

[Leggi l'articolo su beautynews](#)

Tiffany & Co. rivela la provenienza dei diamanti e si impegna a dare informazioni sulla tracciabilità

È un tema delicato quello della provenienza dei diamanti, che ha polarizzato l'attenzione del pubblico negli ultimi anni, in particolare a partire dal 2000 quando è stato firmato il "*Kimberley Process*", un **accordo di certificazione finalizzato a garantire che i profitti ricavati dal commercio di diamanti non vengano utilizzati per finanziare guerre civili**.

In linea con questo accordo, messo a punto e approvato dai governi di numerosi paesi, col sostegno di multinazionali produttrici di diamanti e l'attenzione della società civile, la grande maison americana **Tiffany & Co.**, fondata dal "re dei diamanti" Charles Lewis Tiffany, che "*osò sognare a una vita di una bellezza senza precedenti*", porta avanti ormai da vent'anni l'iniziativa **Diamond Source**, frutto di investimenti volti a garantire un approccio responsabile in materia di approvvigionamento e di lavorazione artigianale dei diamanti.



Tiffany & Co.

Tiffany & Co. ha ufficialmente annunciato *“che inizierà a fornire ai propri clienti informazioni sulla provenienza, inclusa regione o*

Paese, dei diamanti di cui si è approvvigionata di recente e che ha registrato singolarmente: una misura importante per garantire la trasparenza in materia di diamanti. Inoltre, entro il 2020 fornirà informazioni sul processo artigianale, apportando così una novità assoluta nel settore”.

Il tutto avverrà grazie a un **numero di serie unico “T&Co.”**, inciso al laser e non visibile a occhio nudo su tutti i diamanti con caratura pari o superiore a 0,18 carati. In questo modo Tiffany darà ai clienti informazioni sulla provenienza geografica specifica di ogni pietra, per assicurare che ogni gemma sia stata estratta in miniere gestite in modo responsabile in tutto il mondo e per garantire che non provenga da zone di conflitto.

Vediamo dunque nascere, tra le 4 “C” che determinano il valore del diamante (“carat”, peso, “cut”, taglio, “clarity”, purezza, “colour” colore), **una “quinta C”**: **“confidence”, “fiducia”**, che **richiede impegno etico sia alle multinazionali produttrici di diamanti, sia alla società civile.**

Leggete anche:

[L’oro dei gioielli Chopard diventa 100% etico](#)