



**SETTORE IN CRESCITA.** Dezulian e Zwiebel: «Esiste un listino affidabile»

# Investimenti: sale la corsa ai diamanti “non per sempre”

La Ide: «Il mercato dimostra che è un bene rifugio. Ma attenti: non andare oltre il 10% dei propri soldi. Abbiamo tagliato un contratto a un cliente su questo»

Cinzia Zuccon

I tassi di interesse sono bassissimi, il mercato delle azioni è particolarmente volatile e l'immobiliare, dopo una lunga fase discendente, si sta lentamente riprendendo. In uno scenario di estrema incertezza negli ultimi anni i risparmiatori hanno guardato con sempre maggiore interesse ai diamanti da investimento e se, fino ad un decennio fa, erano considerati un lusso per pochi, oggi la platea di chi li acquista si è notevolmente allargata. «In realtà - spiega Luciano Dezulian, fondatore con Doron Zwiebel di Ide-Investment Diamond Exchange - si possono acquistare diamanti da 2500 euro in su e l'andamento del mercato

dimostra che è un bene rifugio e un investimento sicuro a patto di fare attenzione al listino di riferimento di acquisto e di considerarli un investimento a lungo termine, almeno di 10 anni». Un diamante, insomma, se non è “per sempre” è sicuramente per un bel po' di tempo.

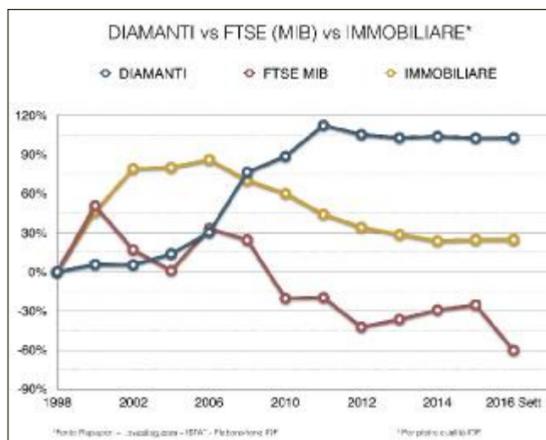
**NON ESISTE UN LISTINO UNICO.** C'è chi acquista i diamanti già montati su preziosi in gioielleria, chi per i diamanti da investimento si rivolge a società private o alle banche; il problema è che non esiste un unico listino. Le speculazioni sono sempre possibili e ha fatto scalpore, nell'ottobre scorso, una puntata di Report in cui si evidenziavano casi di vendite al doppio rispetto ai valori di mercato.

Più recentemente anche la Consob ha segnalato la poca trasparenza delle proposte e prezzi gonfiati determinati dal proponente. E allora che fare? Per Dezulian e Zwiebel esiste un modo per contrastare le speculazioni. «Si chiama - spiegano - listino Rapaport, per gli operatori è il riferimento per le quotazioni mondiali dei diamanti e garantisce all'acquirente di poter ricollocare l'investimento ovunque ai prezzi reali di mercato, anche senza l'intermediazione della società da cui lo si è acquistato».

**QUALI PIETRE E QUANDO COMPRARE O VENDERE.** Caratura, purezza, taglio e colore sono le caratteristiche che stabiliscono il valore del diamante e devono essere certificate.

## Boom Cina e India

Nel grafico qui a fianco elaborato da Ide, in blu l'andamento del mercato dei diamanti (fonte Rapaport) rispetto a immobiliare e borsa. «La crescita vertiginosa evidenziata fino alla fine del 2011 - spiega Dezulian - è stata l'effetto dell'ingresso nel mercato dei diamanti dei nuovi ricchi di Cina e India. Negli anni successivi il mercato è andato stabilizzandosi per effetto invece del rallentamento imposto da Europa e Usa, mercato quest'ultimo che oggi è in ripresa». Ide Diamonds ha sedi a Verona e Vicenza: è stata fondata nel 2013 per la vendita a privati di diamanti da investimento ed è emanazione di Paigem, società che vende pietre all'ingrosso dal '92. Doron Zwiebel è praticamente nato nel mondo dei diamanti, il padre è tra i fondatori della borsa dei diamanti di Tel Aviv e titolare dell'azienda di famiglia che fino al 2002, quando è stata ceduta, ha commercializzato diamanti in tutto il mondo (tra i 60 acquirenti top di De Beers); Luciano Dezulian, trentino, ha avviato quasi 40 anni fa un'accademia di gemmologia internazionale: ha formato oltre 5mila operatori. In seguito ha fondato Paigem. cz.



