

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

Gioiellieri: professionisti o commercianti – come ci vede il pubblico

soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl

soggetto committente

Federpreziosi

soggetto acquirente

Federpreziosi

data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Dal 16 giugno al 24 giugno 2015

mezzo/i di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio

Preziosa Magazine

data di pubblicazione o diffusione

12 09 2015

temi / fenomeni oggetti del soggetto

L'obiettivo dell'indagine è quello di rilevare, descrivere ed analizzare il sentiment dei consumatori italiani sulle gioiellerie sia in generale sia con riferimento alla figura del gioielliere.

popolazione di riferimento

Campione rappresentativo della popolazione italiana

comuni di rilevazione (elenco)

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

GALLARATE	MODICA	PORDENONE
GAVORRANO	MOGLIANO VENETO	PORTO EMPEDOCLE
GELA	MONTALBANO ELICONA	PORTOMAGGIORE
GENOVA	MONTEBELLUNA	POZZUOLI
GIOIOSA MAREA	MONTECHIARUGOLO	PRATO
GIUGLIANO IN CAMPANIA	MONTERONI DI LECCE	QUARRATA
GRADISCA D'ISONZO	MONTORIO AL VOMANO	QUINZANO D'OGGIO
GRADO	MORLUPO	RAGUSA
GRASSANO	MOZZO	RAVENNA
GREVE IN CHIANTI	NAPOLI	REGGIO CALABRIA
GRISIGNANO DI ZOCCO	NICOLOSI	REGGIO DI CALABRIA
GROSSETO	NOCERA INFERIORE	REGGIO EMILIA
GRUMO APPULA	NOCERA SUPERIORE	REZZATO
IESOLO	NOTO	RICCIONE
ISCHIA	NOVA MILANESE	RIETI
ISERNIA	NUORO	RIGNANO SULL'ARNO
ISOLA DELLA SCALA	OCCIMIANO	RIMINI
IVREA	OLEVANO ROMANO	ROCCA DI NETO
JESI	OPPIDO LUCANO	ROCCA PRIORA
LA SPEZIA	ORBASSANO	ROMA
LANZO TORINESE	ORIA	RONCADE
L'AQUILA	ORISTANO	RONCADELLE
LATINA	ORVIETO	ROSOLINA
LAURIA	OULX	ROSOLINI
LAVELLO	PACHINO	ROSSANO
LERICI	PADOVA	ROVERETO
LEVICO TERME	PAGLIETA	ROVIGO
LIVIGNO	PALERMO	SALEMI
LIVORNO	PALESTRINA	SAN DANIELE DEL FRIULI
LOANO	PALIANO	SAN GIORGIO DEL SANNIO
LOCRI	PALMA CAMPANIA	SAN GIOVANNI LUPATOTO
LODI VECCHIO	PANDINO	SAN LORENZO NUOVO
LONATE POZZOLO	PARMA	SAN MARCELLO PISTOIESE
LONATO DEL GARDA	PAVIA	SAN SEVERINO LUCANO
LUCCA	PEROSA ARGENTINA	SANDRIGO
LUCERA	PERUGIA	SANREMO
MALO	PESCARA	SANT'ANASTASIA
MARCIANISE	PESCASSEROLI	SAPRI
MARTELLAGO	PIETRA LIGURE	SAREZZO
MARTINA FRANCA	PIOSSASCO	SARZANA
MATERA	PISTOIA	SASSARI
MAZARA DEL VALLO	POGGIBONSI	SCIACCA
MELISSA	POGGIO RENATICO	SENISE
MERANO	POLIGNANO A MARE	SENBORBI'
MESAGNE	POMEZIA	SEREGNO
MESSINA	PONTASSIEVE	SESTRI LEVANTE
MILANO	PONTE NELLE ALPI	SIENA
MILAZZO	PONTEDERA	SONDRIO
MIRABELLO MONFERRATO	PONTREMOLI	SORIANO NEL CIMINO
MODENA	POPPI	SPOLETO

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

metodo di campionamento

Campione stratificato per area geografica (n. 4 classi: nord ovest, nord est, centro, sud e isole), genere (n. 2 classi: maschi, femmine) e classe di età (n. 5 classi: 25 -34 anni; 35-44 anni; 55-64 anni; oltre 64 anni).

metodo di raccolta delle informazioni

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*).

Questionario strutturato.

