



FIERA DI VICENZA

VICENZAORO ✕ Fall



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERPREZIOSI

FEDERAZIONE NAZIONALE DELLE IMPRESE  
ORAFE GIOIELLIERE ARGENTIERE OROLOGIAIE

# Il dettaglio orafo “DÀ I NUMERI”

*I risultati dell'analisi di Federpreziosi Confcommercio sulla consistenza,  
la struttura e la recente evoluzione  
dei punti vendita del commercio al dettaglio di gioielleria, orologeria e argenteria.*

---

7 Settembre 2014 - ore 12,00  
Fiera di Vicenza - Padiglione 7.1 - Sala 7.1.2a



***IL SETTORE DEGLI 'OROLOGI E ARTICOLI DI  
GIOIELLERIA': UN'ANALISI DAL LATO DELLE IMPRESE***

Paolo Ghinetti

Dipartimento di Studi per l'Economia e l'Impresa  
Università del Piemonte Orientale

# Il nostro approccio

- ...quantitativo (diamo i numeri!)
- ...lato dell'offerta (le imprese)
  - Caratteristiche delle imprese nel settore
  - Dimensione del settore
    - numerosità imprese e sue variazioni
      - natalità/mortalità, tassi di crescita

NB: Non prenderemo in considerazione il lato della domanda = caratteristiche di chi compra (preferenze dei consumatori; quantità acquistate, varietà acquistate, tempi e modalità acquisto,...)

## Analizziamo...

- Struttura del settore (fotografia a fine 2013):
    - Consistenza settore, distribuzione territoriale e caratteristiche delle imprese
  - Evoluzione recente - 1° semestre 2014
    - Variazioni nel numero di imprese del settore
- ...sempre confrontando il comparto 'orologi e articoli di gioielleria' con i macrosettori di riferimento (dettaglio, commercio in generale, intera economia)

## Fonti di dati

- Studio di settore 2011 (16.620 osservazioni)
- Registro Movimprese/Infocamere
  - dati trimestrali
    - diffusi da Infocamere a livello di divisione Ateco (commercio al dettaglio)
    - Per questo studio, informazioni anche a livello di classe Ateco (commercio al dettaglio di orologi, articoli gioielleria e argenteria)
- Dati pubblicati dall'Osservatorio sulla demografia imprese terziario avanzato, ottenuti dal registro Movimprese a livello di classe Ateco.

# Le caratteristiche delle imprese

- Articoli trattati e canali di vendita:
  - 45% di punti vendita ‘generalisti’; 39% di dimensioni medio-piccole.
  - tra quelli ‘specializzati’, i più diffusi sono:
    - 10-11%: articoli in argento, orologi, oreficeria a peso.
    - 8% gioiellerie (metalli, pietre preziose)
    - 5% laboratori riparazione (soprattutto orologi)
    - 3% Compro oro (nel 2011, ma in sicura crescita)
  - pochi franchising (1%) e pochi in grandi centri commerciali (2%)
  - In sintesi:
    - esclusività del prodotto si riflette nell’esclusività del punto vendita.
    - si tende a privilegiare l’ampio assortimento rispetto alla specializzazione.

# Le caratteristiche delle imprese

- Forma giuridica: delle circa 16.600 imprese censite:
  - 61% siano persone fisiche
  - 26% società di persone
  - 11-12% società di capitali
- Forma organizzativa: degli 19.572 esercizi specializzati (Osservatorio Naz. Commercio, 2013):
  - 71% sono sedi di impresa
  - solo il 29% sono unità locali di imprese pluri-localizzate.
  - In sintesi, privilegiate forme di impresa ‘snelle’ e con una dotazione di capitali limitata (come nel resto del Dettaglio).

# La dimensione del settore

**Tabella 2 - Imprese registrate e censite dalle Camere di Commercio al 31 dicembre 2013**

	<u>Registrate</u>	<u>% su Totale</u>	<u>% su</u> <u>Commercio</u>	<u>% su</u> <u>Comm. Dett.</u>
<b>TOTALE ECONOMIA</b>	<b>6.061.960</b>	<b>100</b>		
- <b>Commercio ingrosso e dettaglio</b>	<b>1.552.248</b>	<b>25,606</b>	<b>100</b>	
-- <b>Commercio al dettaglio</b>	<b>872.725</b>	<b>14,397</b>	<b>56,223</b>	<b>100</b>
--- <b>Orologi e articoli gioielleria</b>	<b>16.187</b>	<b>0,267</b>	<b>1,043</b>	<b>1,855</b>



# La dimensione del settore

**Quota di imprese nella classe ‘Orologi e Articoli di Gioielleria’  
rispetto ai macrosettori per area geografica, al 31/12/2013**

<u>Regioni</u>	<u>% Totale</u>	<u>% Commercio</u>	<u>% Dettaglio</u>
<b>Tot. Nord-Ovest</b>	<b>0,229</b>	<b>0,990</b>	<b>1,962</b>
<b>Tot. Nord-Est</b>	<b>0,178</b>	<b>0,815</b>	<b>1,676</b>
<b>Centro</b>	<b>0,285</b>	<b>1,133</b>	<b>2,019</b>
<b>Sud-Isole</b>	<b>0,337</b>	<b>1,119</b>	<b>1,776</b>
<b>Italia</b>	<b>0,267</b>	<b>1,043</b>	<b>1,855</b>

- sottorappresentate rispetto alla media nazionale soprattutto nel Nord-Est e sovrarappresentate soprattutto nel centro Italia
- Nel Nord-Ovest rappresentano una quota maggiore della media nazionale soprattutto all’interno del commercio al dettaglio

# La distribuzione territoriale

Distribuzione territoriale delle imprese all'interno del settore di riferimento, al 31/12/2013

