

# Un diamantaire marie bas prix et préoccupations éthiques

**LAUSANNE** • *Il vend des diamants moitié moins chers que ses concurrents suisses et garantit qu'ils ne financent pas de conflits. Basé dans la capitale vaudoise, ce gemmologiste passionné rêve de mettre le merveilleux à la portée de tous.*

PROPOS RECUEILLIS PAR  
CAROLE PIRKER

Installé dans le quartier sous-gare à Lausanne, le gemmologiste Ramon Cortes, 40 ans, vend sur son site internet des diamants jusqu'à 50% meilleur marché que ses concurrents, tout en garantissant qu'ils ne sont pas des diamants de la guerre, c'est-à-dire pas impliqués dans le financement de conflits. Formé au Gemological Institute of America et dans la branche depuis 15 ans, ce passionné refuse les «diamants de la guerre». Ces pierres, qui proviennent de régions africaines contrôlées par des factions opposées aux gouvernements légitimes, sont en effet utilisées pour financer des actions militaires.

## CRITÈRES DE L'ONU

Les Nations Unies, qui ont reconnu que le trafic de diamants contribuait à prolonger des conflits sanglants, ont adopté en décembre 2000 une résolution tendant à briser le lien entre négoce illicite de diamants et conflits armés, afin de contribuer à la prévention et au règlement des conflits. En Angola et en Sierra Leone par exemple, les diamants provenant des zones de conflit servent toujours à financer l'UNITA et le RUF, deux groupes rebelles dont l'action va à l'encontre de l'objectif de la communauté internationale, qui est de ramener la paix dans les deux pays. Selon l'ONU, pour distinguer un diamant de la guerre d'un diamant propre – provenant d'une source légitime – un système de certificats d'origine peut constituer un moyen efficace de veiller à ce que seuls les diamants propres soient vendus sur le marché. C'est l'une des préoccupations du gemmologiste lausannois.

## En quoi vous démarquez-vous des joailliers traditionnels?

**Ramon Cortes:** – Les diamants que je vends sur mon site sont d'une qualité supérieure à celle proposée en bijouterie, avec un travail de création et de joaillerie réalisé entièrement en Suisse romande. Ils sont fournis avec un certificat d'authenticité et l'assurance qu'ils ne sont pas des «diamants de la guerre», selon des garanties écrites remises par mes fournisseurs, conformément aux résolutions des Nations Unies.

## Comment pouvez-vous en être sûr? Allez-vous vérifier sur place?

– Je travaille principalement avec l'Europe et connais les fournisseurs avec qui je travaille depuis 15 ans. Je n'achète donc pas à des gens que je ne connais pas, ce qui garantit au consommateur la provenance de mes pierres.



Le gemmologiste **Ramon Cortes** travaille avec **Marine Brunner**, une bijoutière lausannoise.

ARC

Cela dit, mon rêve, si l'on m'en donne la possibilité, est de pouvoir suivre au Canada la prospection du diamant pour avoir une traçabilité totale, et donc un diamant 100% propre. Ce n'est pas évident, mais je vais y arriver.

## Cette préoccupation éthique n'est-elle pas juste un argument de vente?

– Non, pour moi, ce critère éthique est ma façon de réagir aux déséquilibres Nord-Sud à l'œuvre dans le commerce international. Je fais ce que je peux, à mon niveau. Ce n'est en tout cas pas aux autres, qui en profitent bien, de me lancer la pierre, si je peux dire (rire).

## Vendre moitié moins cher que vos concurrents suisses, c'est une provocation?

– Non, c'est ma philosophie. Je veux casser l'image du monde

du diamant, du bijou et du luxe. Mon rêve? Que monsieur et madame tout-le-monde puissent aussi s'offrir de belles choses, d'habitude accessibles aux seuls riches. Démocratiser le luxe, en somme.

## D'où vous vient cette passion?

– C'est le côté merveilleux des pierres précieuses, bien plus que leur exploitation commerciale, qui m'a toujours attiré. J'aime leurs reflets, les rêves qu'elles suscitent, les légendes qui les entourent, comme celle de Cléopâtre qui offrait des émeraudes et du lapis-lazuli à ses amants. Déterminer la nature des gemmes et en faire comprendre les raisons de beauté est une passion que j'aime partager.

## Vous préparez un site encyclopédique sur les pierres précieuses...

– Cela a été en fait la base de tout le projet. J'ai toujours eu envie de mettre en lumière les dimensions symbolique, historique et mythologique des diamants et d'illustrer ce site des contes et légendes qui parlent de la rencontre de l'homme et des pierres. Il sera prêt à la fin de ce printemps. J'ai envie que l'on voie dans les pierres précieuses autre chose qu'un seul objet cher, donc inaccessible au commun des mortels.

## C'est pourquoi vous faites défiler vos bijoux sur des femmes «ordinaires» et non des mannequins?

– Tout à fait, car je m'adresse prioritairement aux femmes que je côtoie, soit aux 90% des femmes, et non aux mannequins de type porno-chic, inaccessibles. CP

## L'avis des bijoutiers lausannois

Pour parvenir à des prix cassés, Ramon Cortes épluche les annuaires professionnels suisses et déniche les pièces séparées au prix le plus bas pour les assembler ensuite en bijoux. Il travaille aussi sans stock et recherche la meilleure affaire parmi les appels d'offres qu'il lance pour répondre aux commandes de ses clients. Ses marges sont, dit-il, deux fois inférieures à celles des bijoutiers installés. Il travaille avec Marine Brunner, une bijoutière lausannoise, et reçoit sur rendez-vous. Les professionnels de la branche lui disent qu'il est fou. Lui rétorque qu'il est juste un idéaliste qui rêve d'un monde meilleur. «Il est facile d'avoir des prix inférieurs s'il n'a pas tous les frais liés à une bijouterie! Et quelle assurance de

qualité peut-on avoir sur internet?», demande Bernard Metzger, propriétaire des bijouteries Guillard, qui fait remarquer que lui aussi fait figurer sur ses factures que ses diamants proviennent de régions hors conflit. Et l'idée de vendre des diamants sur internet? «Il manque le contact humain, primordial dans ce type d'achat, estime Edith Martin, directrice de la bijouterie Bucherer. C'est faire fi du côté émotionnel du diamant, en particulier pour les femmes». «Pour nous, explique Sandrine Emery, gemmologiste et employée de la bijouterie du Grand St-Jean, internet reste un outil pour faire de la publicité, mais pour un bijou, il faut passer par l'œil et le toucher». CP