveau des marques, on en parle beaucoup mais on ne veut pas être le premier à passer le pas. Mais si l'un se lance, après cela va bouger très vite. Fair Gems Process est parfaitement bien accueilli. On nous dit souvent qu'il aurait fallu prévenir les marques avant le développement du projet. Nous avons décidé de développer le process avant de lancer la communication. Si on avait communiqué avant, on nous aurait dit : lancez d'abord votre projet.

Q2 : En quoi une plus grande prise de conscience de la part des clients pourrait-elle être un avantage pour une grande marque ?

Au niveau des clients investisseurs. Il faut récupérer l'investisseur connaisseur. On a tous envie de dire que l'on est une entreprise éthique, on ne veut pas une mauvaise image. Avec le diamant, c'est parti avec un simple film, « Blood Diamonds », mais ce film a fait bouger la De Beers !

Q3 : Comment vous représentez-vous la chaîne de valeur des gemmes de couleur (Schéma)?

Pour les grandes marques, la chaîne de valeur s'arrête aux fournisseurs. Quand on leur pose la question, elles nous disent qu'elles ont tellement de fournisseurs à Genève qu'elles ne vont jamais voir ailleurs.

En réalité, il y a un acheteur qui communique avec un négociant accrédité qui a son bureau sur la place (Place Vendôme, Genève...). Si on n'est pas passé par le négociant untel, tu n'existes pas. Par exemple, à Paris, le fils X, d'une grande famille de revendeurs, a été accrédité uniquement car son père était dans la pierre. Ici à Genève chez Y, son assistante qui achète les pierres ne les prendra que si elles sont présentées par Mr Z, qui est connu depuis toujours, même si la pierre est dix fois plus chère mais de même qualité que celle de son concurrent. Ces acheteurs sont des acheteurs de salon. J'ai du mal à fréquenter les salons. C'est très monarchique et je ne sais pas faire la cour ! Cela me rappelle une histoire. Je me suis présenté chez un client qui avait besoin d'émeraudes d'une certaine forme. Et il me prévient tout de suite qu'il ne les achètera pas à plus de 2500 \$/ct alors que je les trouve sur place à 700/800 \$/ct.

Entre la mine et le consommateur, le nombre d'intermédiaires est énorme : Au niveau de la mine, la pierre peut faire de trois à cinq mains, ensuite entre 5 et 8 mains pour arriver à Hong Kong ou Bangkok où elle sera taillée. Ensuite, il y aura encore une dizaine d'intermédiaires avant qu'elle arrive sur le marché suisse. Ensuite les joailliers indépendants font en général un coefficient de 2.8.

Q4 : Quel contrôle avez-vous actuellement sur vos filières d'approvisionnement en matières premières (Quels sont les outils de contrôle) et quelles sont vos priorités pour l'avenir? Ont-elles un coût ? Comment encourager les acteurs à changer ?

Dans mon cas, c'est Fair Gems Process qui est le contrôle. C'est le label. Notre priorité pour l'avenir c'est la modification du comportement du consommateur. Le client doit savoir ce qu'il achète et être responsable. Il doit apprendre le produit, savoir ce qu'est un corindon, quelles différentes qualités existent sur le marché et être informé des traitements potentiels. Car s'il n'est pas informé, il n'a aucun moyen de comparaison. Le client informé sur ce qu'il achète est rassuré et investit à nouveau.

Le coût d'une pierre éthique n'est pas plus cher qu'une autre car il est intégré dans le prix qui de toute façon est volatile. Cela dépend de qui le vend et de qui l'achète et du nombre d'intermédiaires. Dans les ventes aux enchères, c'est la marque qui donne la plus-value. S'il est signé, il se vendra. Les joailliers

doivent attirer une clientèle qui s'est détournée de la valeur du bijou car elle n'avait plus confiance dans la valeur intrinsèque d'investissement de celui-ci. Par exemple pour l'anniversaire de mon épouse, je vais lui acheter quelque-chose que je peux transmettre à mes enfants qui aura une valeur affective et patrimoniale. Et si j'avais de gros problèmes, je pourrais toujours revendre ce bien car je suis sûr de cet investissement. Une grosse part de cette clientèle a disparu du milieu joailler. L'éthique et la traçabilité entrent en jeu. Sans cela, c'est un peu comme si j'achetais une voiture sans garantie. Il faut donc rassurer les clients déçus de ce produit de luxe. A l'époque, un bijou représentait une valeur intrinsèque et affective certaine. Il y a là une excellente clientèle à reconquérir. Actuellement, les gens préfèrent investir dans une belle voiture plutôt que dans une pierre alors même qu'elle perd une grande partie de sa valeur à chaque instant. Regardez dans votre environnement, les femmes ne portent pas beaucoup de bijoux mais roulent avec de grosses voitures, représentatives d'une appartenance sociale, le bijou n'est plus représentatif de cette appartenance. Il faut renverser la tendance en lui rendant des lettres de noblesse.

Q5 : Dans quelles conditions serait-il nécessaire de faire payer un premium aux clients pour une matière première traçable et éthique ? Et vous, à quelle condition seriez-vous prêt à payer un premium à votre fournisseur ?

Comme je l'ai dit plus haut, cela n'est pas nécessaire de payer un premium, le prix d'une gemme dépend de qui la vend et qui l'achète.

Q6 : Quelles autres initiatives existent actuellement ? Sont-elles fiables ?

Il existe des initiatives indépendantes développées par les mines comme par exemple, nous avons Rubyfair. Des initiatives générales, il n'y en a pas. Certaines tentatives ont été réalisées sur le terrain, comme le développement de Muzo International en Colombie, entreprise qui gère l'exploitation d'émeraudes de la mine au consommateur final. Les acteurs du luxe sont encore très timides par rapport à ces initiatives. Quand on leur demande : « accepteriez-vous des pierres FairGems® ? » Ils répondent : « Pourquoi pas » mais ne le font pas.

Question subsidiaire : Peut-être ne veulent-ils pas payer plus cher ? J'ai rencontré récemment un joailler anglais qui m'a confié qu'il achetait ses pierres éthiques 3 à 4 fois plus cher que les pierres sans garantie.

Ce qui est grave c'est exploiter l'éthique à des fins commerciales. Les pierres sortant des mines fairtrade ne sont pas plus chères !

Q7 : Manufacture : Voyez-vous un avantage à demander à vos fournisseurs un instrument de certification de l'origine géographique des gemmes ?

Dealers : Seriez-vous disposé à fournir à vos clients un instrument de certification de l'origine géographique de vos gemmes ?

Oui. En tant que certificateur, c'est le consommateur qui va demander un produit de ce type car il ne sait plus à qui se confier pour avoir des informations correctes. Dans des agences de voyage, on leur dit qu'il ne faut absolument pas acheter de pierres sur place et à la bijouterie, le responsable est incapable de répondre à ses questions. En France il existe un décret de loi depuis 2002 spécifiant que le joaillier doit informer le consommateur sur l'origine de la pierre qu'il veut acheter et son traitement.

Q8 : Selon vous, comment la filière d'approvisionnement en gemmes aura évolué dans 10 ans ?

Tout dépend des pays. Par exemple au Myanmar, il y a un embargo sur l'exportation de rubis car le pays est dirigé par une junte militaire. Ces rubis sont somptueux et étaient très chers. Actuellement, on a tendance à cacher l'origine de ces pierres, car le consommateur, averti par les médias des problèmes de ce pays, ne veut pas se sentir sale quand il achète quelque chose. Il y aura sûrement une dévalue de ce produit. A Madagascar, la filière d'approvisionnement a muté. Ce pays est riche en pierres précieuses, il y a beaucoup de produits et beaucoup de corruption et de violence dans cet environnement. De nouveaux pays producteurs apparaissent comme la Zambie pour l'émeraude et le Mozambique pour le rubis mais la situation est la même qu'à Madagascar. Pour la Tanzanie, c'est la même chose. On retrouve très souvent dans les lots de bruts 50% de synthétiques Verneuil ou Chatam car les acheteurs ne sont pas des gemmologues. La confiance se liquéfie dès lors. La certification permettra de rassurer les acheteurs aussi. Récemment, on a vu apparaître dans de grandes maisons de la Place Vendôme des rubis composites de 10ct et plus sur des parures. Il faut donc faire attention.

