

IL BUSINESS... AL DITO

IL VALORE SALE MA NEI DECENNI

LA PECULIARITÀ

Hanno una quotazione ma non un prezzo fisso, perché le variabili del costo di ogni pietra sono tantissime

Diamanti, mercato in attivo per chi compra e per chi vende

Il futuro: passato lo tsunami, le regole saranno più chiare per tutti

di ANDREA FRANCHINI

● Nel 1947, una giovane copywriter di Philadelphia dell'agenzia N.W. Ayer & Son deve accontentare un cliente importante e difficile: la De Beers. Con un colpo di genio, crea uno slogan che non è mai tramontato: «Un diamante è per sempre», per unire in modo indissolubile la gemma con l'amore e il matrimonio. Ma un diamante è davvero per sempre? A leggere le cronache di questi ultimi mesi sembrerebbe di no, anzi! C'è chi parla di "truffa" dei diamanti, chi invoca una *class action*, le associazioni dei consumatori scatenate, le Autorità che intervengono, la Banca d'Italia, insomma un polverone che non accenna a depositarsi e che ha confuso tantissimo le idee. Che pure, all'inizio, erano ben chiare! Ma che cosa è successo, dunque? Il diamante, si sa, è un fantastico regalo per una moglie o una fidanzata: si va da un gioielliere più o meno amico, lo si sceglie, si sceglie una montatura d'oro (o come la si vuole), una bella scatola blu di velluto e voilà, lei è conquistata per sempre.

Ma in realtà il diamante non è solo questo. È anche uno di quelli che vengono chiamati "beni rifugio", come possono essere il mattone (le case), l'oro o altri beni il cui valore si presume sia destinato ad aumentare nel tempo. Ci sono dunque dei risparmi da investire e fra le altre opzioni si può scegliere, dopo aver esaminato BOT, CCT, azioni, ecc. di destinare una parte di questo investimento proprio al mondo dei diamanti. E non occorrono certo dei capitali berlusconiani, si possono acquistare 10, 20mila euro di diamanti e conservarli in attesa che il loro valore cresca. Perché in questi anni il valore è cresciuto mediamente dal 2 al 4,5 per cento ed è destinato probabilmente a crescere ulteriormente: da una parte i diamanti non sono infiniti e dall'altra nel giro di pochi decenni mercati enormi come la Cina e l'India hanno cominciato ad assorbirli in modo massiccio: di questo passo la domanda potrebbe finire per superare l'offerta, e su questo non ci sono dubbi. Dov'è il trucco? O meglio, che cosa non funziona perfettamente in questo ragionamento? Un piccolo particolare: se comprate un chilo d'oro, costa tot. Se ne comprate due costa due volte tanto. Ma coi diamanti non funziona in questo modo: i diamanti hanno una quotazione ma non un prezzo fisso, perché le variabili del costo del diamante sono tantissime: il peso (misurato in carati, un quinto di grammo), il taglio, il colore, la purezza, tanto

per citare le più importanti.

Fino a un anno fa si poteva dunque andare in alcune banche (Unicredit, Banco Popolare, Intesa San Paolo e Monte dei Paschi) e acquistare diamanti da investimento, su proposta dei consulenti bancari che avevano a loro volta stretto un accordo con le due maggiori società che operano in questo settore, la IDB - Intermarket Diamond Business e la DPI - Diamond Private Investment. La banca faceva dunque da tramite di un acquisto (traendone una ovvia percentuale) e fungeva da "sportello al pubblico".

I diamanti in questione non erano semplici gemme che si possono montare per farci un anello: venivano consegnati in una busta sigillata con un preciso codice di identificazione inciso sulla pietra. L'acquisto comprendeva anche diversi servizi: un'assicurazione "all Risks", l'eventuale servizio di custodia assicurata del bene, un'articolata serie di servizi di *customer care*, nonché la possibilità di poter rivendere i diamanti, non alla società che li aveva venduti ma ad altri acquirenti all'interno dello stesso circuito (salvo pagare un commissione).

Nel corso di diversi anni di mercato, gli investitori hanno tratto vantaggio dal loro investimento in modo costante, a patto di comprendere che il diamante acquista valore nel corso del tempo (parliamo di anni, meglio ancora di decenni, non a caso "un diamante è per sempre").

Poi è scoppiata la bufera, grazie a una trasmissione televisiva che ha puntato l'indice contro questo mercato. L'accusa è semplice: chi compra diamanti in banca li paga un prezzo «più alto del dovuto» e quindi, in qualche modo, le banche si sono prestate a una sorta di "truffa" ai danni dei piccoli e medi risparmiatori. Teniamo presente che, nel momento in cui scoppia la bufera, le banche sono nel mirino dell'opinione pubblica: il caso Etruria, i crack di alcuni istituti, i risvolti politici, tutto contribuisce alla demonizzazione del sistema bancario.

Ma il prezzo proposto era davvero più alto? E più alto rispetto a cosa? È qui il nodo della vicenda: in realtà i diamanti sono stati venduti a un prezzo in linea con quello praticato dalle gioiellerie di prima fascia, se poi si vuole accertare quale sia il valore attuale di un diamante, occorre prima decidere se per valore si debba intendere il prezzo al quale si riesce a venderlo in un certo momento o il prezzo che verrebbe richiesto per acquistarlo, sul mercato, con

identiche caratteristiche. I due prezzi sono ovviamente molto distanti l'uno dall'altro e questo succede perché il mercato del diamante non è assistito da fixing dei prezzi universalmente riconosciuti, né è un mercato regolamentato.

