Format research

la gioielleria | trasparente come un diamante

RAPPORTO DI RICERCA

VICENZA, 4 settembre 2016 (2015-104n7 R07)

FIERA DI VICENZA

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
FEDERPREZIOSI
FEDERAZIONE NAZIONALE DELLE IMPRESE
ORAFE GIOIELLIERE ARGENTIERE OROLOGIAIE

agenda

PREMESSA

FOCUS SUL TEMA “DIAMANTE” (l’opinione dei «risparmiatori»)

BACK UP

premessa | i diamanti: approfondimento sul tema presso i risparmiatori italiani

Questo rapporto presenta i risultati dell'indagine realizzata da Format Research per conto di Federpreziosi Confcommercio.

Il Rapporto contiene un importante approfondimento sul tema dei «diamanti». I diamanti sono una possibile soluzione di investimento? Gli italiani preferiscono acquistarli in gioielleria o presso altri canali? Come effettuano i consumatori una scelta di investimento di questo genere?

L'approfondimento sul tema del «diamante» fa parte della ricerca più vasta – «L'osservatorio sulle gioiellerie» – ed è stato effettuato esclusivamente presso i «risparmiatori» italiani: un campione ridotto e specifico di consumatori che normalmente effettuano un qualche genere di attività (investimenti in titoli, azioni, fondi, oggetti di valore ecc.) per soddisfare le esigenze di risparmio proprie e/o quelle della propria famiglia.

Metodo: interviste telefoniche Cati (Computer assisted telephone interviews) e interviste on line Cawi (Computer assisted web interviews).

l'indagine è stata realizzata nel periodo dal 22 luglio al 27 luglio 2016.

FOCUS SUL TEMA “DIAMANTE”
L’OPINIONE DEI “RISPARMIATORI”

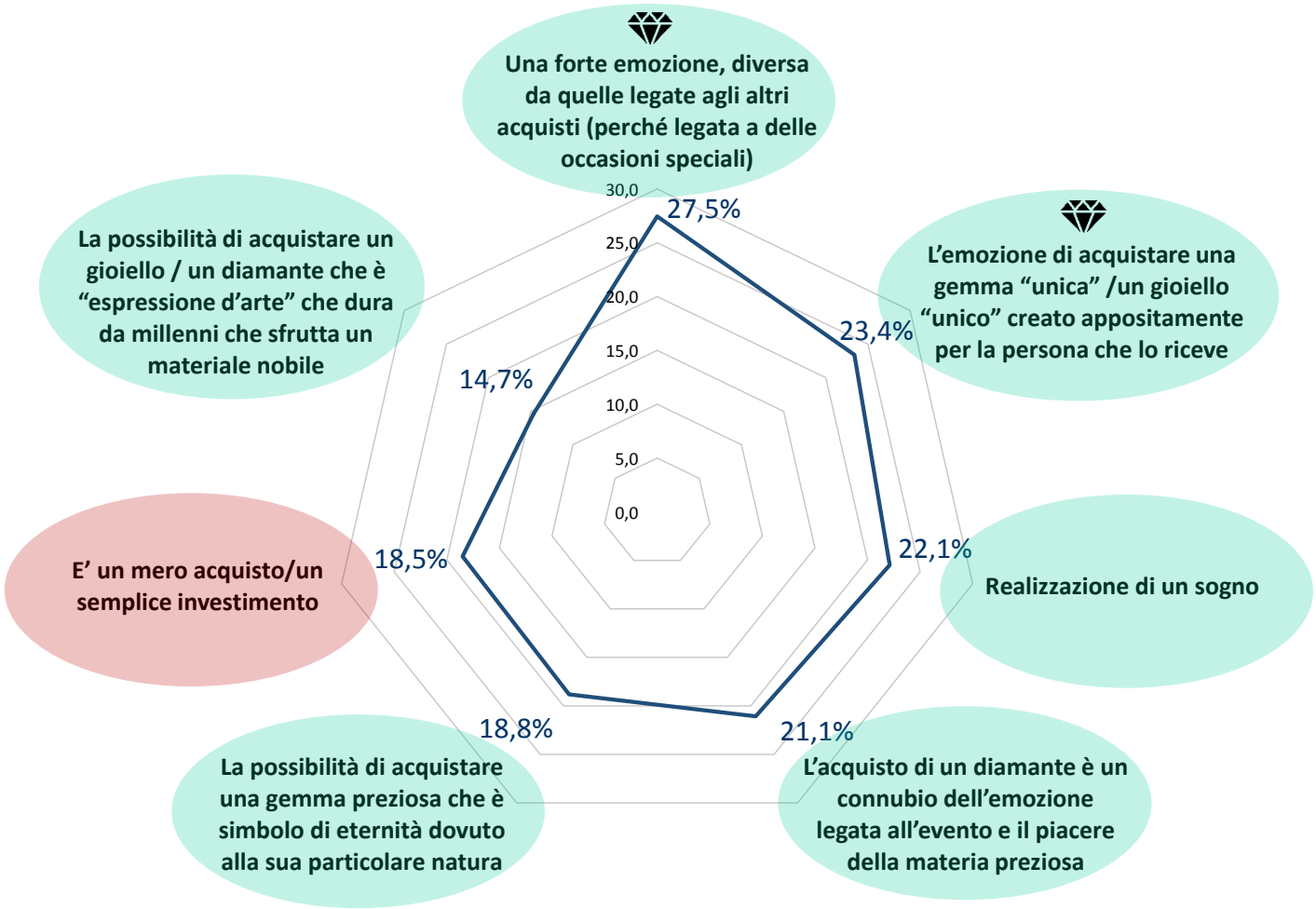
diamante | il campione dei «risparmiatori»

L'approfondimento è stato effettuato esclusivamente presso i «risparmiatori» italiani, ossia presso un campione ridotto e specifico di consumatori che normalmente effettuano un qualche genere di attività per soddisfare le esigenze di risparmio proprie e/o quelle della propria famiglia (investimenti in titoli, azioni, fondi, oggetti di valore ecc.).