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

	cifra	percentuale
non reperibili	731	40,3
Rifiuti	683	37,6
Sostituzioni	1.414	77,9
totale interviste	401	22,1

testo integrale di tutte le domande (questionario)

QUESTIONARIO

I. GIOIELLERIA

2. Per quali motivi si reca in una gioielleria?

- a) per effettuare personalmente un acquisto per sé o per altri
- b) per una riparazione di un gioiello
- c) solo perché ci lavorano miei amici/parenti
- d) per immaginare o valutare l'acquisto di un gioiello senza necessariamente doverlo comprare
- e) per guardare e scegliere un gioiello "dal vivo" e successivamente cercarlo on-line/e-commerce
- f) per investimento come riserva di valore

RISPONDENTI: 100%

3. Per chi effettua acquisti in una gioielleria?

- a. per sé
- b. per i famigliari più stretti (marito, moglie, figli, genitori, fratelli)
- c. per altri famigliari (cugini, zia/zio, nipoti ecc.)
- d. per amici, fidanzati, colleghi
- e. altro (specificare)

RISPONDENTI: 100%

4. Quali delle seguenti occasioni La portano all'acquisto?

- a. Compleanni
- b. Vacanze
- c. Natale/Capodanno
- d. Festa della mamma
- e. Anniversari
- f. San Valentino
- g. Fidanzamento
- h. Nascite ed altri eventi del ciclo della vita come laurea, comunione, cresima, pensionamento ecc.
- i. Matrimoni
- j. Altri eventi (feste di lavoro, serate di gala, concerti, spettacoli ecc.)

RISPONDENTI: 100%

5. Pensando in generale alle gioiellerie quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni "**La gioielleria è**" (una risposta per riga)

	Per nulla	Poco	Abbastanza	Molto
a) Un posto per occasioni speciali	1	2	3	4
b) Un ambiente accogliente e nel quale mi sento a mio agio	1	2	3	4
c) Un posto bello/piacevole	1	2	3	4
d) Un posto raffinato/elegante	1	2	3	4
e) Un posto dove potrei stare per ore a "curiosare"	1	2	3	4
f) Un posto dove mi sento speciale/importante	1	2	3	4
g) Un luogo dove trovare competenza e professionalità	1	2	3	4
h) Un posto che mi fa sentire a disagio (per via della sicurezza, videocamere, ecc)	1	2	3	4
i) Un posto pieno di cose già viste	1	2	3	4
j) Un posto che sa di vecchio	1	2	3	4
k) Un negozio qualsiasi/come gli altri	1	2	3	4

RISPONDENTI: 100%

6. Dove le capita di acquistare i gioielli?

- a. Gioiellerie tradizionali ovvero che vendono diverse marche su strada
- b. Gioiellerie tradizionali ovvero che vendono diverse marche in un centro commerciale
- c. Gioiellerie mono-marca (Ad es. Tiffany, Bulgari, Damiani ecc)
- d. Negozi online (Ad esempio online shop di Tiffany, Bulgari, Damiani)
- e. Siti di E-commerce (Ad es. eBay, Amazon)
- f. Durante le aste
- g. Altro (specificare)

RISPONDENTI: 100%

7. (solo chi ha dichiarato di acquistare gioielli nei negozi on-line o e-commerce) Quali sono le ragioni *principali* per cui *si sceglie* l'e-commerce vs la gioielleria tradizionale?

- a. Il prezzo vantaggioso
- b. L'ampiezza dell'offerta
- c. La facilità nel trovare il prodotto desiderato
- d. Orari sempre disponibili – 24 h/sette giorni su sette
- e. La comodità rispetto al negozio tradizionale

- f. "Cashback", cioè il rimborso di una parte della cifra spesa per ogni acquisto online sottoforma di buoni e coupon
- g. Possibilità di cercare le recensioni o i commenti dei clienti che hanno già acquistato prodotti

RISPONDENTI: 7 %

8. Cosa le comunicano le vetrine di una gioielleria?

- a. Modernità
- b. Ricchezza
- c. Antichità
- d. Favola
- e. Sogno
- f. Lusso
- g. Bellezza
- h. Altro (specificare)

RISPONDENTI: 100%

8.1 Quanto è importante per lei che i prezzi dei prodotti siano ben esposti nella vetrina di una gioielleria?

- Per nulla 1
- Poco 2
- Abbastanza 3
- Molto 4

RISPONDENTI: 100%

8.2 Le capita di utilizzare il sito internet di una gioielleria?

- Si 1
- No 2

RISPONDENTI: 100%

8.3 (solo chi ha risposto "sì" nella D.8.2) Per quali motivi utilizza il sito internet della gioielleria?