Entretien n° 3

Profil de la personne :

Age : 55-65 ans Sexe : Masculin

Situation professionnelle : Un cadre dirigeant d'une grande maison horlogère.

Q1 : Selon vous, les clients du bijou joailler s'intéressent-ils à la provenance des matières premières et au côté éthique de la fabrication d'un bijou (ou plutôt au prix et au design)? Quel est le profil de ceux qui s'y intéressent (niche, intellectuels, génération Y)? Quelle terminologie utilisent-ils (conflict free, équitables, éthiques) ?

Je ne pense pas. Ils s'intéressent plutôt aux prix et au design. Normalement, dès que le vendeur a affaire à un client difficile, ou que l'un des employés rencontre un journaliste cela remonte vers moi

Q2 : En quoi une plus grande prise de conscience de la part des clients pourrait-elle être un avantage pour une grande marque ?

Je ne sais pas.

Q3 : Comment vous représentez-vous la chaîne de valeur des gemmes de couleur (Schéma)?

Il y a d'abord les intermédiaires, les grossistes, les tailleurs et les clients. La pierre de couleur est différente du diamant. Il est facile pour le diamant de choisir 5 fournisseurs certifiés car finalement ils proposent des produits de même nature. Pour la pierre de couleur, c'est différent. Le nombre de fournisseurs est indéfini car cela dépend de ce que l'on cherche, de la couleur que le designer décide d'apporter à sa création. Il faut une multitude de sources et donc de fournisseurs. Au niveau de la valeur, de la mine au négociant en brut, il y a un facteur 100. Ensuite il y a un facteur X2 jusqu'à la taille (achat, négoce, taille). On rajoute un facteur X2 jusqu'à la fabrication. De la mine au produit fini, on a donc un facteur 400. En plus toutes les pierres de couleur ont doublé de prix depuis la crise.

Q4 : Quel contrôle avez-vous actuellement sur vos filières d'approvisionnement en matières premières (Quels sont les outils de contrôle) et quelles sont vos priorités pour l'avenir? Ont-elles un coût ? Comment encourager les acteurs à changer ?

Nos contrôles sont nos gemmologues internes et les laboratoires de certification comme Gübelin, la SSEF ou le GIA. Uniquement les grosses pierres sont contrôlées en laboratoire car le coût est très cher. Nous avons les codes de conduite pour nos fournisseurs. L'auditeur a demandé de remonter la

filière pour limiter les risques. Dans notre code, nous demandons aux fournisseurs de contrôler les leurs au moyen d'audits. Nos priorités pour la pierre de couleur, on n'a pas le choix, c'est de remonter le contrôle du risque. Notre assurance c'est l'application des standards du RJC et de sa chaîne de garantie. C'est la SGS, la société générale de surveillance, qui s'occupe de l'audit. Nous les payons pour contrôler nos fournisseurs et ces mêmes fournisseurs doivent vérifier leur sourcing qui devra, à son tour accepter d'être audité. Chacun doit donc valider son fournisseur. Les grandes maisons peuvent se permettre ces coûts (il faut compter 2500 CHF par audit), pour les petites entreprises c'est plus difficile. Mais il y a une solution, c'est la mutualisation. On a un système de partage des données où l'on retrouve tous les audits des fournisseurs. Quand un fournisseur est black listé par une entreprise, c'est l'information est directement accessible aux autres. C'est la SEDEX qui gère ces listes.

Q5 : Dans quelles conditions serait-il nécessaire de faire payer un premium aux clients pour une matière première traçable et éthique ? Et vous, à quelle condition seriez-vous prêt à payer un premium à votre fournisseur ?

Le client ne voudra pas payer de premium. Car le client qui achète un bijou de marque achète la qualité parfaite, la bonne origine géographique et l'éthique. La marque lui fournit la garantie d'un bijou parfait. Mauboussin lui, vend de la merde en disant que c'est de la marque et que les grandes marques sont trop chères. La conclusion, c'est qu'il va disparaître.

Q6 : Quelles autres initiatives existent actuellement ? Sont-elles fiables ?

Garrard vend des bijoux éthiques et aussi FTJCo, des joailliers anglais. Et le standard RJC a été consacré meilleur standard par l'ONG Solidaridad car c'est le seul qui inclut toute la chaîne. Il a été comparé à ceux développés par le World Gold Council et l'IRM par exemple.

Q7 : Manufacture : Voyez-vous un avantage à demander à vos fournisseurs un instrument de certification de l'origine géographique des gemmes ?

Dealers : Seriez-vous disposé à fournir à vos clients un instrument de certification de l'origine géographique de vos gemmes ?

Oui pour les grosses pierres de couleur. Pour les petites, on n'a pas de certificat.

Q8 : Selon vous, comment la filière d'approvisionnement en gemmes aura évolué dans 10 ans ?

Je n'en sais rien.

Entretien n° 4

Profil de la personne :

Age : 45-55 ans Sexe : Masculin

Situation professionnelle : Expert en gemmologie.

Q1 : Selon vous, les clients du bijou joailler s'intéressent-ils à la provenance des matières premières et au côté éthique de la fabrication d'un bijou (ou plutôt au prix et au design)? Quel est le profil de ceux qui s'y intéressent (niche, intellectuels, génération Y)? Quelle terminologie utilisent-ils (conflict free, équitables, éthiques) ?

Je sais que certaines entreprises sont sensibilisées. J'ai déjà reçu des remarques des responsables des achats. Mais je ne pense pas que le particulier le soit. Celui qui l'est n'achète pas de bijoux. Il dit, « je n'achète pas de bijoux ni de pierres précieuses parce que... ». Chez le client, il n'y a pas de situation où il veut acheter un bijou en demandant des comptes.

Q2 : En quoi une plus grande prise de conscience de la part des clients pourrait-elle être un avantage pour une grande marque ?

Cela pourrait être un argument commercial. Il y a de grandes marques qui se donnent du mal, qui se sentent concernées par l'écologie et le commerce équitable.

Q3 : Comment vous représentez-vous la chaîne de valeur des gemmes de couleur ?

Aujourd'hui, il existe différents types de chaînes.

Le premier type, c'est l'établissement dans un pays producteur d'un acheteur qui concentre tout ce qui peut se trouver et qui ensuite le propose avec peu d'intermédiaires à la vente en Occident. Il achète à des petits producteurs travaillant dans des conditions difficiles, très souvent exploités. Mais c'est considéré comme légitime que l'acheteur achète à des prix les plus bas possible pour revendre sa marchandise à des prix élevés au détriment du petit producteur.

Le deuxième type, ce sont de grandes exploitations comme Belmont ou Tanzanite one qui mettent des lots importants sur le marché et passent soit par des grossistes soit les vendent directement aux manufactures. Ici, le bien-être des mineurs passent par les règles sociales de l'entreprise.

Il faudrait que le petit producteur vende sa production de manière plus directe aux manufactures ou grossistes. Pour cela, ils doivent s'organiser en coopératives. Il y a un exemple, la coopérative de rubis de Vatomandry à Madagascar qui a été mise en place par cet américain, je ne me souviens plus de son nom, qui a fondé l'école de gemmologie de Madagascar. Vatomandry est une région emblématique. Tetezampaho est à quatre jours

de marche de Vatomandry en pleine forêt pluviale. L'accès y est très difficile. Au bout du troisième jour de marche, on est arrivé dans un village où les enfants présentaient des symptômes de malnutrition. Ils avaient de gros ventres et des cheveux clairs. C'est le far ouest là-bas. On s'est retrouvé au milieu de nulle part dans un village avec des débits de boissons et des prostituées un peu partout et où des milliers de personnes sont arrivées pour creuser et trouver des rubis. Les mineurs sont organisés en coopération mais ce système a souffert là-bas car c'est le chef du village qui est à la tête de l'organisation. Il possède les droits coutumiers. Ce ne sont pas les mineurs qui bossent qui sont bénéficiaires mais le chef. La coopération n'enrichit absolument pas la région. De plus ces populations ne veulent pas toucher à l'aide alimentaire de l'ONU pour des raisons de superstition. Ils préfèrent mourir de faim et de soif.