Sono stati intervistati n. 532 «risparmiatori» italiani.

diamante | l'acquisto di un diamante viene collegato principalmente ad una forte emozione

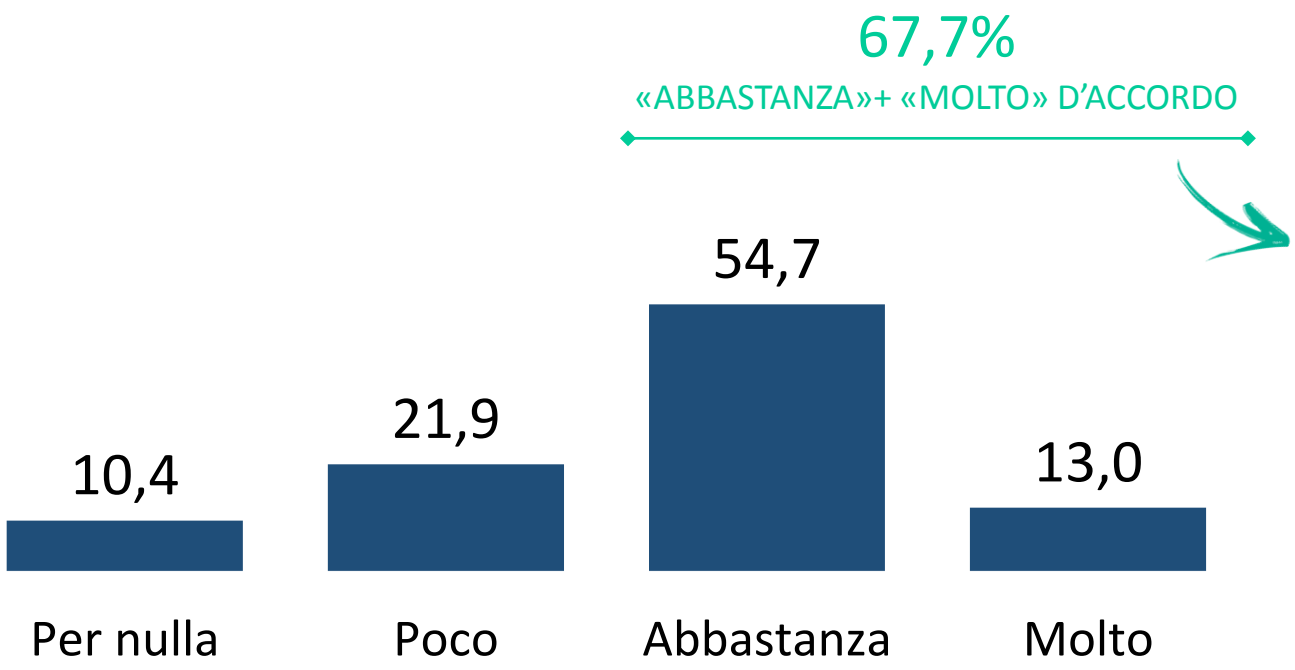
Che cosa potrebbe rappresentare per Lei l'acquisto di un diamante?



Base campione: 850 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

mission del gioielliere| …è quella di accompagnare le persone nei momenti più belli della loro vita…lo pensa quasi il 70%

Quanto è d'accordo con la seguente affermazione "La mission del gioielliere è quella di accompagnare le persone nei momenti più belli della loro vita regalando emozioni racchiuse in un dono prezioso quale può essere un diamante"?