<u>Regione</u>	<u>Commercio</u>		<u>Dettaglio</u>		<u>Orologi, gioielli</u>	
		<u>%</u>		<u>%</u>		<u>%</u>
Nord-Ovest	366.216	23,59	184.840	21,18	3.627	22,41
Nord-Est	256.823	16,55	124.939	14,32	2.094	12,94
Centro	329.519	21,23	184.923	21,19	3.733	23,06
Sud-isole	599.690	38,63	378.023	43,32	6.712	41,47
<b>ITALIA</b>	<b>1.552.248</b>	<b>100,00</b>	<b>872.725</b>	<b>100,00</b>	<b>16.187</b>	<b>100,00</b>

- **la distribuzione è concentrata**: in tre regioni (Lombardia, Lazio e Campania) presente il 40% di attività registrate, valori compresi tra il 12 e il 14% ciascuna, segue la Sicilia con circa il 9%.
- Veneto e Piemonte (lunga tradizione) valgono ciascuna il 5-6% del totale delle imprese registrate.
- Non vi sono macroscopiche discrepanze rispetto al commercio al dettaglio.

# L'evoluzione nei primi mesi 2014

- Analizziamo ora la 'dinamica' del settore attraverso le variazioni nel numero di imprese nei registri CdC (cd 'demografia imprenditoriale')

- Un po' di terminologia:

$$\begin{aligned} \text{Variaz. n. imprese} &= \text{stock finale} - \text{stock iniziale} = \\ &= \text{iscrizioni} - \text{cessazioni} + \text{'variazioni'} \end{aligned}$$

Dove:

$$\begin{aligned} \text{Stock finale} - \text{stock iniziale} &= \text{flusso netto di imprese} \\ \text{Iscrizioni} - \text{cessazioni (nate - morte)} &= \text{flusso lordo o primario} \end{aligned}$$

Quindi:

$$\text{Flusso netto} = \text{flusso lordo} + \text{'variazioni'}$$

- Es nucleo familiare: numero di persone varia perché nasce o muore qualcuno (flusso primario), o perché ci sono uscite o entrate di persone già esistenti (divorzi, matrimoni) che 'arrivano' da o 'vanno' in altre famiglie ('variazioni').
- Con i flussi netti e lordi, si può calcolare il 'tasso di crescita' netto o lordo di imprese
  - Come? Si dividono i flussi netti o lordi per lo stock di imprese all'inizio del periodo
- NB: Il settore può crescere poco sia con flussi modesti (pochi avviamenti e cessazioni, bassa dinamicità), sia con flussi elevati (elevata dinamicità, alto turnover) che si equilibrano.

# L'evoluzione nei primi mesi 2014

Iscrizioni, cessazioni d'impresa e tassi di crescita lordi: i primi 5 mesi 2014

Gennaio – Maggio 2014

	<u>Stock</u>	<u>Iscrizioni</u>	<u>Tasso %</u>	<u>Cessazioni</u>	<u>Tasso %</u>	<u>Saldo</u>	<u>Tasso %</u>
	<u>31/12/13</u>		<u>Iscrizione</u>		<u>Cessazione</u>		<u>crescita</u>
			<u>'natalità'</u>		<u>'mortalità'</u>		<u>lordo</u>
Totale Economia	6.061.960	184.802	3,05	204.451	3,37	-19.649	-0,32
Comm. Ingr. e dett.	1.552.248	29.537	1,90	54.894	3,54	-25.357	-1,63
Commercio dettag.	872.725	16.115	1,85	32.639	3,74	-16.524	-1,89
Orologi art. gioiell.	16187	84	0,52	512	3,16	-428	-2,64

- Bassi tassi di natalità, ma anche bassi tassi di mortalità: 'tenuta' maggiore delle imprese esistenti (good news) ma ne nascono proporzionalmente meno (bad news) che nel dettaglio
- saldo nate-morte negativo = tasso crescita lordo negativo e peggiore che nel dettaglio e commercio in generale.
- Nei primi 5 mesi del 2013 i numeri erano molto simili

# L'evoluzione nei primi mesi 2014

- Pur in presenza di un saldo demografico negativo tra gennaio e maggio 2014 il numero di imprese registrate è cresciuto complessivamente dell'1,6% (da 16.187 a 16.451)
  - Il settore è caratterizzato da una dinamica complessiva positiva (*good news*)
  - saldo positivo delle 'variazioni' che più che compensa il basso tasso di natalità
    - saldo netto positivo tra imprese che erano presenti nel settore e sono 'migrate' altrove ed imprese esistenti che provengono da altri settori.
- Crescita di più del 2% in molte regioni, in parti molto diverse d'Italia: Campania, Basilicata, Sardegna, Veneto e Piemonte
  - il settore 'tiene' e in molti casi si sviluppa in tutto il territorio nazionale.

## Conclusioni

- **Bad news:**
  - bassi tassi di natalità rispetto a dettaglio e commercio generale
    - elevati costi di ingresso e incertezza rendono poco remunerativo l'ingresso di nuovi operatori e scoraggiano impiego di nuovi capitali
- **Good news:**
  - Tassi di 'sopravvivenza' delle imprese già operanti nel settore superiori alla media di dettaglio e commercio
    - Per chi è già presente, pur nell'incertezza esistono margini di redditività
  - Settore in crescita complessiva
    - accresce marginalmente la dimensione 'attirando' imprese esistenti e che in precedenza operavano altri comparti.
- **Pur con luci e ombre, ha una dinamica complessiva positiva**
  - Elevata incertezza: apporto non tanto di 'forze giovani' ma piuttosto di realtà imprenditoriali esistenti in altri ambiti.
    - il settore è considerato remunerativo, vitale e capace di generare reddito per chi vi opera dal lato dell'offerta.