- a. Vedere/scegliere i prodotti
- b. Aggiornarmi su promozioni/sconti in corso
- c. Controllare se è disponibile la consegna di un gioiello
- d. Cercare i contatti/indirizzi
- e. Informarmi sulla gioielleria (la storia ecc)

- f. Informarmi sulla cura dei gioielli
- g. Consultarmi sugli orari di apertura
- h. Altro (specificare)

RISPONDENTI: 14,7%

GIOIELLERIA DI FIDUCIA

9. Lei ha la sua gioielleria di fiducia, ovvero si reca sempre o quasi sempre nella stessa gioielleria? (una risposta)

- Si 1
- No 2 -----> D.15

RISPONDENTI: 100%

10. (solo chi ha una gioielleria di fiducia) “Che cosa rappresenta” per Lei la sua “gioielleria di fiducia”?

- a. Un posto dove trovo il mio gioielliere di fiducia
- b. Un posto dove posso chiedere consigli
- c. Un posto dove mi conoscono e mi sento a mio agio
- d. Un posto che garantisce la qualità del prodotto
- e. Un posto che garantisce il miglior prezzo¹
- f. Un posto che mi aggiorna sulle tendenze
- g. Altro (specificare)

RISPONDENTI: 53,6%

11. (solo chi ha detto “un posto dove trovo il mio gioielliere di fiducia”) “Chi è” e “che cosa rappresenta” il “gioiellerie di fiducia”? (Leggere e ruotare. Una risposta numerica da 0 a 10 per ciascun item)

- h. Esperto
- i. Amico
- j. Affidabile
- k. Privilegiato
- l. Discreto
- m. Professionista
- n. Artista
- o. Talentuoso
- p. Artigiano

RISPONDENTI: 30%

¹ Prezzo non necessariamente più economico, si intende prezzo “giusto”.

12. (solo chi ha una gioielleria di fiducia) Quanto sarebbe disposto a sperimentare un nuovo punto di vendita (ad esempio se aprisse una nuova gioielleria accanto alla sua gioielleria di fiducia).

- Per nulla 1
- Poco 2
- Abbastanza 3
- Molto 4

RISPONDENTI: 53,6%

14. (solo chi ha una gioielleria di fiducia) Quanto sarebbe disposto a sperimentare un negozio on-line per sostituire la “gioielleria di fiducia”.

- Per nulla 1
- Poco 2
- Abbastanza 3
- Molto 4

RISPONDENTI: 53,6%

II. Immagine del gioielliere

15. Rispetto agli altri commercianti, il gioielliere ha un livello di “professionalità”: (una risposta)

- Inferiore 1
- Uguale agli altri commercianti 2
- Superiore 3

RISPONDENTI: 100%

16. Quanto è d'accordo con la seguente affermazione “*Un gioielliere è un mestiere dell'artigianato artistico ...*” (una risposta)

- Per nulla 1
- Poco 2
- Abbastanza 3
- Molto 4

RISPONDENTI: 100%

17. Quanto è d'accordo con la seguente affermazione “*Un gioielliere, operando con beni dall'elevato valore, è esposto a più rischi*” (una risposta)

- Per nulla 1
- Poco 2
- Abbastanza 3
- Molto 4

RISPONDENTI: 100%

18. Quanto è d'accordo con la seguente affermazione in merito al gioielliere: "Il gioielliere è un commerciante come un altro"? (Singola)

- Per nulla 1
- Poco 2
- Abbastanza 3
- Molto 4

RISPONDENTI: 100%

19. Che Lei sappia, cosa bisogna fare per diventare gioielliere? (*Risposte multiple*)

- a. Richiedere una licenza
- b. Avere un certificato
- c. Fare un corso
- d. Si può solo ereditando la licenza (**esclude le altre**)
- e. Bisogna avere un titolo di studio elevato (laurea)
- f. Non occorre nessun requisito particolare (**esclude le altre**)

RISPONDENTI: 100%

20. Quali delle seguenti competenze/caratteristiche, Secondo Lei, dovrebbe avere un gioielliere ...? (multipla)

- a. Avere talento/creatività
- b. Conoscere bene il prodotto offerto
- c. Avere esperienza nella lavorazione/manutenzione dei gioielli
- d. Trasmettere passione per i gioielli
- e. Avere un buon gusto ed essere in grado di consigliare
- f. Avere passione – competenze