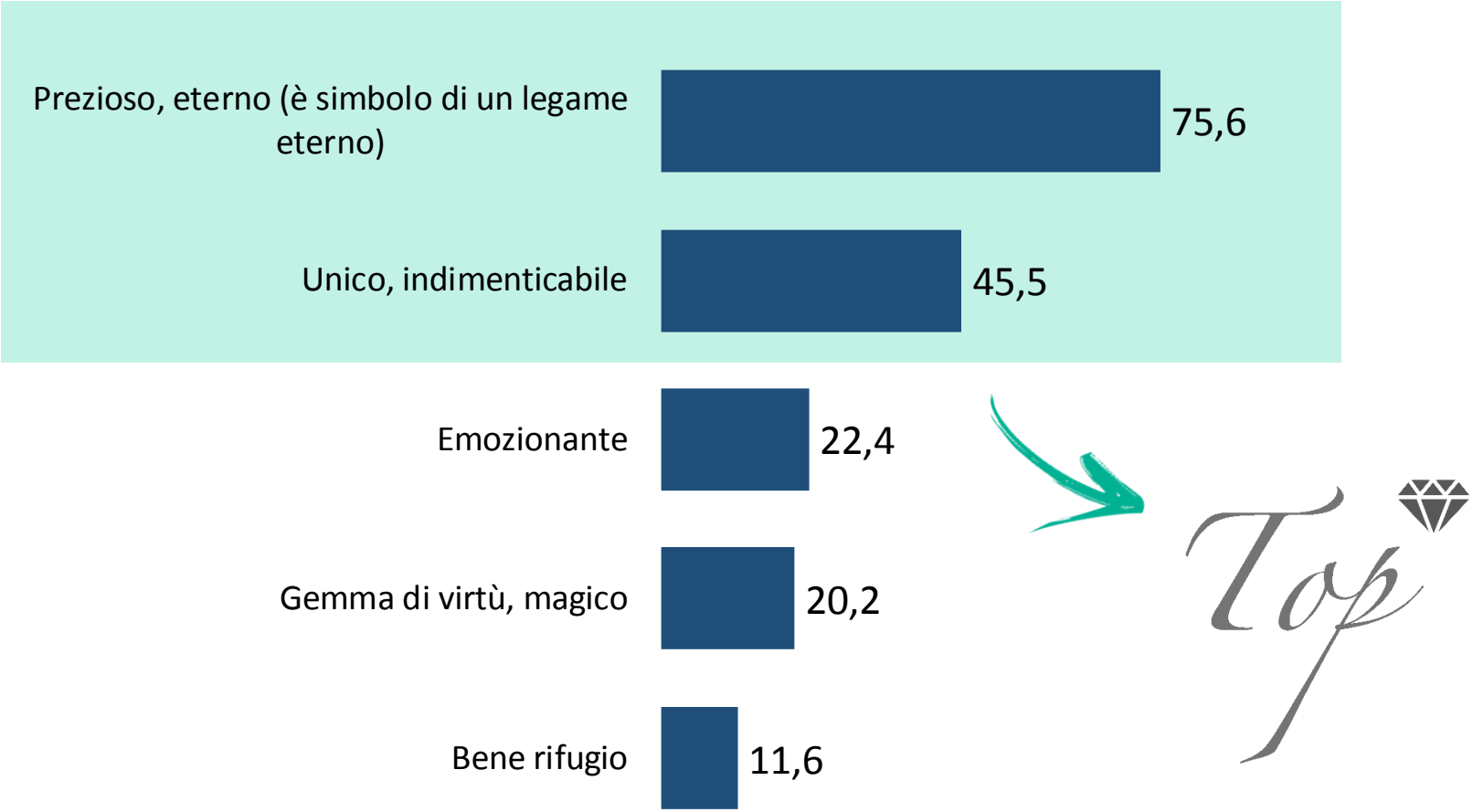
Dato accentuato…

Dal 35-54 anni

Base campione: 850 casi. I dati sono riportati all'universo.

diamante | prezioso, eterno, unico e indimenticabile sono gli aggettivi che descrivono meglio un diamante nell'immaginario dei intervistati

Quali sono, secondo lei, gli aggettivi che descrivono meglio un "diamante"?

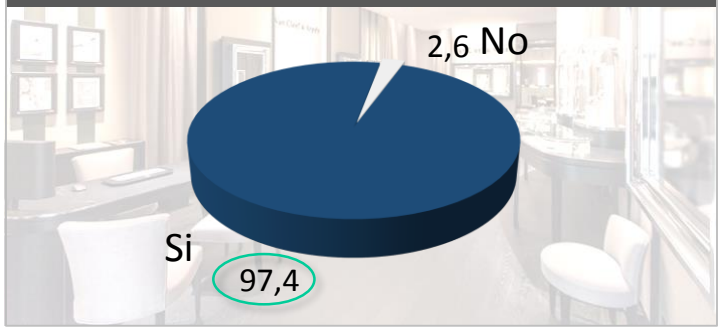


Base campione: 850 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

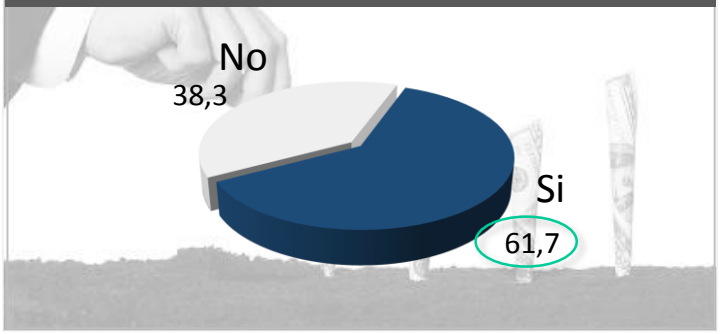
dove si acquistano i diamanti | ….si acquistano in gioielleria ….lo pensa oltre il 97% dei «risparmiatori»

In quali dei seguenti luoghi, secondo lei, si può acquistare un diamante?

