

Le groupe d'intermédiaires suivant dans ce commerce, les diamantaires, sont aussi cajolés pour qu'ils adhèrent au système. De Beers vend plus de 3 000 genres de diamants, mais elle ne donne pas le loisir aux diamantaires de choisir les pierres qu'ils veulent. Les pierres brutes sont vendues «à vue.» Un acheteur achète une boîte entière, ou il refuse d'acheter une boîte entière. Il ne peut pas non plus négocier le prix (les boîtes valent de 1 à 25 millions de dollars). Le système de boîtes assure le mouvement de diamants en période de vaches maigres. Élément tout aussi important, il permet d'écouler la bonne combinaison de diamants.

Ce système de boîtes se fonde sur une connaissance approfondie du commerce des diamants. De Beers a une telle influence qu'elle peut vérifier si des diamantaires constituent secrètement des stocks de certains genres de diamants grâce aux vérifications intermittentes des livres de ses clients. De Beers tient un registre de la capacité des diamantaires, de leurs besoins et de leurs stocks. Elle prétend que plus de 80 p. 100 (en volume) de la commercialisation des diamants au monde passe par ce système.

Le dernier élément de la mainmise de De Beers sur le marché du diamant est la façon dont l'entreprise oriente la demande de diamants en consacrant plus de 110 millions de dollars par an à la publicité. Cette méthode concentre l'attention des consommateurs précisément sur les pierres que De Beers doit vendre. Par exemple, afin de vendre une grande quantité de diamants en une seule fois, De Beers crée les bagues d'anniversaire de mariage ornées de brillants - «une bague ornée de diamants qui lui dit que vous l'épouserez encore et encore.»

Contrôle de la production. Domination du commerce. Influence sur la demande. En bref, il est difficile de faire comme De Beers.

L'accord international sur le café, comme d'autres accords, s'est soldé par un échec parce que les producteurs n'ont pas réussi à s'entendre sur la réaffectation des contingents entre eux vers les fournisseurs qui augmentaient leur rendement (qui baissaient leur coût marginal) ou qui produisaient des variétés de café en demande croissante. Après avoir maintenu des prix élevés et stables de 1980 à 1989, l'accord s'est rompu (et les prix de gros ont chuté de 40 p. 100) lorsque le Brésil s'en est dissocié. Le Brésil, un gros producteur de café de qualité moyenne, ne voulait pas accepter de réduire son contingent de production et sa part de marché.⁸

⁸ Voir Christopher L. Gilbert, «International Commodity Agreements : Design and Performance», *World Development*, (15), mai 1987, pages 591 à 616 et Takamasa Akiyama et Panayotis N. Varangis, «The Impact of the International Coffee Agreement on Producing Countries», *World Economic Review*, (4), mai 1990, pages 157 à 173.