

**LA GIOIELLERIA ITALIANA
NEL MERCATO GLOBALE**

Focus Settoriali n. 1

Marzo 2006

LA GIOIELLERIA ITALIANA NEL MERCATO GLOBALE

Marzo 2006

Questo documento, a cura dell'Osservatorio nazionale per l'internazionalizzazione e gli scambi - Fondazione Manlio Masi, è stato presentato nell'ambito del Convegno "Sfida nei mercati globali. Oltre il Made in Italy" Promosso da VicenzaOro (Vicenza, 16 gennaio 2006).

Il documento è stato realizzato da un gruppo di lavoro coordinato dal Prof. Beniamino Quintieri e costituito da Claudio Colacurcio, Simonetta Marsigliesi, Carlo Mastinu, Roberta Mosca.

Indice

Introduzione	4
1. Lo scenario internazionale.....	4
2. Il posizionamento competitivo del Made in Italy.....	15
3. Le caratteristiche strutturali del settore	29
4. Le esportazioni dei distretti orafi	34
5. Tendenze e scenari.....	41
Note metodologiche	44

Introduzione

Il presente lavoro ha un duplice obiettivo:

da un lato, fornire una analisi dell'evoluzione a livello internazionale del mercato della gioielleria e degli articoli di oreficeria; dall'altro, offrire una valutazione dello "stato di salute" e delle prospettive del Made in Italy orafo-argentiero.

Lo studio è strutturato in cinque sezioni, ognuna delle quali propone un punto di osservazione differente, ma complementare per l'interpretazione dell'andamento del settore oggetto di analisi:

1. lo scenario internazionale;
2. il posizionamento competitivo del Made in Italy;
3. le caratteristiche strutturali del settore;
4. le esportazioni dei distretti orafi;
5. tendenze e scenari.

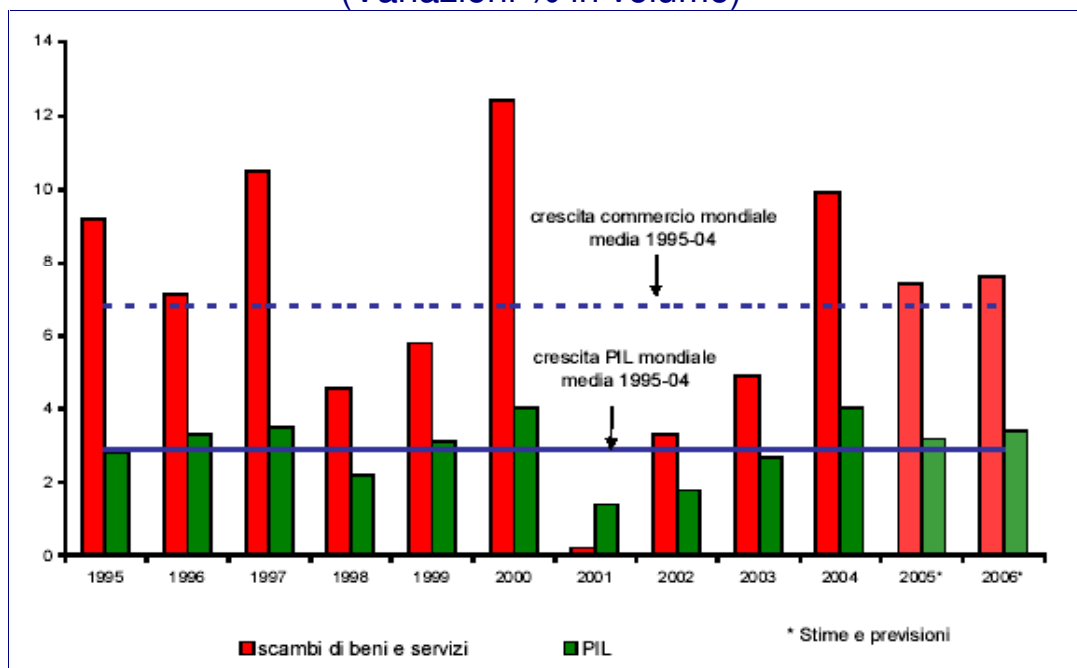
1. Lo scenario internazionale

Durante la seconda metà degli anni '90 fino al picco del 2000, il quadro macroeconomico internazionale è stato caratterizzato da una sostenuta crescita della produzione e da uno straordinario dinamismo del commercio mondiale (Fig. 1).

Nel 2001 si è assistito ad un pesante tracollo dell'economia mondiale, progressivamente recuperato nel biennio successivo

sulla scia della ripresa USA e dall'eccezionale performance dei Paesi emergenti (Asia, in particolare). Il 2004 ha chiuso questa fase con un risultato superiore alla media dell'ultimo decennio, in virtù di una crescita del PIL mondiale pari al 4%.

Figura 1
Produzione e commercio mondiale
 (Variazioni % in volume)



Fonte: ICE (2005), *L'Italia nell'economia internazionale. Rapporto ICE 2004-2005*, Roma, Luglio.

Dal 2002 il commercio internazionale di beni e servizi cresce ininterrottamente. Nel 2004 si è registrata un'espansione del 20% in dollari correnti, che è stata parzialmente determinata dal rincaro dei prezzi delle materie prime. In termini di volume, gli scambi internazionali sono aumentati di circa il 10%, grazie al contributo preponderante delle importazioni asiatiche (Tab. 1).

Tabella 1
Crescita import mondiale di merci: contributi delle aree
(In volume)

	2004	
	Composizione	Contributi alla crescita
Economie avanzate	75,7	66,6
Unione europea	36,0	26,2
Francia	4,8	3,7
Germania	7,2	5,4
Italia	3,1	1,0
Regno Unito	5,1	2,9
Spagna	2,3	2,1
Nuovi membri	2,8	3,6
Giappone	5,6	3,8
Stati Uniti	18,9	19,2
NIEs ⁽¹⁾	8,4	11,8
PVS	21,4	30,6
Africa	1,8	1,7
Asia	10,9	19,9
<i>Cina e India</i>	7,0	15,5
Medio Oriente	3,1	2,6
America Latina	5,6	6,4
Altri Paesi	3,0	2,8
Mondo	100,0	100,0

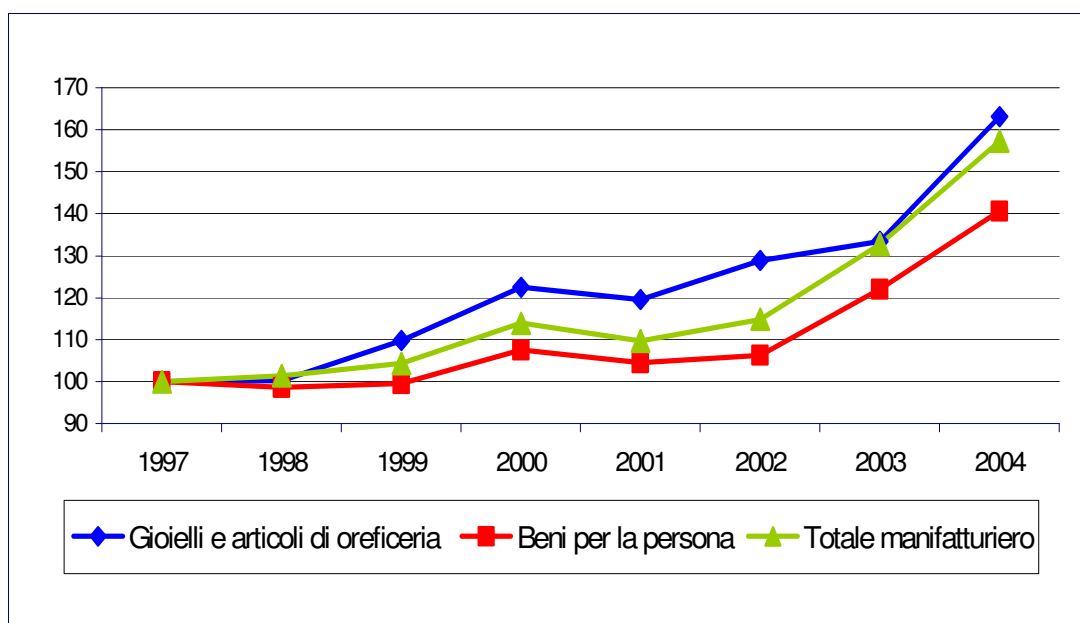
(1) Esclusa Taiwan.

