



# la gioielleria | trasparente come un diamante

RAPPORTO DI RICERCA

Il Diamante 2016 (2015-104n7 R08)





# 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»

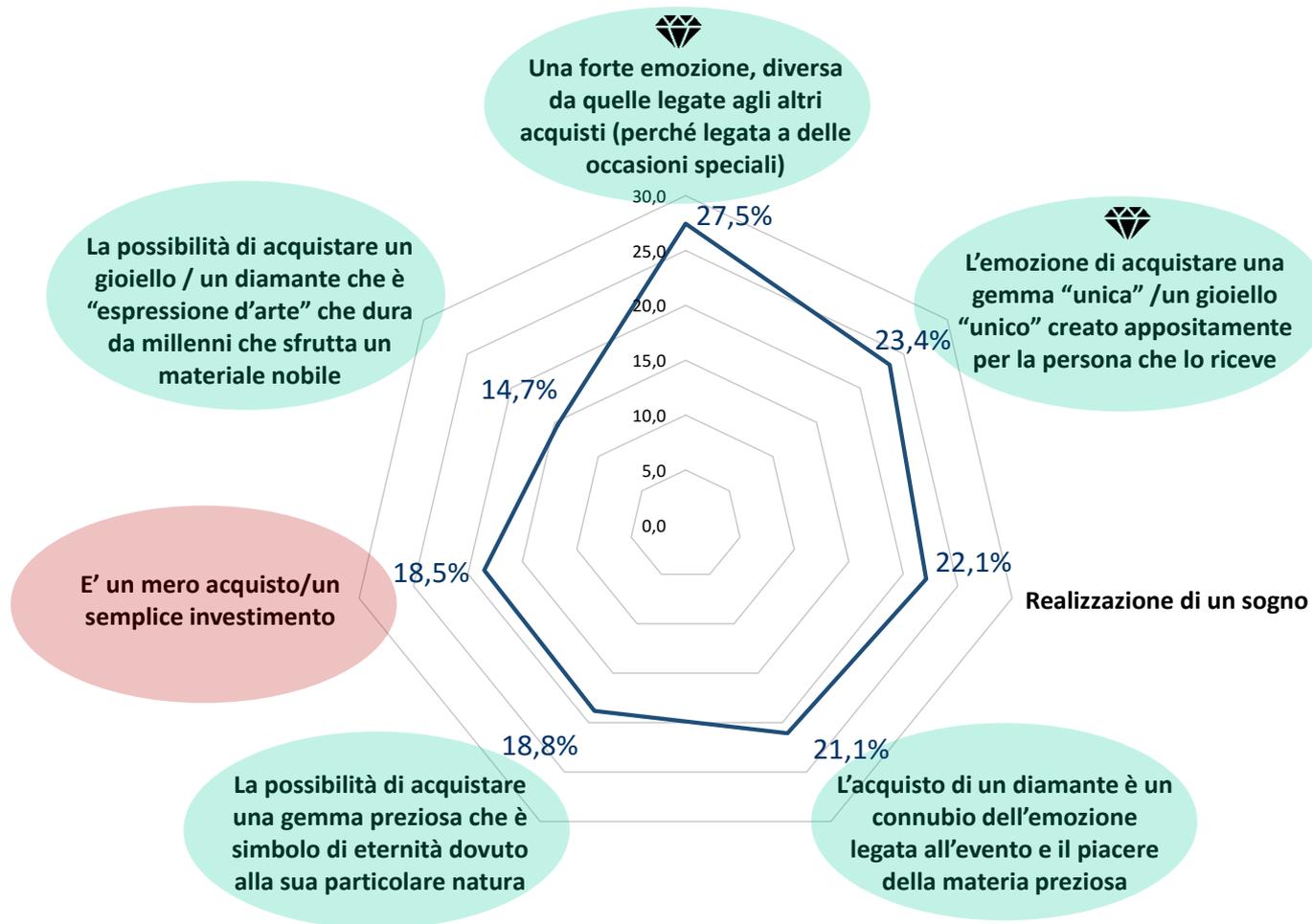
L'approfondimento è stato effettuato esclusivamente presso i «risparmiatori» italiani, ossia presso un campione ridotto e specifico di consumatori che normalmente effettuano un qualche genere di attività per soddisfare le esigenze di risparmio proprie e/o quelle della propria famiglia (investimenti in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

