

Nota Web n. 20/2020

15 Dicembre 2020

NATALE IN GIOIELLERIA: TANTO IMPEGNO E FIDUCIA, POCHE CERTEZZE.

Roma, 15 dicembre 2020 – I dati, resi noti in questi giorni, dell'indagine di Confcommercio-Imprese per l'Italia sui consumi di Natale 2020 indicano una spesa complessiva in calo del 18% e una spesa media pro-capite di 164 euro contro i 169 del 2019. Solo il 17,3% della tredicesima sarà destinato ai regali, mentre la maggior parte (oltre il 67%) verrà utilizzata per spese per la casa, risparmio, tasse e bollette. Un dato che le incertezze derivanti dal susseguirsi dei cambiamenti nelle disposizioni governative in termini di aperture/chiusure rendono comunque tutto da verificare.

	2020	2019	%C
Generi alimentari	68,0	73,3	-5,3
Giocattoli e giochi per bambini	51,2	55,0	-3,8
Libri ed eBook	47,2	45,5	+1,7
Capri di abbigliamento	45,0	47,1	-2,1
Prodotti per la cura della persona	36,0	34,5	+1,5
Carte regalo o buoni regalo digitali	33,4	26,2	+7,2
Vino e liquori	31,0	29,0	+2,0
Abbonamenti a piattaforme streaming	25,5	15,0	+10,5
Libri, film e musica digitale	21,0	16,8	+4,4
T Trattamenti di bellezza (massaggi, visite in SPA)	18,0	43,0	-25,0
Gioielli elettronici	18,0	14,4	+3,4
Computer, accessori pc	12,0	13,1	-1,1
Coltellerie	11,0	14,5	-3,5
Smartphone	11,0	13,3	-2,3
Gioielli	10,4	14,8	-4,4
Prodotti per animali	8,4	9,1	-0,7
Tablet/ kindle	6,0	7,1	-1,1
Prodotti per la pratica sportiva	4,0	9,7	-3,7
Biglietti per concerti e spettacoli*	4,4	30,5	-25,9
Articoli per la casa, mobili e oggetti d'arte	4,0	1,3	+2,7
Medicinali	3,3	5,5	-2,2
Viaggi e pacchetti prepagati*	2,0	6,4	-4,4

Tra chi farà i regali (il 74,2% dei consumatori) si confermano favoriti i generi alimentari (68%) e giocattoli (51,2%), seppure in flessione rispetto allo scorso anno, ma a registrare la maggiore crescita rispetto al 2019 sono gli abbonamenti a piattaforme streaming (+10,5%) e i buoni regalo digitali (+7,2%).

Troverà certamente conferma la pesante situazione di quei settori maggiormente penalizzati dalle restrizioni: biglietti per spettacoli e concerti -26%, trattamenti di bellezza -25%. Possibili gli scostamenti per quanto riguarda i prodotti per i quali sono si prospettano "sofferenze" in misura più contenuta, a partire dai gioielli con un previsto -4,4%. Le iniziative che le gioiellerie di Federpreziosi hanno saputo mettere in campo per integrare la loro tradizionale "vetrina" con la comunicazione attraverso i nuovi media giocheranno un ruolo importante nel conservare vivo il rapporto con il pubblico e potranno in parte contenere le conseguenze della crisi, mantenendo il calo delle vendite intorno al 30% previsto sull'intero anno 2020.

“Dalle notizie che raccolgo tra i colleghi in tutta Italia” dice il presidente di Federpreziosi Confcommercio Giuseppe Aquilino “dovremo certo rivedere le valutazioni precedentemente rilevate dall’Osservatorio sulle gioiellerie di Federpreziosi Confcommercio che indicavano un andamento delle vendite per il 2020 migliore rispetto a quello negativo dei due anni precedenti, ma già alla riapertura dopo il lockdown totale di inizio anno si erano avuti segnali che facevano sperare in una graduale ripartenza, con la prospettiva di una ripresa più significativa e ‘ristoratrice’, abituale nel periodo delle festività natalizie. Le indicazioni dei primi giorni di dicembre non possono che essere caute, sono generalmente confortanti e confermano che in occasione del Natale l’oggetto prezioso è fra quelli privilegiati, indipendentemente dal valore e che non è uno semplice slogan dire che regalare e regalarsi un gioiello significa, anche e soprattutto “regalare e regalarsi emozioni”.