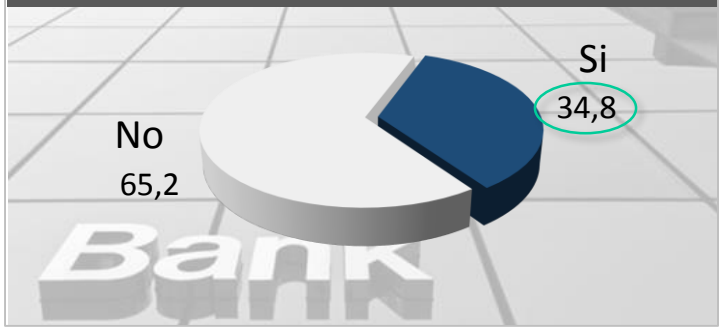
In una gioielleria



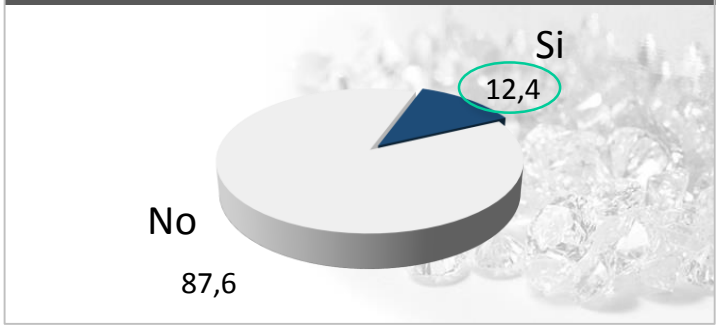
Società specializzata



In banca



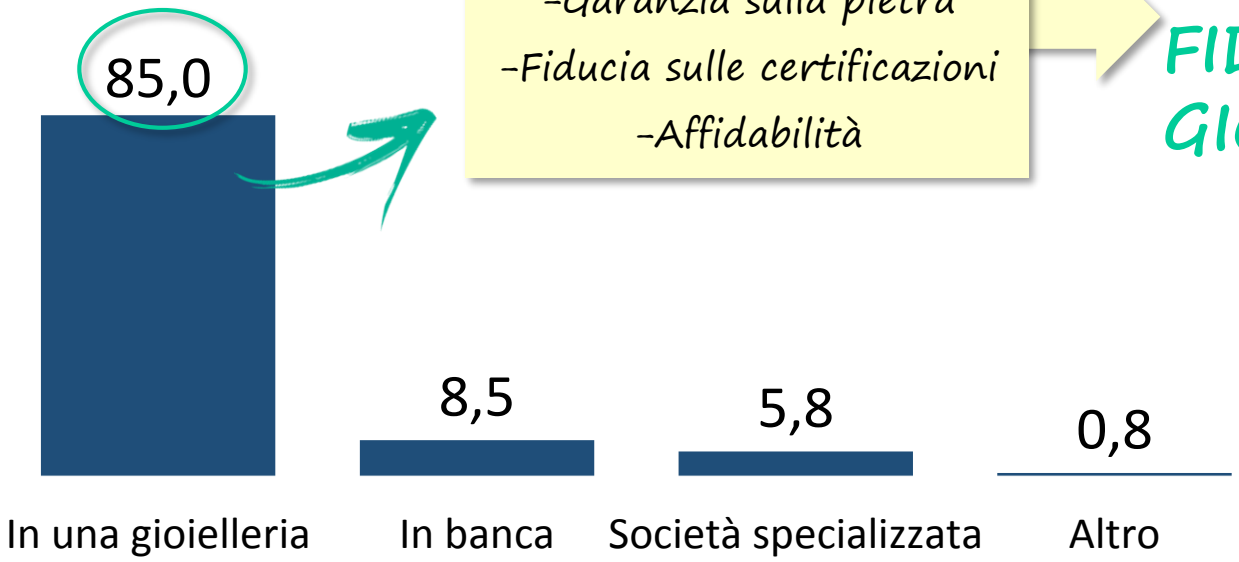
In un altro luogo



Base campione: 532 casi. Solo coloro che hanno dichiarato di aver investito per soddisfare le sue esigenze di risparmio e quelle della sua famiglia. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple.

dove si preferisce acquistare i diamanti | …l'85% dei «risparmiatori» preferirebbe acquistare un diamante in gioielleria

Lei personalmente, dove preferirebbe acquistare un diamante in…?



Per quali motivi principali?

-Garanzia sulla pietra

-Fiducia sulle certificazioni

-Affidabilità

IN PRATICA PERCHÉ SI HA FIDUCIA NEL GIOIELLIERE

Base campione: 532 casi. Solo coloro che hanno dichiarato di aver investito per soddisfare le sue esigenze di risparmio e quelle della sua famiglia.

le ragioni alla base della scelta dei canali di acquisto per i diamanti | garanzia sulla pietra, fiducia sulle certificazioni, affidabilità sono i motivi principali per cui i «risparmiatori» preferiscono il gioielliere

Per quali motivi potrebbe rivelarsi preferibile acquistare un diamante in…?

