

# Osservatorio FEDERPREZIOSI 2022-2023 | Preziosi e gioielli: i comportamenti di scelta e di acquisto dei consumatori

Documento completo relativo al sondaggio<sup>1</sup>

## 1 Soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl.

## 2 Soggetto committente

Federpreziosi.

## 3 Soggetto acquirente

Federpreziosi.

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

Dal 15 al 30 ottobre 2022.

---

<sup>1</sup> 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.

## **5 Mezzi di comunicazione sui quali è pubblicato<sup>2</sup>**

Il Giornale di Vicenza

<https://gioiellis.com/>

## **6 Data di pubblicazione del sondaggio**

23 gennaio 2023.

## **7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio<sup>3</sup>**

Rilevazione, descrizione ed analisi dei comportamenti dei consumatori con riferimento ai preziosi ed ai gioielli.

## **8 Popolazione di riferimento**

Popolazione Italiana di età superiore ai 24 anni.

## **9 Estensione territoriale del sondaggio**

Italia.

## **10 Metodo di campionamento<sup>4</sup>**

Campione rappresentativo dell'universo di riferimento.

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

Campione statisticamente rappresentativo della popolazione Italiana di età superiore ai 24 anni. Domini di studio del campione: Genere (uomo, donna); Area (nord-ovest,

---

<sup>2</sup> *Publicato su questionario/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)*

<sup>3</sup>*Economia, società attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.).*

<sup>4</sup> *Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico del panel e l'eventuale ponderazione*

nord-est, centro, sud e isole); Classi di età (25-34 anni, 35-44 anni, 45-54 anni, 55-64 anni, oltre 64 anni). I dati sono riportati all'universo.

## 12 Metodo di raccolta delle informazioni

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer Assisted Telephone Interview*).

## 13 Numerosità campionaria e sostituzioni

Numerosità campionaria complessiva: 700 casi. Anagrafiche «non reperibili»: 7.638; «rifiuti»: 1.443 (11,9%). Intervallo di confidenza 95% (Errore  $\pm 3,8\%$ ).

## 14 Testò integrale delle domande<sup>5</sup>

### 1. Negli ultimi due anni, Le è capitato di fare regali? Se sì, per quale occasione?

- Compleanni
- Natale / Capodanno
- Festa della Mamma
- Ricorrenze / Anniversari
- San Valentino
- Matrimoni
- Eventi del ciclo della vita (es. nascite, laurea, comunione, cresima, pensionamento, etc.)
- Altri eventi (feste di lavoro, serate, spettacoli ecc.)
- Altro
- No, non mi è capitato di dover fare regali → **va a D5**

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

### 2. Che cosa ha regalato?

- A. Gioielli
- B. Preziosi
- C. Bigiotteria

---

<sup>5</sup> Testò delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda

- D. Orologi
- E. Elettrodomestici
- F. Viaggi
- G. Abbigliamento
- H. Esperienza
- I. Oggetti per la casa
- J. Profumi
- K. Cosmetici
- L. Piante e fiori
- M. Elettronica e informatica
- N. Libri
- O. Altro

**TOTALE RISPONDENTI 81,3%**

**4. (Chi non ha regalato gioielli, preziosi o bigiotteria) Per quale motivo ha preso in considerazione l'acquisto di un prezioso ma poi ha deciso di acquistare altro/ non ha preso in considerazione l'acquisto di un gioiello?**

- A. Eccessivo costo dei preziosi
- B. Ho preferito orientarmi su una "esperienza" / un prodotto differente piuttosto che su un gioiello (es. viaggio)
- C. I gioielli e i preziosi non mi piacciono / non piacciono alla persona cui era destinato il regalo
- D. I gioielli non mi trasmettono "emozioni forti"
- E. L'occasione non richiedeva l'acquisto di un prezioso
- F. Ritengo il gioiello un prodotto personale e quindi difficile da regalare
- G. È un tipo di prodotto superato, volevo regalare qualcosa più alla moda e originale
- H. Altro

**TOTALE RISPONDENTI 64%**

**5. Negli ultimi due anni, invece, Le è capitato di prendere in considerazione l'acquisto di un prezioso o un gioiello per sé stesso?**

