

Il boom dei diamanti come beni rifugio

Caccia ai risparmiatori che fuggono dalle Borse

Tra banche, finanziarie e alcuni operatori specializzati, in Italia è partita una corsa ai diamanti e una caccia ai risparmiatori che vogliono diversificare il proprio portafoglio.

Luca Zorloni
■ MILANO

LO SCORSO anno i soli modenesi hanno speso 20 milioni di euro trasformare i propri risparmi in diamanti e altri 18 milioni spettano alle famiglie del Veronese. Le due province si spartiscono quasi un sesto di un mercato, quello dei diamanti da investimento, che nel 2015 in Italia ha mosso transazioni per 230 milioni di euro. Il giro d'affari è ancora da pesi piuma: basti pensare che in tutto il mondo solo lo 0,2% dei cristalli di carbonio estratti viene destinato al canale dei valori da acquistare, mentre il resto si spartisce tra gioiellerie e usi industriali, ma il Belpaese vale il 20% dei collocazioni. Tanto che tra banche, finanziarie e operatori specializzati, in Italia è partita una corsa ai diamanti e una caccia ai risparmiatori che vogliono diversificare

il proprio portafoglio. 'Intermarket diamond business spa' (Idb), società che si è specializzata nel settore già 40 anni fa e oggi transa l'80% dei diamanti da investimento lungo lo Stivale, calcola che tra il 2013 e il 2015 il volume degli acquisti sia cresciuto del 78%. Un dato in linea con i risultati dell'impresa di Milano, che l'anno scorso ha chiuso il fatturato con vendite per 183 milioni di euro (+68% rispetto al 2013). «Sei-settemila euro è un buon investimento di partenza, è il costo della pietra più piccola e meno pregiata - precisa Claudio Jacobazzi, amministratore delegato di Idb - e 20-25mila euro è l'investimento medio. Il consiglio è di tenere la pietra per un minimo di cinque anni, in media registriamo 7-10 anni di mantenimento». È un mercato dai tempi lunghi, come dimostrano le stesse quotazioni, che hanno cadenze trimestrali. D'altronde, tra la storica De Beers, i russi di Alrosa e i canadesi della 'Dominion diamond corporation', le gemme sono in mano a un oligopolio di colossi. E le richieste di acquisto aumentano.

«**ABBIAMO** richieste sia dall'Italia sia dall'estero ma non abbiamo intenzione di inflazionare il mercato», spiega Marco Pocaterra, Ad di 'Diamond love bond'. La società collabora con Ubi (nel 2015 il 46% delle filiali ha venduto almeno un diamante) e marginalmen-

te con il **Banco Desio** e della Brianza. Ma in campo ci sono anche Unicredit, Veneto Banca, Banca Galileo, Banco Popolare, Unipol, Carige, Aletti e Popolare di Bari - tutte in partnership con Idb - e di recente ha acceso i motori anche Intesa Sanpaolo. «Noi raffreddiamo il cliente», puntualizza Pocaterra. «Se non ha chiara l'idea di cosa sta acquistando e domani intende venderlo, noi gli diciamo di acquistare altro. Ma gratifica non solo rispetto all'inflazione, ma anche di più», osserva Jacobazzi. «Negli ultimi vent'anni i diamanti da investimento hanno garantito oltre l'8% di rendimento». Mette piede nel segmento finanziario anche 'D'Amante', marchio del lusso e dei preziosi di Padova, che ha deciso di orientare il proprio sviluppo strategico al potenziamento della rete commerciale e alle gemme da investimento. «Intendiamo cogliere l'opportunità sempre più diffusa del diamante da investimento», spiega il presidente del gruppo padovano, Fabio Verdini. La corsa alle gemme è comune a tutto il mondo, tanto che Pocaterra dichiara di avere «dialoghi incoraggianti in Cina con le banche». D'altronde, proprio il Dragone recentemente è stato scottato da una truffa sul web: «Alibaba (l'Ebay cinese, ndr) - spiega l'Ad di Diamond love bond - ha messo in vendita migliaia di diamanti sintetici con certificati veri».

IL CARTELLO DEL CARBONIO

ndc

De Beers gestisce il **40%** del mercato



FATTURATO 2014:

7,1 miliardi di dollari

PRODUZIONE 2015:

28,7 milioni di carati

FATTURATO 2015:

4,7 miliardi di dollari (-34%)

PRODUZIONE 2016 (stima):

26-28 milioni di carati

AL VERTICE DEL COLOSSO MONDIALE

Il ceo del colosso De Beers, Philippe Mellier. Francese, classe 1955