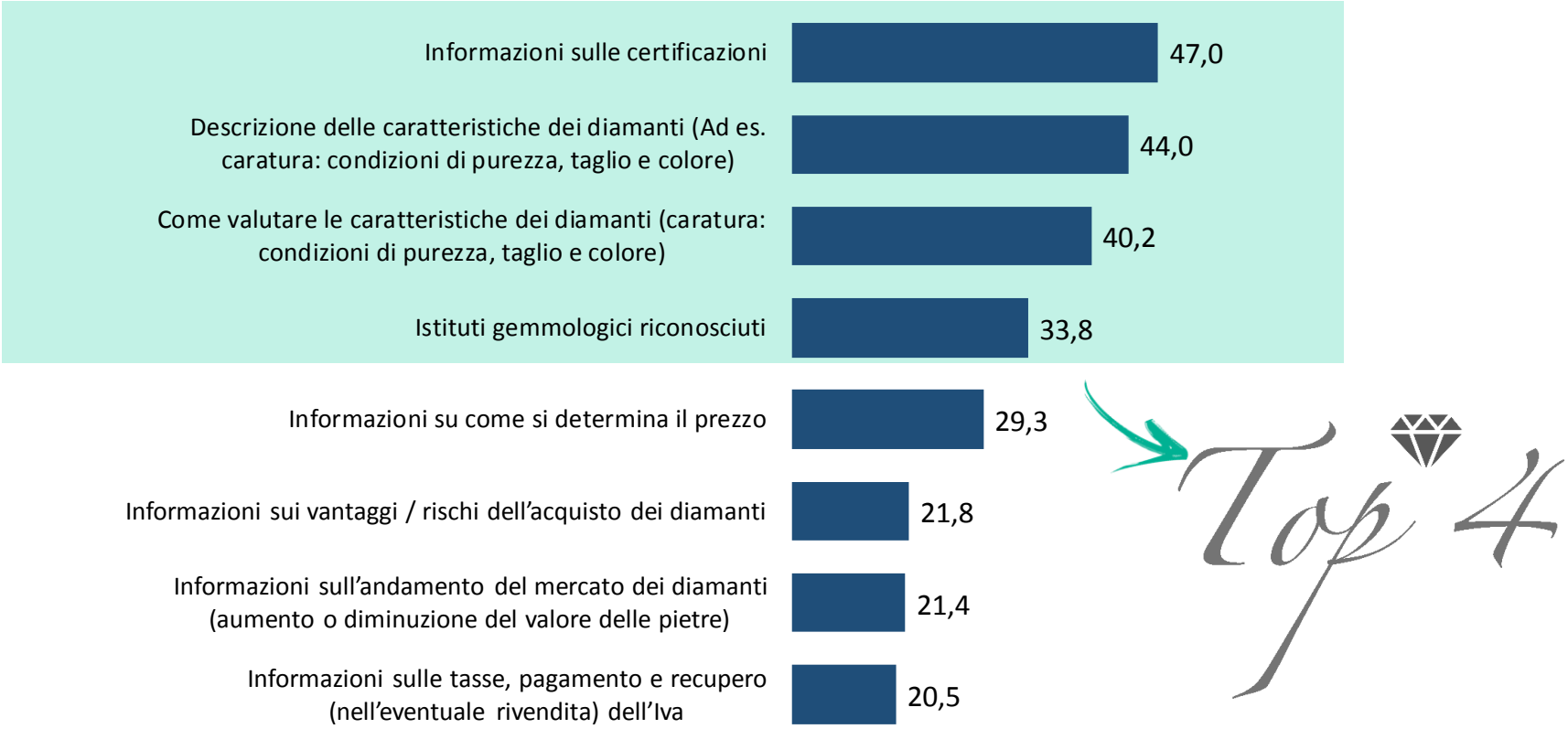
Per memoria…
% dei rispondenti che hanno indicato come il luogo preferito per l'acquisto di un diamante

	Gioielleria **(85%)**	Banca **(8,5%)**	Società specializzata **(5,8%)**
GARANZIA SULLA PIETRA	50,4	40,0	61,3
FIDUCIA SULLE CERTIFICAZIONI	47,3	33,3	51,6
AFFIDABILITÀ	46,9	26,7	67,7
ASSISTENZA NEL FORNIRE INFORMAZIONI/ CONSIGLI	37,4	13,3	29,0
LE GARANZIE SUL PREZZO	23,7	17,8	48,4
GARANZIA SULLA POSSIBILITÀ DI RIVENDITA	23,5	22,2	38,7
SERVIZIO "SECURITY BOX"	-	31,1	-

Base campione: 532 casi. Solo coloro che hanno dichiarato di aver investito per soddisfare le sue esigenze di risparmio e quelle della sua famiglia.

come si ci informa sull'acquisto dei diamanti | …attraverso le certificazioni, la descrizione delle caratteristiche dei diamanti, ricorrendo agli istituti gemmologici riconosciuti, etc…

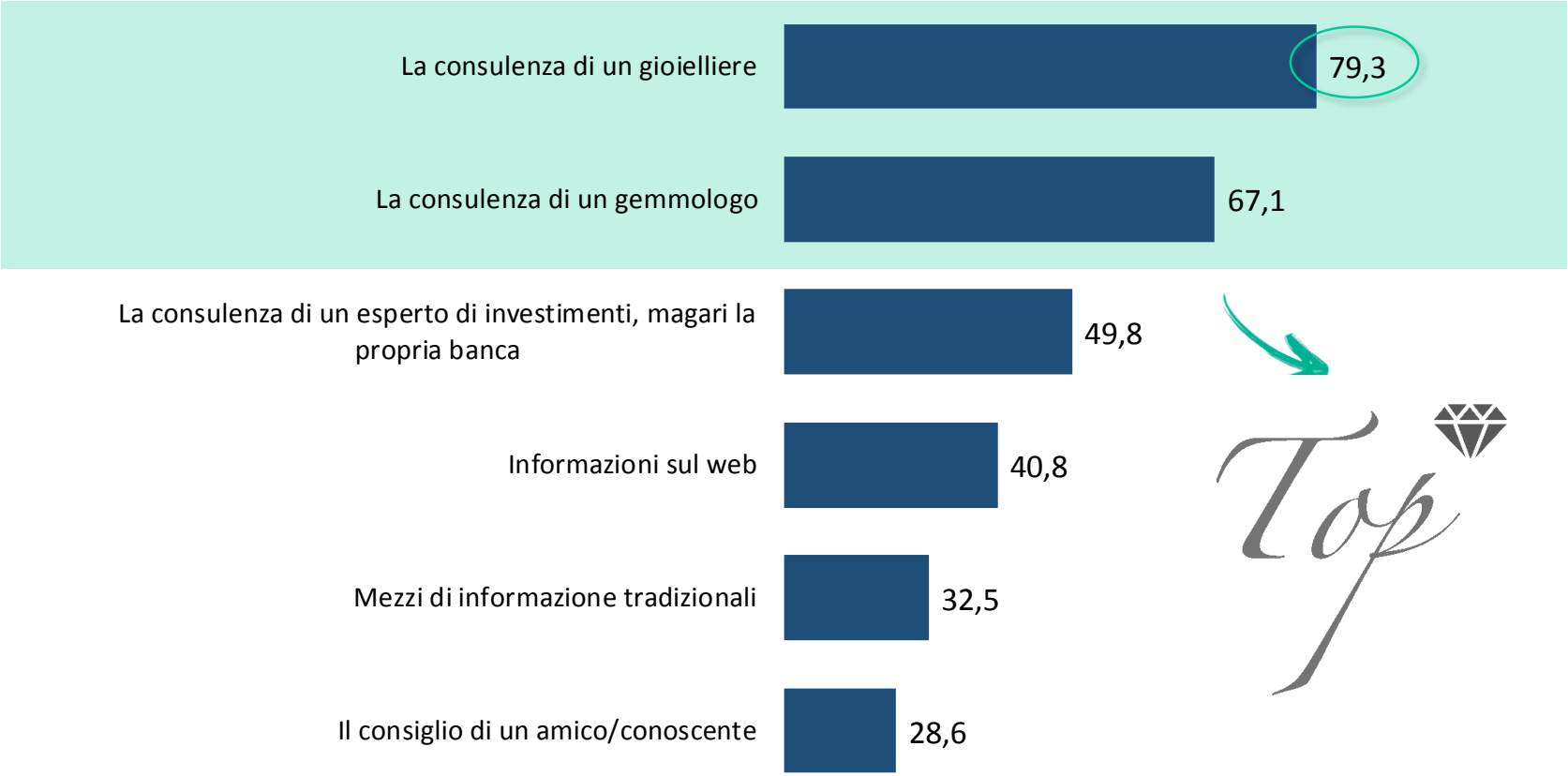
Quali sono le informazioni importanti o che potrebbero essere utili per l'acquisto di diamanti, se acquistati non montati su un gioiello?



Base campione: 532 casi. Solo coloro che hanno dichiarato di aver investito per soddisfare le sue esigenze di risparmio e quelle della sua famiglia.

come ci si informa sull'acquisto dei diamanti | …ma è soprattutto la consulenza del gioiellerie ciò che fa la differenza secondo i «risparmiatori»

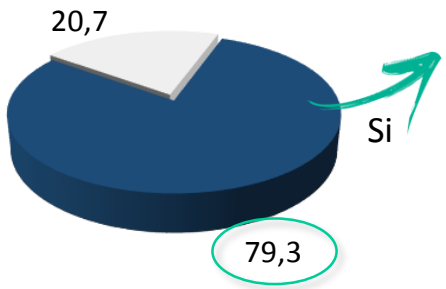
Con riferimento alle informazioni, che potrebbero essere utili per l'acquisto di diamanti, quali sono i canali attraverso i quali tenersi aggiornati o comunque avere la consulenza che occorre?



Base campione: 532 casi. Solo coloro che hanno dichiarato di aver investito per soddisfare le sue esigenze di risparmio e quelle della sua famiglia. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple.

le ragioni della preferenza accordata al gioielliere | …il gioielliere unisce la conoscenza dei diamanti ad una grande esperienza nella compra-vendita…

PER MEMORIA
Il gioielliere è un canale attraverso il quale tenersi aggiornati…?



Per quale motivo ha indicato "il gioielliere" come canale attraverso il quale tenersi aggiornati o comunque avere la consulenza che occorre?

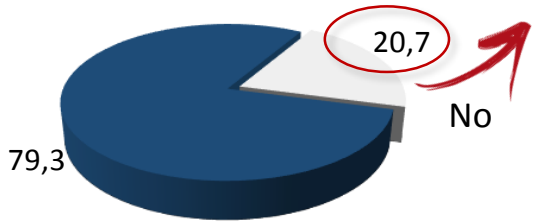
IL GIOIELLIERE HA ESPERIENZA NELLA COMPRA-VENDITA DEI DIAMANTI	IL GIOIELLIERE E' AFFIDABILE NEL CONSIGLIO CIRCA L'ACQUISTO DIAMANTI
49,1%	44,3%

IL GIOIELLIERE È «PREPARATO» PER FORNIRE LE INFORMAZIONI CHE MI OCCORRONO SUI DIAMANTI	IL GIOIELLIERE È UN IMPRENDITORE CHE CONOSCE LE DINAMICHE DEL MERCATO DEI DIAMANTI	IL GIOIELLIERE HA FREQUENTATO DEI CORSI GEMMOLOGICI
33,4%	30,8%	26,8%

Base campione: 422 casi. Solo coloro che hanno dichiarato di aver investito per soddisfare le sue esigenze di risparmio e quelle della sua famiglia e hanno indicato il gioielliere come canale attraverso i quali tenersi aggiornati. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple.

le ragioni della preferenza accordata a canali diversi dalla gioielleria | …il 20% circa dei risparmiatori (pochi) preferisce canali alternativi al gioielliere per tenersi aggiornato sui diamanti…

PER MEMORIA
Il gioielliere è un canale attraverso il quale tenersi aggiornati…?



Per quale motivo non ha indicato "il gioielliere" come canale attraverso il quale tenersi aggiornati o comunque avere la consulenza che occorre?

