



Опубликовано на Швейцария: новости на русском языке (<https://nashagazeta.ch>)

Тайная цена ювелирных украшений | Coût caché des bijoux

Auteur: Заррина Салимова, [Берн](#) , 12.02.2018.



Золотой рудник в Уганде © 2013 Jessica Evans/Human Rights Watch

Согласно отчету правозащитной организации Human Rights Watch, некоторые швейцарские люксовые марки не соблюдают международные нормы устойчивой добычи золота и бриллиантов.

|

Selon le rapport de l'organisation Human Rights Watch, certaines marques de luxe suisses ne respectent pas les normes internationales pour un approvisionnement responsable en or et diamants.

Coût caché des bijoux

Новый [отчет](#) Human Rights Watch (HRW) привлёк внимание общественности к

проблемам, связанным с добычей драгоценных камней и металлов. Организация оценила по пятибалльной шкале меры, принятые 13 крупными марками часов и ювелирных украшений для контроля поставщиков золота и бриллиантов, и составила своеобразный рейтинг устойчивых брендов.

При проведении анализа учитывались несколько критериев: следит ли компания за соблюдением прав человека на рудниках, может ли проконтролировать конечного поставщика драгоценных камней и металлов, публикует ли отчеты о своей деятельности или замалчивает факты.

Авторы отчета использовали доступные данные, а также обратились за дополнительной информацией непосредственно к самим компаниям. Однако не все из них согласились сотрудничать с правозащитниками: на вопросы HRW отказались отвечать два индийских бренда (Kalyan и TBZ) и один швейцарский (Rolex). На запрос Le Temps представители Rolex [ответили](#), что их молчание не означает, что они не могут отследить, откуда поступают золото и бриллианты.

Оценку «отлично» от HRW не получил никто, а единственным хорошистом оказалась американская компания Tiffany & Co. Согласно отчету, любимая марка литературного персонажа Холли Голайтли, которую блистательно воплотила на экране Одри Хепберн, знает, где добывается золото, и проводит регулярные мониторинги того, как соблюдаются права человека на рудниках.

Многие известные бренды очутились среди «среднячков»: усилия, прилагаемые итальянской маркой Bulgari, французской Cartier, датской Pandora и американской Signet, названы умеренными.

Швейцарский производитель часов и украшений Chopard вместе с Christ из Германии, Boodles из Великобритании и Harry Winston из США принимает недостаточные меры для обеспечения устойчивого развития, говорится в исследовании.

О Chopard в отчете написано, что компания отличается от остальных усилиями по поддержке устойчивой эксплуатации рудников, но она предоставила слишком мало сведений о том, каким образом происходит надзор за поставщиками, поэтому и получила такую невысокую оценку от HRW.

В комментарии Le Temps представитель компании объяснил это тем, что запрошенная информация имеет конфиденциальный характер, и напомнил, что Chopard тесно сотрудничает с независимыми удостоверяющими и проверяющими органами и является крупнейшим покупателем драгоценных металлов, сертифицированных по эко-системе Fairmined.

Замыкает рейтинг производитель золотых украшений из Индии Tanishq. Правозащитники подчеркивают, что рынок люкса осознает ответственность и движется в правильном направлении, но конкретные практики сильно отличаются от бренда к бренду: некоторые предпочитают полностью положиться на поставщиков и не проверяют, насколько их заявления соответствуют истине.

По мнению организации, ювелиры и часовщики обязаны контролировать все звенья длинной и сложной цепи поставок. Тем не менее, ни одна из перечисленных марок не способна с точностью назвать все рудники, из которых поступают золото и бриллианты, добавляют составители отчета.

Проблема в том, добыча драгоценных камней и металлов часто сопряжена с многочисленными нарушениями прав человека. К тяжелой работе нередко привлекаются дети, а в некоторых местах используется рабский труд. Кроме этого, иногда шахты эксплуатируются нерационально, что наносит вред окружающей среде. Вдобавок ко всему, работники получают мизерную зарплату и трудятся в небезопасных для здоровья условиях.

Любопытно, что отчет был опубликован буквально за неделю до Дня святого Валентина, когда влюбленные традиционно дарят друг другу ювелирные украшения. Повлияют ли обнародованные данные на поведение покупателей и их лояльность к конкретным брендам, пока неизвестно.

[отношения сша и швейцарии](#)

Статьи по теме

[LafargeHolcim использовал детский труд?](#)

[Где научиться устойчивому развитию?](#)

Source URL:

<https://dev.nashagazeta.ch/news/la-vie-en-suisse/taynaya-cena-yuvelirnyh-ukrasheniy>