

ANNO LXXI GENNAIO 2017 - € 5,00

L'Orafio

Since 1946

I T A L I A N O

Total White
It's all about
diamonds, silver,
platinum and gold

Market
2017: forecast
for Italian
jewelry trade

Visual
Very precious
kaleidoscopic
effects

Gold Art

BILANCI E PREVISIONI

NON SOLO EXPORT

Il calo degli acquisti da parte dei big spenders internazionali ha messo in luce d'altra parte una rinnovata necessità di attenzione per il mercato interno italiano e per l'Europa Occidentale

DI FRANCO MARCHESINI



Pagina precedente: momenti di shopping negli Emirati Arabi. A destra e sotto, bracciale e anello della collezione Cleopatra e Antonio di **Maria De Toni** in oro giallo e rosa con smeraldi. Pagina accanto, anello in oro e zaffiri rosa di **Picchiotti**. ■ Previous page: shopping in the United Arab Emirates. On the right and below, bracelet and ring from the Cleopatra and Antonio collection by **Maria De Toni** in yellow and rose gold with emeralds. Page aside, a ring in gold and rose sapphires by **Picchiotti**.

Pur nella limitatezza di informazioni e di dati statistici, è possibile tentare, per grandi linee, un preconsuntivo 2016 delle performance economiche del settore orafa italiano. Al di là di qualche limitato recupero, i contesti economici internazionali nel corso dell'anno sono rimasti in una fase di stallo, sia pure con importanti eccezioni (tra le altre, Stati Uniti, India e Messico). Il settore più penalizzato è stato quello degli investimenti nella loro multiforme natura che fa perno sulla tecnologia e sui servizi immateriali. La carenza strutturale degli investimenti torna di estrema attualità come determinante di fondo della "stagnazione secolare" in cui lo sviluppo economico e sociale si trova intrappolato. Il progresso è schiacciato tra una preferenza per la liquidità troppo alta e un'efficienza del capitale troppo bassa. Naturalmente l'arretramento presenta andamenti diversi da settore a settore. Ancora in fase di sviluppo le attività con valore aggiunto elevato e quelle impegnate nell'innovazione di processo e di prodotto. Per quanto riguarda il settore orafa, il World Gold Council ha rilevato nel 2016 il terzo anno consecutivo di arretramento della domanda orafa mondiale. Con una stima che si colloca nell'ordine di grandezza del -15% anno su anno (-2,7% nel 2015; -7,2% nel 2014). Per i primi nove mesi 2016, il WGC indica arretramenti consistenti e generalizzati nei vari paesi (in quantità): Egitto -42%; India -30%; Turchia -21,4%; Arabia Saudita -21,2%; Cina+Hong Kong -18,5%; Emirati Arabi -18,4%; Russia -17,5%; Italia -2%. Relativa stazionarietà per altri paesi (Stati Uniti, Regno Unito e Giappone). L'arretramento della domanda globale ha trovato conferma anche nel tradizionale "osservatorio" della Fondazione Altagamma. Per il 2016 il "mercato internazionale dei beni di lusso personali", dopo un prolungato periodo di espansione, si stima un calo del -1% (indagine Bain&Co.). In calo anche le vendite di gioielli e di orologi nei duty free degli aeroporti. L'industria italiana della gioielleria si è avviata a chiudere il 2016 con un nuovo rallentamento, da attribuire ai ricordati cali della domanda mondiale e al mancato rilancio dei consumi interni, con una conseguente riduzione anche della capacità d'investimento da parte delle imprese orafe. Così l'export italiano – pur rimanendo la forza trainante del



comparato nonostante la nota presenza di barriere tariffarie e non tariffarie in numerosi paesi extra UE – nei primi otto mesi 2016 si è ridotto (in termini nominali) del -7,5% rispetto a un anno prima (dati Istat). Un calo che però ingloba una parte dell'inflazione delle materie prime preziose denominate in euro. In termini reali – al netto quindi dei rialzi dei prezzi impliciti – si stima una flessione dell'ordine di grandezza del -10%. Naturalmente gli arretramenti della domanda complessiva di gioielleria hanno generato sovra produzione, riduzione di ricavi aziendali e quindi l'abbandono dell'attività da parte di imprese marginali. Le rilevazioni censuarie dell'Istat, integrate con stime per gli anni recenti, indicano un netto ridimensionamento dell'apparato produttivo. Nel 2016 si stima abbiano operato 6.300 imprese con 25.000 addetti, a fronte delle 10.375 imprese e dei 49.368 addetti rilevati all'inizio del secolo. Peraltro, la produzione italiana continua a puntare sul talento dei maestri artigiani e sulla qualità in senso lato (design, estetica, fantasia, varietà dei modelli, cura delle rifiniture) anche se negli ultimi tempi il valore medio unitario dei gioielli si è ridotto. Una riduzione tesa a recuperare i consumi finali contenendo i prezzi di vendita mediante un calo di quote di componenti preziosi. Nei primi otto mesi 2016 il v.m.u. delle vendite all'estero si è ridotto del -30% (anno su anno). L'arretramento dell'export (in valore) nei primi otto mesi 2016 è da attribuire prevalentemente ai cali degli acquisti dei principali big importers: Svizzera -9,9%; Emirati Arabi -17,1%; Cina+Hong Kong -16%; Francia -18,9%; Turchia -2,7%; Germania -4%. Per contro, continuano a recuperare gli Stati Uniti +7,5% e Regno Unito +14,3%. D'altra parte, il monitoraggio dei mercati esteri conferma come, nell'attuale geografia economica, la distinzione tra paesi produttori e paesi acquirenti di orficeria sia sempre più sfumata. Paesi come l'India e la Cina soddisfano la domanda interna con una produzione locale in crescita, spinta però anche da insediamenti produttivi esteri (e alcuni paesi occidentali che sono sto-