Fonte: ICE (2005), *L'Italia nell'economia internazionale. Rapporto ICE 2004-2005*, Roma, Luglio.

Da queste più recenti (positive) evoluzioni dell'economia mondiale resta, tuttavia, esclusa l'Unione Europea. Nel 2004 l'area stenta ancora – nonostante la vivacità dei nuovi Paesi membri – ad uscire dalla fase di lenta crescita della produzione e apporta un contributo piuttosto modesto all'attività di scambio internazionale.

Nel quadro macroeconomico appena descritto, l'export globale del comparto dei gioielli e degli articoli di oreficeria è andato progressivamente aumentando, mostrando una dinamica leggermente superiore a quella registrata dal settore manifatturiero (Fig. 2).

Figura 2
Esportazioni mondiali di gioielli e beni per la persona
(Indici base 1997)



Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat e GTI.

Meno esaltante la performance sperimentata dai beni per la persona: il commercio mondiale di questi prodotti è cresciuto a tassi annui inferiori rispetto al comparto manifatturiero.

Il confronto tra i dati relativi alle esportazioni mondiali nel periodo 1997-2000 e nel periodo 2001-2004, espressi in termini di variazioni medie annue, conferma la differente dinamica sperimentata dal comparti dei gioielli e da quello dei beni per la persona (Tab. 2 e Fig. 3).

Si noti tuttavia che, mentre nel primo periodo l'export mondiale di gioielleria è aumentato in misura superiore "anche" rispetto alla media manifatturiera, tra il 2001 e il 2004 il rallentamento del comparto ha portato ad un tasso di crescita al di sotto dell'export mondiale di prodotti manufatti.

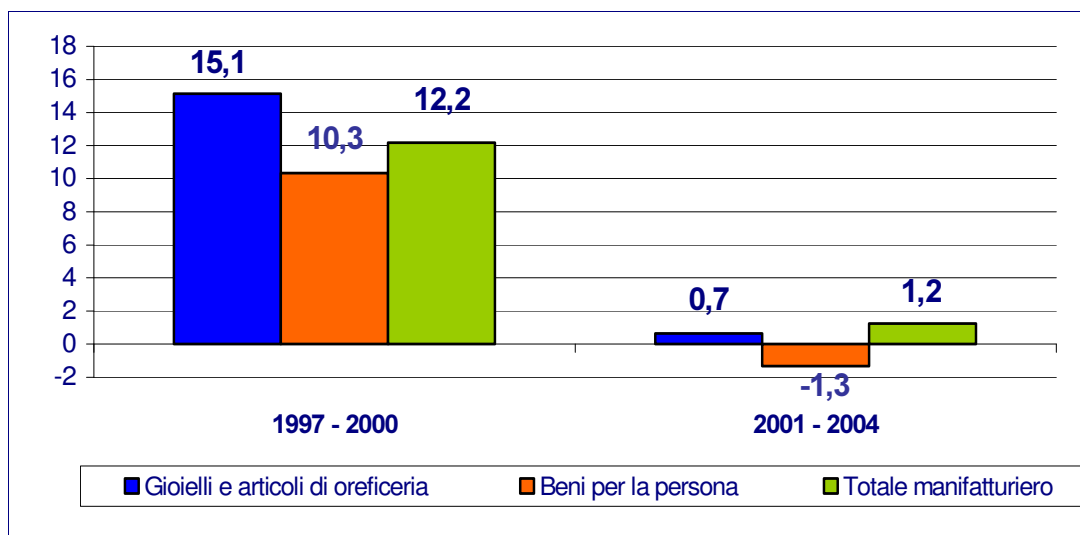
Tabella 2
Esportazioni mondiali di gioielli e beni per la persona
(Variazioni medie annue)

	1997 - 2000	2001 - 2004
Gioielli e articoli di oreficeria	15,1	0,7
Beni per la persona*	10,3	-1,3
Totale manifatturiero	12,2	1,2

* Beni per la persona: articoli di abbigliamento, calzature, prodotti in cuoio, occhialeria, orologi.

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat e GTI.

Figura 3
Esportazioni mondiali di gioielli e beni per la persona
 (Variazioni medie annue)



Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat e GTI.

In analogia con quanto è avvenuto a livello economico complessivo, anche per il trend seguito dal mercato del lusso durante il periodo 1997-2004 è possibile distinguere (Tab. 3):

- una prima fase, caratterizzata da un ritmo di crescita intenso, che riguarda la fine degli anni '90 e che culmina nel 2000 con il raggiungimento dei risultati più robusti degli ultimi anni, sia in termini di valore (170 miliardi di dollari), sia in termini di incremento (9,5% rispetto all'anno precedente);
- una seconda fase che si apre con la forte caduta del biennio 2001-2002 e che vede il settore impegnato, per tutto il 2003 e il 2004, a recuperare in buona parte i valori precedentemente ottenuti, grazie ad uno sviluppo dai ritmi decisi, ma molto più contenuti di quelli del decennio precedente.

Tabella 3
Il mercato dei beni di lusso: trend e stime
 (Valori in miliardi di dollari)

	Miliardi di dollari	Variazione %
1997	152,1	-3,4
1998	149,3	-1,8
1999	155,2	4,0
2000	169,9	9,5
2001	158,6	-6,7
2002	155,5	-2,0
2003	157,8	1,5
2004	161,0	2,0
2005*	165,8	3,0

* Valore stimato.
 Fonte: Merrill Lynch.

Tabella 4
Vendite mondiali di beni di lusso
 (Composizione % per categoria di prodotto)

Gioielli	5%
Profumi	12%
Cosmetici	12%
Pelletteria e accessori	17%
Vini e liquori	15%
Vasellame e stoviglie	4%
Orologi	9%

Fonte: Merrill Lynch.

Per effetto della crescente integrazione delle economie e dei cambiamenti intervenuti nella collocazione internazionale delle attività produttive, la fine degli anni '90 segna l'avvio di una fase di intensa trasformazione del mercato mondiale dei gioielli e dell'oreficeria: nuovi protagonisti balzano sulla scena internazionale e mutano profondamente la configurazione dell'offerta del settore (Tab. 5).

