

Il "Compro oro" ha fatto boom è una spia degli italiani in crisi

SECONDO EURISPES 2012 VI HA RICORSO L'8,5 DEI CITTADINI. E' ALTO IL RISCHIO DI RAGGIO. ECCO LE CINQUE REGOLE FONDAMENTALI PER EVITARLO. «PESATE PRIMA L'OGGETTO, CONTROLLATE CHE IL NEGOZIO ABBAIA IL PREZZO ESPOSTO, PRETENDETE TRASPARENZA» DICE L'OPERATORE DEL SETTORE

Vito de Ceglia

Milano

Dicono che lo specchio della crisi sia rappresentato dalla rapidità con cui è esplosa il fenomeno dei "compro-oro". I dati Eurispes 2012 raccontano che addirittura l'8,5% degli italiani ha fatto ricorso a questi esercizi commerciali: «Chi ha immediatamente bisogno di soldi — osserva l'istituto — non potendo ottenerli dalla banca, può vendere qualche gioiello di famiglia». Del resto, se l'anello regalato dalla zia per i dodici anni può valere più di 60 euro, e il bracciale della cresima 100 euro, tanti preferiscono incassare. Ma il rischio di un raggio è in agguato.

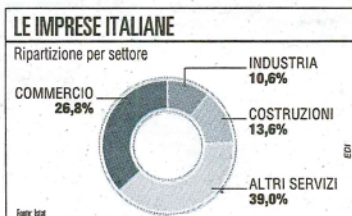
Chi vende un bene prezioso deve stare sempre molto attento con chi si confronta. La prima informazione da sapere è se il punto vendita è un compro oro o un banco metalli. Il primo è una normale gioielleria che si è dedicata alla compravendita di oggetti di oro usati. Pertanto, il "compro oro" non può acquistare o vendere lingotti di oro puro e monete d'oro, né può fondere o trasformare ciò che acquista. Al contempo, il compro oro non deve adempiere agli obblighi e ai controlli della Banca d'Italia, ma per vendere il materiale da fondere deve rivolgersi esclusivamente agli operatori autorizzati da quest'ultima, ovvero ai banchi metalli. Il banco metalli è infatti un operatore specializzato autorizzato ed iscritto nell'apposito registro della Banca d'Italia e deve adempiere a maggiori obblighi, comunicazioni e controlli.

Fatta questa premessa, ci sono poi cinque regole fondamentali che una persona deve sempre seguire quando decide di separarsi da un oggetto prezioso: innanzitutto, verificare prima il peso dell'oro che si vuole vendere. Quindi, se qualcuno entra in un negozio dove non riesce agevolmente a controllare il peso degli oggetti, il consiglio è di cambiare operatore senza esitazione. Un altro suggerimento è di controllare sempre se il prezzo di acquisto è esposto al pubblico: le ditte più serie lo fanno. Pertanto, bisogna diffidare di chi si limita ad esporre indicazioni generiche come "paghiamo i prezzi massimi" oppure "massime quotazioni di mercato".

E' utile poi sapere che il prezzo dell'oro ha normalmente 2 quotazioni di acquisto da parte dell'operatore: una per l'oro 999/1000 che si riferisce ai lingotti di oro puro da investimento (che non possono essere commercializzati dai normali compro oro ma solo dai banchi metalli). L'altra quotazione, che è quella più usuale, si riferisce all'oro di oreficeria 750/1000 che ovviamente ha un prezzo più basso. Infatti, può accadere che alcuni operatori poco seri, per attirare la clientela, pubblicino il prezzo dell'oro puro facendo intendere che è il prezzo di acquisto dell'oro usato di oreficeria, salvo poi al momento dell'acquisto ridurre tale quotazione. Per finire, prima di vendere, è utile consul-

tare più operatori. E alla fine scegliere il più conveniente e soprattutto il più affidabile.

«Chi decide di vendere un oggetto d'oro, sia per necessità sia perché vuole semplicemente disfarsene, deve puntare innanzitutto sulla trasparenza», sottolinea Ferruccio Invernizzi, esperto gemmologo, fondatore e presidente di Pronto Gold, un banco metalli attivo su piazza milanese dal febbraio 2011, che fino ad oggi ha effettuato più di 25.000 transazioni di acquisto, in media quasi un centinaio al giorno. Invernizzi puntualizza inoltre che «l'operatore deve sempre richiedere al cliente un documento d'identità e il codice fiscale, deve compilare l'apposito registro di Pubbli-



La prima informazione da sapere è se il punto vendita è un compro oro o un banco metalli

ca Sicurezza e deve rilasciare al consumatore copia della dichiarazione di vendita con indicati: il nome del venditore con i dati del documento di identità e il codice fiscale, la descrizione dei beni venduti, il loro peso e la somma

corrisposta, tenuto conto che non possono essere effettuati pagamenti in contanti per cifre superiori ai 999 euro».

Infine, il presidente di Pronto Gold dà un ultimo consiglio a chi decide di rivolgersi ad una strut-



tura che acquista oro: «Non abbiate nessun timore, poiché l'oro usato non è soggetto a tassazione e non interessa agli organi tributari, mentre per i lingotti la tassazione è minima. Pretendete sempre copia di tale dichiarazione

controfirmata dall'operatore. Questo garantisce la regolarità della transazione ed evita pesanti sanzioni, sia amministrative che penali, che possono coinvolgere anche chi vende».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ITALMONDO

TRANSPORTS LOGISTICS

CONNECTING THE WORLD EVERYWHERE IN EVERY WAYS SINCE 1953

Alcuni numeri del Gruppo GC Holding:
Con 12.000.000 di colli distribuiti in oltre 500 destinazioni nel mondo, 400.000 mq di aree industriali di cui 190.000 mq di magazzini di proprietà in Europa, GC Holding è oggi uno dei leader privati del settore.

www.italmondo.com
italmondo@italmondo.com
+39 02 939401

GC Holding SINCERT IATA

[IL PREMIO]

A Cwt Meetings il Best Evaluation per l'evento firmato Fastweb



Cwt Meetings & Events si conferma tra i principali attori dell'industria degli eventi. Il riconoscimento è arrivato in occasione dell'evento Bea Italia 2012 dove la società - insieme a Prodea, nell'occasione suo partner - ha ricevuto il "Best Evaluation Award", assegnato da Elling Hamso in rappresentanza dell'Event Roi Institute di cui è managing partner e in accordo con Adc Group. Il premio è stato attribuito alle due società per essere state capaci di misurare al meglio l'efficacia dell'evento "Immagina, puoi. Senza passione non sarebbe successo", realizzato per Fastweb, in relazione agli obiettivi prefissati. Le agenzie - in stretta collaborazione con il cliente - sono infatti riuscite a sintetizzare non solo gli aspetti relativi al roi e alla satisfaction, ma anche altre caratteristiche del progetto quali learning/information/value, application e business impact. La qualità e la rilevanza delle informazioni comunicate hanno quindi consentito alla presentazione effettuata da Cwt e Prodea di essere giudicata la più completa e valida rispetto a quelle proposte dagli altri partecipanti al premio. «Questo Award è importante - commenta Stefania Tralori, direttore Italia di Cwt Meetings & Events - perché va oltre i confini delle tradizionali attività di logistica e di creatività. E proprio sulla misurazione dell'evento, il ritorno sugli obiettivi e sugli investimenti si sta focalizzando Cwt M&E nel proprio pacchetto di servizi di consulenza». (r.rap.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA