



PH: Sabrianna per Unsplash

## I diamanti 'brillano' di meno: prezzi in calo del 18% rispetto ai massimi del 2022

Di Redazione — 23 Giugno 2023

Si raffredda il rapporto degli investitori con i diamanti. Dopo due anni da record (anche il 2021, infatti, è stato [un anno di massimi per l'industria dei diamanti, con un incremento della domanda, una crescita dei ricavi e un'offerta limitata](#), ndr) negli ultimi mesi i prezzi hanno registrato un calo del 18% rispetto ai massimi storici del febbraio 2022 e del 6,5% da un anno all'altro. A metterlo nero su bianco è il **Global**



[HOME](#)[NEWS](#) ▾[SUMMIT](#) ▾[FOCUS](#) ▾[EDITORIALI](#)[TV](#)[MAGAZINE](#)

ulteriormente. Un diamante naturale da un carato di qualità leggermente superiore alla media costava 6.700 dollari (poco più di seimila euro) un anno fa, oggi questo stesso diamante viene venduto a 5.300 dollari”, ha dichiarato alla *CNBC* **Paul Zimnisky**, CEO di **Paul Zimnisky Diamond Analytics**.

Ad oggi le maggiori compagnie minerarie che estraggono i diamanti naturali grezzi sono **Alrosa**, **De Beers** del gruppo **Anglo American**, **Rio Tinto Group** e **Dominion Diamond Corporation**. La russa Alrosa è la più grande compagnia di estrazione di diamanti del pianeta: dalle sue miniere arriva il 28% della produzione globale.

Sul confronto con il 2021 e 2022 non pesa tanto un cambiamento di percezione, poichè i diamanti restano un bene rifugio, quanto – concordano gli analisti – il fatto che i consumatori che possono spendere ora investono in esperienze come i viaggi, in passato condizionati dalle fasi di stop legate alla pandemia. Altri fattori che contribuiscono al minor slancio del mercato sarebbero poi il rallentamento della ripresa economica cinese, l'incertezza del contesto globale e la concorrenza dei diamanti artificiali. Su quest'ultimo fronte – spiega *Il Sole 24 Ore* – anche De Beers avrebbe alzato 'bandiera bianca': la società, da sempre associata ai diamanti estratti in miniera, è entrata fin dal 2018 nel settore delle pietre preziose da laboratorio, costituendo la società **Lightbox**, per presidiare quello che allora era un business di nicchia (i diamanti di laboratorio “non sono per sempre, ma sono perfetti per adesso”, aveva dichiarato l'allora CEO di De Beers, **Bruce Cleaver**, parafrasando un noto slogan). “Ora – riporta il quotidiano economico – Lightbox è cresciuta, al passo con un mercato che si sta sviluppando in fretta, ha creato una linea di prodotti di pregio, chiamata **Finest**, con tanto di certificazioni su qualità del taglio, dimensioni, grado di purezza e colore delle gemme (le celebri 4C, dalle parole inglesi cut, carat, clarity e color). E nei giorni scorsi ha impresso una svolta al marketing giudicata molto significativa dagli analisti, iniziando a promuovere anelli di fidanzamento con solitario sintetico”.

La quota di mercato delle gemme sintetiche era del 2,3% nel 2020 e oggi è salita al 9,3% secondo **Edahn Golan**, consulente del settore. E questo nonostante il loro prezzo sia sceso del 59% nello stesso periodo. A gennaio 2020 erano sintetici l'11,2% dei diamanti venduti sciolti (ossia non montati su gioielli), lo scorso febbraio la quota aveva raggiunto il 46,6 per cento. Del resto, le gemme di laboratorio sono percepite sempre di più come una scelta sostenibile, se non dal punto di vista ambientale (vengono infatti prodotte con un enorme dispendio di energia) quanto meno sotto il profilo dei diritti umani.



Invia



Condividi



Invia