Paesi emergenti, come India e Cina, si affermano nella fascia di prodotto medio-bassa. A partire dal 2000, India e Israele si alternano agli Stati Uniti alla guida della classifica mondiale dei Paesi esportatori di gioielli e oreficeria.

Tabella 5
Il mercato mondiale dei gioielli e degli articoli di oreficeria
 (Quote dei principali esportatori sul mercato mondiale)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	I semestre 2005
India	11,4	12,4	13,4	13,4	12,1	13,4	14,7	14,7	14,6
Stati Uniti	9,3	9,8	10,9	11,8	13,5	13,1	13,6	14,6	15,5
Israele	12,3	12,3	13,0	13,9	13,5	13,6	13,1	12,8	13,1
Belgio Lussemburgo	12,6	12,6	11,8	12,0	12,1	12,2	8,9	8,4	8,2
Cina	4,3	5,1	6,0	5,7	5,6	6,4	7,0	7,6	7,2
Italia	11,0	10,9	10,5	10,0	9,6	8,5	7,6	6,8	6,3

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati GTI.

Nel nuovo scenario, l'Italia, pur mantenendo un ruolo di spicco nell'export mondiale (Tab. 6), ha subito una consistente erosione della quota, soprattutto negli ultimi 4 anni ed è arretrata nella graduatoria dei maggiori esportatori (dalla quarta posizione del 1997, alla sesta posizione del 2004).

La progressiva erosione delle quote di mercato è causata principalmente dalla concorrenza dei Paesi dell'Estremo Oriente, alla quale si sono aggiunti, nell'ultimo triennio, gli effetti sfavorevoli legati al forte apprezzamento dell'euro. L'analisi dei saldi normalizzati mostra come l'Italia (insieme a India, Cina e Thailandia) si caratterizzi per una effettiva specializzazione nel settore.

Tabella 6
Principali esportatori di gioielli e degli articoli di oreficeria

	Ranking		2004		
	2004	1997	Quote sull'export mondiale	Saldi con il mondo (milioni di euro)	Saldi normalizzati *
India	(1)	(3)	14,7	7.223	75,8
Stati Uniti	(2)	(5)	14,6	-9.941	-37,3
Israele	(3)	(2)	12,8	3.574	32,3
Belgio Lussemburgo	(4)	(1)	8,4	637	7,1
Cina	(5)	(9)	7,6	3.664	72,8
Italia	(6)	(4)	6,9	3.071	63,0
Hong Kong	(7)	(8)	5,0	-3.468	-37,8
Svizzera	(8)	(6)	5,0	517	10,0
Regno Unito	(9)	(7)	3,5	-638	-14,0
Thailandia	(10)	(10)	3,4	1.470	61,6
Germania	(11)	(11)	2,3	228	9,5
Francia	(12)	(12)	1,9	-261	-10,9

* v. Note metodologiche.

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati GTI.

Per quanto riguarda la struttura della domanda mondiale, nel 2004 la classifica dei maggiori importatori di gioielli e articoli di oreficeria è guidata dagli Stati Uniti, le cui importazioni hanno rappresentato ben un terzo del totale mondiale (Tab. 7). Al secondo e terzo posto figurano Hong Kong (che potrebbe avere una funzione di smistamento rispetto agli altri importatori dell'area) e Israele (con un peso sulle importazioni totali pari, rispettivamente, al 12% e al 7%). Per quanto concerne il periodo 2000-2004, gli incrementi annui più consistenti sono stati riportati da Cina e India, che quindi stanno progressivamente diventando i protagonisti del mercato mondiale anche in qualità di acquirenti, oltre che di fornitori.

Tabella 7
Principali importatori di gioielli e articoli di oreficeria
(Dati 2004, peso % e variazione media annua 2000-2004)

	Importazioni 2004 (milioni di euro)	Peso sulle importazioni mondiali 2004	Variazione media annua 2000 - 2004
Stati Uniti	18.304	34,0	4,3
Hong Kong	6.322	11,7	11,8
Israele	3.743	7,0	13,2
Regno Unito	2.606	4,8	5,6
Giappone	2.348	4,4	-0,4
Svizzera	2.332	4,3	1,7
Emirati Arabi Uniti	1.632	3,0	10,2
Francia	1.325	2,5	8,2
India	1.152	2,1	20,9
Germania	1.088	2,0	-1,4
Italia	899	1,7	3,4
Cina	684	1,3	28,0

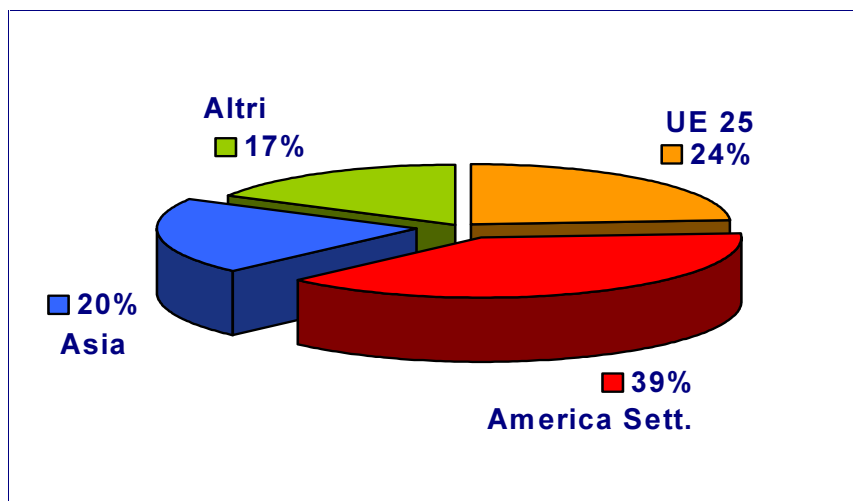
Fonte: elaborazione Fondazione Masi su dati GTI.

Il confronto tra il 2000 e il 2004 consente di evidenziare le modifiche intervenute nella composizione per aree della domanda mondiale di gioielli ed oreficeria (Figg. 4-5).

Le aree “tradizionalmente” più forti (UE 25 e America settentrionale), che nel complesso assorbono oltre la metà dei flussi mondiali, perdono peso a favore dei mercati emergenti, soprattutto asiatici.

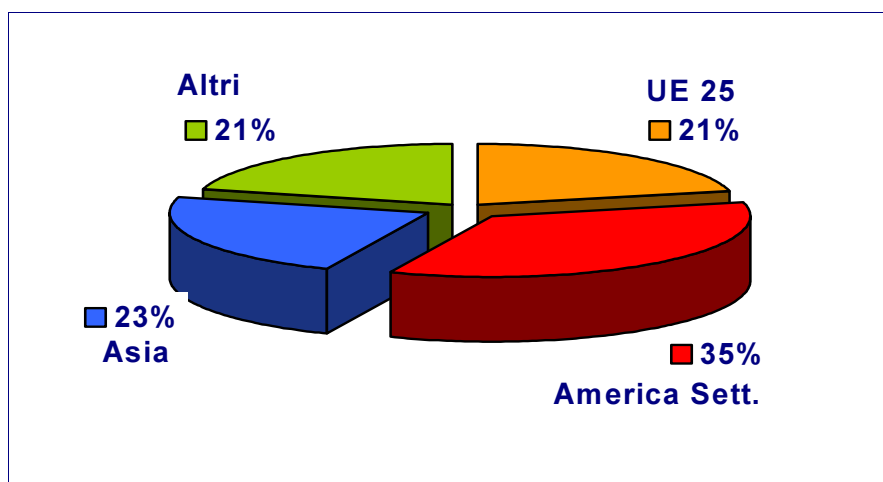
Nel 2004, i Paesi asiatici mostrano un’incidenza sulle importazioni mondiali superiore al peso dell’Unione Europea.

