

# documento informativo completo

*(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)*

## **Titolo del sondaggio**

OSSERVATORIO SULLE GIOIELLERIE 2017

## **Soggetto che ha realizzato il sondaggio**

Format Research Srl

## **Soggetto committente**

FEDERPREZIOSI - Federazione Nazionale delle Imprese Orafe Gioielliere Argentiere Orologiaie

## **Soggetto acquirente**

FEDERPREZIOSI - Federazione Nazionale delle Imprese Orafe Gioielliere Argentiere Orologiaie; Club degli Orafi, Golden Agency

## **Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio**

Settembre-ottobre 2017.

## **Mezzo/i di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio**

www.federpreziosi.it; Preziosa Magazine

## **Data di pubblicazione o diffusione**

05 ottobre 2017

**Format Research s.r.l.**  
Tel +39.06.86.32.86.81,  
fax +39.06.86.38.49.96

CF / P.IVA / REG.IMP.ROMA:  
04268451004  
Cap. Soc. € 10.340,00 i.v.

[www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)

[info@formatresearch.com](mailto:info@formatresearch.com)

[format@pec.formatresearch.com](mailto:format@pec.formatresearch.com)

### **SEDE LEGALE E OPERATIVA**

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

### **UNITÀ OPERATIVE:**

Circonvallazione Nomentana, 180  
00162 Roma, Italia - REA 747042/rm

Via Sebastiano Caboto 22/a  
33170 Pordenone, Italia - REA 99634/pn



UNI EN ISO 9001:2015  
CERT. N° 1049

## **Temi / fenomeni oggetti del soggetto**

L'obiettivo dell'indagine è quello di rilevare, descrivere ed analizzare il sentiment ed i comportamenti di acquisto dei consumatori italiani di preziosi e gioielli con riferimento ai diversi canali distributivi: la gioielleria classica e/o l'acquisto on line.

## **Popolazione di riferimento**

Popolazione italiana.

### **Comuni di rilevazione (elenco)**

ACQUI TERME	CAIRO MONTENOTTE	CHIARAVALLE
AIROLA	CALATAFIMI-SEGESTA	CHIETI
ALBEROBELLO	CAMPAGNANO DI ROMA	CIRIE'
ALESSANDRIA DELLA ROCCA	CAMPOSAMPIERO	CIVITANOVA MARCHE
ALGHERO	CANELLI	COLOGNO MONZESE
ALTAVILLA VICENTINA	CANOSA DI PUGLIA	CORI
ANGRI	CANOSSA	CORREGGIO
ANTRODOCO	CAPANORI	CORSICO
AOSTA	CAPRI LEONE	CORTONA
AREZZO	CARPI	COSENZA
ARONA	CARRARA	COSSATO
ARSAGO SEPRIO	CARRU'	CREDARO
ASSEMINI	CASCIA	CROSIA
ASTI	CASOLI	CROTONE
BAGNACAVALLO	CASSINO	CUORGNE'
BAGNI DI LUCCA	CASTEGGIO	DARFO BOARIO TERME
BAIANO	CASTEGNATO	DECOLLATURA
BARI	CASTEL BOLOGNESE	DOGLIANI
BARLASSINA	CASTELLAMMARE DEL GOLFO	DOLO
BASSANO DEL GRAPPA	CASTELLAMMARE DI STABIA	DORGALI
BELLAGIO	CASTELLANA GROTTA	EMPOLI
BELPASSO	CASTELVETRANO	ESTE
BENEVENTO	CASTROFILIPPO	FABRIANO
BERGAMO	CATANIA	FAENZA
BIBIANA	CATANZARO	FAGNANO CASTELLO
BIELLA	CAVRIGLIA	FAVRIA
BISACQUINO	CECINA	FERRARA
BOLOGNA	CEDEGOLO	FIRENZE
BORGOSIESIA	CEFALU'	FIUME VENETO
BOSA	CELLE LIGURE	FOGGIA
BRA	CENTO	FOLIGNO
BUSTO ARSIZIO	CHIANCIANO TERME	FORLI'
CAGLIARI		FORMIA
		FOSSANO

