

Com. Dett. 11/2016

TRASPARENTE COME UN DIAMANTE Fascino e Business

Diamanti: competenza da parte di chi vende, conoscenza da parte di chi compra.

Una tavola rotonda a VICENZAORO September 2016

**Organizzata da Federpreziosi Confcommercio e IGI - Istituto Gemmologico Italiano
con il supporto di Fiera di Vicenza**

Settembre 2016 – Durante **VICENZAORO September**, il Salone internazionale dell'oreficeria e della gioielleria organizzato da **Fiera di Vicenza**, in programma nella città del Palladio dal **3 al 7 settembre**, si svolge una tavola rotonda organizzata da Federpreziosi Confcommercio e IGI - Istituto Gemmologico Italiano con il supporto di Fiera di Vicenza.

Nell'ambito dell'Osservatorio Federpreziosi Confcommercio che studia i comportamenti degli italiani che a vario titolo frequentano le gioiellerie italiane e/o che si rivolgono al canale on line per l'acquisto di un gioiello (o di un bijoux) è stato realizzato quest'anno un importante approfondimento sul tema "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?

1

L'indagine dell'Osservatorio sulla gioielleria in generale, condotta nel periodo 22/27 Luglio 2016, ha preso in considerazione – con un risultato di 850 interviste a buon fine - un campione di consumatori con un'età superiore ai 24 anni, che nel corso degli ultimi 18 mesi si sono recati in gioielleria per effettuare personalmente un acquisto per sé o per altri (indipendentemente dal fatto che lo abbiano compiuto o meno), per una riparazione, per una pulizia, per una modifica di un gioiello, ecc. e/o che nel corso degli ultimi 18 mesi hanno acquistato un gioiello/bijoux on-line.

All'interno dell'Osservatorio l'approfondimento sui diamanti è stato effettuato esclusivamente presso i «risparmiatori», ossia presso un campione ridotto e specifico di consumatori che normalmente effettuano una 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.

*I risultati sono stati presentati durante **VICENZAORO September**, il Salone internazionale dell'oreficeria e della gioielleria organizzato da **Fiera di Vicenza**, nel corso di una tavola rotonda organizzata da Federpreziosi Confcommercio e IGI - Istituto Gemmologico Italiano con il supporto*

di Fiera di Vicenza e il patrocinio di Borsa Diamanti d'Italia, Federpietre, Associazione Italiana Gemmologi.

Come mai i gioiellieri hanno sentito il bisogno di ribadire il proprio ruolo e la propria competenza?

Le ricerche condotte nell'ultimo biennio da Federpreziosi Confcommercio indicano come, malgrado siano profondamente mutati comportamenti e stili di acquisto, il negozio del gioielliere rimanga luogo privilegiato per gli acquisti di preziosi. Nell'ambito di un business come quello del mercato dei diamanti che, con il perdurare della crisi e gli scossoni che i mercati subiscono in maniera repentina e a volte violenta, si affaccia sempre più spesso sulle pagine dei giornali è parso opportuno verificare l'atteggiamento del consumatore. La materia si è fatta più complessa e articolata. Si parla di bene rifugio, di beni da investimento, di migliori quotazioni - ora per le pietre più grandi, ora per quelle più pure - di qualità gemmologiche, di certificazioni, di marcatura laser, di risparmio tutelato, ma anche di rivalutazione delle somme impiegate.

FORMAT Research, società di ricerca che da tempo affianca Federpreziosi nelle attività di studio e analisi del settore, ha indagato questa volta proprio sulla propensione all'investimento in diamanti da parte dei risparmiatori italiani.

Il campione - ampio per la categoria considerata in quanto composto da 532 "risparmiatori italiani" - merita un'osservazione particolare perché rappresenta un segmento importante, e dà voce a quella parte di italiani in grado, non solo di risparmiare, ma anche di dimostrarsi propensa a una qualche forma di investimento. Sono, quindi, individui informati e consapevoli circa il valore dell'investimento.

Se il valore del diamante rimanda all'ampia sfera di valenze emozionali e simboliche già note, come 'l'unicità della gemma che rispecchia quella della persona che lo riceve', 'la preziosità di momenti importanti della vita od occasioni significative', la gioielleria è, d'altro canto, inclusa tra i canali attraverso i quali il 97% degli intervistati sa di poter acquistare la gemma e di poter fare un buon investimento. Nella pratica, pur essendo a conoscenza di altri canali attraverso i quali acquistare, ovvero principalmente banche e società specializzate, l'85% degli intervistati si rivolgerebbe a una gioielleria: il consiglio professionale e la competenza del gioielliere in tema di certificazioni e di garanzia sulle gemme concorrono in maniera rilevante a trasmettere un'immagine di affidabilità a tutto campo.

Garanzia sulla pietra, fiducia sulle certificazioni e affidabilità in generale, è bene sottolinearlo, sono asset riconosciuti in buona misura anche alle società specializzate, secondo il 5,8 % di intervistati che si rivolgerebbe a questo canale.

Gli intervistati non sembrano avere dubbi su quali informazioni è necessario reperire per fare un buon acquisto: certificazioni, descrizioni delle caratteristiche della pietra e come è possibile valutarle, quali sono gli istituti gemmologici riconosciuti sono ampiamente citati, ma per il 79,3% del campione “è soprattutto la consulenza del gioielliere ciò che fa la differenza” seguita da quella del gemmologo (67,1%).

Il gioielliere – tra le figure privilegiate cui rivolgersi per mantenersi aggiornati - in particolare, è ritenuto competente in virtù dell’esperienza nell’attività di compra-vendita di diamanti (49,1%) e perché, più in generale “affidabile nel consiglio circa l’acquisto dei diamanti” (44,3%).

Per ulteriori informazioni:

Federpreziosi Confcommercio Roma

Tel. + 39 06 4404105 - federpreziosi@confcommercio.it – www.federpreziosi.it

Ufficio Stampa, Studio EffeErre, Milano

Tel. + 39 02 33001100 – + 39 02 39264512

Annalisa Fontana 329 2357342 – Gloria Belloni 329 2357344

orafidettafianti@studioeffeerre.com – www.studioeffeerre.com