**Le Diamand ne brille plus**

Lorsque l’on est confiné, plus besoin de briller. L’indice du prix des diamants bruts édité par le journaliste américain Paul Zimnisky a perdu 7,6 % au cours des six derniers mois et 9,6 % au cours de l’année écoulée.

Chez De Beers, les ventes de diamants bruts ont totalisé 0,3 million de carats au deuxième trimestre 2020, contre 9 millions de carats au deuxième trimestre 2019.

"*La plupart des installations de taille et de polissage fonctionnent toujours à capacité réduite*", commente Evgeny Agureev, le directeur général adjoint du leader mondial de l’extraction de diamants. Le producteur russe Alrosa témoigne d’une hausse de 25 % de ses stocks à la fin du deuxième trimestre. Son produit des ventes de diamants bruts et polis entre avril et juin a plongé de 89 % en glissement annuel. Le britannique Anglo American a fait état d’une chute de 54 % de sa production de diamants entre le premier semestre 2019 et le premier semestre 2020. La reprise des ventes de bijoux dans la foulée du déconfinement ne suffira pas à sauver l’année de ces mastodontes. La chute du tourisme affecte toujours l’activité.

Par endroits, la production est au ralenti, mesures de lutte contre la propagation du virus obligent. Pour s’en sortir, les entreprises misent sur leur diversification (le cuivre pour Anglo American, par exemple)... et sur leur capacité à faire rêver : en l’absence de voyages, un consommateur américain sur huit déclare qu’il choisirait des diamants pour marquer une occasion spéciale, rapporte [Rio Tinto](https://www.usinenouvelle.com/rio-tinto/). Pas sûr que cela suffise à enflammer les investisseurs.