PENSO CI SIANO ALTRE FIGURE, OLTRE AL GIOIELLIERE, CHE SONO PIÙ ADATTE A FORNIRE INFORMAZIONI (AD ES. GEMMOLOGO, BANCA, WEB..)	IL GIOIELLIERE NON HA LA PREPARAZIONE SUFFICIENTE PER CONSIGLIARE CIRCA GLI INVESTIMENTI IN DIAMANTI
49,1%	26,4%

IL GIOIELLIERE E' UN ESPERTO DI GIOIELLI MA NON DI INVESTIMENTI	IL GIOIELLIERE NON HA ESPERIENZA NELLA COMPRA-VENDITA DEI DIAMANTI	IL GIOIELLIERE NON È DISPONIBILE A FORNIRE INFORMAZIONE SUL "TEMA DIAMANTE", OVVERO SULL'ACQUISTO DEI DIAMANTI PER INVESTIMENTI
26,4%	25,5%	20,0%

Base campione: 110 casi. Solo coloro che hanno dichiarato di aver investito per soddisfare le sue esigenze di risparmio e quelle della sua famiglia e non hanno indicato il gioielliere come canale attraverso i quali tenersi aggiornati. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple.

il diamante come bene di investimento | l'universalità del diamante come mezzo di scambio e la segretezza dell'investimento sono i principali plus associati all'acquisto

Perché, secondo lei, potrebbe rivelarsi **conveniente** considerare il diamante come bene per salvaguardare i propri risparmi?

SONO ACCETTATI E SCAMBIATI IN OGNI PAESE DEL MONDO	33,5%
SONO UN INVESTIMENTO ANONIMO, PERMETTONO QUINDI UN ALTO GRADO DI SEGRETEZZA FINANZIARIA	33,3%
NON SONO DANNEGGIABILI, NEANCHE DA UN EVENTO NATURALE	27,8%
ESSENDO DI PICCOLE DIMENSIONI, SONO FACILMENTE TRASPORTABILI	25,6%
SONO ESENTI DALLE TASSE DI SUCCESSIONE E DI CAPITAL GAIN, (ANCHE SE ALL'ATTO DI ACQUISTO SI PAGA L'IVA, CHE ALLA RIVENDITA NON VIENE RECUPERATA)	24,6%
SONO UN BENE IN FASE DI ESAURIMENTO	19,4%

Top

Base campione: 532 casi. Solo coloro che hanno dichiarato di aver investito per soddisfare le sue esigenze di risparmio e quelle della sua famiglia. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple.

le ragioni di coloro che non ritengono conveniente investire in diamanti | il pericolo di essere truffati, il furto, le difficoltà nell'identificazione del valore del bene…

Perché, secondo lei, potrebbe rivelarsi **non conveniente** considerare il diamante come bene per salvaguardare i propri risparmi?

RISCHIO TRUFFA: ACQUISTARE UN DIAMANTE "FALSO"	36,1%
ESSENDO BENI AL PORTATORE, SE VENGONO RUBATI È PRATICAMENTE IMPOSSIBILE RITROVARLI	31,4%
È DIFFICILE VALUTARNE IL PREZZO E IL VALORE IN MODO OGGETTIVO	24,1%
I DIAMANTI NON FORNISCONO ALCUN INTERESSE PERIODICO (RENDIMENTO È IN FUNZIONE DELLA DIFFERENZA TRA IL PREZZO DI ACQUISTO E QUELLO DI RIVENDITA)	15,4%
NON GARANTISCONO UN RENDIMENTO REALE POSITIVO (OSSIA NON GARANTISCONO UN RENDIMENTO CHE COPRA DALL'INFLAZIONE E PERMETTA DI CONSERVARE IL POTERE DI ACQUISTO)	13,5%
NON C'È L'OBBLIGO DI RIACQUISTO PER LE SOCIETÀ CHE VENDONO DIAMANTI	13,2%
IL RITORNO ECONOMICO SAREBBE ASSAI SCARSO	12,4%
I DIAMANTI SONO COMMERCIALIZZATI IN DOLLARI PER CUI SUSSISTE IL RISCHIO CAMBIO	12,4%

Top

Base campione: 532 casi. Solo coloro che hanno dichiarato di aver investito per soddisfare le sue esigenze di risparmio e quelle della sua famiglia. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple.

BACK UP

metodo e back-up | scheda tecnica della ricerca

COMMITTENTE

FEDERPREZIOSI - Federazione Nazionale delle Imprese Orafe Gioielliere Argentiere Orologiaie.

AUTORE

Format Research Srl (www.formatresearch.com)

OBIETTIVI DEL LAVORO

L'obiettivo dell'indagine è quello di rilevare, descrivere ed analizzare il sentiment dei consumatori italiani sul tema dei "diamanti", ovvero sulla figura specifica del gioielliere.

DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo della popolazione italiana di età superiore ai 24 anni che nel corso degli ultimi 18 mesi si è recato in gioielleria e/o ha acquistato un gioiello/bijoux on-line e hanno dichiarato di aver investito (in titoli, azioni, fondi, immobili, oggetti di valore ecc) per soddisfare le sue esigenze di risparmio e quelle della sua famiglia. Domini di studio del campione: sesso (maschi, femmine), età (25-34, 35-44, 45-54, 55-64, >64), area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud/isole).

NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria «focus sul tema diamante»: totale 532 casi. Numerosità campionaria sovracampionamento 150 casi (150 interviste a buon fine). Le prime tre domande sul «diamante» sono state effettuate su tutto campione dell'osservatorio (n. 850 casi). Fonte delle anagrafiche: elenchi telefonici.

METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*)/Cawi (*Computer assisted web interview*).

TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

22 - 27 luglio 2016.

CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione italiani), e della "Legge sulla Privacy" (D.lgs n. 196/03).