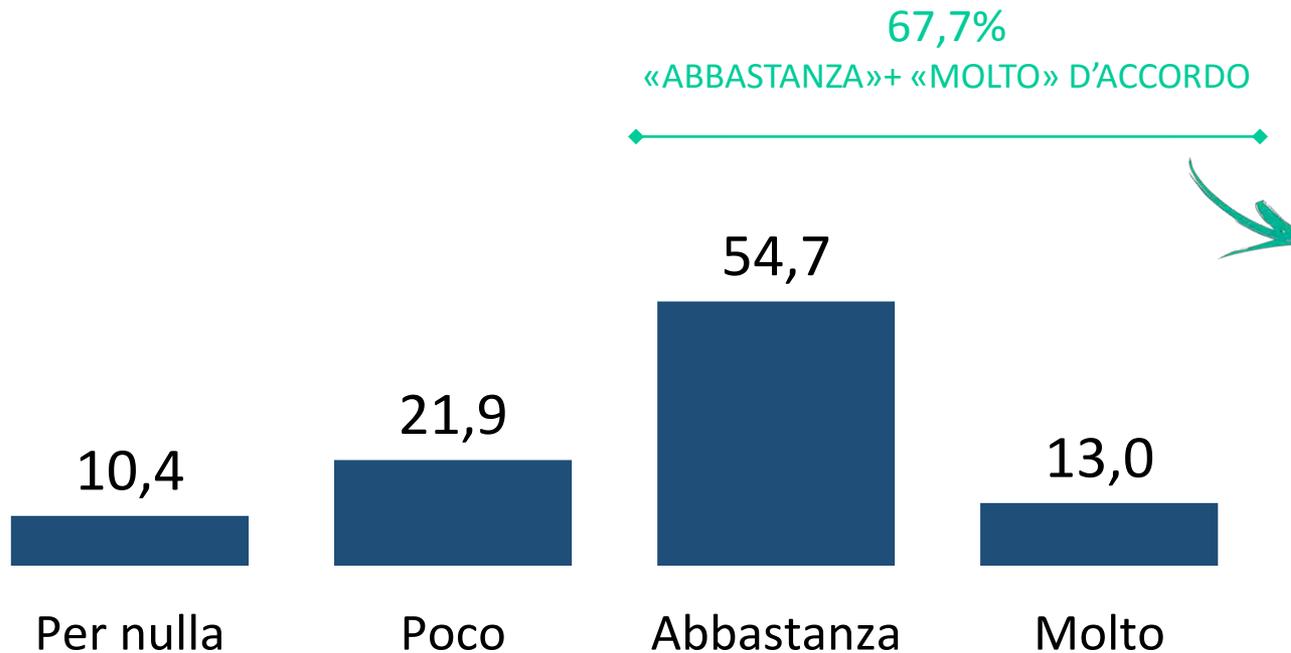
Che cosa potrebbe rappresentare per Lei l'acquisto di un diamante?



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"?



