

Nota Web n. 04/2022
25 Marzo 2022

RETAIL ITALIA: ULTIME NOTIZIE

Roma, 25 marzo 2022 – Secondo i recenti dati Istat circa 14.000 attività orafe al dettaglio sono attualmente operative sul territorio italiano. Un numero ridimensionato rispetto alle oltre 20.000 stimate ai primi anni del 2000. Equamente suddiviso sull'intera penisola, il sensibile calo non ha intaccato la percezione positiva che le nostre attività trasmettono alla clientela *jewelry oriented*. Se il detto "pochi ma buoni" può suscitare pensieri contrastanti, nello shopping "prezioso" il cliente continua ricercare – e a trovare una volta entrato in gioielleria – ispirazione, gratificazione, convenienza,



sicurezza per l'acquisto, garanzia per le qualità intrinseche del prodotto, ispirazione per il proprio stile personale. Acquistare in presenza in una gioielleria oggi più che mai costituisce un'esperienza sociale, perché ci si può ritrovare con un interlocutore di fiducia con cui condividere opinioni e idee in un rapporto confidenziale. Lo hanno confermato i nostri stessi clienti all'indomani della chiusura forzata del 2020 a seguito dell'emergenza sanitaria e di questa attitudine abbiamo preso ancor più coscienza negli ultimi mesi.

Il *retail* domestico, seppur pesantemente influenzato dall'emergenza sanitaria, ha mostrato importanti ed inaspettati segnali positivi di ripresa, favorita dalle migliori condizioni di operatività delle imprese sino alla terza settimana di ottobre, che ha visto l'entrata in vigore di ulteriori restrizioni anti Covid **con un andamento migliore del previsto: su base annua è stata registrata una crescita del 7,6%. Nel solo mese di dicembre 2021 il settore delle gioiellerie ha registrato una crescita tendenziale dell'8,8% rispetto allo stesso mese del 2020.**

Anche nel mese di gennaio 2022 si è registrata una crescita – in linea con le tendenze del periodo ottobre-dicembre 2021 – stando ai dati elaborati da Federpreziosi su base Istat: le gioiellerie, nelle differenti forme distributive, hanno registrato un aumento dell'9,1% rispetto allo stesso mese del 2021. I piccoli negozi hanno riconquistato qualche frazione di fatturato (+12,5%) a scapito del commercio elettronico (-2,1%) a conferma della presenza di una relazione di "convivenza" tra commercio virtuale e fisico grazie alla *multicanalità*.

Gli effetti economici del conflitto russo-ucraino ad oggi non trovano ancora pieno riscontro nella dinamica delle vendite al dettaglio orafa e, tuttavia, contribuiranno a generare squilibri per ora non prevedibili.

I risultati ottenuti sino al mese di febbraio si scontrano con le incertezze degli effetti dovuti ai noti aumenti delle prime che nei prossimi mesi potrebbero avere effetti sulla ripresa dell'inflazione e sulle decisioni di acquisto di gioielleria, stante la riduzione del potere d'acquisto subita dalla ricchezza detenuta in forma liquida. Era proprio la trasformazione dell'eccesso di risparmio in consumi, la molla per lo stimolo alla crescita della domanda di gioielleria nell'anno in corso. Il protrarsi della crisi bellica potrebbe comprimere la curva di crescita del settore.