

## **Il mondo dei preziosi | L'andamento del settore secondo l'opinione delle imprese del settore**

Contanti, tracciabilità, fisco, banche, legalità. I risultati di un'indagine campionaria realizzata sulle imprese del commercio al dettaglio di orologi, articoli di gioielleria e argenteria.

**Federpreziosi Confcommercio, in collaborazione con Assocoral, Fiera di Vicenza e Assorologi, ha voluto rilevare ed analizzare le cause - quali la crisi economica, la limitazione alla circolazione del contante e la tracciabilità dei pagamenti - abbiano influito sulle forti variazioni nei consumi di gioielleria e orologeria registrati dall'intera filiera orafa, dalla produzione alla distribuzione al dettaglio, passando per l'ingrosso.**

**L'indagine condotta da Format Research fornisce un'analisi puntuale sull'andamento economico generale delle imprese, suddiviso per tipologia di prodotto e di clientela. Il tutto attraverso dati e informazioni intesi a valutare le dimensioni della contrazione della domanda, le determinanti che ne sono all'origine e l'impatto sul settore in termini di riduzione dei ricavi per gli operatori, nonché il depauperamento dell'offerta e la conseguente perdita di valore per l'economia del Paese.**

*L'indagine è stata realizzata da Format Research e condotta da Federpreziosi Confcommercio, in collaborazione con Assocoral, Fiera di Vicenza e Assorologi. La ricerca è stata effettuata con il metodo delle interviste telefoniche (Sistema Cati) presso un campione statisticamente rappresentativo delle imprese del commercio al dettaglio di orologi, articoli di gioielleria e argenteria con almeno due addetti. Complessivamente sono state effettuate 400 interviste (a buon fine) presso altrettante imprese commerciali. L'indagine è stata realizzata nel periodo 14-19 gennaio 2015.*

**format s.r.l.** – sede legale e operativa - via ugo balzani 77  
00162 roma, italia - rea 747042/rm  
**format nord est** – unità operativa - via sebastiano caboto 22/a  
33170 pordenone, italia - rea 99634/pn

tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96

cf / p.iva / reg.imp.roma: 04268451004  
cap. soc. € 10.340,00 i.v.

[www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)  
[info@formatresearch.com](mailto:info@formatresearch.com) - [format@pec.formatresearch.com](mailto:format@pec.formatresearch.com)



## **I risultati in sintesi**

*La riduzione dei ricavi* - Negli ultimi due anni (2013-2014) rispetto al biennio precedente (2011-2012) **è crollato il livello di fiducia** delle imprese del commercio al dettaglio di orologi, articoli di gioielleria e argenteria nell'andamento della propria attività, le quali hanno registrato una **significativa riduzione dei ricavi**, che soltanto difficilmente potrà essere riassorbita nel prossimo periodo. Il 72% circa delle imprese del settore ha dichiarato che l'andamento della propria attività è peggiorato nell'ultimo biennio, e quasi il 74% ha rilevato nel medesimo periodo la diminuzione dei ricavi, con una intensità media della quale pari a **-26%**.

A fronte di dati di questo genere, le imprese del settore non sembrano vedere nel 2015 l'anno della fine della crisi. Aumentano le imprese che ritengono che l'anno che si è appena aperto sarà migliore rispetto a quelli bui appena trascorsi, e che anche i ricavi aumenteranno, ma le percentuali delle imprese che sperano in questo senso sono ancora troppo poche: **solo l'8,5% delle imprese delle gioiellerie e delle orologerie si aspetta un aumento dei propri ricavi nel 2015.**

Il dato relativo alla crisi del settore delle gioiellerie e delle orologerie è spaccato a metà tra le imprese di piccole dimensioni (fino a nove addetti) e quelle di dimensioni più grandi (oltre nove addetti). Le prime, più delle altre, hanno avvertito gli effetti della crisi e la riduzione dei ricavi e meno delle imprese di dimensioni più grandi tendono a guardare con fiducia ad una possibile ripresa nel 2015. Il miglioramento dei conti per altro non è omogeneo neanche dal punto di vista geografico. Mentre da una parte infatti sono in prevalenza le imprese che operano nelle regioni del Nord Italia a sperare in un 2015 migliore rispetto a quanto non siano stati gli anni precedenti, le imprese nelle regioni del Sud Italia dubitano assai più delle altre di riuscire a recuperare gli anni perduti nel prossimo futuro.

*Le forme assunte dalla riduzione dei ricavi* - La riduzione dei ricavi delle imprese, del resto, ha caratterizzato i fondamentali delle gioiellerie e delle orologerie del nostro paese. Negli ultimi due anni **è diminuita sia la cosiddetta clientela "storica"** delle imprese (secondo il 77% circa delle imprese), comportando una riduzione dei ricavi in media del 23%, **sia la clientela occasionale** (secondo il 70% delle imprese), con una diminuzione dei ricavi in volume del 17%

in media. **E' diminuita sia la clientela "italiana"** (secondo il 72% delle imprese), **sia la clientela "estera"** (secondo il 75% delle imprese), con particolare riguardo ai clienti provenienti dalla Russia.