Figura 4
Importazioni mondiali per aree: 2000*
(Composizione percentuale)



* L'aggregato Asia è composto dai Paesi dell'Asia orientale più l'India.
Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati GTI.

Figura 5
Importazioni mondiali per aree: 2004*
(Composizione percentuale)



* L'aggregato Asia è composto dai Paesi dell'Asia orientale più l'India.
Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati GTI.

2. Il posizionamento competitivo del Made in Italy

In quale misura i cambiamenti intervenuti nello scenario internazionale hanno influenzato la performance del Made in Italy del lusso, dell'oro e dei gioielli? Come si colloca l'Italia dell'oro e dei gioielli nella competizione globale?

Le esportazioni del comparto dei beni di lusso per la persona sono cresciute nel periodo 1997-2004 ad un tasso medio dell'1,2% (Tab. 8). In termini cumulati nel periodo considerato, l'export è aumentato del 7% e quasi la metà di questo incremento è scaturito dalla brillante *performance* degli occhiali da sole. Un contributo significativo alla variazione complessiva è derivato anche dalle vendite estere di articoli di abbigliamento maschile, accessori moda e profumeria e cosmetica.

Il comparto dei Gioielli e articoli di oreficeria, sebbene figuri ai primi posti in termini di valori esportati (insieme a quello delle Calzature), presenta un ritmo di crescita piuttosto modesto rispetto agli altri comparti (0,6%). Per il comparto delle Calzature si registra una variazione negativa nella media del periodo.

Tabella 8
Beni di lusso per la persona: export dell'Italia nel mondo
 (Valori in milioni di euro)

	1997	2000	2004	Var. media annua 1997 - 2004
Profumi e cosmetici	203	340	450	10,3
Abbigliamento ⁽¹⁾	2.955	3.077	3.374	1,7
Accessori moda ⁽²⁾	1.482	1.590	1.732	1,4
Calzature	5.019	5.127	4.749	-0,6
Gioielleria e articoli di oreficeria	4.133	5.717	3.973	0,6
Orologi	4	11	46	32,4
Occhiali da sole	353	641	826	12,2
Totale	14.149	16.503	15.151	1,2

(1) Abbigliamento donna e uomo, altri articoli di abbigliamento (pellicce e costumi).

(2) Borse, guanti, sciarpe, cappelli, cravatte.

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati GTI.

Tabella 9
Esportazioni italiane di gioielli e beni di lusso
 (Confronti 1997-2000-2004, valori in milioni di euro)

	1997	2000	2004
Gioielli e articoli di oreficeria	4.133	5.717	3.973
Beni di lusso ⁽¹⁾	10.016	10.786	11.178
Totale manifatturiero	204.358	252.490	271.519

(1) Al netto di gioielli e articoli di oreficeria.

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati GTI.

In base al confronto tra i due sottoperiodi 1997-2000 e 2000-2004 (Tab. 10), si nota che per il settore dei beni di lusso, al pari del totale manifatturiero, le esportazioni sono aumentate anche nel sottoperiodo 2000-2004, pur mostrando una decelerazione. Al contrario, il settore dei gioielli (Tab. 11), la cui variazione cumulata delle esportazioni ha sfiorato il 40% negli anni 1997-2000, subisce una notevole contrazione nel sottoperiodo 2000-2004 (-30,5%).

Tabella 10
Esportazioni italiane di gioielli e beni di lusso

	Valori 2004 (milioni di euro)	Variazione cumulata 1997-2000	Variazione cumulata 2000-2004
Gioielli e articoli di oreficeria	3.973	38,3	-30,5
Beni di lusso ⁽¹⁾	11.178	7,7	3,6
Totale manifatturiero	271.519	23,6	7,5

(1) Al netto di gioielli e articoli di oreficeria.
Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati GTI.

Tabella 11
**Incidenza del settore sulle esportazioni manifatturiere
italiane: confronti 1997-2000-2004**

	1997	2000	2004
Beni di lusso per la persona*	6,9	6,5	5,6
<i>di cui:</i>			
<i>Gioielli e articoli di oreficeria</i>	2,0	2,3	1,5
Totale manifatturiero	100,0	100,0	100,0

* Beni di lusso per la persona: profumi, cosmetici, articoli di abbigliamento, accessori moda (borse, sciarpe e altri), calzature, gioielli e articoli di oreficeria, orologi, occhiali da sole.
Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati GTI.

Il confronto tra 1997, 2000 e 2004 consente di osservare il mutamento intervenuto nella composizione dell'export italiano del comparto beni di lusso per la persona (Figg. 6-8):

- la categoria "Gioielleria e articoli di oreficeria", rappresenta nel 2004 il 26% delle esportazioni italiane del comparto, peso inferiore a quello raggiunto nel 1997 (29%) e, soprattutto, nel 2000 (35%);
- il comparto Calzature si stabilizza nel 2000 e nel 2004 su valori molto più contenuti rispetto al 1997;
- risulta in aumento l'incidenza dei Profumi e cosmetici ed Altri prodotti;
- i comparti Abbigliamento e Accessori moda, pur registrando una lieve flessione nel 2000, vantano nel 2004 un peso sull'export italiano più robusto di quello ottenuto nel 1997.

L'andamento delle esportazioni italiane del comparto gioielli e articoli di oreficeria ha seguito un trend crescente in linea con quello sperimentato a livello mondiale fino al 2000 (Fig. 9 e cfr. Fig. 2).