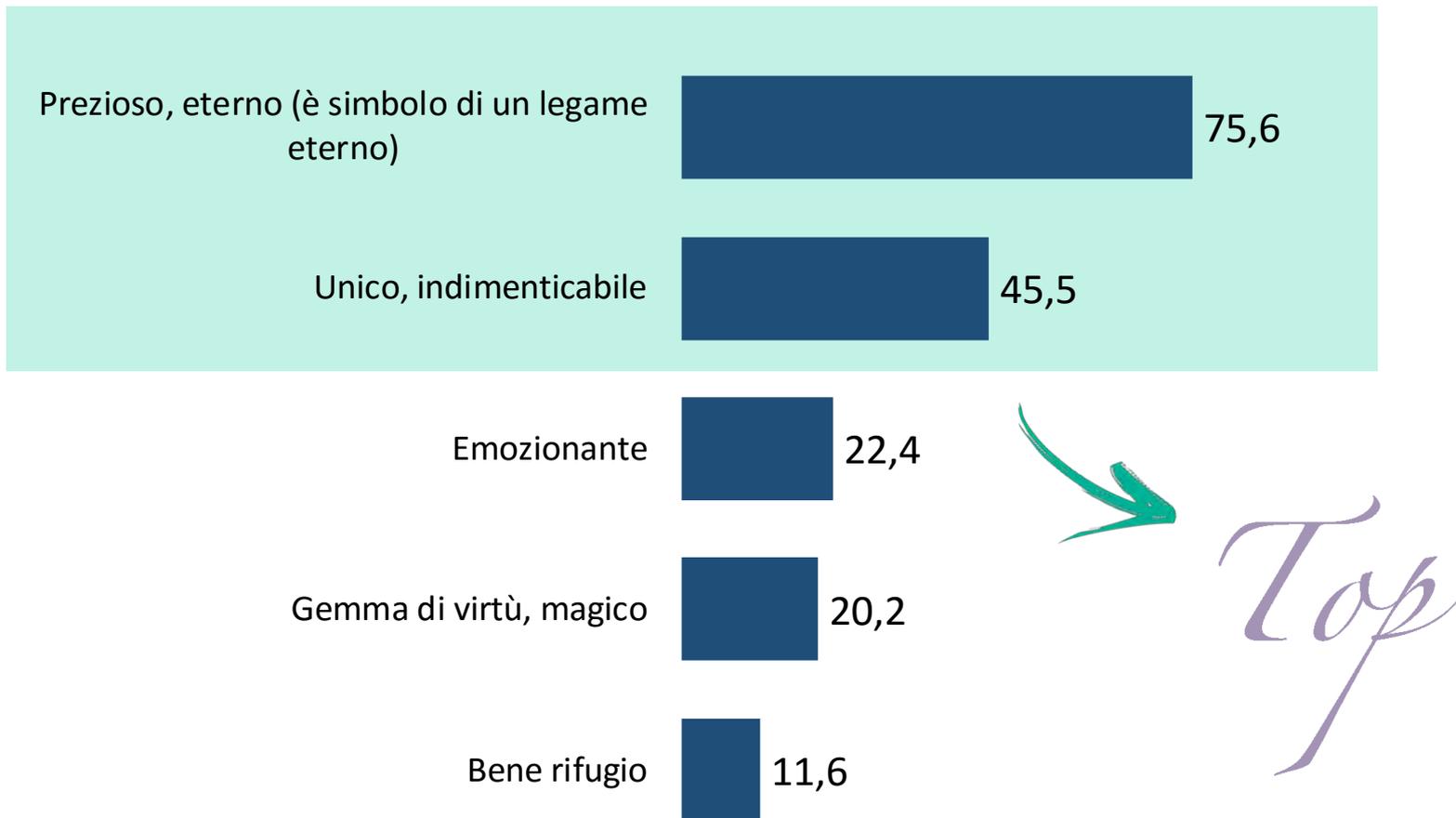
Dato accentuato...



Dal 35-54 anni

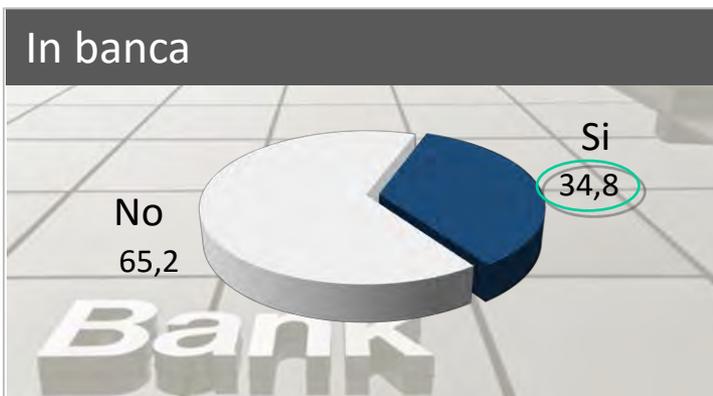
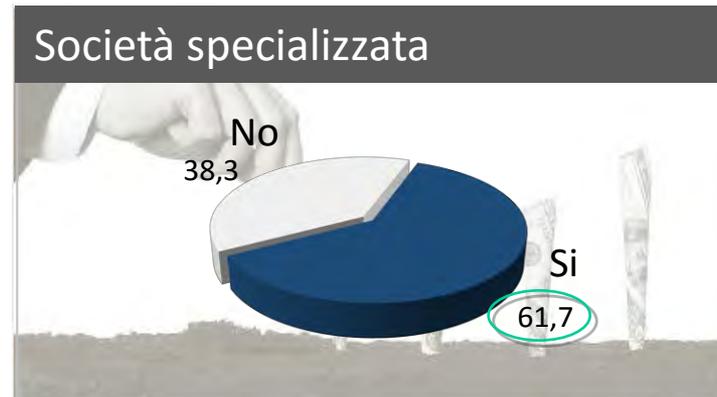
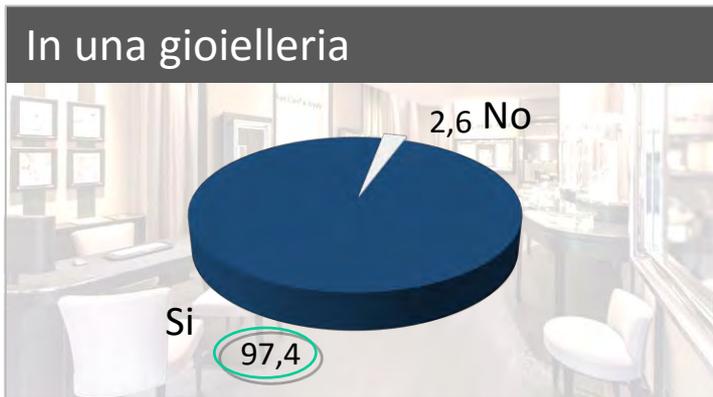
**diamante** | prezioso, eterno, unico e indimenticabile sono gli aggettivi che descrivono meglio un diamante nell'immaginario dei intervistati