GALEATA  
GALLARATE  
GAVORRANO  
GELA  
GENOVA  
GIOIOSA MAREA  
GIUGLIANO IN CAMPANIA  
GRADISCA D'ISONZO  
GRADO  
GRASSANO  
GREVE IN CHIANTI  
GRISIGNANO DI ZOCCO  
GROSSETO  
GRUMO APPULA  
IESOLO  
ISCHIA  
ISERNIA  
ISOLA DELLA SCALA  
IVREA  
JESI  
LA SPEZIA  
LANZO TORINESE  
L'AQUILA  
LATINA  
LAURIA  
LAVELLO  
LERICI  
LEVICO TERME  
LIVIGNO  
LIVORNO  
LOANO  
LOCRI  
LODI VECCHIO  
LONATE POZZOLO  
LONATO DEL GARDA  
LUCCA  
LUCERA  
MALO  
MARCIANISE  
MARTELLAGO  
MARTINA FRANCA  
MATERA  
MAZARA DEL VALLO  
MELISSA  
MERANO  
MESAGNE  
MESSINA  
MILANO  
MILAZZO

MIRABELLO MONFERRATO  
MODENA  
MODICA  
MOGLIANO VENETO  
MONTALBANO ELICONA  
MONTEBELLUNA  
MONTECHIARUGOLO  
MONTERONI DI LECCE  
MONTORIO AL VOMANO  
MORLUPO  
MOZZO  
NAPOLI  
NICOLOSI  
NOCERA INFERIORE  
NOCERA SUPERIORE  
NOTO  
NOVA MILANESE  
NUORO  
OCCIMIANO  
OLEVANO ROMANO  
OPPIDO LUCANO  
ORBASSANO  
ORIA  
ORISTANO  
ORVIETO  
OULX  
PACHINO  
PADOVA  
PAGLIETA  
PALERMO  
PALESTRINA  
PALIANO  
PALMA CAMPANIA  
PANDINO  
PARMA  
PAVIA  
PEROSA ARGENTINA  
PERUGIA  
PESCARA  
PESCASSEROLI  
PIETRA LIGURE  
PIOSSASCO  
PISTOIA  
POGGIBONSI  
POGGIO RENATICO  
POLIGNANO A MARE  
POMEZIA  
PONTASSIEVE  
PONTE NELLE ALPI

PONTERERA  
PONTREMOLI  
POPPI  
PORDENONE  
PORTO EMPEDOCLE  
PORTOMAGGIORE  
POZZUOLI  
PRATO  
QUARRATA  
QUINZANO D'OGGIO  
RAGUSA  
RAVENNA  
REGGIO CALABRIA  
REGGIO DI CALABRIA  
REGGIO EMILIA  
REZZATO  
RICCIONE  
RIETI  
RIGNANO SULL'ARNO  
RIMINI  
ROCCA DI NETO  
ROCCA PRIORA  
ROMA  
RONCADE  
RONCADELLE  
ROSOLINA  
ROSOLINI  
ROSSANO  
ROVERETO  
ROVIGO  
SALEMI  
SAN DANIELE DEL FRIULI  
SAN GIORGIO DEL SANNIO  
SAN GIOVANNI LUPATOTO  
SAN LORENZO NUOVO  
SAN MARCELLO PISTOIESE  
SAN SEVERINO LUCANO  
SANDRIGO  
SANREMO  
SANT'ANASTASIA  
SAPRI  
SAREZZO  
SARZANA  
SASSARI  
SCIACCA  
SENISE  
SENORBI'  
SEREGNO  
SESTRI LEVANTE

SIENA	TORRE PELLICE	VENEZIA
SONDRIO	TRENTO	VENOSA
SORIANO NEL CIMINO	TREVISO	VEROLANUOVA
SPOLETO	TRICASE	VERONA
TARANTO	TRIESTE	VETRALLA
TAURIANOVA	UGENTO	VIBO VALENTIA
TERAMO	VALDAGNO	VICENZA
TERZIGNO	VALENZA	VICO DEL GARGANO
TIVOLI	VARESE	VITERBO
TODI	VASANELLO	VOLPAGO DEL MONTELLO
TOLENTINO	VELLETRI	VOLTERRA
TORINO	VENAFRO	ZOLA PREDOSA
TORRE DEL GRECO	VENEGONO INFERIORE	

## Metodo di campionamento

Popolazione italiana di età superiore ai 24 anni.

