

Per gli acquisti importanti ci si affida al gioielliere di fiducia



L'8 maggio, dalle 13 alle 15, in sede incontro dedicato al settore orafa "Essere unici per distinguerci: strategie di eccellenza e unicità" Tra le categorie del commercio tradizionale, le gioiellerie mantengono il loro appeal. Quando si tratta di acquisti importanti, ad alto investimento emotivo ancora prima che economico, i consigli del commerciante e il poter valutare l'acquisto, ponderando attentamente la scelta, toccando con mano i preziosi, non hanno prezzo. Il 90,3% dei consumatori bergamaschi ha effettuato acquisti nel negozio specializzato di fiducia; il 45,5% degli indecisi sull'acquisto da fare si è affidato al gioielliere. E i suggerimenti si sono rivelati il canale prediletto per l'individuazione del gioiello da acquistare per ben il 43,3%, surclassando i consigli di amici e conoscenti (che rispettivamente incidono per il 24,7% e il 22%) e la pubblicità dei media tradizionali (10%). Per la stragrande maggioranza dei consumatori bergamaschi (il 72,7%), le gioiellerie sono al passo coi tempi e capaci di cogliere nuovi trend. Sono queste alcune delle principali evidenze emerse dalla ricerca commissionata da Confcommercio Bergamo a Format Research, con dati elaborati a fine aprile, basati su un campione di consumatori rappresentativo residente in città e provincia di età



compresa tra i 25 e i 54 anni e su un campione sperimentale e ragionato di gioiellerie al fine

di analizzarne l'andamento dell'attività economica. Un primo vero e proprio focus sul comparto effettuato dall'associazione. *"La ricerca restituisce un quadro del settore anche attraverso gli occhi del consumatore, consentendoci di apprezzare la stima e la fiducia che la clientela attribuisce al nostro lavoro di tutti i giorni, soprattutto per quanto riguarda la professionalità"* commenta **Alessandro Riva**, presidente Gruppo Commercianti di preziosi e antichità Confcommercio Bergamo-. *Stiamo assistendo, come nei ciclici momenti di crisi economica, alla valorizzazione dell'oro e di altri preziosi come beni- rifugio e ciò comporta un ulteriore investimento nella nostra professionalità e consulenza. Sono questi i veri valori su cui puntare"*. Oltre la crisi e al di là degli investimenti, che interessano una parte minoritaria e privilegiata della clientela, il gioiello continua a mantenere la sua attrattiva: *"Resta, al di là del sacrificio economico che richiede, l'acquisto per antonomasia per regali importanti ad altissimo investimento emotivo"* continua Riva-. *Un bene durevole dalla bellezza senza tempo, che va oltre la griffe e la moda del momento, per cui ci si affida ancora, come per gli altri acquisti di valore, agli esperti e ai loro consigli. La ricerca evidenzia il nostro ruolo nel consigliare e personalizzare la scelta di acquisti"*. Il gioielliere rappresenta per ben il 36,2% dei consumatori un valore aggiunto.

L'identikit delle imprese del settore

Le imprese del commercio al dettaglio di orologi, gioielleria e argenteria della provincia di Bergamo sono 138, pari all'8,9% del totale regionale. In Italia, su un totale di 715mila imprese del commercio al dettaglio, 12.711 sono imprese del commercio al dettaglio di orologi, articoli di gioiellerie e argenteria. Le gioiellerie nella provincia di Bergamo hanno per il 58,7% un solo addetto, per il 18,8% due addetti e per il 17,4% 3 addetti. Solo il 2,9% ha oltre 4 addetti.

Il 47,1% delle gioiellerie della provincia di Bergamo sono ditte individuali, il 26,8% società di capitali e il 26,1% società di persone.

Quanto alla merceologia in vendita, gioielli in oro (96,9%) e gioielli con pietra (97,6%) sono tra le tipologie di prodotti i più venduti negli esercizi commerciali della provincia di Bergamo.

Andamento economico delle gioiellerie

L'andamento economico e della liquidità le gioiellerie di Bergamo nel 2023 è rimasto perlopiù invariato rispetto al 2022. Per il 2024 è previsto un miglioramento su entrambi i fronti: l'indicatore previsionale sale infatti a quota 53 dai 50 attuali.

Innovazione in gioielleria: il 13,3% dei ricavi avviene da vendite con e-commerce

Oltre la metà (52,6%) delle gioiellerie della provincia di Bergamo ha sia un sito web sia un profilo sui social network, il 18,1% ha solo un profilo sui social network, il 7,4% ha solo un sito web. Tra coloro che hanno un sito web, l'utilizzo

La Rassegna

<https://www.larassegna.it/per-gli-acquisti-importanti-ci-si-affida-al-gioielliere-di-fiducia/>

principale è quello dedicato al marketing per il 60% (per il 40% per l'esposizione dei prodotti, per il 20% per comunicare le novità) e all'e-commerce per il 30%. Dalle vendite online le imprese realizzano il 13,3% del loro fatturato. L'assistenza alla clientela passa anche dal web e dai social: il 10% li utilizza anche per rispondere alle svariate richieste dei clienti.