L'andamento (vedi box a sinistra) del mercato dei diamanti



Luciano Dezulian, Doron Zwiebel



Diamante purissimo, 2,5 carati

«Certificazioni riconosciute a livello mondiale - spiega Zwiebel - sono Igi, Hrd e Gia. Ogni diamante riporta un'incisione laser che lo identifica. Consigliamo di investire in pietre con caratteristiche differenti e, come caratura, da 0,5 fino a meno di tre carati. Pietre più piccole sono utilizzate in gioielleria e

sono soggette a oscillazioni maggiori di prezzo, su quelle più grandi invece non c'è molto mercato. I diamanti possono anche essere montati su gioielli e indossati finché non si deciderà di venderli. La commissione di disinvestimento è pari al 7% entro i sette anni dall'acquisto e al 3% successivamente». Sul “quan-

do” comprare, Dezulian precisa: «È sempre il momento giusto». «Esaurimento delle miniere, costi di estrazione alti e un mercato controllato, in pratica, solo da De Beers - aggiunge Zwiebel - sono indici di un investimento destinato ad accrescere il suo valore nel tempo».

**QUANTO INVESTIRE.** Ma quanto investire del proprio capitale in diamanti? «Noi - consiglia Dezulian - suggeriamo di non investire più del 5-10% poiché è bene diversificare. Recentemente ho chiuso un contratto da 100mila euro: solo dopo la persona che l'ha sottoscritto mi ha rivelato di aver impegnato tutti i risparmi. Ho consigliato di ripensarsi, di tenersi denaro per altri investimenti e quando, dopo aver riflettuto, con la famiglia ha deciso di impegnare in diamanti 30mila euro: non ho avuto problemi a stracciare il contratto per sottoscriverne un altro. Ed è proprio per essere vicini agli interessi dei risparmiatori che, per quanto riguarda il canale bancario, abbiamo scelto di collaborare solo con le banche di credito cooperativo. Il diamante va considerato un bene durevole, un tesoretto da mettere da parte; recentemente un nostro investitore che nel '68 aveva acquistato un diamante per 200 mila lire l'ha rivenduto a 200mila euro. Indubbiamente, un ottimo investimento». •

**ASSEMBLEA IN CONFINDUSTRIA.** «Le donne salgono sempre più nelle aziende: i risultati si vedono»

# Aidda, Dalla Vecchia presidente per l'area di Veneto e Trentino

Scambio tra manager: sostituisce Isabella Chiodi, eletta al nazionale

Maria Elena Bonacini

«Negli anni la posizione della donna nelle aziende è a livelli sempre più alti e si capisce che dove ci sono le performance sono diverse». Vede l'attuale situazione in maniera positiva Edy Dalla Vecchia, da ieri - con l'Assemblea elettiva in sede di Confindustria Vicenza - presidente della delegazione Veneto e Trentino Alto Adige di Aidda, associazione donne imprenditrici e donne dirigenti d'azienda, che conta oltre 80 socie ed è la terza in Italia per partecipazione. Con lei, nella squadra che gestirà l'associazione per i prossimi tre anni, Ida Poletto, Gabriella Amatori, Patrizia Bizzotto, Roberta Scanavin, Mara Tirapelle Cielo, Ombretta Zulian, Ornella Guarniero e Marzia Banci. Per il nazionale sono invece state designate la presidente uscente Isabella Chiodi ed Elisabetta Canale.

«Come imprenditrici in Veneto occupiamo buone posizioni - continua Dalla Vecchia - non risentiamo della difficoltà di essere donna e dove c'è una guida al femminile le aziende sono più strutturate e attente all'innovazione e all'attività associativa.



Passaggio di consegne tra Isabella Chiodi ed Edy Dalla Vecchia

Certo, il dislivello c'è ancora, ma dove le donne sono entrate hanno portato benefici, che cominciano ad essere riconosciuti. Oggi è difficile che ci siano cda solo maschili. Poi, ovviamente, dipende da donna a donna. Io ho iniziato 35 anni fa in un settore, come quello metalmeccanico, prettamente maschile e non ho mai avuto problemi». C'è entusiasmo per la nuova avventura: «La partenza sarà molto facilitata, perché trovo un'associazione ben gestita, con un programma nutrito, un coinvolgimento ad ampio spettro e molta formazione, che stava a cuore alla presidente uscente. Possiamo iniziare a lavorare da subito e cercherò di avvicinare le so-

cie per far capire che la partecipazione può essere un vantaggio personale e anche per l'azienda, facilitando il business tra noi. Poi voglio aprirmi alle altre associazioni, visto che ne stanno nascendo tante a livello imprenditoriale femminile e si potrebbe fare un lavoro comune».