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

Campione della popolazione italiana di età superiore ai 24 anni che nel corso degli ultimi 18 mesi si è recato in gioielleria per effettuare personalmente un acquisto per sé o per altri (indipendentemente dal fatto che lo abbia compiuto o meno), per una riparazione, per una pulizia, per una modifica di un gioiello e/o ha acquistato un gioiello/bijoux on-line. 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). Intervallo di confidenza 95% (Errore  $\pm 3,8\%$ ).

## Metodo di raccolta delle informazioni

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (Computer assisted telephone interview)/Cawi (Computer assisted web interview).

## Consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate

POPOLAZIONE	cifra	percentuale
-------------	-------	-------------

<b>non reperibili</b>	<b>211</b>	<b>16,6%</b>
<b>rifiuti</b>	<b>235</b>	<b>18,5%</b>
<b>sostituzioni</b>	<b>446</b>	<b>35,0%</b>
<b>totale interviste</b>	<b>850</b>	<b>65,0%</b>

## Testo integrale di tutte le domande

20. (Solo coloro che hanno **dichiarato di aver acquistato gioielli o orologi o bijoux per Natale 2016 e per altre occasioni**<sup>1</sup>) Lei ha dichiarato di aver acquistato gioielli, preziosi, orologi o bijoux per il Natale 2016. Cosa ha acquistato in particolare per le festività natalizie 2016? (Possibili più risposte)

- |   |    |
|---|----|
| 1. Orecchini                                    | __ |
| 2. Collane/Collier                              | __ |
| 3. Bracciali/Braccialetti                       | __ |
| 4. Ciondoli (ad es. per catenine, braccialetti) | __ |
| 5. Fedine/Anelli di fidanzamento                | __ |
| 6. Altri anelli                                 | __ |
| 7. Orologi                                      | __ |
| 8. Spille                                       | __ |
| 9. Gemelli/Fermacravatte                        | __ |
| 10. Altro (specificare)                         | __ |

**Totali rispondenti: 14,87%**

21. Dove ha acquistato i gioielli, preziosi, orologi e bijoux per fare i regali per le festività Natalizie lo scorso anno (2016)? (multipla)

- |  |    |
|--|----|
| 1. Gioielleria tradizionale su strada  | __ |
| 2. Gioielleria tradizionale in un centro commerciale   | __ |
| 3. Negozi online di un marchio noto (Ad esempio shop online di Tiffany, Bulgari, Damiani, ecc) | __ |
| 4. Sito web di una gioielleria tradizionale  | __ |

---

<sup>1</sup> Coloro che hanno indicato alla domanda 5 solo "Natale/Capodanno 2016" non devono rispondere alle domande sugli acquisti effettuati per tale festività. In sede di analisi le risposte relative agli acquisti per natale 2016 saranno riportati in questa sezione

5. Siti di E-commerce (Ad es. eBay, Amazon, ecc )
6. Altro

**Totali rispondenti: 14,87%**

23. (Tutti) Effettuerà un qualche genere di acquisto da regalare in occasione delle festività natalizie 2017?

- Certamente sì 1
- Probabilmente sì 2
- Certamente no 3

**Totali rispondenti: 100,0%**

24.a Cosa ha intenzione di acquistare per Natale 2017? (Possibili più risposte)

	Certamente sì	Probabilmente sì	Certamente no
a. Gioielli/orologi in oro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Gioielli/orologi in argento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Gioielli/orologi in platino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Bigiotteria/Bijoux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Totali rispondenti: 73,88%**

25.a (Solo chi ha indicato orologi alla domanda precedente) In particolare, che tipo di orologi acquisterà?