Facciamo un esempio: se acquistiamo un'auto nuova e la paghiamo 20mila euro e subito dopo cerchiamo di rivenderla, è evidente che qualcosa perderemo. Certo che se prendiamo il nostro diamante, spinti dal panico, andiamo dal gioielliere sotto casa e gli diciamo che lo abbiamo pagato 10mila euro e che vogliamo rivenderlo, quello ce ne offrirà, se va bene, la metà.

Ma queste considerazioni (a volte perfino banali) non sono servite e sul mercato si è abbattuto uno tsunami vero e proprio. Le banche si sono chiamate fuori scordando ovviamente le laute percentuali incassate negli anni, è intervenuta l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato che ha sanzionato sia le società che le banche (esclusivamente per motivi di insufficiente trasparenza, non certo per "truffa"), le associazioni dei consumatori si sono buttate a capofitto sulla questione e sono partiti reclami, pro-

teste, azioni di ogni genere che hanno portato inevitabilmente alla sospensione del commercio dei diamanti nelle banche.

E a poco sono serviti gli sforzi delle società che li commerciano di intavolare con interlocutori diversi trattative per rendere questo mercato maggiormente regolamentato. Tutto congelato, le banche devono prendere decisioni, i consumatori protestano, i diamanti restano nelle casseforti.

Tanto rumore per nulla? No, questo scossone è certamente servito per costringere società e banche a una maggiore trasparenza quando propongono (o ricominceranno a proporre) gli investimenti in diamanti e a sollevare la questione di fondo (tuttora irrisolta): chi stabilisce il prezzo di un diamante? Il gioielliere sotto casa? Un indice internazionale fissato in dollari e senza Iva (quando invece i diamanti vanno venduti in euro e con Iva)? I mercanti di Amsterdam? Prima che la vicenda si sblocchi, come si sbloccherà, una certezza però l'abbiamo: il mercato dei diamanti sarà sempre in attivo, per chi compra e per chi vende. E, passato lo tsunami, le regole saranno più chiare per tutti.

La storia

De Beers dalle pompe ai carati

■ 1871, Sudafrica: inizia la prima grande corsa ai diamanti e un giovane inglese di appena 18 anni, trasferitosi con la famiglia in Africa l'anno prima, si mette a vendere pompe d'acqua ai minatori, euforici per il ritrovamento di un diamante da 83,5 carati nella miniera a pozzo di Kimberly. L'incasso è tale da consentire all'intraprendente Cecil De Beers la creazione di una piccola impresa mineraria, la prima in assoluto. Nel giro di 18 anni la sua compagnia si espande e De Beers firma un contratto con una società londinese che gli garantisce l'acquisto periodico di un certo numero di diamanti a un prezzo pattuito. Cecil muore nel 1902 e lascia una società che detiene il 100 per cento della produzione sudafricana e il 90 per cento della produzione mondiale. Poi, piano piano, il business senza mai passare del tutto di mano, si estende ad altre società anche perché nel frattempo giacimenti di diamanti vengono trovati in altre parti del mondo, non solo Sudafrica ma anche Botswana, Namibia e Tanzania. Poi arrivano i diamanti canadesi, quelli indiani e infine la Russia entra in questo business con le sue miniere.

Una storia affascinante, contrassegnata da ritrovamenti eccezionali, ognuno dei quali è oggi una vera leggenda, dal Golden Jubilee (545 carati), che fa parte dei gioielli reali della Thailandia, al Cullinan I (530 carati) incastonato scettro reale britannico, dall'Incomparable (407 carati), trovato da una bambina nella discarica di una miniera, per arrivare a quelli più famosi, il Tiffany Giallo (128 carati), indossato da Audrey Hepburn per la presentazione del film "Colazione da Tiffany", la Stella del Sud (128 carati), trovato da una schiava brasiliana lungo un fiume e ora di proprietà Cartier, il Koh-I-Noor (105 carati), incastonato su una delle corone britanniche, il "maledetto" Orlov Nero, detto anche "Occhio di Brahma" che avrebbe portato disgrazie immense ai suoi proprietari... Diamanti incolori, diamanti gialli, diamanti rosa, diamanti neri, diamanti rossi: i "migliori amici delle ragazze" (così cantava Marilyn Monroe in un film) hanno da sempre popolato i sogni di tutte le donne del mondo, i Romani ne avevano scoperto l'incredibile durezza e li usavano per tagliare, i Cinesi li usavano come talismani per allontanare il male.

Più banalmente, la parola diamante viene dal greco "damas", indomabile e il primo a farne menzione nel mondo occidentale è lo storico Plinio il Vecchio nel primo secolo dopo Cristo, che lo definisce la pietra più dura e più preziosa del mondo, così come 500 anni prima esso compare negli scritti buddisti in sanscrito, ma solo nel 1813 un fisico, Humphrey Davy, grazie a un esperimento che concentrava con una lente i raggi del sole di un diamante grezzo causandone la combustione, ne dimostrò la sua composizione chimica di carbonio che, a pressioni altissime nel sottosuolo, diversi milioni di anni fa aveva creato la pietra più dura mai esistita in natura.



GEMMA Un diamante da 60 carati



Un giorno potrai lasciare il portafoglio a casa. Quel giorno è oggi.

Oggi puoi pagare i tuoi acquisti con il tuo smartphone Samsung in modo facile e sicuro grazie a Nexi e Samsung Pay.

Scarica subito l'app.



BCC
Cassa Centrale Banca

nexi
every day, every pay

SAMSUNG
pay

Message pubblicitario con finalità promozionale. Info su nexi.it Samsung Pay è disponibile sui seguenti dispositivi: Galaxy S9+ | Note8 | S8+ | S8 | S7 edge | S7 | A8 | A5 (2017) | A5 (2016) e Gear Sport | S5 classic | S3 Frontier, commercializzati da Samsung Electronics Italia S.p.A. e per l'attivazione richiede un account Samsung.