

Osservatorio Federpreziosi 2026 – I preziosi e i gioielli Made in Italy nel mondo: il contributo delle gioiellerie italiane

Documento completo relativo al sondaggio¹

1 Soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl.

2 Soggetto committente

Federpreziosi Confcommercio.

3 Soggetto acquirente

Federpreziosi Confcommercio.

4 Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Luglio 2026.

¹ Documento completo relativo al sondaggio realizzato in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010.

Format Research s.r.l.

Sede Legale
Via Ugo Balzani 77
00162 Roma, Italia - REA 747042/rm

Tel +39.06.86.32.86.81,
fax +39.06.86.38.49.96

CF / P.IVA / REG.IMP.ROMA: 04268451004
Cap. Soc. € 25.850,00 i.v.

Unità locale
Via Sebastiano Caboto 22A
33170 Pordenone, Italia

www.formatresearch.com
info@formatresearch.com
format@pec.formatresearch.com



UNI EN ISO 9001:2015

CERT. N° 1049

5 Mezzi di comunicazione sui quali è pubblicato²

<https://www.federpreziosi.it/gioielli-made-in-italy-un-miliardo-di-euro-dalle-vendite-ai-turisti-stranieri/>

<https://www.vipiu.it/leggi/vicenzaoro-turisti-ai-export-gioiello/>

<https://www.lanazione.it/arezzo/cronaca/terza-giornata-di-vicenzaoro-september-2026-la-manifestazione-organizzata-da-ieg-rlf76p6w>

<https://www1.saturnonotizie.it/news/read/209428/economia.html>

<https://www.economiaeterritorio.it/2026/09/06/quasi-un-miliardo-nel-2025-gli-acquisti-di-preziosi-in-italia-da-parte-di-turisti-stranieri/>

6 Data di pubblicazione del sondaggio

6 settembre 2026.

7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio³

Il contributo delle gioiellerie italiane alla diffusione del Made in Italy nel mondo: presenza e provenienza della clientela straniera nelle gioiellerie, quota dei ricavi riconducibile ai clienti stranieri, prodotti acquistati, fattori che orientano l'acquisto e opportunità successive alla vendita; esperienza di acquisto, elementi di rassicurazione, percezione del gioiello Made in Italy e propensione al riacquisto da parte dei clienti stranieri in Italia.

8 Popolazione di riferimento

Gioiellerie italiane (imprese del commercio al dettaglio di orologi, articoli di gioielleria e argenteria); clienti stranieri delle gioiellerie italiane (residenti all'estero, temporaneamente presenti in Italia).

9 Estensione territoriale del sondaggio

Italia.

² Pubblicato su questionario/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)

³Economia, società attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.).

10 Metodo di campionamento⁴

Indagine alle gioiellerie: campione sperimentale ragionato delle gioiellerie italiane. Domini di studio del campione: Area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud e isole), dimensione (1, 2-5, 6-9, oltre 9 addetti). Indagine ai clienti stranieri: campione sperimentale ragionato dei clienti stranieri delle gioiellerie italiane.

11 Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore

Campione sperimentale ragionato (non probabilistico) delle gioiellerie italiane e dei clienti stranieri delle gioiellerie italiane.

12 Metodo di raccolta delle informazioni

Indagine alle gioiellerie: interviste somministrate con il Sistema Cati (Computer Assisted Telephone Interview) / Cawi (Computer Assisted Web Interview). Indagine ai clienti stranieri: interviste somministrate con il Sistema Capi (Computer Assisted Personal Interview).

13 Numerosità campionaria e sostituzioni

Numerosità campionaria: 89 casi (indagine alle gioiellerie). Numerosità campionaria: 107 casi (indagine ai clienti stranieri). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Registro delle imprese.

14 Testo integrale delle domande⁵

INDAGINE ALLE GIOIELLERIE

Indicativamente, quale quota della clientela complessiva della sua gioielleria è composta da stranieri?

- Oltre il 50%
- 30% - 50%
- 10% - 30%
- 5% - 10%
- Meno del 5%
- Nessuna/Quasi nessuna

⁴ Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico del panel e l'eventuale ponderazione

⁵ Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda

TOTALE RISPONDENTI 100%

Rispetto alla sua esperienza in gioielleria, quali nazionalità o aree di provenienza mostrano maggiore interesse per i gioielli Made in Italy?

- Europa occidentale (Francia, Germania, Regno Unito, Austria etc.)
- Europa orientale (Russia, Repubblica Ceca, Ungheria, Romania etc.)
- Stati Uniti / Canada
- America Latina
- Medio Oriente
- Cina
- Giappone
- Africa
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 76%

Quali preziosi vengono acquistati più frequentemente dalla clientela di origine straniera?