Madagascar est le terrain de jeu de tous les rapaces. Tout le monde veut s'emparer des richesses que les natifs connaissent mal. A Ilakaka, on achète à des petits mineurs des saphirs ou de la tourmaline que l'on paye 10X ou 100X moins cher, cela dépend du niveau de détresse du mineur. On commence à trouver des diamants dans cette région et je sais qu'ils ont été achetés à des mineurs comme étant du zircon ! Le très démocratique internet accentue les disparités car le premier acheteur, qui possède internet a toutes les informations sur la valeur des pierres alors que le mineur pas. La marchandise est donc revendue plus chère par cet acheteur qui ne se situe qu'en première ligne. Il faudrait que le mineur revende sa matière un peu plus chère et que l'acheteur accepte aussi de la payer plus chère. De cette manière les différences diminueront d'un niveau à l'autre. La solution pour sortir de cette situation est l'éducation des mineurs. Ils doivent apprendre à reconnaître la matière et à évaluer sa valeur.

Il faut savoir que les marchands sri-lankais payent à moitié en riz et à moitié en valeur. S'ils achètent quelque-chose 100 cela leur coûtera 75 car ils payent 50% en liquide et 50% en riz dont ils font un bénéfice. Ils font donc de la concurrence aux épiciers locaux et tiennent les gars par l'alimentation. Ces marchands chauffent les pierres sur place de manière à les vendre plus cher. Tout le système est corrompu. En plus les policiers reçoivent des « backchich » sinon ils ferment l'exploitation. Le pillage des biens nationaux est organisé. Tu peux sortir de Madagascar tout ce que tu veux (du brut, du taillé etc...). Il suffit de payer 500\$ à un responsable du ministère des mines, donc un gars du gouvernement, qui se déplace en personne à l'aéroport pour t'accompagner à la porte d'embarquement avec ta marchandise. Tu donnes 50\$ au douanier et le tour est joué.

La première chose à faire est donc l'éducation des mineurs et des sociétés. Il faut mettre en place une structure d'exploitation des richesses la plus équitable possible de manière à ce que tous les acteurs de la chaîne y gagnent, de la mine à la manufacture.

Question subsidiaire : Quel est le nombre d'intermédiaires entre la mine et la manufacture ?

Il peut y avoir 10 à 20 intermédiaires. Ils sont principalement concentrés sur la première moitié de la chaîne, entre le mineur et les premiers importateurs.

Je reviens sur le chef du village qui vend lui-même la production des mineurs. Il est sensé rapporter ces gains à la coopérative. Mais si un acheteur arrive directement chez le chef, sans passer par cette structure, très souvent, on ne revoit plus cet argent. C'est un système féodal où le mineur n'a aucun droit. Pourtant ce chef a une responsabilité administrative à l'égard du gouvernement malgache. Il devrait y avoir une transparence du prix de vente à la coopération mais cela ne marche pas. Et je ne vois aucun exemple de coopération où cela marche comme sur des roulettes.

Q4 : Quel contrôle avez-vous actuellement sur vos filières d'approvisionnement en matières premières (Quels sont les outils de contrôle) et quelles sont vos priorités pour l'avenir? Ont-elles un coût ? Comment encourager les acteurs à changer ?

Les manufactures n'en n'ont pas ! Ils n'ont pas le moyen de contrôler !

Question subsidiaire : Et les codes de conduite et les audits ?

Un audit c'est une vérification de principes théoriques basés sur des structures théoriques qui commence à la frontière des pays riches, là où on en a le moins besoin ! Dans les pays riches, il n'y a pas de problèmes humains, c'est à la mine qu'il y en a !

Les diamants bruts ne passent pas en Suisse sans Kimberley Process. En France, oui car les Français sont bien implantés en Afrique. Si des diamants bruts sont certifiés KP, c'est qu'ils ont satisfait aux critères des audits. Un KP coûte environ 30 000 à 50 000 \$. Mais tu peux l'acheter en « backchich ». Que va faire l'auditeur ? Il va se baser sur le papier mais ne pourra jamais contrôler ce qui s'est passé en amont. De plus il ne se déplacera jamais à la mine à cause des difficultés, du manque de sécurité existant sur le terrain (mines artisanales) et de l'impossibilité d'avoir la certitude de l'origine du gisement des pierres documentées. Cet auditeur sait très bien qu'en amont rien ne valide ce certificat. J'ai parlé à un ami auditeur, je sais ce que c'est. Les sociétés d'audit ne peuvent que valider ce qui se passe à partir de la frontière occidentale, comme par exemple ce qui se passe à la manufacture. Mais le problème se trouve en dehors, en amont de cette frontière. Aucun auditeur ne viendra à Madagascar, sur le site de Tetezampaho contrôler si le chef rend bien l'argent à la coopérative. Les entreprises occidentales balayent devant leur porte, c'est du décor. Les actes doivent s'étendre aux pays producteurs.

Et je le redis, il faut mettre en place un système d'éducation qui pourrait être subventionné par une organisation internationale telle que l'ONU, soutenue par les gouvernements. Car tous les acteurs doivent trouver de quoi vivre. Les marques devraient appuyer ces projets en faisant du Branding.

Q5 : Dans quelles conditions serait-il nécessaire de faire payer un premium aux clients pour une matière première traçable et éthique ? Et vous, à quelle condition seriez-vous prêt à payer un premium à votre fournisseur ?

Ce n'est pas au client à payer, ce sont les entreprises qui doivent le faire. C'est un petit pourcentage de leur budget consacré à la publicité. Quand il y a eu le ban en Sierra Leone, des petits avions partaient des pays limitrophes de la Sierra Leone. Atterraient en Sierra Leone et redécollaient pour arriver à destination, chargés de...Les frontières n'ont aucune étanchéité.

Q6 : Quelles autres initiatives existent actuellement ? Sont-elles fiables ?

Je ne connais que celle de l'ICA.

Q7 : Manufacture : Voyez-vous un avantage à demander à vos fournisseurs un instrument de certification de l'origine géographique des gemmes ?

Dealers : Seriez-vous disposé à fournir à vos clients un instrument de certification de l'origine géographique de vos gemmes ?

Oui mais d'un point de vue douanier c'est ridicule. L'origine douanière d'une matière est soit le pays d'extraction, soit le pays où le pays a subi deux transformations majeures. Par exemple, si on importe des saphirs bruts en Thaïlande, qu'on les chauffe et qu'on les taille là-bas, les saphirs deviennent thaïlandais. C'est l'origine de l'extraction qui est importante ! Il faudrait développer une structure internationale indépendante comme interlocuteur valable pour les gouvernements car il ne faut pas l'oublier, le marché de la pierre de couleur (+ le diamant artisanal) est une industrie mondiale. J'ai un client brésilien qui a acheté des diamants bruts aux indiens Garimpeiros dont un de couleur intense green. Je ne suis pas sûr que l'indien ait retiré un vrai bénéfice. Que ferait-il de cet argent. Il n'a même pas de compte en banque pour le déposer et le mettre à l'abri. Ces mineurs doivent apprendre à vendre en gros, à des tarifs réguliers de manière à avoir un travail régulier et faire vivre leurs familles et ne pas vivre sur la chance de trouver aléatoirement une pierre et être obligé de la revendre à un bas prix car il a besoin de cet argent pour ne pas mourir de faim. Evidemment, les acheteurs n'ont aucun intérêt à voir se développer un tel système.