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



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

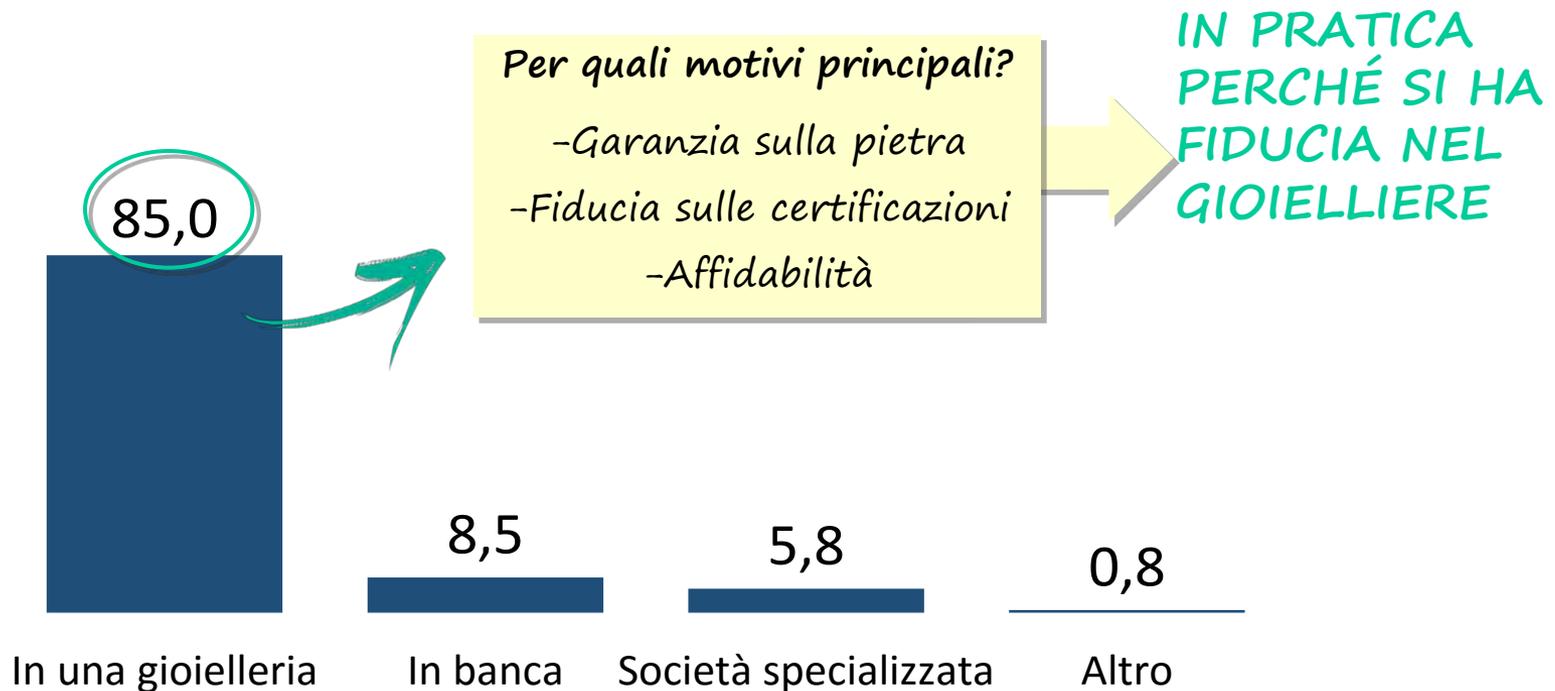
In quali dei seguenti luoghi, secondo lei, si può acquistare un diamante?



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...?



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...?