*L'impatto della crisi sulle imprese* - La riduzione dei ricavi negli ultimi due anni ha avuto un impatto largo, profondo ed esteso sulle gioiellerie e sulle orologerie del nostro paese. **Il 20% circa, per riassorbire gli effetti della crisi, ha dovuto fare leva sul personale**, rinunciando a nuove assunzioni quando non interrompendo rapporti di lavoro in essere a tempo indeterminato. **Più del 47% delle imprese ha evitato di effettuare investimenti produttivi** che aveva in programma, mentre poco meno del 7% ha letteralmente interrotto investimenti in corso.

*Le determinanti alla base della riduzione dei ricavi* - Le **determinanti** alla base della riduzione della clientela soprattutto italiana sono diverse e le abbiamo testate con riferimento ai preziosi, agli orologi ed ai bijoux.

Con riferimento ai **preziosi**, i fattori che più di altri, secondo le imprese del settore, spiegano la riduzione della domanda sono la crisi economica in atto (lo affermano il 59,1% delle imprese), l'introduzione della soglia massima di utilizzo del contante a € 1.000 (lo afferma il 21,0% delle imprese) e l'introduzione dell'obbligo da parte del commerciante di registrare e comunicare i dati degli acquirenti che spendono più di € 3.600 (9,7% delle imprese). Le gioiellerie e le orologerie di piccole dimensioni puntano il dito in prevalenza sulla crisi economica, mentre le imprese di grandi dimensioni tendono ad indicare in misura superiore alla media il problema della soglia massima di utilizzo del contante e quello della tracciabilità dei pagamenti. Un adempimento, questo, spesso ritenuto superfluo poiché sia i bonifici sia gli assegni dovrebbero essere già tracciati.

Con riferimento agli **orologi**, il primo fattore di riduzione della clientela è risultato la tracciabilità (35,5% delle imprese), seguito dalla crisi economica in atto (28,1%), il ricorso da parte dei consumatori a canali di acquisto alternativi alla distribuzione tradizionale, ovvero al commercio elettronico (17,0%) e l'introduzione della soglia massima del contante a 1.000 € (13,8%). Anche in questo caso i giudizi sul peso dei fattori considerati sulla riduzione dei ricavi variano in funzione

delle caratteristiche delle imprese esaminate. Le imprese di dimensioni più grandi pongono l'accento a ragione della riduzione dei ricavi da parte della clientela italiana sulla tracciabilità in primo luogo e poi sulla crisi economica e sulla soglia limite di utilizzo del contante. Le imprese di dimensione più piccola tendono ad attribuire maggiormente la riduzione dei ricavi al protrarsi della crisi economica.

*Alcune ipotesi di scenario* - Tentando alcune ipotesi di scenario abbiamo provato a simulare che cosa accadrebbe nel caso in cui alcune delle determinanti alla base della riduzione dei ricavi fossero rimosse o fossero ridotte in termini di intensità.

Se la **soglia di utilizzo del contante**, attualmente a 1.000 euro, **fosse innalzata a 2.500 euro** come in Spagna, le gioiellerie e le orologerie italiane vedrebbero, a loro avviso, un **aumento dei ricavi medi pari al 13%**. Se la soglia di utilizzo del contante **fosse innalzata a 3.000 euro** come in Francia, le gioiellerie e le orologerie italiane vedrebbero, a loro avviso, un **aumento dei ricavi medi pari al 16%**. Se infine non fosse previsto **alcun limite alla soglia** di utilizzo del contante, come attualmente in Germania ed in Olanda, le gioiellerie e le orologerie italiane vedrebbero un **aumento dei ricavi medi pari al 21%**.

**L'abolizione dell'obbligo da parte del commerciante di registrare e comunicare i dati degli acquirenti che spendono più di € 3.600**, non previsto negli altri paesi UE, comporterebbe un **aumento dei ricavi (in media) pari al 22%**. Si tratta di osservazioni importanti che danno conto delle difficoltà del settore che in qualche modo paga il peso di alcuni adempimenti amministrativi imposti dal nostro paese, ma non in altri paesi dell'Unione Europea, o quanto meno non nella stessa misura.

L'eccezionalità italiana con la quale le gioiellerie e le orologerie italiane si trovano ad avere a che fare, fa in qualche modo da alveo ad un **mercato parallelo** dei preziosi e degli orologi: il mercato dell'offerta praticata in modo abusivo, quando non in modo del tutto illegale, che si rivela a sua volta un ulteriore fattore di criticità per coloro che, al contrario, fanno impresa nelle regole e nella legalità. Secondo il 27,2% delle imprese intervistate nel corso dell'ultimo biennio (2013, 2014) il fenomeno degli esercizi commerciali che animano il cosiddetto mercato parallelo (abusivismo, vendita di preziosi privi del marchio di

identificazione, vendite in nero) che operano sul loro stesso territorio, e quindi in concorrenza con loro, è aumentato. Ad affermarlo sono quasi un'impresa ogni tre. Sono moltissime, con tutto ciò che questo significa sia in termini di depauperamento del tessuto economico e commerciale del nostro paese, sia in termini di mancati incassi per l'erario.

---

*Nota metodologica* - L'indagine sulle imprese del commercio al dettaglio di orologi, articoli di gioielleria e argenteria è stata effettuata su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese del settore (400 interviste a buon fine). Margine di fiducia:  $\pm 3,7\%$ . L'indagine è stata effettuata dall'Istituto di ricerca Format Research, tramite interviste telefoniche (sistema Cati), nel periodo 14-19 gennaio 2015.

[www.agcom.it](http://www.agcom.it) [www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)