

# OSSERVATORIO FEDERPREZIOSI 2023-2024

## Preziosi e gioielli

### I comportamenti di scelta dei consumatori

### L'andamento economico delle gioiellerie

#### Il tessuto delle gioiellerie

Le imprese del commercio al dettaglio in Italia attive ad oggi sono circa 716 mila. Di queste 12.771 sono imprese del commercio al dettaglio di orologi, articoli di gioielleria e argenteria. Oltre il 40% delle gioiellerie in Italia si concentra nelle regioni della Campania, Lombardia e Lazio.

Gli occupati del commercio al dettaglio di orologi, articoli di gioielleria e argenteria sono 33.879. Il numero degli occupati è pressoché invariato rispetto allo scorso anno ma più basso di quello degli anni pre-pandemici.

Negli ultimi anni si assiste ad una diminuzione del numero di gioiellerie attive in Italia e parallelamente ad una diminuzione degli occupati del settore. Le imprese dal 2013 hanno perso 24 punti base mentre gli addetti solo 14 punti.

Nel Nord Est sono presenti il 15,6% delle gioiellerie italiane ma ben il 25,8% degli addetti totali del settore. Inoltre, nel Nord Ovest sono presenti il 22,6% delle gioiellerie italiane e fatturano il 42,3% del fatturato totale delle gioiellerie italiane. Le grandi imprese (>249 addetti) sono lo 0,1% delle gioiellerie italiane e fatturano il 15,6% del fatturato totale.

Il fatturato complessivo delle gioiellerie in Italia nella prima metà del 2023 è stimato in circa 6,2 miliardi di euro. Il fatturato è in crescita rispetto al 2022 del 10,2%.

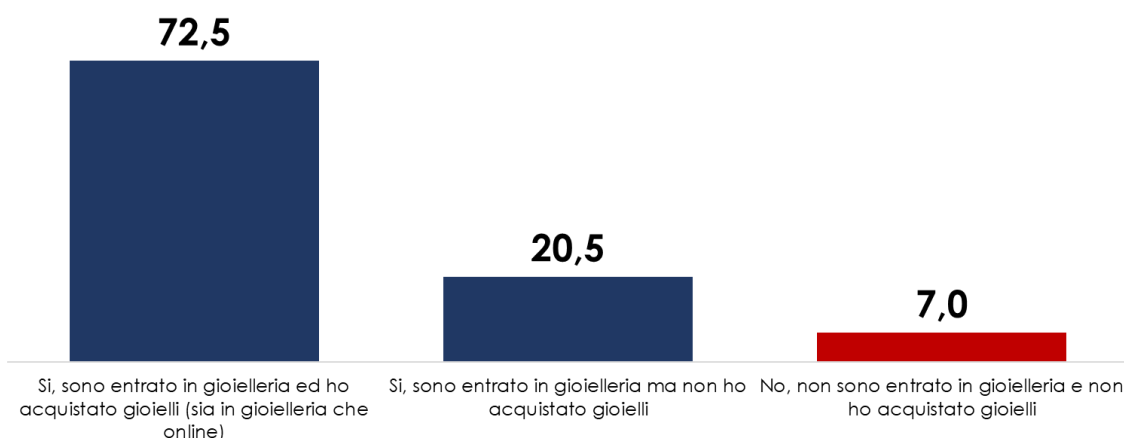
**Analisi economica del comparto | Il fatturato complessivo delle gioiellerie in Italia nel 2023 è stimato in circa 6,2 miliardi di euro. Il fatturato è in crescita rispetto al 2022 del 10,2%.**



Il valore del fatturato GIOIELLERIE prodotto per mezzo del canale e-commerce è pari a 938 milioni, +19% rispetto al 2022.

#### Consumatori: scelte di consumo e attrattività del gioiello

Negli ultimi tre anni, il 72,5% dei consumatori italiani è entrato almeno una volta in gioielleria e ha acquistato gioielli (sia in gioielleria che online). La percentuale scende al 20,5% per coloro che sono entrati in gioielleria ma non hanno effettuato acquisti.