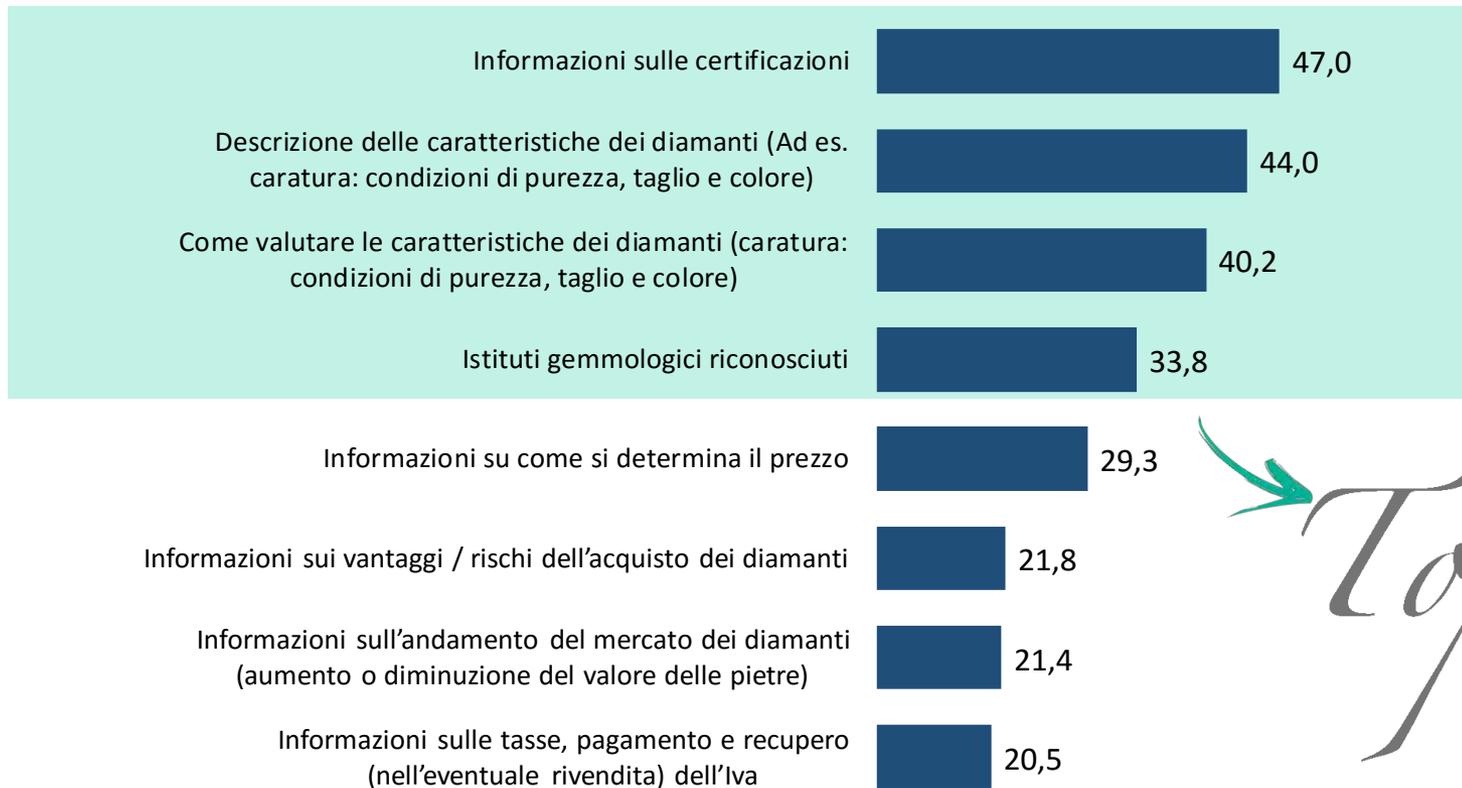
*Per memoria...*

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

	Gioielleria <b>(85%)</b>	Banca <b>(8,5%)</b>	Società specializzata <b>(5,8%)</b>
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	-