RISPONDENTI: 100%

21. Pensi ora all'immagine della professione del gioielliere. Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni? Ovvero, quanto è d'accordo nel definire il gioielliere... (Leggere e ruotare. Una risposta numerica da 0 a 10 per ciascun item)

- A. Esperto
- B. Amico
- C. Affidabile

- D. Mi è indifferente
- E. Privilegiato
- F. Discreto
- G. Professionista
- H. Artista
- I. Talentuoso
- J. Artigiano

RISPONDENTI: 100%

III. GIOIELLO

22. Quali dei seguenti prodotti ha acquistato in una gioielleria/oreficeria nel corso degli ultimi 18 mesi? (*multipla*)

22. Prodotti	22.2 Con quali pietre ...?
a. Orecchini <input type="checkbox"/>	Diamanti <input type="checkbox"/>
b. Pendenti <input type="checkbox"/>	Smeraldo <input type="checkbox"/>
c. Collane/Collier <input type="checkbox"/>	Rubino <input type="checkbox"/>
d. Bracciali/Braccialetti <input type="checkbox"/>	Zaffiro <input type="checkbox"/>
e. Fedi/Anelli di fidanzamento <input type="checkbox"/>	Corallo <input type="checkbox"/>
f. Altri anelli <input type="checkbox"/>	Perle <input type="checkbox"/>
g. Orologi <input type="checkbox"/>	Acquamarina <input type="checkbox"/>
h. Spille <input type="checkbox"/>	Altro (specificare) <input type="checkbox"/>
i. Gemelli <input type="checkbox"/>	Nessuna <input type="checkbox"/>
j. Altro (specificare) <input type="checkbox"/>	

RISPONDENTI: 100%

23. Si reca in una gioielleria/oreficeria per acquistare....?

23. Quali gioielli/Bijoux...?	
Gioielli in oro <input type="checkbox"/>	
Gioielli in argento <input type="checkbox"/>	
Gioielli in platino <input type="checkbox"/>	
Bigiotteria/Bijoux <input type="checkbox"/>	

RISPONDENTI: 100%

24. Quali sono i momenti dell'anno in cui acquisti i gioielli? (*multipla*)

- Inverno
- Estate
- Primavera
- Autunno
- Indistintamente tutto l'anno

RISPONDENTI: 100%

25. Come acquisti i gioielli? (*una risposta*)

- Prevalentemente in contanti 1
- Prevalentemente con la carta di credito 2
- Con finanziamento/a rate 3
- In contanti/con la carta di credito allo stesso livello 4

RISPONDENTI: 100%

4

28. Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni "**Un gioiello è**" (una risposta per riga)

	Per nulla	Poco	Abbastanza	Molto
a. Espressione della creatività di un gioielliere	1	2	3	4
b. Un modo di esprimere il proprio status sociale	1	2	3	4
c. Espressione di un brand commerciale	1	2	3	4
d. Rappresentanza di lusso	1	2	3	4
e. Un modo di divertirsi	1	2	3	4
f. Eleganza	1	2	3	4
g. Un modo di esprimere se stessi	1	2	3	4
h. Espressione culturale	1	2	3	4
i. Un mero accessorio	1	2	3	4

RISPONDENTI: 100%

29. Si sceglie un gioiello e poi si cerca la gioielleria che lo vende (oppure sul e-commerce), o si sceglie il gioiello che il gioiellerie ci mostra, ci “racconta”, ci propone? (una risposta)

- Di solito prima scelgo un gioiello e poi cerco la gioielleria che lo vende oppure negozio on-line/e-commerce 1
- Di solito scelgo il gioiello che il gioiellerie mi mostra/propone 2
- Di solito acquisto un gioiello scelto da me con il consiglio di un consulente/gioielliere 3

RISPONDENTI: 100%

30. Quanto incidono sulla Sua scelta/acquisto di un gioiello i seguenti canali di comunicazione, ovvero pubblicità su ...? (una risposta per riga)

	Per nulla	Poco	Abbastanza	Molto
Televisione	1	2	3	4
Giornali	1	2	3	4
Riviste	1	2	3	4
Internet	1	2	3	4
Cinema	1	2	3	4
Altro	1	2	3	4

RISPONDENTI: 100%