Figura 6
Beni di lusso per la persona: composizione export italiano
1997

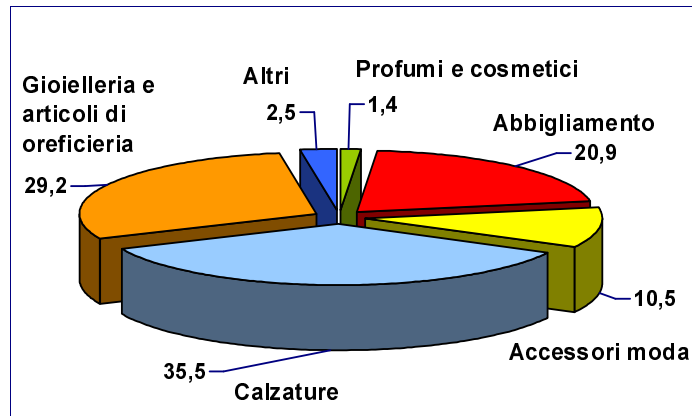


Figura 7
Beni di lusso per la persona: composizione export italiano
2000

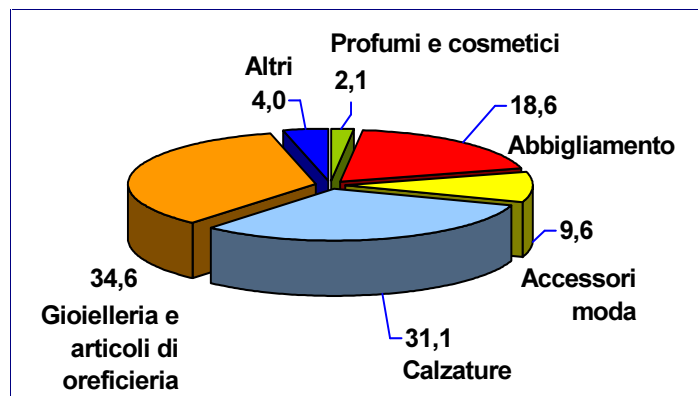
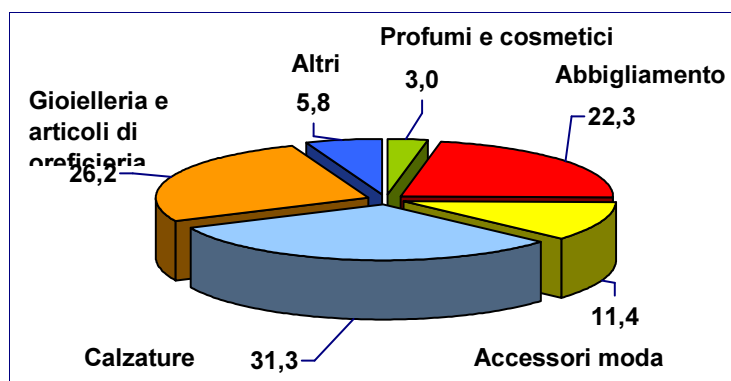
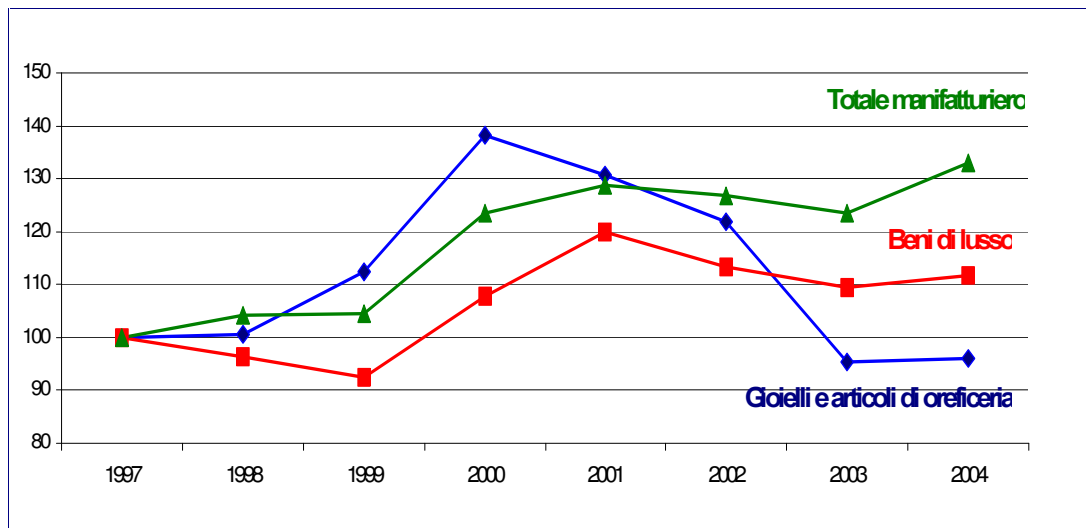


Figura 8
Beni di lusso per la persona: composizione export italiano
2004



Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati GTI.

Figura 9
Esportazioni italiane di beni di lusso e gioielleria
 (Indici base 1997)



(1) Al netto di gioielli e articoli di oreficeria.
 Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat.

Dopo il picco del 2000 e contrariamente a ciò che è accaduto a livello mondiale, l'export italiano del comparto subisce una brusca caduta e prosegue con un trend decrescente fino ai segnali di ripresa del 2004. Nel periodo 1997-2004, gli articoli in oro - componente preponderante del settore - hanno registrato una variazione media annua di segno negativo, mentre gli articoli in argento hanno mostrato una dinamica favorevole (Tab. 12). Questa tendenza prosegue anche nel 2005.

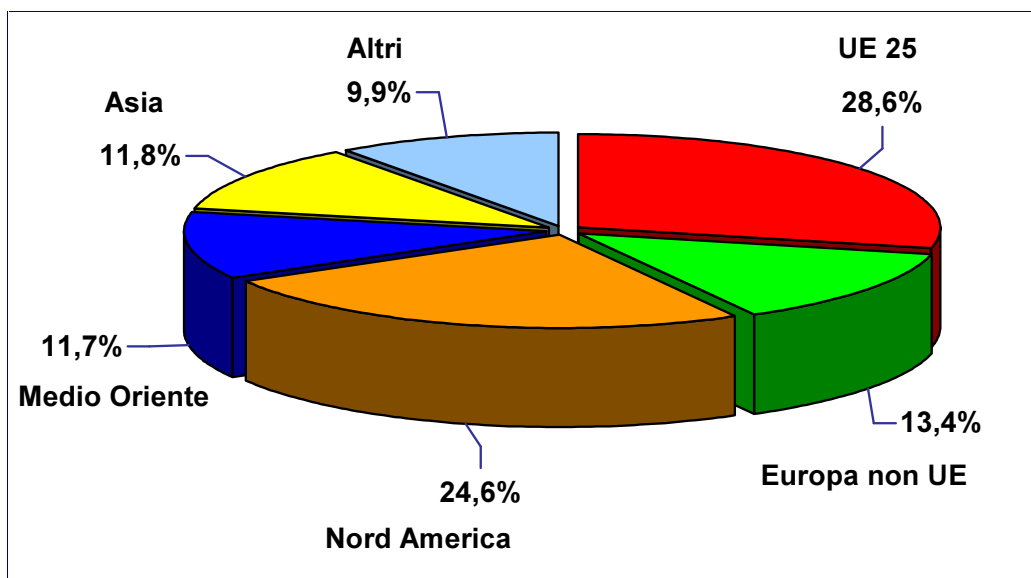
La distribuzione geografica dell'export italiano, fotografata al 2004 (Fig. 10), consente di evidenziare che l'UE 25 e il Nord America hanno rappresentato le aree in cui è stata maggiormente assorbita la produzione orafico-argentera del nostro Paese (rispettivamente, il 25% e il 29%).

Tabella 12
L'export dell'Italia di articoli in argento e oro

	Incidenza % sul settore	Variazione media annua 1997 - 2004	Variazione % 2005 - 2004 gen-ago
Articoli in argento	10,6	7,2	3,4
Articoli in oro e altri metalli preziosi	87,1	-0,5	-3,4
Totale gioielli e articoli di oreficeria	100,0	0,3	-2,4

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat.

Figura 10
Distribuzione geografica delle esportazioni italiane
(Dati 2004)



Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat.

La Tab. 13 fornisce informazioni circa la dinamica nei mercati di sbocco. Nell'UE a 15, tra il 1999 e il 2004 le esportazioni italiane hanno subito una contrazione del 25% circa.

A questa perdita ha corrisposto un forte incremento delle quote dell'India (divenuta primo partner commerciale) e della Cina (il cui export è aumentato del 141%). I prodotti cinesi e indiani hanno in parte beneficiato dell'apprezzamento della moneta europea.