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

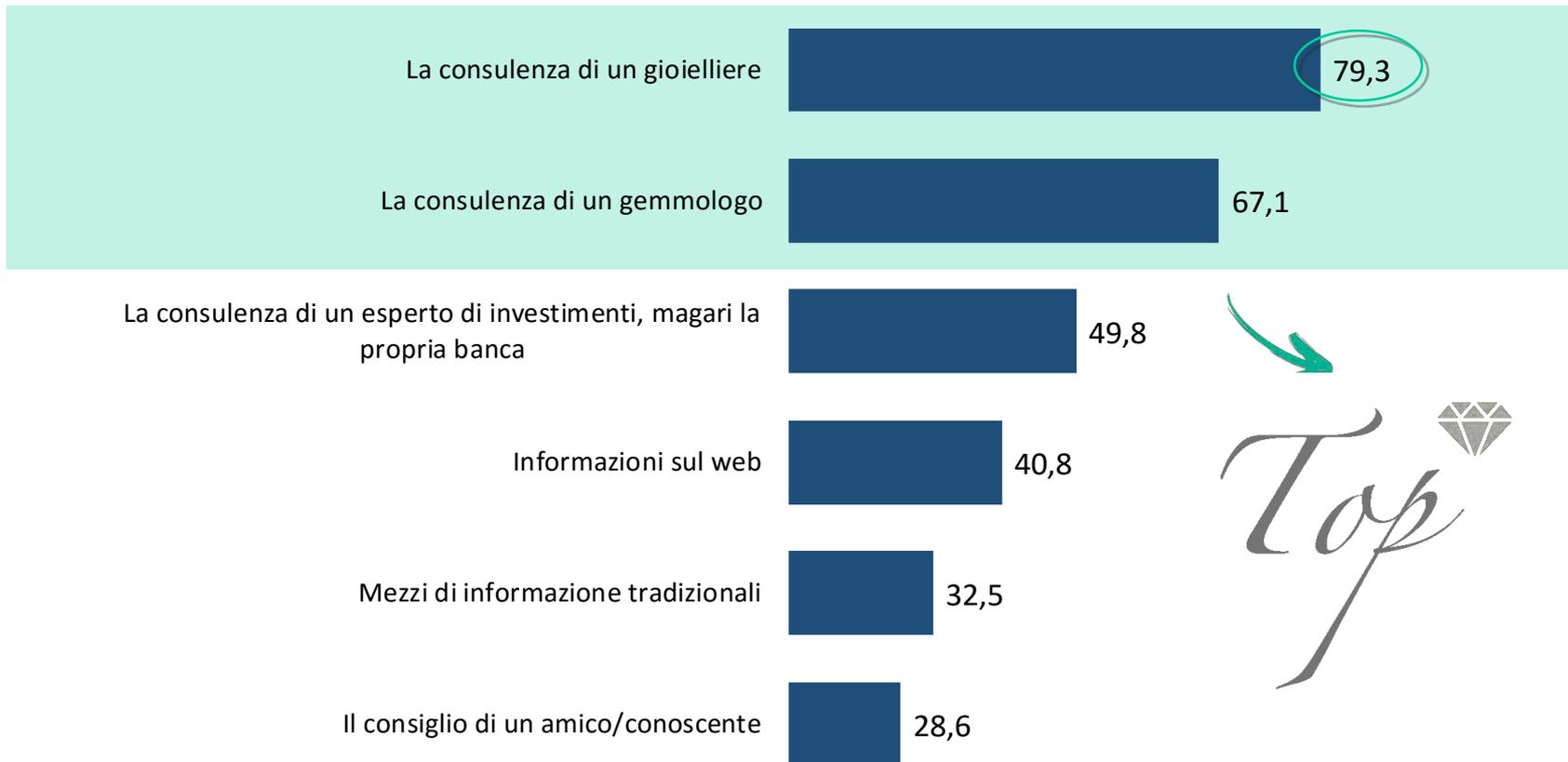
Quali sono le informazioni importanti o che potrebbero essere utili per l'acquisto di diamanti, se acquistati non montati su un gioiello?



*Top 4* 

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

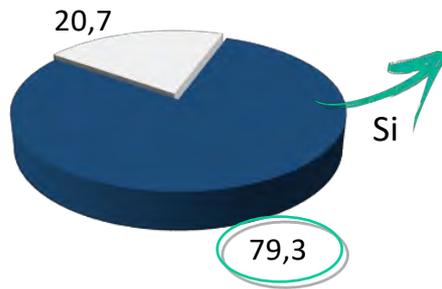
Con riferimento alle informazioni, che potrebbero essere utili per l'acquisto di diamanti, quali sono i canali attraverso i quali tenersi aggiornati o comunque avere la consulenza che occorre?



## 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**

**49,1%**

**IL GIOIELLIERE E' AFFIDABILE NEL CONSIGLIO CIRCA L'ACQUISTO DIAMANTI**

**44,3%**

**IL GIOIELLIERE È «PREPARATO» PER FORNIRE LE INFORMAZIONI CHE MI OCCORRONO SUI DIAMANTI**

**33,4%**

**IL GIOIELLIERE È UN IMPRENDITORE CHE CONOSCE LE DINAMICHE DEL MERCATO DEI DIAMANTI**

**30,8%**

**IL GIOIELLIERE HA FREQUENTATO DEI CORSI GEMMOLOGICI**

**26,8%**

# 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..)**

**49,1%**

**IL GIOIELLIERE NON HA LA PREPARAZIONE SUFFICIENTE PER CONSIGLIARE CIRCA GLI INVESTIMENTI IN DIAMANTI**

**26,4%**

**IL GIOIELLIERE E' UN ESPERTO DI GIOIELLI MA NON DI INVESTIMENTI**

**26,4%**

**IL GIOIELLIERE NON HA ESPERIENZA NELLA COMPRA-VENDITA DEI DIAMANTI**

**25,5%**

**IL GIOIELLIERE NON È DISPONIBILE A FORNIRE INFORMAZIONE SUL "TEMA DIAMANTE", OVVERO SULL'ACQUISTO DEI DIAMANTI PER INVESTIMENTI**