Revenons à la certification d'origine géographique :

D'abord, pour la plupart des gemmes de couleur, on peut confirmer une origine géographique. Cela se fait pour le saphir, le rubis, l'émeraude, la spinelle, l'alexandrite mais pas encore pour les béryls autres que l'émeraude. Le coût des recherches dépasserait celui de la valeur des pierres. Pour un gisement d'émeraudes en Colombie, on peut différencier les trois zones d'extraction. A leur tour elles présentent des différences par rapport aux gisements de Piteiras et de Zambie. Les meilleures émeraudes pour

l'horlogerie, qui doivent être taillées en baguettes de petite dimension, sont les émeraudes du Pakistan (gisement de Swat) car ce sont des petits bruts de couleur intense. Les émeraudes du Panshir en Afghanistan sont très appréciées. Mais il ne faut pas oublier que le lapis lazuli a apporté des millions de dollars aux Talibans. Pour d'autres gisements, l'origine géographique est déterminée au moins au niveau du pays. Pour les rubis, on peut faire la distinction entre Mogok et Mongsu en Birmanie. On peut rappeler l'embargo contre ces rubis dont les ventes profitent à la junte militaire gouvernant le pays. Cet embargo a causé plus de mal au niveau des petits tailleurs en Thaïlande qui se retrouvent sans boulot car les ventes ont chuté. Maintenant, les horlogers achètent leurs rubis au Mozambique qui souffre de la même situation de corruption et de violence que Madagascar. L'embargo n'est donc pas une solution. Il ne faut rien faire de restrictif, que de l'éducatif. L'industrie occidentale doit dire qu'ils achètent des pierres qui ont une origine certifiée. Par contre les chinois s'en foutent et achètent les gros rubis à la junte. Les petites pierres qui faisaient vivre beaucoup de monde, elles, ne sortent plus car les industries occidentales ne les achètent plus. Parfois, les rubis de Mogok se vendent comme des Vietnam. Mais attention ils sont reconnaissables. Le saphir du Kashmir se distingue aussi de celui de Madagascar, qui est dix fois moins cher. On voit donc aussi l'intérêt financier d'un tel certificat. C'est une plus-value. Pour le diamant, l'origine géographique ne peut pas encore être déterminée. Mais un jour ce sera le cas. Pour rappel l'industrie du diamant donne du travail à des millions de tailleurs. Cette industrie a été touchée il y a quelques années par le scandale des diamants de sang qui ne constituaient qu'une petite proportion de la production mondiale. Le client final doit être critique par rapport aux informations populaires se basant sur l'émotion !

Des laboratoires comme Gübelin, le GIA ou Gemtechlab ont des bases de données qui permettent l'analyse. C'est un organisme neutre qui fournirait un rapport de conformité. A l'importation, un bon laboratoire pourrait travailler en routine sur l'origine géographique. Pour créer une base de données il faut 15 jours de travail, ce qui fait environ 30 000 CHF de coûts. Un gars partira à la mine effectuer les prélèvements fiables, un autre effectuera les manipulations pour obtenir les spectres des échantillons. Le service coûterait quelques centaines de francs aux boîtes. Beaucoup d'entreprises ne sont pas informées en raison du manque de communication de la part des laboratoires pour une question de protection du know how. Mais c'est faisable ! Les entreprises devraient faire la demande de ce certificat à leurs fournisseurs.

Q8 : Selon vous, comment la filière d'approvisionnement en gemmes aura évolué dans 10 ans ?

Rien ne changera si personne ne se mobilise. Il y aura toujours des gisements découverts dans des endroits perdus et des mouvements de gens vers ces sites qui se feront exploités. Si en Suisse, on trouvait un gisement de rubis dans un canton, l'exploitant devrait payer des taxes à la commune qui

reviendraient à la communauté. A Madagascar, les gens viennent de partout pour piller les richesses des locaux qui ne bénéficient de rien. En mettant une structure en place, les bénéfices seraient récupérés par la communauté locale. Il pourraient se développer un petit bled avec un point d'eau potable, une école. On pourrait développer l'agriculture et d'autres métiers artisanaux....Les gens vivraient mieux. Mais pour cela, il faut une gestion du prix de la matière de manière équitable.

Une solution c'est l'intégration verticale. Le gouvernement impose à l'exploitant de développer l'infrastructure autour de la mine comme par exemple, développer des voies d'accès, un centre de soins, installer l'électricité et des pompes à eau...

Des auditeurs indépendants spécialisés, pas théoriques, mais plutôt du style baroudeur, devraient venir contrôler le développement sur place. Je pense aux retraités du BRGM. Ces entreprises pourraient bénéficier de l'aide d'ONG, pourquoi pas.

Question subsidiaire : Oui mais on voit ce qui s'est passé avec Muzo International. Ils ont mécanisé la production et conséquence : beaucoup de mineurs ont perdu leur job.

Il ne faut surtout pas mécaniser ! Seul un mineur sait exactement où chercher quand il trouve un indice telle qu'une veine productive. Le tri devrait être à nouveau effectué à la main. Il faut rester artisanal.

Pour l'or, des entreprises devraient acheter l'or pas pur aux garimpeiros et effectuer l'affinage eux-mêmes pour éviter d'utiliser le mercure pour l'extraction. Il faudrait imposer une taxe internationale de 1/1000 de sa valeur sur l'or.

Entretien n° 5

Profil de la personne :

Age : 25-35 ans Sexe : Masculin

Situation professionnelle : Diamantaire (tailleur)

Q1 : Selon vous, les clients du bijou joailler s'intéressent-ils à la provenance des matières premières et au côté éthique de la fabrication d'un bijou (ou plutôt au prix et au design)? Quel est le profil de ceux qui s'y intéressent (niche, intellectuels, génération Y)? Quelle terminologie utilisent-ils (conflict free, équitables, éthiques) ?

Il y a eu deux films, Lord of War et Blood Diamond qui ont influencé les consommateurs. Des stars comme Leonardo de Caprio ont annoncé qu'ils n'achèteraient plus de diamants. J'ai vu un reportage sur l'origine des minerais utilisés pour la fabrication des portables qui m'a marqué. Internet permet aussi d'en savoir de plus en plus sur ce qu'on achète. Je ne pense pas que les personnes plus sensibles à ce type d'information soient d'un niveau social ou intellectuel différent. Cela dépend de la sensibilité personnelle. C'est comme l'écologie. On peut être riche et écolo.

Q2 : En quoi une plus grande prise de conscience de la part des clients pourrait-elle être un avantage pour une grande marque ?

C'est l'avantage concurrentiel. Mais maintenant, tout le monde le fait dans le diamant. L'avantage se situe plutôt au niveau d'une protection potentielle en cas d'attaque. Au départ, la De Beers s'est protégée ensuite les joailliers ont suivi. C'est comme le cas de la vache folle. C'est quand il y a eu des problèmes que l'on a décidé qu'il fallait régler le problème par la traçabilité des vaches.

Q3 : Comment vous représentez-vous la chaîne de valeur des gemmes de couleur (Schéma)?

Il y a deux types de chaînes dans le diamant.

D'une part, on a les gros industriels qui remontent le diamant directement dans leur filière jusqu'à Anvers par exemple. D'autre part, nous avons le cas de la Sierra Leone. L'état ne mine pas directement. Il accorde des concessions à des familles qui doivent avoir une licence d'exploitation et une licence d'exportation. La même personne peut avoir les deux licences. Elle peut elle-même miner ou acheter au mineur et exporter. Ce sont des libanais de deuxième ou de troisième génération qui tiennent une grosse partie de l'exploitation. Les mineurs arrivent très tôt le matin apporter les diamants aux libanais pour les vendre à un bas prix. Pendant la saison humide, l'extraction n'est pas possible car tout est inondé. Les libanais nourrissent les mineurs pendant cette période. Il est impossible de savoir si les diamants apportés par

les mineurs aux libanais viennent de la mine en question ou d'ailleurs. Moi même, à plusieurs reprises, j'ai vu des diamants du Zimbabwe qui, dans ce cas particulier, sont reconnaissables de par leur couleur brun-noirâtre et la forme du brut roulé. Normalement, au bureau d'exportation, le GDO, ils sont bloqués.