Attrattività dei gioielli

Nell'ultimo biennio, il 69% dei consumatori della provincia di Bergamo è entrato almeno una volta in gioielleria e ha acquistato gioielli (sia in gioielleria che online). La percentuale scende al 27% per coloro che sono entrati in gioielleria ma non hanno effettuato acquisti. Il 3,7% non è entrato in gioielleria, ma ha acquistato altrove preziosi.

Tipologie di acquisto

Gioielli in oro (31,9%) e in argento (30,3%) sono le tipologie di gioielli più acquistate dai consumatori della provincia di Bergamo. Seguono orologi di fascia fino a 500 euro (il 23,6%), gioielli con pietra (20,8%), orologi di alta gamma (11,1%) e gioielli in platino (3,2%). Circa la metà (49,5%) degli intervistati ha dichiarato di dare rilevanza nella scelta del prezioso acquistato al rapporto qualità/prezzo, alla forma, alle linee ed al design (47,4%) e ai materiali con cui è creato (25,9%). Segue il brand (23,1%) e l'unicità e la lavorazione a mano (15,7%).

Guida agli acquisti

Il 50,5% aveva un'idea vaga sull'acquisto da compiere prima di recarsi in gioielleria, il 38,9% aveva un'idea precisa mentre l'11,6% non aveva idee. Il 45,5% dei consumatori indecisi sull'acquisto da compiere si è recato in gioielleria per avere una consulenza dal gioielliere, il 27,3% ha effettuato prima una ricerca online e successivamente si è recato in gioielleria e il 21,2% ha effettuato l'iter al contrario (ha approfondito online dopo essere stato in negozio). Il 6,1% ha effettuato solo un'approfondita ricerca online su più siti e social. I suggerimenti del gioielliere si rivelano il canale prediletto per l'individuazione del gioiello da acquistare (43,3%), seguiti dai consigli di amici e conoscenti e dal web (24,7% e 22%) e dalla pubblicità dei media tradizionali (10%).

I plus della gioielleria per i consumatori

Il 90,7% dei consumatori ha effettuato il proprio acquisto in gioiellerie, ossia nel locale fisico. Solo il 9,3% si è affidato all'online. Tra coloro che hanno acquistato presso un negozio fisico il «toccare» il prodotto (56,1%) e l'immediatezza dell'acquisto (38,3%) sono tra le motivazioni principali. Il gioielliere rappresenta per ben il 36,2% un valore aggiunto e assiste in tutte le fasi di acquisto. L'acquisto tradizionale mette infatti al riparo da problematiche per ben il 19,9%, oltre a non essere soggetto a possibile truffe (per il 17,9%). Non manca la fiducia: l'11,7% si affida al gioielliere di sempre.

Consumatori e e-commerce

Tra il 9,3% di coloro che hanno effettuato l'acquisto online, il 50% motiva la scelta dando rilevanza alla facilità ed alla velocità nel trovare il prodotto desiderato e alla maggiore ampiezza dell'offerta su web (45%). Non manca la considerazione di prezzo (più vantaggioso per il 45%), la libertà di acquistare dove e quando si desidera (30%), la possibilità di approfondire il prodotto (20%) e il rimborso di parte della cifra spesa sottoforma di buoni e coupon (5%).

L'incontro in programma l'8 maggio dalle 13 alle 15

Un momento di lavoro, di confronto e di discussione per esplorare come il settore orafa sta affrontando i cambiamenti in atto, adattandosi alle nuove esigenze dei consumatori. **L'8 maggio dalle 13 alle 15 in Sala Conferenze nella sede di Via Borgo Palazzo 137**, è in programma l'incontro **"Essere unici per distinguerci: strategie di eccellenza e unicità"** promosso da **Confcommercio Bergamo e Federpreziosi Confcommercio**. Il focus sul settore, moderato dal direttore **Oscar Fusini**, vede la partecipazione di **Giovanni Zambonelli**, presidente Confcommercio Bergamo,

<https://www.larassegna.it/per-gli-acquisti-importanti-ci-si-affida-al-gioielliere-di-fiducia/>

Stefano Andreis, presidente Federpreziosi Confcommercio, **Pierluigi Ascani**, presidente Format Research, che presenta l'indagine sul comparto. Ad analizzare e commentare i dati, il presidente del Gruppo Commercianti di preziosi e antichità Confcommercio Bergamo **Alessandro Riva** e **Steven Tranquilli**, direttore Federpreziosi Confcommercio.