- Oreficeria
- Gioielleria non firmata
- Gioielleria firmata
- Gioielli in corallo/cammei
- Argento da indosso (monili)
- Argenteria
- Oggettistica in acciaio
- Oggettistica/bigiotteria in altro materiale
- Orologeria di altissima gamma (oltre €8.000)
- Orologeria di alta gamma (oltre €3.000 fino a €8.000)
- Orologeria di fascia media (fino a €3.000)

TOTALE RISPONDENTI 76%

Fatto 100 il fatturato complessivo della sua impresa nel 2025 quale quota stimerebbe provenire dalla vendita ai clienti stranieri?

- Indicare la quota percentuale: |__|__| %

TOTALE RISPONDENTI 76%

Rispetto alla clientela italiana, lo scontrino medio dei clienti stranieri che acquistano presso la sua gioielleria è generalmente:

- Molto più alto
- Leggermente più alto
- Equipollente
- Leggermente più basso
- Molto più basso

TOTALE RISPONDENTI 76%

Quali fattori incidono maggiormente sulla decisione finale di acquisto dei clienti stranieri nella sua gioielleria?

- Qualità percepita del prodotto
- Prezzo / rapporto qualità-prezzo
- Spiegazione del valore del gioiello da parte del personale
- Racconto dell'origine italiana

- Artigianalità o unicità del prodotto
- Certificati di autenticità e garanzie
- Possibilità di comunicare nella lingua del cliente
- Disponibilità del servizio tax free
- Assistenza post-vendita anche dall'estero
- Packaging / confezionamento
- Fiducia nella gioielleria
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 76%

La vendita ai clienti stranieri genera anche opportunità successive per la sua gioielleria?

- Ritorno del cliente in viaggi successivi
- Acquisti successivi a distanza
- Passaparola verso altri turisti
- Maggiore visibilità online tramite recensioni
- Contatti con hotel, concierge, operatori turistici
- No, generalmente si tratta di vendite occasionali
- Non sa

TOTALE RISPONDENTI 76%

Nella sua opinione, gli stranieri percepiscono il prodotto Made in Italy soprattutto come: (Sì / No per ciascuna voce)

- Garanzia di qualità
- Elemento di stile e design
- Espressione di artigianalità
- Simbolo di lusso
- Ricordo autentico del viaggio in Italia
- Fattore di fiducia

TOTALE RISPONDENTI 100%

INDAGINE AI CLIENTI STRANIERI

Durante la Sua permanenza in Italia ha acquistato gioielli, preziosi, orologi o altri articoli di gioielleria?

- Sì, ho già acquistato
- Non ancora, ma penso di acquistare prima della partenza
- No, non ho acquistato e penso di non acquistare

TOTALE RISPONDENTI 100%

L'acquisto effettuato era previsto prima della partenza o è nato durante il viaggio?

- Era già programmato prima della partenza
- Lo avevo in mente, ma senza una decisione precisa
- È nato durante il viaggio
- È stato un acquisto completamente impulsivo

TOTALE RISPONDENTI 100%

Quali elementi l'hanno rassicurato maggiormente prima dell'acquisto?

- Professionalità del personale
- Chiarezza delle informazioni ricevute

- Assistenza nella scelta
- Certificati di autenticità
- Garanzia del prodotto
- Reputazione della gioielleria
- Presenza fisica del negozio in una zona centrale /turistica
- Possibilità di pagare con carta o con metodi internazionali
- Servizi di tax free / rimborso IVA
- Possibilità di assistenza post-vendita
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 61%

Quali elementi renderebbero più riconoscibile e valorizzato un gioiello Made in Italy nel Suo Paese?

- Certificazione chiara dell'origine italiana
- Indicazione del luogo o distretto di produzione
- Racconto della storia del prodotto / dell'artigiano / della gioielleria
- Packaging che valorizzi l'italianità del prodotto
- Garanzia internazionale o assistenza post-vendita anche dall'estero
- Presenza online della gioielleria o del brand
- Comunicazione in lingua del cliente
- Maggiore visibilità nei canali turistici, hotel, guide, aeroporti
- Collaborazioni con operatori del turismo o del lusso
- Prezzo più competitivo
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 100%

In futuro acquisterebbe (se ha già acquistato: acquisterebbe nuovamente) gioielli Made in Italy?

- Certamente sì
- Probabilmente sì
- Probabilmente no
- Certamente no

TOTALE RISPONDENTI 100%