Donc, si on a une licence d'achat et d'exportation, on achète directement au mineur, on passe au GDO qui prend un pourcentage de la valeur du lot. C'est le GDO qui délivre le Kimberley Process Certification. Mon expérience m'a montré qu'il suffit d'être accompagné de quelqu'un qui possède la licence d'achat et d'exportation (cela doit être un résident) pour sortir des diamants du pays. Il suffit de leur payer un « backchich » et de faire de bonnes relations dès son arrivée et leur payer quelques bouteilles de Whisky.

Cela commence d'ailleurs dès notre arrivée. Pour être mis en contact avec les mineurs, il faut allonger. Si l'on n'allonge pas assez, le mieux c'est de rentrer chez soi. On ne peut rien faire. Le premier jour, il fallait faire sortir de l'argent de la banque pour le gars détenant la licence. On a traversé le pays avec de l'argent cash dans nos poches. C'était assez Cow Boy surtout que l'on n'était pas sûr de faire du business. Les gens qui sont venus vendre leurs diamants ont montré de la marchandise de mauvaise qualité à un prix trop élevé qui était deux fois celui d'Anvers. On s'est fait avoir. On a beaucoup investi et on n'a pas eu les bons prix. Pour obtenir un prix juste, il faudrait être permanent sur place mais les libanais veillent à ce que l'on ne pique pas leur place, gagnée depuis des générations.

Après le contrôle du GDO, les diamants quittent le pays et peuvent se retrouver soit en Inde, ou à Anvers ou à Tel Aviv. Ils peuvent être revendus bruts à d'autres intermédiaires ou à des tailleurs. En tant que tailleur, mon seul devoir est de demander le Kimberley Process. Et tout le monde n'est pas dans la mesure de le fournir. Je refuse alors la pièce. Ensuite des intermédiaires se succèdent jusqu'à l'arrivée en manufacture.

Q4 : Quel contrôle avez-vous actuellement sur vos filières d'approvisionnement en matières premières (Quels sont les outils de contrôle) et quelles sont vos priorités pour l'avenir? Ont-elles un coût ? Comment encourager les acteurs à changer ?

Le seul contrôle que les manufactures ou joailliers ont, c'est la confiance en leurs fournisseurs qui certifie sur l'honneur l'origine de leurs diamants.

Connais-tu la certification RJC pour la chaîne de garantie du diamant ?

Non, je ne connais pas.

C'est une certification basée à chaque niveau de la chaîne sur un contrat (un code de conduite) signé entre le client et le fournisseur garantissant l'origine éthique des matières premières. Chaque fournisseur s'engage à respecter ce code et doit accepter un audit effectué par une organisation indépendante.

Cela me paraît irréel. Cartier commande chaque année des dizaines de millions de carats de pierres de 1.2 mm de diamètre. Cette quantité doit obligatoirement venir de partout dans le monde. Il y a des pierres d'Afrique du Sud, d'Afrique de l'est, du Canada etc... Aller faire des audits pour remonter toutes ces filières jusqu'à la mine, c'est inconcevable. Il faudrait des centaines de personnes pour effectuer ce travail. Je pense que cette certification est plutôt un argument marketing. Cela paraîtra bien au consommateur final mais dans la chaîne cela paraît dur à mettre en place. En plus, si vous combinez Cartier et Tiffany, je ne vous dis pas....

J'ai vu récemment un reportage à la télé filmant un sight. On voyait clairement le sightholder recevoir son sight et l'étaler en fonction de différentes origines géographiques.

Cela me paraît bizarre, car les bruts sont triés en pureté/couleur et il est connu que les sights sont d'origine mixte. En tout cas, moi, je ne pourrais jamais certifier qu'un diamant vient de telle ou telle origine, même s'il est exporté d'un pays non conflictuel. Ce diamant est pourtant arrivé légalement en Suisse. Ce qui fait faire des détours dans cette industrie, c'est un mélange de politique, de confiance et l'appât du gain. De toute façon, plus vous rentrez dans le moule, moins vous avez de marge et cela vous fait travailler encore plus dur. Vous ne trouvez pas cela bizarre que la De Beers, qui possédait 80% du marché mondial du diamant avant le Kimberley Process, se retrouve, au moment de la création du KP avec autant de diamants certifiés KP ? Alors que l'histoire a prouvé que ses membres étaient de vrais cow-boys, n'hésitant pas à tuer des membres de la concession d'à côté ! Tant que vous n'avez pas trouvé vos diamants vous-mêmes ; tant que vous ne les avez pas taillés vous-même, vous n'aurez aucune certitude !

Quelles sont les priorités ?

Les pays devraient s'occuper eux-mêmes de la production. Certains pays sont riches de sol et les gouvernements sont achetés. C'est dommage car s'ils contrôlaient eux-mêmes cette industrie, ils pourraient créer des emplois et développer leur pays. Je pense qu'il n'y a pas de solution à court terme. Même les industriels achètent les belles pierres aux mineurs indépendants qui ne connaissent pas la valeur réelle de leurs diamants. Souvent, ils la surévaluent car ils ont été roulés pendant des années. Ce qui fait le prix, c'est la rareté et la demande. Le diamant rond subit une forte demande. C'est la raison pour laquelle il a une plus-value de 15 à 20% sur les fancy shapes malgré une perte considérable de poids à la taille (entre 40 et 50%). Le Kimberley Process ne change en fait rien à la situation car tout le monde a maintenant trouvé une combine.

Q5 : Dans quelles conditions serait-il nécessaire de faire payer un premium aux clients pour une matière première traçable et éthique ? Et vous, à quelle condition seriez-vous prêt à payer un premium à votre fournisseur ?

Q6 : Quelles autres initiatives existent actuellement ? Sont-elles fiables ?

A part le Kimberley Process, je n'en connais pas. Il faudrait le développer car c'est devenu une contrainte actuellement.

Q7 : *Manufacture* : Voyez-vous un avantage à demander à vos fournisseurs un instrument de certification de l'origine géographique des gemmes ?

Dealers : Seriez-vous disposé à fournir à vos clients un instrument de certification de l'origine géographique de vos gemmes ?

Pour le diamant, cela ne s'applique pas.

Q8 : Selon vous, comment la filière d'approvisionnement en gemmes aura évolué dans 10 ans ?

La filière d'approvisionnement est comme ça depuis toujours. Les mineurs artisanaux ne disparaîtront pas dans l'immédiat. Il y aura toujours des concessions à prendre. Cela dépend de la politique des pays. S'ils donnent des licences ou pas. En Afrique, les gouvernements changent tellement rapidement. On le voit actuellement en Côte d'Ivoire. Ensuite il y a l'Afrique du Nord. Il y a aussi des mineurs qui creusent leurs propres terrains sans licence car cela coûte trop cher.

Entretien n° 6

Profil de la personne :

Age : 30-40 ans Sexe : Féminin

Situation professionnelle : Gemmologue pour un laboratoire d'analyse.

Q1 : Selon vous, les clients du bijou joailler s'intéressent-ils à la provenance des matières premières et au côté éthique de la fabrication d'un bijou (ou plutôt au prix et au design)? Quel est le profil de ceux qui s'y intéressent (niche, intellectuels, génération Y)? Quelle terminologie utilisent-ils (conflict free, équitables, éthiques) ?

Les clients intéressés par la provenance des matières premières le sont pour des soucis financiers pas éthiques (les saphirs du Kashmir sont dix fois plus chers que ceux de Madagascar). Après, les gens n'en parlent pas. C'est un sujet tabou. On ne parle jamais des conditions d'exploitation des mineurs et des tailleurs. Ce qui les intéresse, c'est le prix de la pierre.

Q2 : En quoi une plus grande prise de conscience de la part des clients pourrait-elle être un avantage pour une grande marque ?

J'imagine que ce qu'ils attendent, c'est un avantage financier et de redorer leur image si la filière pouvait garantir une éthique de production.

Q3 : Comment vous représentez-vous la chaîne de valeur des gemmes de couleur?

