

VERSO LA TANTO AUSPICATA CHIAREZZA AGCM SUI DIAMANTI DA INVESTIMENTO: COSUMATORI INGANNATI

31 ottobre 2017 - Preannunciate alla fine di settembre 2017, sono state rese note in un comunicato stampa datato 30 ottobre le conclusioni dell'AGCM - Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato sulle pratiche commerciali di alcuni importanti operatori italiani nel campo degli investimenti finanziari nella vendita di diamanti proposti come beni di investimento attraverso gli istituti bancari.

Il comunicato titola **“DIAMANTI DA INVESTIMENTO: CONSUMATORI INGANNATI, MULTATE IMPRESE VENDITRICI IDB E DPI E BANCHE UNICREDIT, INTESA, MPS, BBPM PER OLTRE 15 MLN”**

e viene diffuso al termine di due istruttorie. L'Autorità ha ritenuto gravemente ingannevoli e omissive le modalità di offerta dei diamanti da investimento da parte di Intermarket Diamond Business – IDB S.p.A. (IDB) e Diamond Private Investment – DPI S.p.A. (DPI), anche attraverso gli istituti di credito con i quali rispettivamente operavano: Unicredit e Banco BPM (per IDB); Intesa Sanpaolo e Banca Monte dei Paschi di Siena (per DPI).

Per entrambe le società i profili di **scorrettezza** sono stati riscontrati nelle **informazioni fornite attraverso il sito e il materiale promozionale in merito al prezzo di vendita, all'andamento del mercato indicato in costante e stabile crescita, all'agevole liquidabilità e rivendibilità, alla qualifica dei professionisti come leader di mercato.**

L'Autorità ha inoltre ritenuto che il fatto che l'investimento fosse proposto - utilizzando materiale informativo delle due società - dal personale bancario e che questo fosse presente agli incontri fra tali professionisti e i clienti abbia “determinato molti consumatori all'acquisto senza effettuare ulteriori accertamenti”.

Un notevole appoggio per fare chiarezza su un tema da tempo sotto osservazione da parte dei gioiellieri italiani è arrivato anche dai media, con Report/Rai 3 in prima linea, che a, partire dall'ottobre 2016, sta puntando i riflettori su un mercato con finalità meramente speculative e con poca trasparenza nella comunicazione.

“La prima sollecitazione di Federpreziosi Confcommercio” sottolinea il presidente Giuseppe Aquilino “risale al 2013 e recentemente avevamo rafforzato il nostro intervento con la tavola rotonda **“Trasparente come un diamante – Fascino e Business”**, organizzata a VicenzaOro September 2016, con cui siamo riusciti a richiamare forte attenzione di operatori, consumatori e stampa. Sull'iniziativa la categoria si era trovata compatta, agendo con particolare incisività attraverso un importante lavoro di squadra con una

comunicazione sinergica tesa a informare il cliente per la sua tutela e, di conseguenza, per la tutela della professione del gioielliere. Perché è evidente che il cliente è il nostro patrimonio e la sua fiducia è la base del nostro lavoro”.

“Il nostro obiettivo” ribadisce il direttore di Federpreziosi Steven Tranquilli “è sempre stato quello di sensibilizzare il consumatore sull’importanza di acquistare presso chi è un professionista specializzato nel settore. Solo così si può avere la corretta informazione su ciò che si acquista. Una comunicazione opaca e tendenziosa ha diffuso la convinzione che il diamante possa essere considerato un bene d’investimento, creando non pochi danni, generando perplessità e incertezze nel cliente, arrivando anche a frenare la propensione all’acquisto”.

“Nel corso dell’istruttoria” segnala AGCM “sono stati svolti accertamenti ispettivi con l’ausilio del Nucleo Speciale Antitrust della Guardia di Finanza e sono state fornite informazioni utili all’accertamento della pratica da parte della CONSOB. Hanno partecipato al procedimento le associazioni Altroconsumo, originaria segnalante, Movimento Difesa del Cittadino, Codacons”.

<http://www.agcm.it/stampa/comunicati/8980-ps10677-ps10678-diamanti-da-investimento-consumatori-ingannati,-multate-impresevenditrici-idb-e-dpi-e-banche-unicredit,-intesa,-mps,-bbpm-per-oltre-15-mln.html>