- Sì e l'ho comprato
- Sì, ma non l'ho acquistato
- No, non mi è capitato negli ultimi due anni

**TOTALE RISPONDENTI 100%**

**8. Con riferimento ai suoi ultimi acquisti/regali, che tipo di gioielli ha acquistato/regalato? (Possibili più risposte)**

- A. Gioielli in oro
- B. Gioielli in argento
- C. Gioielli in platino
- D. Gioielli con pietra (diamante, zaffiro, perle, corallo etc.)
- E. Bigiotteria di marca (es. Pandora, Brosway, Swarovski)
- F. Bigiotteria NON di marca (es. mercati ambulanti)
- G. Orologi di fascia economica (fino a 500 €)
- H. Orologi di fascia alta (sopra i 500 €)
- I. Altro

**TOTALE RISPONDENTI 20,9%**

**9. Per quale motivo ha regalato/acquistato un gioiello o un prezioso?**

- A. Perché è di moda, un vero e proprio trend
- B. Per investimento
- C. Perché mi piace regalare/indossare gioielli e preziosi
- D. Perché sapevo che la persona a cui era destinato ne desiderava uno
- E. Perché l'occasione richiedeva l'acquisto di un prezioso (es. anello di fidanzamento, un evento importante)
- F. Altro

**TOTALE RISPONDENTI 20,9%**

**10. Prima dell'acquisto del gioiello, sapeva già quale prodotto comprare?**

- Sì, avevo un'idea precisa del prodotto da acquistare (es. bracciale specifico di Tiffany etc.)
- Avevo solo un'idea vaga di cosa acquistare (es. un bracciale, una collana etc.).
- Non avevo idee, ho definito tutto in fase di acquisto

**TOTALE RISPONDENTI 20,9%**

**13. Dove ha individuato il gioiello da acquistare?**

- Pubblicità del prodotto sui social
- Pubblicità del prodotto su riviste di settore
- Pubblicità del prodotto su giornali e tv
- Siti web marchio
- Siti web gioielleria
- Suggesto dal gioielliere
- Consigli tra amici e conoscenti

**TOTALE RISPONDENTI 20,9%**

**14. In che modo i canali attraverso cui si è informato hanno influenzato la scelta di acquisto del prezioso?**

- A. Mi hanno permesso di conoscere il prodotto di cui prima non sapevo l'esistenza
- B. Mi hanno permesso di vederlo indossato
- C. Mi hanno permesso di usufruire di uno sconto/ agevolazione
- D. Mi hanno permesso di approfondire le caratteristiche del prodotto (es. materiali)
- E. Altro

**TOTALE RISPONDENTI 20,9%**

**16. (Per chi D11 diverso da 3 o D13=1) Quali sono i contenuti social da Lei visualizzati che hanno maggiormente influenzato e determinato la scelta del prezioso?**

- A. Post (testi con foto allegate)
- B. Storie (contenuti temporanei: video, foto o testi visibili per 24 ore)
- C. Reels (video clip da 15 a 30 secondi con traccia audio)
- D. Contenuti sponsorizzati (annuncio di articolo in vendita)
- E. Altro

**TOTALE RISPONDENTI 3,4%**

**19. Dove ha acquistato il gioiello in questione?**

- Negozio fisico
- Online

**TOTALE RISPONDENTI 20,9%**

**22. (Solo coloro che hanno acquistato nei negozi tradizionali, D19) Quali sono le ragioni principali per cui ha acquistato il gioiello in una gioielleria tradizionale?**

- A. Preferisco "toccare" il prodotto che sto acquistando
- B. Il gioielliere è un valore aggiunto e mi assiste in tutte le fasi dell'acquisto, (propone soluzioni, approfondisce le caratteristiche del prodotto, indica le alternative e possibili modalità di pagamento)
- C. Sono solito recarmi sempre dal mio gioielliere/gioielleria "di fiducia", per comodità e abitudine.
- D. L'acquisto tradizionale evita eventuali problematiche legate alle caratteristiche del prodotto consegnato dopo un ordine online

- E. L'acquisto nel negozio tradizionale è immediato (non devo attendere che mi arrivi a casa)
- F. L'acquisto nel negozio tradizionale non è soggetto a possibili truffe tipiche dell'online

**TOTALE RISPONDENTI 19,1%**