Il y a le mineur, l'exploitant de la mine qui vend à un fournisseur en gros, ensuite il y a traitement éventuel des bruts. Les pierres partent ensuite à la taille. Elles retournent vers ce marchand en gros ou un autre qui les vend à un détaillant. Elles passent par plusieurs intermédiaires avant d'être certifiées éventuellement. Ensuite le négociant sur place propose ses pierres à la manufacture de joaillerie.

Q4 : Quel contrôle avez-vous actuellement sur vos filières d'approvisionnement en matières premières (Quels sont les outils de contrôle) et quelles sont vos priorités pour l'avenir? Ont-elles un coût ? Comment encourager les acteurs à changer ?

Aucun contrôle, j'en suis sûre, sur les pierres de couleur. Pour le diamant, il y a la régulation par la De Beers et le Kimberley Process.

Q5 : Dans quelles conditions serait-il nécessaire de faire payer un premium aux clients pour une matière première traçable et éthique ? Et vous, à quelle condition seriez-vous prêt à payer un premium à votre fournisseur ?

Les coûts devraient être répartis de manière équitable sur toute la chaîne.

Q6 : Quelles autres initiatives existent actuellement ? Sont-elles fiables ?

Il y a Muzo International qui communique en mettant en avant le côté éthique de l'exploitation des émeraudes sur leur mine.

Il y a l'exemple des filières de l'or et des diamants qui commencent à être plus éthiques mais je ne pourrais pas citer de cas particulier.

Sont-elles fiables ? Je trouve que c'est de l'esbroufe. C'est de la poudre aux yeux. C'est plus pour se racheter une bonne conscience que pour faire des choses bien. Jusqu'à ce qu'on me prouve le contraire. Alors je serais très contente !

Q7 : *Manufacture* : Voyez-vous un avantage à demander à vos fournisseurs un instrument de certification de l'origine géographique des gemmes ?

Dealers : Seriez-vous disposé à fournir à vos clients un instrument de certification de l'origine géographique de vos gemmes ?

Je ne pense pas que ce soit nécessaire. Si on parle d'éthique et de commerce équitable, c'est pas une certification d'origine géographique qu'il faut mettre en place mais un partenariat ou une sorte de contrat d'éthique entre les différents acteurs. Cette charte éthique est plus importante qu'une certification. Il faut une confiance mutuelle formalisée par un contrat.

Question subsidiaire : Avez-vous confiance en un contrat ?

Soit tu fais confiance au système papier, soit tu vas pêcher ton poisson toi-même, ou ici ta pierre. Mais il faudrait un audit indépendant qui contrôle chaque étape pour certifier une traçabilité.

Q8 : Selon vous, comment la filière d'approvisionnement en gemmes aura évolué dans 10 ans ?

Dix ans me paraissent un délai court pour qu'il y ait des progrès significatifs. A moins que tout le monde s'y mette. Mais je crains que tous les acteurs ne soient pas prêts à franchir le pas. Le problème c'est que ce sont les pays industrialisés qui décident. Si je dois donner mon avis, je pense que c'est le large scale qui va l'emporter. On va maintenant de consortiums en conglomérats et l'avenir de la pierre de couleur est dans les grandes exploitations.

Entretien n° 7

Profil de la personne :

Age : 40-50 ans Sexe : Féminin

Situation professionnelle : Cadre dirigeant pour une grande marque joaillière.

Q1 : Selon vous, les clients du bijou joailler s'intéressent-ils à la provenance des matières premières et au côté éthique de la fabrication d'un bijou (ou plutôt au prix et au design)? Quel est le profil de ceux qui s'y intéressent (niche, intellectuels, génération Y)? Quelle terminologie utilisent-ils (conflict free, équitables, éthiques) ?

Cela dépend du domaine. Pour les diamants, le film Blood Diamond avec Leonardo De Caprio en vedette a eu une répercussion. Sinon, les gens ont une idée vague de la question. De notre côté, on a enregistré peu de demandes client suite au film. En tout cas, pas autant que l'on pensait. D'un autre côté, on observe un changement de mentalité. Les gens s'intéressent plus à la provenance de ce qu'ils achètent. Mais cela ne s'étend pas à tous les produits. Les gens sont peut-être de plus en plus informés, on parle beaucoup plus de commerce équitable, ils sont plus axés sur les valeurs universelles qu'ils intègrent dans leurs processus de décision d'achat. Cela n'a pas été vérifié statistiquement. Quand les gens viennent chez nous, ils partent du principe que le nom offre un minimum de garantie sur les mesures prises au niveau de la chaîne d'approvisionnement pour minimiser le risque. Pour les diamants, c'est évident. Notre philosophie est de faire en sorte que la valeur d'un bijou ne soit pas uniquement limitée à l'objet ou aux matières premières qui le composent. Sa valeur, c'est une partie quantitative et une partie invisible qui est faite de principes et de règles qui visent à augmenter la qualité du bijou. Pendant toute la chaîne de valeur, les différents acteurs ont respecté les valeurs environnementales, sociales et éthiques de notre maison.

Q2 : En quoi une plus grande prise de conscience de la part des clients pourrait-elle être un avantage pour une grande marque ?

Pour nous cela ne changera pas. Nous essayons déjà d'intégrer ces valeurs. Ce sont les mêmes principes qui nous guident dans l'application des principes dans les différentes chaînes de valeur, que ce soient celles des métaux précieux, du diamant ou des pierres colorées. Quoi qu'il en soit, la prise de conscience du client doit être importante pour faire changer les choses. J'ai une petite histoire à raconter à ce sujet. Cette année, à la foire de Bâle, je suis passée devant une vitrine d'un vendeur qui exposait des rubis de Birmanie. Leur origine était clairement indiquée. Que ce soit affiché aussi ouvertement montre que l'on est encore loin du but ! Nous sommes l'un des membres fondateurs du RJC qui a été créé pour élever le standard de

l'industrie. L'idée c'est d'agir collectivement, que tout le monde applique les mêmes principes pour éliminer à terme ceux qui ne respectent pas l'éthique.

Q3 : Comment vous représentez-vous la chaîne de valeur des gemmes de couleur ?

Il y a une multitude d'intermédiaires et l'exploitation est artisanale. Cela ne facilite pas la traçabilité. Ces intermédiaires devraient être plus transparents pour améliorer la chaîne d'approvisionnement.

Q4 : Quel contrôle avez-vous actuellement sur vos filières d'approvisionnement en matières premières (Quels sont les outils de contrôle) et quelles sont vos priorités pour l'avenir ? Ont-elles un coût ? Comment encourager les acteurs à changer ?

On travaille avec des fournisseurs qui ont une réputation d'opérer de manière éthique et que nous connaissons de longue date. Pour tout ce qui concerne la pierre de prestige, des personnes sont envoyées sur place. Il y a des audits de fournisseurs, pas uniquement de matières premières mais aussi des imprimeurs etc... Ce sont des tiers indépendants qui se basent sur un référentiel d'audits CSR comportant 120 questions en rapport avec les performances sociales, environnementales et éthiques. Ces audits s'appliquent aussi aujourd'hui aux fournisseurs de deuxième rang. C'est difficile de remonter la chaîne car certains fournisseurs ne veulent pas donner le nom du leur. Nous devons nous assurer que chaque fournisseur prenne des mesures que son fournisseur respecte certaines règles de conduite pour améliorer la chaîne d'approvisionnement. C'est le rôle de la certification RJC. En plus de certification, le RJC a développé la certification « chain of custody » qui pourrait être applicable aux pierres de couleur. Ce serait une alternative précieuse.

Q5 : Dans quelles conditions serait-il nécessaire de faire payer un premium aux clients pour une matière première traçable et éthique ? Et vous, à quelle condition seriez-vous prêt à payer un premium à votre fournisseur ?

L'idéal serait qu'il n'y ait pas de premium comme il n'y a pas eu de surcoût pour le Kimberley Process dans le cas du diamant. Il ne faut pas d'incitation financière pour que les acteurs changent de comportement. Il y avait des choses acceptables il y a cinquante ans qui ne le sont plus maintenant. Il faut savoir se remettre en question sans sentir cela comme une condamnation.