Traccia un bilancio molto positivo Chiodi, che racconta i progetti e i cambiamenti del suo triennio. «Quando sei in un'organizzazione prendi e dai. Quest'esperienza è stata molto positiva a livello personale, perché ho avuto l'occasione di incontrare altre donne con le stesse problematiche e voglia di confrontarsi per affrontare assieme le opportunità. In un'epoca in cui

l'economia, la società, la cultura ci dicono che saremo sempre più multietnici e multiculturali, la diversità è sempre più un valore e le donne dovrebbero essere coloro che facilitano questa integrazione. L'associazione è una palestra di confronto che prepara a quelle più ampie».

È, in questo contesto, una parola d'ordine sempre attuale è “fare squadra” non solo tra donne, ma tra imprese. «Chi predomina oggi sono le Pmi, ma non puoi metterti assieme solo sulla base di un business plan, se non hai idee e valori comuni».

Tre i progetti di cui Chiodi va più fiera, a partire dal bilancio di genere «che con il Comune di Vicenza è in fase molto avanzata, per far sì che il pubblico sia sempre più attento ai ruoli diversi di cittadini e cittadine nella società». Poi l'attività nelle scuole «per trasmettere i valori dell'autoimprenditorialità e spiegare quali competenze richiedano le aziende». Infine un tema attualissimo e cruciale, la violenza sulle donne. «Nelle imprese veniamo a contatto con lavoratori e famiglie. Abbiamo la responsabilità di contribuire a fare cultura in questo campo». •

**FINANZIAMENTI.** Iniziativa della Regione grazie a finanziamenti statali

# Olio, così il Veneto vuole valorizzare i prodotti Dop

Al via sette incontri per far conoscere l'eccellenza Pan: «Il costo maggiore è garanzia della qualità»

Alberto Minazzi  
VENEZIA

Un olio più verde, è anche più buono? (Risposta: non necessariamente). Come il vino, l'olio invecchiando migliora? (Risposta: no). Se l'olio pizzica in gola, è acido? (Risposta: no). I quesiti posti da Moreno Morello, inviato di Striscia la notizia, in occasione della conferenza stampa di Palazzo Balbi illustrano bene come, riguardo all'olio d'oliva, si sa mediamente molto poco e circolano molti falsi miti. Eppure, si tratta di una produzione di assoluta eccellenza, nel nostro Veneto, come confermano i dati ricordati dall'assessore regionale all'Agricoltura, Giuseppe Pan: quasi 7000 olivocoltori, due importanti d.o.p. e quasi tremila ettari coltivati ad ulivo. E la tradizione dell'olio veneto si perde nella notte dei tempi, tra lago di Garda, Colli Euganei, Monti Berici e via dicendo.

Ecco perché la Regione Veneto ha deciso di sfruttare l'opportunità di un finanziamento ministeriale per dare il via al progetto “Olio d'oliva, questo conosciuto”, che ha coinvolto anche Coldiretti e



La presentazione dell'iniziativa in Regione

Federconsumatori, con la collaborazione di Aipo (l'associazione interregionale dei produttori olivicoli). Un calendario di sette incontri, uno per provincia (si parte da Venezia il 7 marzo, poi Padova il 16, Vicenza il 23, Verona il 30, Treviso il 20 aprile, Belluno il 27 e si chiude a Rovigo il 4 maggio), in cui una cinquantina di persone, tra i 25 e i 65 anni, potranno non solo conoscere meglio la filiera produttiva, ma anche appropriare la conoscenza dei contenuti dell'etichetta e, alla fine, assaggiare concretamente i diversi olii del Veneto, approfondendo quelle che sono delle vere e proprie regole d'assaggio per poter apprezzare al meglio il prodotto.

Del resto, il Veneto si è confermato in controtendenza, nella produzione dell'olio, con una media di aumento del 10% (e punte del 30%), a fronte di un crollo nazionale

tra il 30 e il 40 per cento, che si è tradotta in un raccolto di quasi 21.000 quintali. «Abbiamo olii - ha sottolineato Pietro Piccini, direttore di Coldiretti Veneto - con caratteristiche tra loro molto diverse e, anche con questa campagna, intendiamo lanciare un messaggio di sostegno alla distintività del prodotto, per controbattere la strada che porta all'omologazione intrapresa con gli accordi internazionali». «L'olio veneto - ha aggiunto l'assessore Pan - non si trova a poco prezzo, ma il costo maggiore è garanzia di qualità, non segno di speculazioni da parte degli agricoltori». «Stiamo lavorando molto - ha infine ricordato Roberto Marcato, assessore alla Tutela del consumatore - sulla cosiddetta “etichetta parlante”, per far sì che l'acquirente sia in grado di sapere perfettamente quello che consumerà». •