Il Nord America rappresenta l'area in cui si è registrata la variazione negativa più significativa: dal 1999 il valore dell'export italiano si è praticamente dimezzato. Anche in quest'area sono stati molto consistenti i ritmi di crescita dei flussi provenienti dalla Cina. India e Israele rappresentano i principali fornitori commerciali degli Stati Uniti in questo settore.

Nell'area asiatica, l'Italia ha registrato una contrazione di circa il 6% (comunque più contenuta rispetto a quella subita da Israele e Stati Uniti). Solo la Cina, nell'ambito dei principali esportatori, ha incrementato le proprie esportazioni in valore nel periodo 1999 - 2004.

Tabella 13
Quote di Italia e concorrenti sull'import delle principali aree
 (2004 e variazioni cumulate dell'export 1999-2004)

	UE 15		NORD AMERICA		ASIA ORIENTALE*	
	quota	Variaz.	quota	Variaz.	quota	Variaz.
	2004	cumulata 1999-2004	2004	cumulata 1999-2004	2004	cumulata 1999-2004
India	13,2	23,9	19,4	5,0	32,7	-2,2
Stati Uniti	8,8	-22,6	1,1	10,0	10,6	-10,8
Israele	5,8	-28,8	31,8	12,0	8,2	-22,4
Cina	8,6	140,8	4,8	174,3	8,1	60,7
Italia	7,7	-23,8	4,6	-51,3	4,9	-5,7




* Inclusa India.

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati GTI.

La Tab. 14 consente di evidenziare:

- in ambito UE, il peso del Made in Italy orafo-argentiero è elevato in Francia e in Svizzera. In quest'ultimo Paese si registra inoltre la variazione più consistente della quota italiana tra il 2000 e il 2004 (6 punti percentuali);
- nell'area nordamericana, il Canada è il Paese in cui l'export italiano presenta la quota più elevata. Negli Stati Uniti l'Italia registra i più pesanti arretramenti in termini di variazione assoluta delle quote tra il 2000 e il 2004;
- nell'area asiatica, il mercato giapponese è quello in cui il peso del nostro Paese cresce in termini assoluti tra il 2000 e il 2004 in modo più significativo (4 punti percentuali).

Tabella 14
Quote dell'Italia nei principali Paesi

	Quota 2004	Variaz. assoluta quota 2000 - 2004
Francia	18,3	-3,8
Germania	9,0	-7,1
Regno Unito	8,7	-0,2
Svizzera	12,1	 6,2
Stati Uniti	4,5	 -6,4
Canada	7,3	-2,0
Giappone	10,4	 4,2
Cina	0,4	0,2
Hong Kong	3,7	-1,2
India	0,2	0,2
Australia	10,0	-2,3
MONDO ⁽¹⁾	6,9	-3,0

(1) La quota sul mercato mondiale, a differenza delle altre, è calcolata con dati di esportazione.

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati GTI.

I dati più recenti indicano il permanere di una situazione di difficoltà per l'export italiano dei gioielli e, in generale, le vendite estere di beni per la persona registrano una variazione negativa (Tab. 15). Sul fronte delle importazioni, il confronto tra i primi nove mesi del 2005 e lo stesso periodo dell'anno precedente mette in luce che i due comparti registrano una variazione positiva superiore a quella riportata dal settore manifatturiero.

Tabella 15
Interscambio dell'Italia con il mondo
(Valori in milioni di euro)

	Esportazioni			Importazioni		
	2004 gen.-set.	2005 gen.-set.	var %	2004 gen.-set.	2005 gen.-set.	var %
Gioielli e articoli di oreficeria	2.902	2.745	-5,4	661	711	7,6
Beni per la persona	23.079	22.875	-0,9	13.189	13.810	4,7
Totale manifatturiero	201.877	208.882	3,5	173.477	180.073	3,8

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat.

A livello delle singole aree (Tab. 16), la diminuzione del 13% dei flussi verso l'UE 25 e del 18% negli Stati Uniti spiega largamente la contrazione dell'export italiano.

Nonostante la generale situazione di difficoltà, i dati segnalano altresì una promettente espansione su alcuni mercati emergenti con incrementi superiori al 45% sia nell'Europa centro orientale, sia in Turchia, e un aumento superiore al 20% in Medio Oriente.

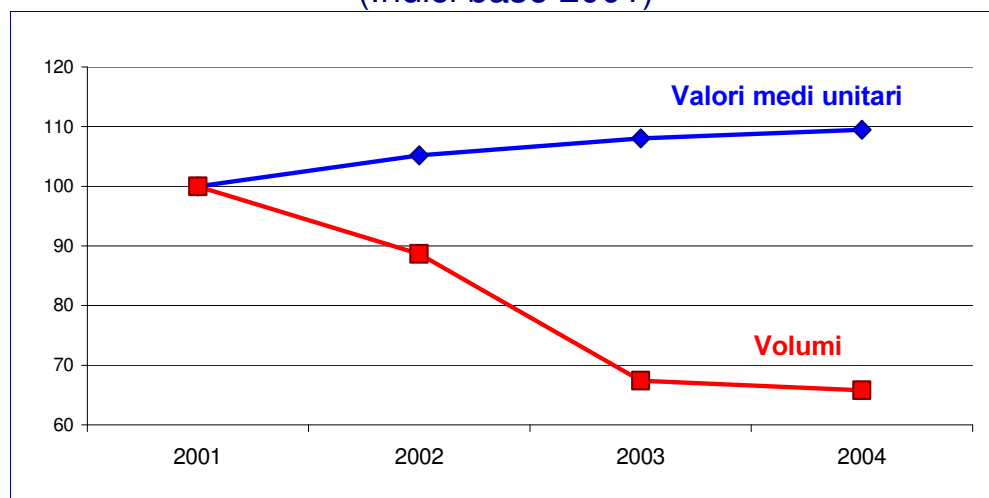
La Fig. 11 suggerisce che, di fronte alla sempre più agguerrita concorrenza di prezzo da parte dei Paesi asiatici, le imprese orafo-argentiere potrebbero aver puntato sul miglioramento qualitativo della produzione destinata al mercato mondiale. I prezzi degli articoli venduti sui mercati esteri sono costantemente aumentati negli ultimi anni, per cui la *performance* negativa del settore è imputabile integralmente alla caduta delle quantità esportate.

Tabella 16
La dinamica nei mercati di sbocco
 (Valori in milioni di euro)

	Valori Gen.-Set. 2005 (milioni di euro)	Pesi %	Variaz. % su Gen.-Set. 2004	Contributo % alla variaz. tot.	Effetto sull' export
MONDO	2.745	100,0	-5,4	100	
UE 25	683	24,9	-13,2	66,5	-
Francia	171	6,2	-6,3	7,3	-
Germania	93	3,4	-12,7	8,7	-
Spagna	106	3,9	-5,8	4,1	-
Regno Unito	123	4,5	-36,3	44,7	-
EUROPA CENTRO ORIENT.	78	2,8	47,5	-16,0	+
ALTRI PAESI EUROPEI	364	13,3	7,2	-15,5	+
Svizzera	275	10,0	-0,6	1,1	-
Turchia	81	3,0	47,5	-16,7	+
STATI UNITI	554	20,2	-17,9	76,9	-
AMERICA CENTRO MERID.	149	5,4	-7,3	7,5	-
MEDIO ORIENTE	424	15,4	21,9	-48,6	+
Emirati Arabi Uniti	281	10,2	27,1	-38,3	+
ASIA	333	12,1	-9,6	22,5	-
Cina	79	2,9	-22,4	14,4	-
Giappone	66	2,4	-13,5	6,5	-
AFRICA	78	2,9	-5,8	3,1	-
OCEANIA e altri territori	44	1,6	-8,0	2,1	-

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat.