Q6 : Quelles autres initiatives existent actuellement ? Sont-elles fiables ?

Je n'en connais pas plus que ce qui a été mentionné.

Q7 : *Manufacture* : Voyez-vous un avantage à demander à vos fournisseurs un instrument de certification de l'origine géographique des gemmes ?

Dealers : Seriez-vous disposé à fournir à vos clients un instrument de certification de l'origine géographique de vos gemmes ?

Une traçabilité dans la chaîne est indispensable. C'est l'objectif vers lequel on se dirige. Une certification d'origine serait bien mais est-ce possible pour l'instant ? Lorsqu'on envoie une pierre à analyser dans deux labos différents, on obtient deux résultats différents.

Q8 : Selon vous, comment la filière d'approvisionnement en gemmes aura évolué dans 10 ans ?

Non, si ce n'est que je pense qu'il y aura une modification des pratiques bon gré mal gré. Je pense que c'est inéluctable.

Entretien n° 8

Profil de la personne :

Age : 30-40 ans Sexe : Masculin

Situation professionnelle : Responsable des achats de gemmes pour l'horlogerie et la joaillerie d'une grande maison.

Q1 : Selon vous, les clients du bijou joailler s'intéressent-ils à la provenance des matières premières et au côté éthique de la fabrication d'un bijou (ou plutôt au prix et au design)? Quel est le profil de ceux qui s'y intéressent (niche, intellectuels, génération Y)? Quelle terminologie utilisent-ils (conflict free, équitables, éthiques) ?

Les clients sont d'abord intéressés par l'origine de la marchandise par rapport à sa renommée. Le rubis birman a beaucoup de succès, c'est celui qui est le plus recherché. Donc oui, intérêt pour l'origine géographique mais surtout pour la renommée des pierres. Suite au film blood diamonds une ou deux fois des clients ont posé des questions sur l'origine conflictuelle des pierres dans les boutiques. C'est très rare. En plus les clients sont sensibles mais un court moment. On se cache derrière les factures des fournisseurs qui indiquent que le Kimberley Process est respecté mais on ne peut pas le vérifier. Je pense que le Kimberley Process reste chez le tailleur de diamants. En tout cas, nous ne le recevons jamais. Il est reporté sur la facture le fait que ce sont des diamants propres. Le marché des gemmes est un domaine où il faut mettre des œillères.

Q2 : En quoi une plus grande prise de conscience de la part des clients pourrait-elle être un avantage pour une grande marque ?

Si le client a des exigences particulières sur l'origine, on fera plus attention. Si la demande est répétée, il faudra se remettre en question. Il faut que cela se passe de manière générale. Par exemple, Tiffany refuse depuis des années de travailler avec du rubis birman. Cartier ne le fait que depuis 2008, je crois. On pourrait se demander pourquoi il y a embargo uniquement sur le rubis et la jadéite. L'embargo ne concerne pas les saphirs ni les spinelles.

Q3 : Comment vous représentez-vous la chaîne de valeur des gemmes de couleur?

C'est étoffé. Par exemple, la marchandise de Madagascar et du Mozambique part en Thaïlande pour être taillée. Celle de Tanzanie est taillée à 80% en Inde alors que les 20 autres pourcents partent à New York. Les corindons partent dans tous les sens, les diamants, avec des mines aux quatre coins du monde partent aussi un peu partout. Sans compter les nouvelles compagnies minières concurrentes à la De Beers comme Al Rosa pour l'exploitation des mines en Russie, BHP, Rio Tinto qui exploite les mines

d'Argyle en Australie et l'Anglo Américaine, filiale de DeBeers pour l'exploitation de l'or.

Q4 : Quel contrôle avez-vous actuellement sur vos filières d'approvisionnement en matières premières (Quels sont les outils de contrôle) et quelles sont vos priorités pour l'avenir? Ont-elles un coût ? Comment encourager les acteurs à changer ?

Les seuls outils de contrôle que nous ayons sont la certification et la parole de nos fournisseurs. Les relations sont basées sur le temps, Il y a un feeling qui s'installe. Si je dois acheter des émeraudes, je n'irais pas chez X. La réputation des fournisseurs est importante.

Plus on remonte la filière, plus c'est compliqué de garder une traçabilité. Un passeur thaïlandais qui achète au mineur en Birmanie ne va pas dévoiler sa source. On ne scie pas la branche sur laquelle on est. En discutant avec les dealers, quand il s'agit de source, on s'arrête de parler car cela pourrait être à l'origine de conflits. Il n'y a pas forcément beaucoup de gains d'aller directement à la source. Si je décide d'aller en Thaïlande à la frontière birmane, je ne pourrai rien acheter car les personnes là-bas ne me connaissent pas. Ils préfèrent toujours traiter avec des gens qu'ils connaissent. C'est comme ici. Les marchands indiens ont beaucoup d'argent et à côté de ça, des enfants font la manche. Cela ne les dérange pas. Ils ont des tailleurs qui travaillent à même le sol. Les droits des travailleurs sont des problèmes d'occidentaux. En Orient, ils s'en fichent. Dans les pays en développement, pour les riches c'est un détail. Les riches indiens s'en fichent royalement s'il y a toujours cette violence latente où le pauvre ne doit pas envahir le domaine du riche. En Inde, il y a un gouffre entre les nantis et les plus démunis. C'est compliqué de faire de l'ingérence humanitaire.

Un autre exemple, le Kimberley Process n'est pas respecté. Il suffit de graisser la patte du chef douanier et les bruts traversent la frontière. En Russie, on arrive avec des belles montres, c'est pareil. Cette corruption est universelle. Rien ne dit que cela ne se passe pas en Suisse.

Q5 : Dans quelles conditions serait-il nécessaire de faire payer un premium aux clients pour une matière première traçable et éthique ? Et vous, à quelle condition seriez-vous prêt à payer un premium à votre fournisseur ?

L'argent c'est le nerf de la guerre. Que feriez-vous si vous aviez le choix entre une tété à 1000 francs made in Switzerland et une autre à 200 francs made in China ? Je ne suis pas sûr que vous choisiriez la tété made in Switzerland. C'est la même chose pour le marché des pierres. Il y aura toujours quelqu'un qui vous proposera une pierre moins chère. C'est une idée mais c'est impossible à faire respecter. Quand on achète du café Max Havelaar, on paye quelques centimes plus cher pour avoir un produit équitable. Mais au niveau des pierres il faudrait payer quelques milliers de francs plus cher. Si tout le monde est obligé de le faire en même temps au niveau international, cela serait plus acceptable.

Q6 : Quelles autres initiatives existent actuellement ? Sont-elles fiables ?

Je connais le Kimberley process qui n'est pas fiable et j'ai entendu parler du Fair Gems. Pourquoi pas acheter des pierres éthiques. Tout dépend du prix et de la qualité. Muzo pourrait être un exemple. Ils ont les mines, les tailleurs et les bureaux pour vendre.

Q7 : *Manufacture* : Voyez-vous un avantage à demander à vos fournisseurs un instrument de certification de l'origine géographique des gemmes ?

Dealers : Seriez-vous disposé à fournir à vos clients un instrument de certification de l'origine géographique de vos gemmes ?

C'est déjà le cas. Si nous n'avons pas le certificat du fournisseur, nous le demandons nous-mêmes à des labos comme par exemple Gübelin, le GIA, GemtechLab ou SSEF. Par contre rien ne nous dit que la pierre a été extraite dans de bonnes conditions.

Q8 : Selon vous, comment la filière d'approvisionnement en gemmes aura évolué dans 10 ans ?

Je n'ai pas assez de recul pour avoir l'expérience de personnes qui sont dans le commerce depuis très longtemps. J'ai une expérience de 7 ans. C'est peu par rapport à des familles qui, de père en fils, ont baigné dans ce milieu depuis des décennies. Mais disons que je ne suis pas forcément optimiste. Si tout évolue comme X, ce n'est pas dans le bon sens.

