

14 Dicembre 2016

Gioiellieri / Riva: «Torna la voglia di acquistare preziosi»

Il presidente del Gruppo Ascom : «Nel 2016 più interesse e vivacità. I diamanti si confermano bene-rifugio». «Anche in questo settore la concorrenza del web si fa sentire e cambia il rapporto con la clientela»



Nel 2016 la percentuale dei consumatori che regalerà gioielli e bijoux a Natale risulta leggermente superiore rispetto al 2015, come evidenzia la recente indagine condotta da Federpreziosi- Confcommercio in vista del Natale.



A mettere sotto l'albero regali preziosi è il 10,8% contro il 7,8% del 2015. Una tendenza positiva, dopo anni di grande difficoltà, confermata anche a livello provinciale da **Alessandro Riva**, presidente del Gruppo Commercianti di Preziosi dell'Ascom di Bergamo. «Il 2016 ha registrato maggior interesse e vivacità rispetto allo scorso anno, anche se la ripresa sembra ancora lontana – afferma -. È stato comunque un anno difficile e purtroppo la crisi non ha risparmiato insegne storiche, con chiusure eccellenti sia in città che in provincia. La voglia di acquistare e regalare preziosi non tramonta nonostante la crisi, anche se si sta sempre, e comprensibilmente, più attenti a come spendere i propri soldi».

Il gioiello continua ad essere il regalo per antonomasia da scartare sotto l'albero. «Negli ultimi anni abbiamo sofferto molto la concorrenza dei gioielli "firmati" e di moda, ma sono sempre più i clienti che non cedono alle tendenze del momento e preferiscono la qualità artigianale agli status symbol e ad oggetti omologati – continua Riva -. Gli acquisti sono più ponderati e consapevoli, con una crescente attenzione a dettagli e qualità. Tornano ad essere ricercati gioielli antichi e particolari, che fanno stupire sempre».

Quanto agli articoli più venduti, secondo l'indagine Confcommercio, bracciali, orecchini e ciondoli hanno la meglio; non tramonta però il classico collier e c'è chi sceglie di regalare un anello di fidanzamento per rendere indimenticabili le feste. I diamanti continuano ad essere un bene rifugio durante la crisi: «E c'è anche chi li acquista per investimento e decide comunque di montarli per la moglie, tenendosi nel cassetto la certificazione della pietra preziosa – precisa Riva -. Senza dubbio per la categoria le certificazioni di diamanti rappresentano una nicchia se non in crescita comunque stabile e per i gioiellieri che si affidano risparmi come investimento».



Come gli altri comparti del commercio, anche i gioiellieri soffrono la

concorrenza del web: «Il rapporto con la clientela è diverso da prima. Internet ha allargato la platea di clienti ed ormai è la prima vetrina per chi sceglie di fare acquisti, oltre che il punto di riferimento per i prezzi – rileva il gioielliere -. Da una parte abbiamo una clientela più informata su prodotti e più attenta, di contro si cerca sempre di spuntare qualche sconto, nonostante i prezzi imposti».

A livello nazionale, come mostra l'indagine Confcommercio-Federpreziosi, la gioielleria tradizionale è il luogo privilegiato per gli acquisti per il 74,6% degli intervistati, cui segue la gioielleria in un centro commerciale, il 53,7% (la somma delle percentuali è diversa da 100 perché nel questionario erano ammesse risposte multiple). Cresce il mercato on-line: ha dichiarato di acquistare su siti di e-commerce il 30,7% degli intervistati, sui negozi online di un marchio noto il 23,3% del campione, mentre il 17,9% fa acquisti con un click, ma solo dal sito web di una gioielleria tradizionale.