Figura 11
Prezzi e quantità delle esportazioni italiane
 (Indici base 2001)



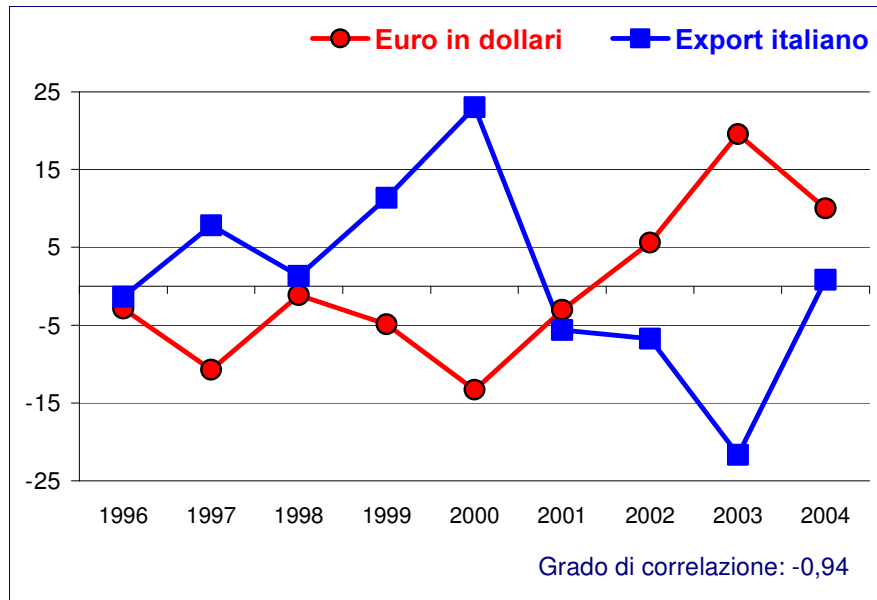
Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati GTI.

La perdita di quote di mercato dell'export italiano è in gran parte legata alla forte concorrenza dei nuovi Paesi esportatori (Cina e India). Tuttavia, le difficoltà più recenti possono essere interpretate anche come risultato dell'apprezzamento dell'euro.

Come si osserva dalla Fig. 12, le esportazioni italiane di gioielli appaiono influenzate dall'andamento del cambio dell'euro. Si evince infatti una correlazione negativa piuttosto significativa per cui, fino al 2000, il trend discendente della moneta unica sembra aver sostenuto le vendite sui mercati esteri e, negli ultimi anni, al progressivo apprezzamento ha corrisposto una dinamica tendenzialmente negativa delle esportazioni italiane.

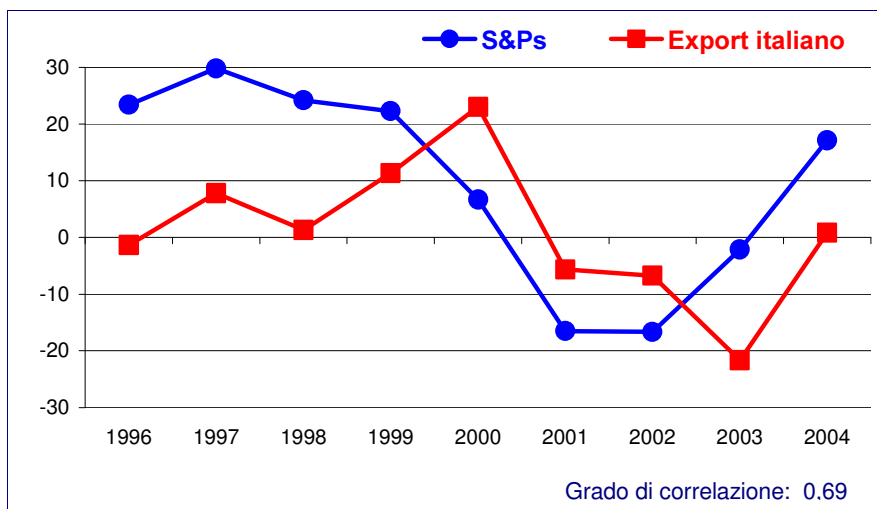
Un altro fattore che può aver influito sui flussi di esportazione è ravvisabile nell'andamento del mercato borsistico (Fig. 13): in questo caso, la relazione tra le due variabili è positiva. Si può ipotizzare che nelle fasi cosiddette "di toro" della Borsa, la percezione di essere più ricchi abbia indotto gli investitori ad incrementare gli acquisti di articoli di gioielleria, laddove l'effetto "ricchezza percepita" ha avuto un impatto negativo sulle esportazioni italiane nei periodi di rallentamento delle transazioni borsistiche.

Figura 12
Export italiano di gioielli e articoli di oreficeria
e cambio euro/dollari
 (Variazione percentuale sull'anno precedente)



Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat e BCE.

Figura 13
Export italiano di gioielli e articoli di oreficeria
e andamento della Borsa
 (Variazione percentuale sull'anno precedente)



Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat e BCE.

3. Le caratteristiche strutturali del settore

Il sistema produttivo italiano del settore dei gioielli è caratterizzato dalla presenza di oltre 10.000 aziende (Tab. 17). Tale valore, stabile a partire dal 1999, rappresenta più del triplo del numero di imprese attive in ognuno dei principali Paesi UE considerati (Spagna, Francia e Germania).

Tabella 17
Il settore dei gioielli in Italia:
confronto con i principali Paesi UE
(Dati 2003)

	Numero imprese attive	Occupati	Produzione (milioni di euro)	Dimensione media d'impresa	Produttività apparente *
Italia	10.043	47.104	5.099	4,7	108
Spagna	2.817	10.682	762	3,8	71
Francia	3.131	11.928	1.385	3,8	116
Germania	2.789	15.612	1.096	5,6	70

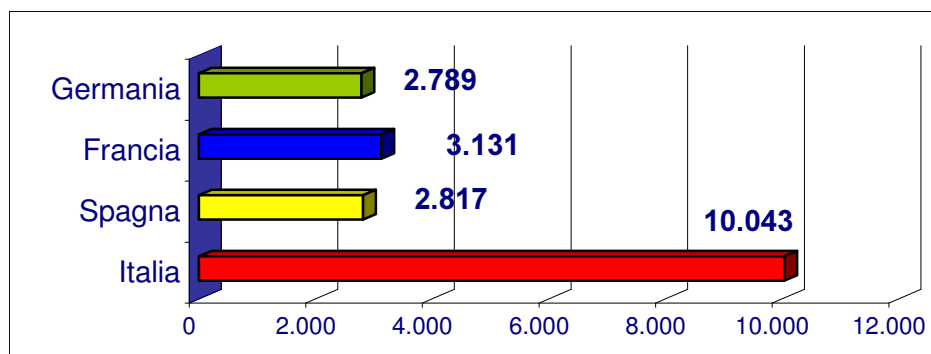
* Produzione/Occupati.

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Eurostat.