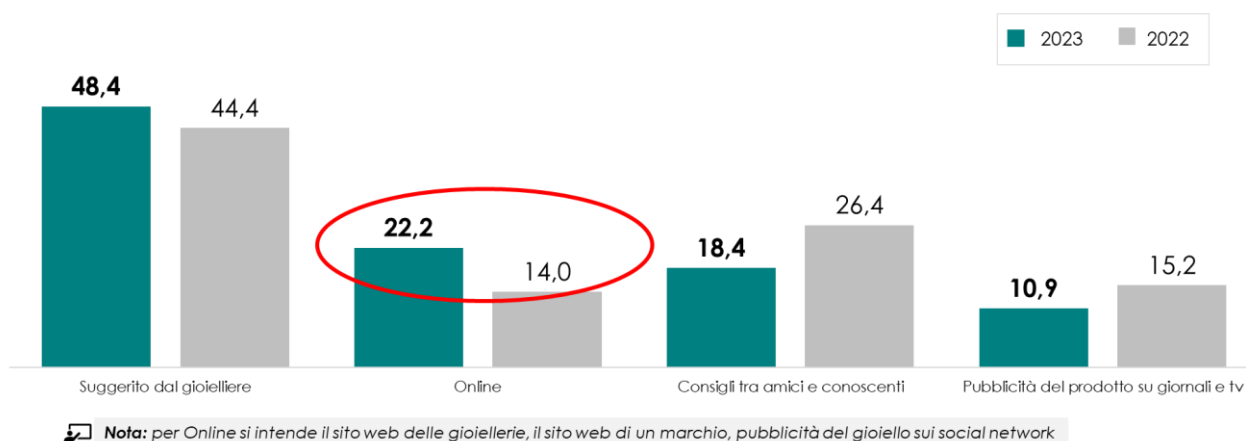


Gioielli in oro (49%), in argento (47%) e gioielli con pietra (32%) sono le tipologie di gioielli più acquistate dai consumatori italiani negli ultimi tre anni.

Il 41,1% dei consumatori che ha acquistato un gioiello aveva un'idea precisa dell'acquisto da fare, mentre quasi il 59% aveva solo un'idea vaga di cosa acquistare. Questa percentuale è in aumento del 19% rispetto al 2022.

Circa il 60% di coloro che avevano un'idea vaga del gioiello da acquistare si è recato in gioielleria per avere la consulenza del gioielliere. Tuttavia, è in aumento rispetto all'anno precedente la percentuale di coloro che prima si informano online e poi successivamente si recano in gioielleria.

Oltre il 48% dei consumatori ha individuato il gioiello da acquistare grazie al suggerimento del gioielliere. In aumento rispetto al 2022 la percentuale di coloro che hanno individuato il gioiello online (+8,2% rispetto all'anno precedente).



La forma, le linee, il design (54,2%) e il rapporto qualità/prezzo del gioiello (52,6%) hanno determinato la scelta del gioiello acquistato. In aumento rispetto all'anno precedente l'attenzione per i materiali del gioiello e per la lavorazione a mano.

Quasi 7 consumatori su 10 ritengono che le gioiellerie siano al passo con i tempi e capaci di cogliere le nuove tendenze dei consumatori. La percentuale è in crescita rispetto all'anno precedente (+7,9%).

L'89,6% dei consumatori ha acquistato il gioiello in questione in gioielleria (negoziato fisico). Coloro che hanno acquistato il gioiello online sono aumentati rispetto all'anno 2022: nel 2023 sono il 10,4%.