**20,0%**

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%



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* 

A perspective view of a tunnel formed by multiple rows of binary code (0s and 1s) that curve inward, creating a sense of depth and movement towards a vanishing point in the center. The text is white on a dark background.

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](http://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

sexo



52,8 %



47,2 %

età



12,8

25-34 anni

20,7



35-44 anni

21,2



45-54 anni

22,1

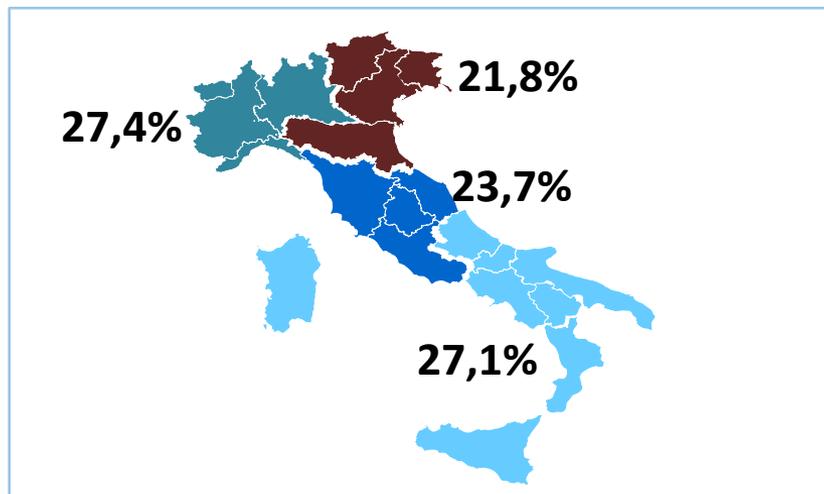


55-64 anni

23,2

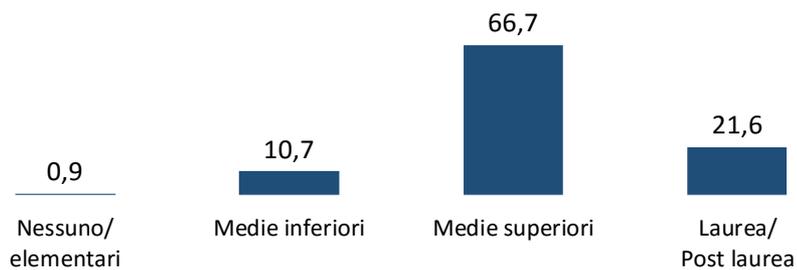


oltre 64 anni

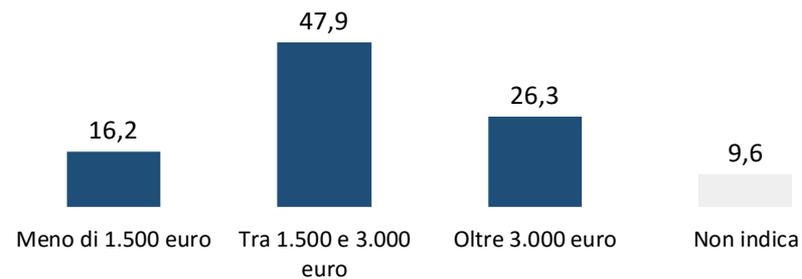