Communications

Baptist M., (2011) Colored Gemstones Traceability : What's new ? Sustainable Luxury Webinar .

Publications

Baptist M., (2011) Ongoing Studies on Challenges for Sustainability in the Colored Gemstones Supply Chain, In Color, vol. 17, p18-21.

Bibliographie

Toutes les références internet ont été consultées entre le 1^{er} avril et le 30 septembre 2011.

- ¹ Sims, J, Sustainable Luxury, twitter.com/raconteurmedia, 06 juillet 2011.
- ² Lecompte T., (2007) Le commerce sera équitable, Eyrolles, Paris, France.
- ³ Tepperman J., (2010) Classic to the core, Newsweek, p46-50.
- ⁴ Hentschel T., Hruschka F. and Priester M., (2002) Global report on Artisanal and Small-Scale Mining, International Institute for Environment and Development, p 21.
- ⁵ http://www.ruby-sapphire.com/burma_embargo.htm.
- ⁶ http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/country_profiles/1300003.stm.
- ⁷ http://www.pacweb.org/Documents/diamonds_KP/18_Zimbabwe-Diamonds_March09-Eng.pdf.
- ⁸ <http://www.fairjewelry.org/archives/4271>
- ⁹ <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-14377215>
- ¹⁰ <http://www.professionaljeweler.com/archives/news/2001/111601story.html>
- ¹¹ <http://www.agta.org/pressroom/newsletters/prismnlspring2002.pdf>
- ¹² www.kimberleyprocess.com
- ¹³ <http://www.responsiblejewellery.com/>
- ¹⁴ <http://www.cibjo.org/>
- ¹⁵ <http://www.gemstone.org/>
- ¹⁶ <http://www.fairtrade.org.uk/gold/>
- ¹⁷ <http://www.fairgemsprocess.com/>
- ¹⁸ Cross J., van der Wal S., and de Haan E., (2010) Rough Cut, Sustainability Issues in the Coloured Gemstone Industry, SOMO, Amsterdam, p 7.

¹⁹ MacFarlane M., Tallontire A. and Martin A., (2003) Towards an Ethical Jewellery Business : A Review of Key Issues. Natural Resources Institute and the University of Greenwich, London, p 2.

²⁰ Expert voulant garder son anonymat, (2011) Communication personnelle

²¹ <http://www.globalwitness.org/>

²² <http://www.globalwitness.org/library/rough-trade>

²³ http://www.pacweb.org/Documents/diamonds_KP/heart_of_the_matter-full-2000-01-eng.pdf

²⁴http://www.swissinfo.ch/fre/politique_suisse/Pour_un_embargo_de_lONU_sur_les_diamants_du_Zimbabwe.html?cid=7438416

²⁵ http://www.pacweb.org/Documents/diamonds_KP/18_Zimbabwe-Diamonds_March09-Eng.pdf

²⁶ <http://www.globalwitness.org/campaign/conflict-diamonds/kimberley-process>

²⁷ <http://www.responsiblejewellery.com/members/overview.html>

²⁸ <http://www.isealalliance.org/>

²⁹<http://www.responsiblejewellery.com/downloads/RJCGuidanceCoCJun11.pdf>

³⁰ <http://www.un.org/fr/ecosoc/>

³¹http://www.sustainablejewellery.org/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=3

³² <http://artisanalgold.blogspot.com/2011/06/world-artisanal-gold-production.html>

³³ <http://www.patrickschein.com>.

³⁴ <http://www.globalmercuryproject.org/>

³⁵ <http://www.communitymining.org/>

³⁶ <http://www.fairtrade.net/>

³⁷ <http://www.patrickschein.com/communautes-minieres.php>

-
- ³⁸ http://www.fifibijoux.com/?gclid=ClmMwIKUqqscFcmKfAod_0C50Q
- ³⁹ <http://www.credjewellery.com/>
- ⁴⁰ <http://www.garrard.com/>
- ⁴¹ <http://www.stephenwebster.com/>
- ⁴² http://www.nationaljeweler.com/nj/majors/public-policy-and-issues/article_detail?id=25849
- ⁴³ Planchenault I., (2010) La joaillerie se met au vert, *A World of Dreams*, no 51, p 32.
- ⁴⁴ <http://events.linkedin.com/FairGems-Process-CIBJO-same-wavelength/pub/677909>
- ⁴⁵ Dole M., (2011) Communication personnelle.
- ⁴⁶ <http://www.jvclegal.org/index.php?categoryid=280>
- ⁴⁷ www.unhcr.org
- ⁴⁸ http://www.miningwatch.ca/sites/miningwatch.ca/files/Grave_Diggers.pdf
- ⁴⁹ Shigley J.E., Laurs B. M., Janse (Bram) A.J.A., Elen S. and Dirlam D.M., (2010) Gem localities of the 2000s, *Gems and Gemology*, vol.46, no3, p 193-198.
- ⁵⁰ Gem prices rise as demand grows, (april 2011) *Jewellery News Asia*, p 38.
- ⁵¹ http://www.jckonline.com/article/291347-No_link_between_tanzanite_and_terrorism_says_U_S_State_Department.php
- ⁵² Innue R., (2010) *TanzaniteOne – Where Blue is Green*, In *Color*. P 24-26.
- ⁵³ http://www.gemfields.co.uk/index.php?option=com_content&view=article&id=37&Itemid=45
- ⁵⁴ <http://www.truenorthgems.com/>
- ⁵⁵ Shor R. and Weldon R., (2010) An Era of Sweeping Change in Diamond and Colored Stone Production and Markets., *Gems and Gemology*, vol. 46, no.3, p 166-187.

⁵⁶ High buyer turnout at March Hong Kong Fair, (april 2011) Jewellery News Asia, p 47.

⁵⁷ Gem industry upheav at Bangkok Fair, (april 2011) Jewellery News Asia, p 48-49.

⁵⁸ McClure S.F., Kane R.E., Sturman N., (2010) Gemstone Enhancement and Its Detection in the 2000s, Gems and Gemology, vol.46, no.3, p 218-240.

⁵⁹ Expert voulant garder son anonymat, (2011) Communication personnelle.

⁶⁰ Michelou, J.C., (2011) Communication personnelle.

⁶¹ http://www.globethics.net/web/ge/library/overall-search?p_p_id=glp_read_panel_portlet_3_WAR_GLP_3_DigitalLibraryPortlets&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&p_p_col_id=column3&p_p_col_count=1&preSelectedDocUrl=/FedoraAccessServlet?fedoraGetUrl=http://localhost:8082/fedora/get/globethics:4167492/Stueckelberger_Corruption_text_final.pdf&contentType=application/pdf

⁶² <http://www.globalwitness.org/campaigns/conflict/conflict-diamonds/kimberley-process>

⁶³ <http://www.sfgeneva.org/doc/SustainableLuxuryForum2011.pdf>

⁶⁴ http://www.gemstone.org/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=53&Itemid=38

⁶⁵ <http://www.globethics.net/gef/programme>

⁶⁶ <http://www.rubyfair.com/>

⁶⁷ <http://issuu.com/fecolombiangems/docs/presentationf>

⁶⁸ <http://www.seamic.org/>

⁶⁹ Giuliani G., Fallick A.E., Garnier V., France-Lanord C. and Schwarz D., (2005) Oxygen isotope composition as a tracer for the origins of rubies and sapphires, Geological Society of America, vol 33, no. 4, p 249-252.

⁷⁰ Hainschwang T. and Notari F., (2011) Traceability of Emeralds : A robust geographical origin characterisation process for emerald producers., Communication au Congrès de l'ICA, Rio de Janeiro, Brésil.

⁷¹ <http://www.goldlake.co.uk/Index.aspx?idmenu=2998>

⁷² <http://www.globalwitness.org/campaigns/conflict/conflict-diamonds/Kimberley-process>).

⁷³ Ribeiro M., (2011) Communication au Congrès de l'ICA, Rio de Janeiro, Brésil.

⁷⁴<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html>