- 1. Orologi di fascia economica (fino a 500 €)
- 2. Orologi di fascia media (da 500 € a 3.000 €)
- 3. Orologi di alta gamma (da 3.000 € a 8.000 €)
- 4. Orologi di altissima gamma (oltre 8.000 €)

**Totali rispondenti: 37,24%**

26. (Solo coloro che acquisteranno) Pensa che per Natale 2017 acquisterà gioielli, preziosi, orologi e bijoux di **qualche marca in particolare**? (Una risposta)

- Certamente sì 1
- Probabilmente sì 2
- Certamente no 3

**Totali rispondenti: 73,88%**

26.a In particolare, quali marche di gioielli, preziosi, orologi e bijoux acquisterà?  
(Domanda aperta)

---

**Totali rispondenti: 44,13%**

27. (Solo coloro che acquisteranno certamente o probabilmente presso almeno una marca della domanda precedente) Per quale motivo pensa che acquisterà un regalo presso una di queste marche? (Massimo due risposte)

- |   |    |
|---|----|
| 1. Perché sono di qualità                               | __ |
| 2. Perché sono convenienti                              | __ |
| 3. Perché sono marche conosciute e faccio bella figura  | __ |
| 4. Perché danno emozioni                                | __ |
| 5. Perché sono alla moda                                | __ |
| 6. Perché sono originali e si differenziano dalle altre | __ |
| 7. Perché piacciono a tutti                             | __ |
| 8. Altro  | __ |

**Totali rispondenti: 44,13%**

29. (Solo coloro che hanno acquistato preziosi per Natale 2016 e acquisteranno preziosi per Natale 2017) Rispetto al Natale 2016, per acquistare gioielli, preziosi, orologi e bijoux Lei ritiene che per il Natale 2017 spenderà:

- |   |   |
|---|---|
| • di più (la spesa aumenterà)               | 1 |
| • la stessa cifra (la spesa sarà invariata) | 2 |
| • di meno (la spesa diminuirà)              | 3 |

**Totali rispondenti: 13,78%**

**Dati di struttura**

. Sesso

- |          |   |
|----------|---|
| • Maschi | 1 |
|----------|---|

- Femmine 2

. Et 

- 25-34 anni 1
- 35-44 anni 2
- 45-54 anni 3
- 55-64 anni 4
- Oltre 64 anni 5

. Residenza degli intervistati

- Nord Ovest 1
- Nord Est 2
- Centro 3
- Sud e Isole 4

. Quale   la regione della Sua residenza? (una risposta)

- Piemonte 1
- Valle d'Aosta 2
- Lombardia 3
- Provincia autonoma di Trento 4
- Provincia autonoma di Bolzano 5
- Veneto 6
- Friuli Venezia Giulia 7
- Liguria 8
- Emilia Romagna 9
- Toscana 10
- Umbria 11
- Marche 12
- Lazio 13
- Abruzzo 14
- Molise 15

- Campania 16
- Puglia 17
- Basilicata 18
- Calabria 19
- Sicilia 20
- Sardegna 21

. Qual è il suo titolo di studio? (Una risposta)

- Nessuno/elementari 1
- Medie inferiori 2
- Medie superiori 3
- Laurea/Post laurea 4

. A quanto ammonta il Suo reddito familiare netto complessivo mensile?

- Meno di 1.500 euro 1
- Tra 1.500 e 3.000 euro 2
- Oltre 3.000 euro 3
- Non indica 4

. Qual è la sua condizione occupazionale/professione? (Una risposta)

- Studente 1
- Casalinga 2
- Pensionata/o 3
- Non occupata/o o in cerca di prima occupazione 4
- Imprenditore; libero professionista (con studio); possidente; dirigente 5
- Impiegato 6
- Artigiano; commerciante; professionista (senza studio) 7
- Operaio; salariato agricolo 8