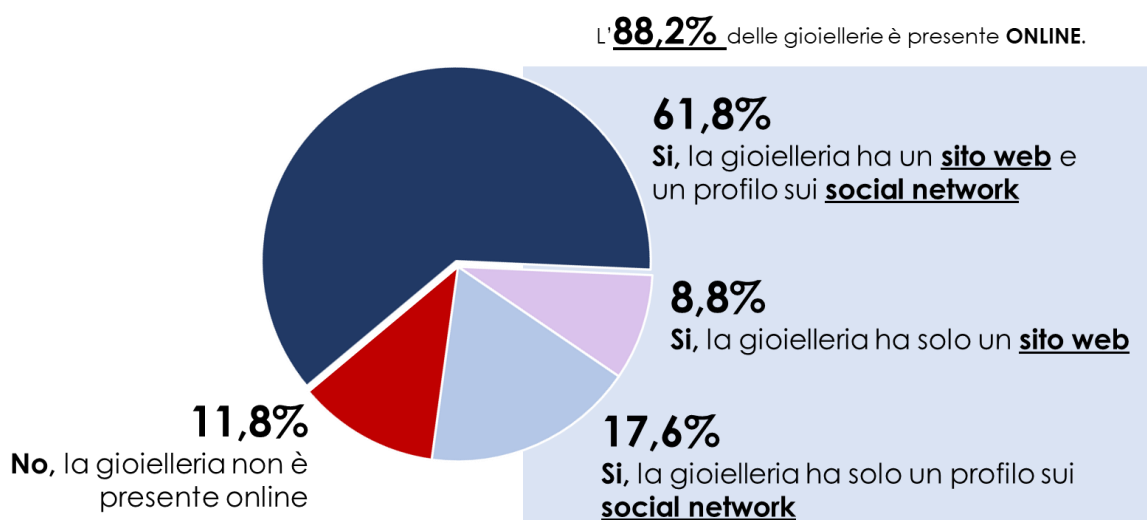
Il prezzo vantaggioso rispetto al negozio fisico (55,9%) e la maggiore ampiezza dell'offerta online (45%) sono i motivi principali per i quali i consumatori acquistano i gioielli online.

La possibilità di «toccare» il gioiello (48,3%) e il valore aggiunto del gioielliere (39,5%) sono i motivi principali per i quali i consumatori acquistano gioielli e preziosi nelle gioiellerie tradizionali.

### **Gioiellerie: andamento economico**

Nel quarto trimestre dell'anno 2023, il 25% delle gioiellerie ritiene che l'andamento della propria impresa sia migliorato rispetto al trimestre precedente. Il 29,4% ritiene di aver aumentato i propri ricavi e il dato è destinato a rimanere pressoché invariato nel prossimo trimestre.

L'88,2% delle gioiellerie italiane è presente online. Di queste, quasi il 62% ha un sito web e un profilo sui social network.



Le gioiellerie utilizzano il sito web principalmente per la vendita online degli stessi prodotti venduti nella gioielleria e come «vetrina», ovvero per esporre alcuni prodotti che possono essere acquistati esclusivamente in gioielleria.

Nell'ultimo anno (2023) l'85% dei gioielli è stato venduto nel negozio fisico, ovvero nella gioielleria. Il restante 15% è stato venduto online.

---

*Nota metodologica* – L'Osservatorio Federpreziosi 2023-2024 è composto da due indagini, rivolte rispettivamente alle gioiellerie italiane e ai consumatori italiani di età superiore ai 25 anni che negli ultimi tre anni sono entrati almeno una volta in gioielleria o hanno acquistato un gioiello (sia in gioielleria che online). L'obiettivo dell'indagine sulle gioiellerie era quello di rilevare, descrivere ed analizzare l'andamento economico delle gioiellerie in termini di ricavi, occupazione, prezzi dei fornitori e fabbisogno finanziario nonché di descrivere la loro attività online. L'obiettivo dello studio ai consumatori, invece, era quello di rilevare, descrivere ed analizzare le abitudini ed i comportamenti dei consumatori italiani con riferimento ai preziosi ed ai gioielli. Le interviste qualitative alle gioiellerie (34 casi) sono state effettuate tramite Sistema CATI (Computer Aided Telephone Interview) nel periodo compreso tra il 2 e 11 gennaio 2024. Le interviste ai consumatori (200 casi) sono state effettuate tramite Sistema CAWI (Computer Aided Web Interview) nel periodo compreso tra il 18 e il 22 dicembre 2023. Oltre all'indagine campionaria viene realizzato uno studio desk sul tessuto economico e sulla demografia delle imprese. Lo studio è basato su fonti statistiche ufficiali (Istat, Infocamere, Banca d'Italia) aggiornate al 31/12/23.