# metodo e back-up | campione

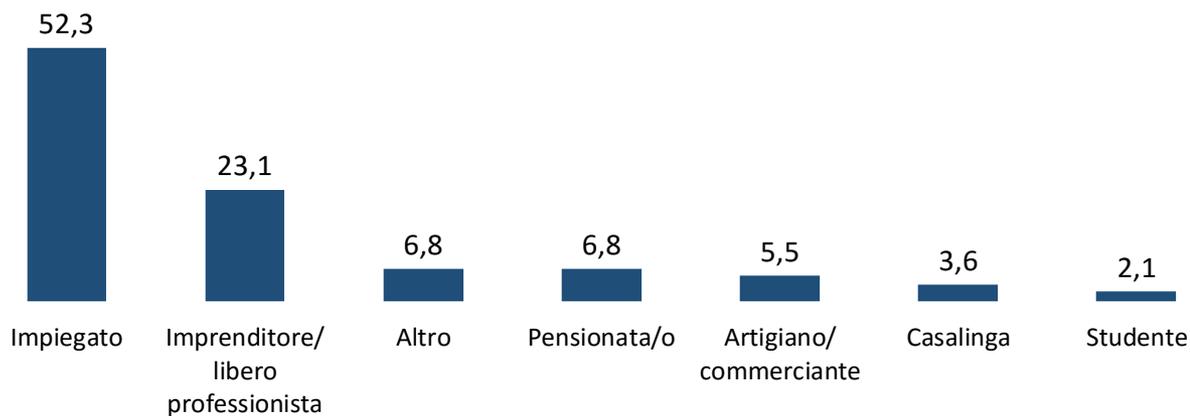
## titolo di studio



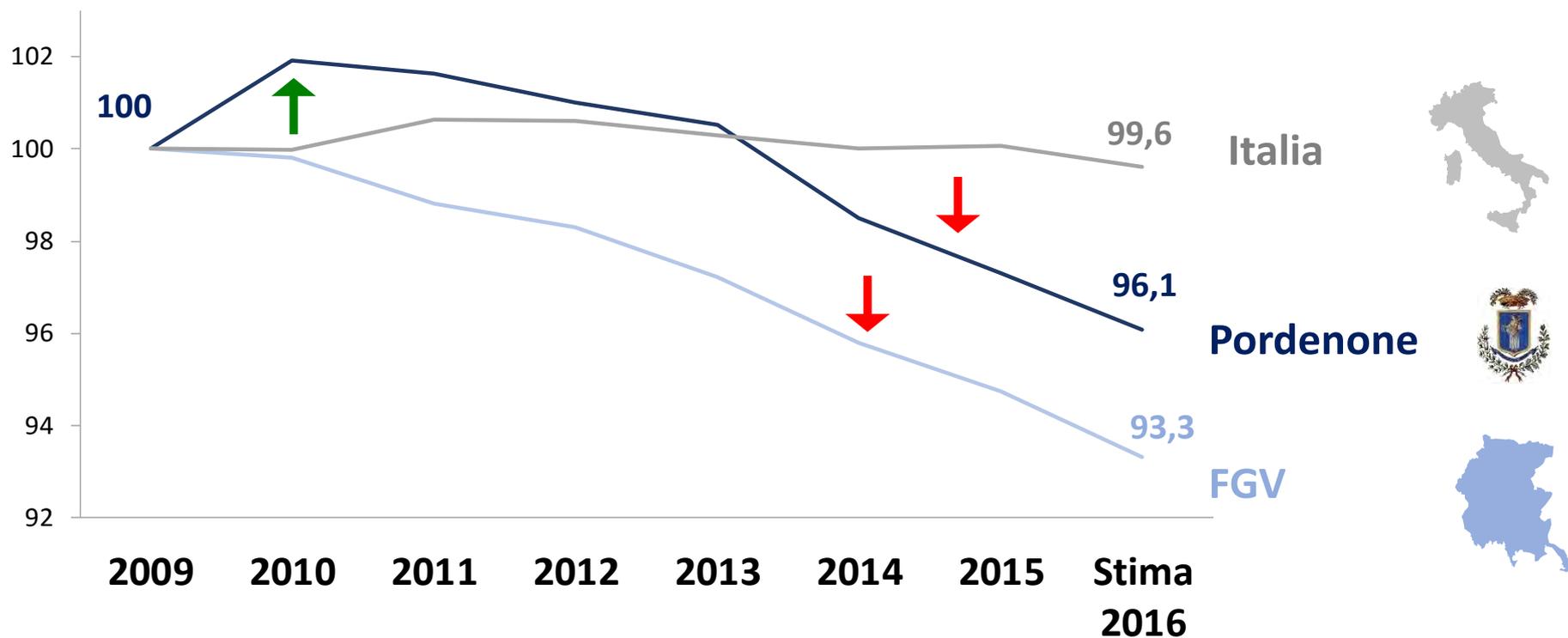
## reddito familiare



## occupazione/professione



## gioiellerie attive per anno | variazione dal 2009 ad oggi...



Elaborazione Format Research Srl su dati Istat e Movimprese.

*Nota: Variazione base 100 (2009=100): a valori superiori a 100 corrisponde un aumento delle gioiellerie attive sul territorio a valori inferiori a 100 corrisponde una diminuzione.*

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](mailto: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](http://www.formatresearch.com)  
Membro: Assirm, Confcommercio, Esomar, SIS



UNI EN ISO 9001:2015  
CERT. N° 1049