DIRETTORE DELLA RICERCA

Pierluigi Ascani

Evelina Patamsyte

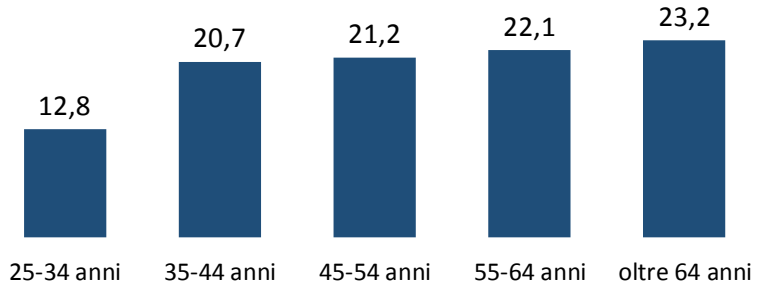
metodo e back-up | campione

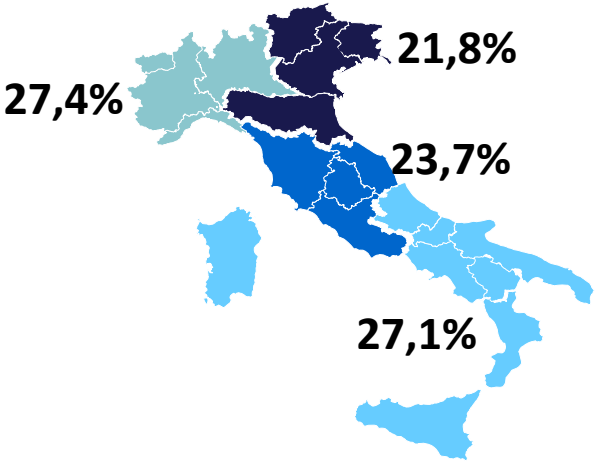
sesso

52,8 %

47,2 %

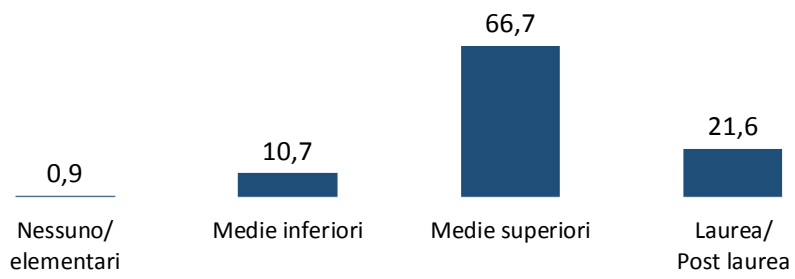
età



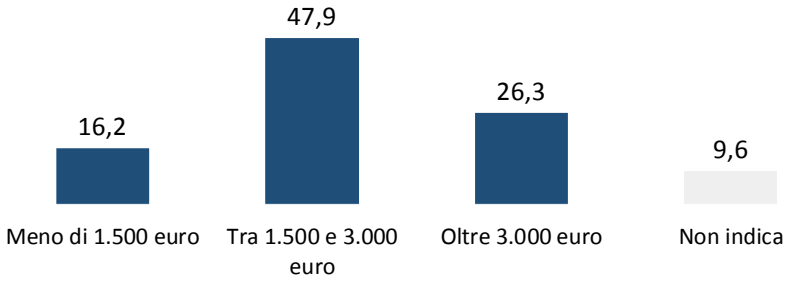


metodo e back-up | campione

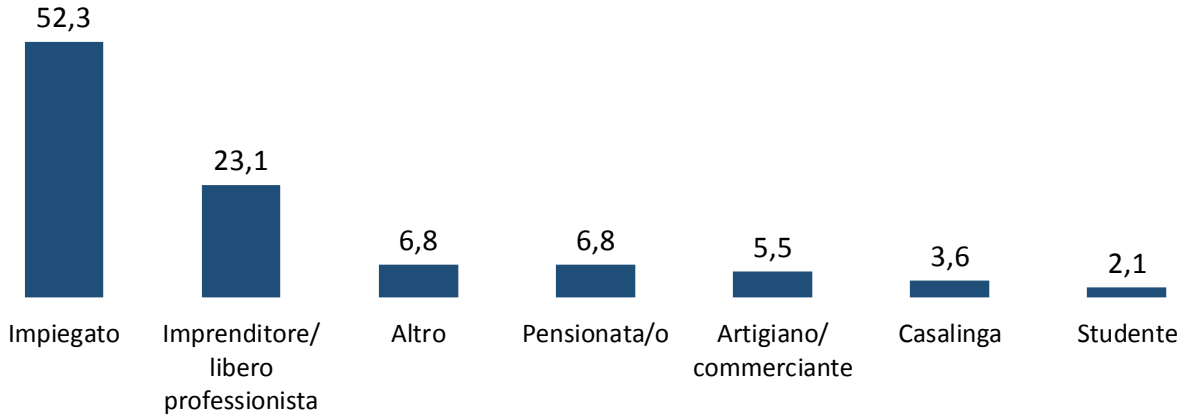
titolo di studio



reddito familiare



occupazione/professione



Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività e può dare luogo a fraintendimenti.

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento, senza la previa autorizzazione scritta di Format Research.

2016 © Copyright Format Research Srl

format research s.r.l.
via ugo balzani 77, 00162 roma, italia
tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96
info@formatresearch.com
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004
rea roma 747042, cap. soc. € 10.340,00 i.v.

unità operativa - via sebastiano caboto 22/a
33170 pordenone, italia - rea 99634/pn

www.formatresearch.com

Membro: Assirm, Confcommercio, Esomar, SIS

UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049