Il settore si contraddistingue per una ridotta dimensione di impresa (in media, meno di 5 addetti per unità produttiva, circa la metà della media del settore manifatturiero).

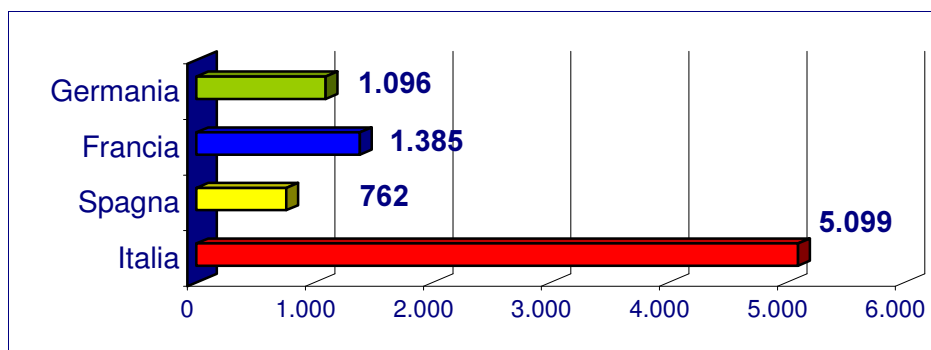
Secondo i dati 2003, l'85% della forza lavoro impiegata nel settore gioielli in Italia è occupata in unità produttive con meno di 50 addetti (Fig. 17).

Figura 14
Numero imprese attive: confronti
(Dati 2003)



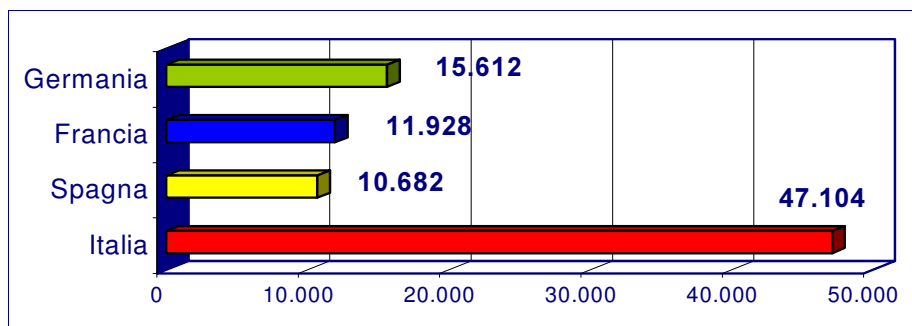
Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Eurostat.

Figura 15
Produzione: confronti
(Dati 2003; valori in milioni di euro)



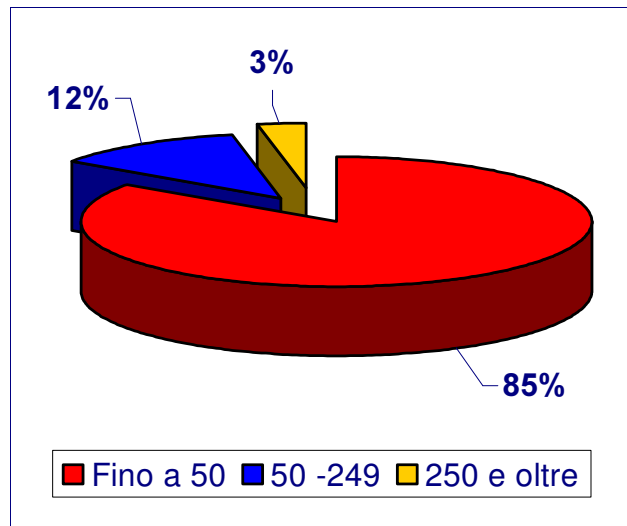
Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Eurostat.

Figura 16
Occupati: confronti
(Dati 2003)



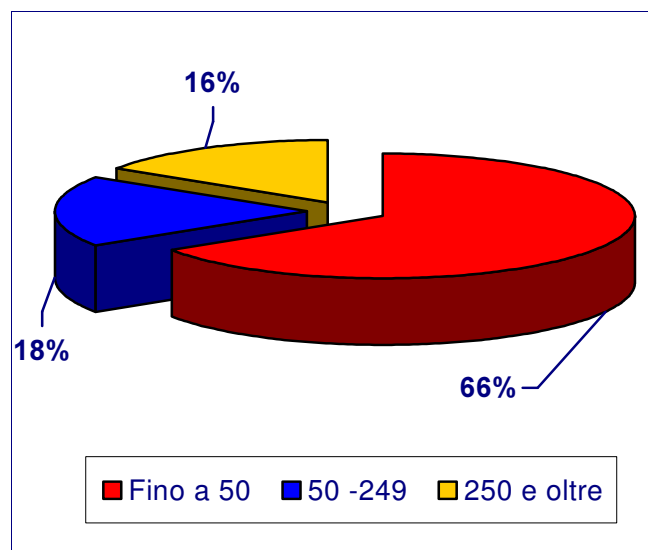
Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Eurostat.

Figura 17
Distribuzione occupati per tipologia di impresa
in base agli addetti impiegati - Italia
(Dati 2003)



Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Eurostat.

Figura 18
Distribuzione occupati per tipologia di impresa
in base agli addetti impiegati - Francia
(Dati 2003)



Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Eurostat.

Il settore è caratterizzato da un basso livello di concentrazione. Secondo una recente indagine¹, le prime 5 imprese operanti nel settore realizzano circa il 7% dell'intera produzione nazionale (dati 2003).

Disaggregando l'universo delle imprese per classi di valore della produzione, il settore risulta così composto: il 97,4% del totale imprese è rappresentato da micro-imprese che realizzano un fatturato inferiore a 5 milioni di euro e detengono una quota di produzione pari al 60%; il 2,5% del totale imprese è rappresentato da piccole-medie imprese che realizzano un fatturato compreso tra 5 e 50 milioni di euro e detengono una quota di produzione pari al 30%; 9 grandi imprese che realizzano un fatturato superiore a 50 milioni di euro e detengono una quota di produzione pari al 10% circa del totale. Il restante 22% della quota di fatturato è detenuto da circa il 3% delle aziende che si organizzano in gruppi.

Le tensioni e le difficoltà conseguenti all'avvento di un mercato globale sempre più competitivo hanno determinato una forte riduzione del grado di competitività del settore.

¹ Prometeia Srl (2005), *Oreficeria e gioielleria. Analisi strutturale e previsiva*, Roma, Novembre.

Nonostante ciò, il settore non ha subito cambiamenti strutturali di rilievo (Tab. 18) ed ha anzi mostrato buone doti di “resistenza”.

Sul versante della produzione, il 2000 segna – come già osservato - la fine di una fase di robusta crescita che ha caratterizzato gli anni '90. A partire dal 2001, la produzione del settore orafa-argentario si pone su una traiettoria declinante, ma la contrazione avviene con intensità limitata. Il risultato è che tra il 1995 e il 2003 si registra una variazione media annua positiva del 2,7%.

Tabella 18
Dinamica del settore 1995-2003

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variatione media annua 1995-2003
Numero imprese attive	9.682	10.116	9.457	9.873	10.189	10.332	10.372	10.345	10.043	0,5
Occupati	42.321	44.394	42.465	45.442	46.968	47.578	48.355	47.230	47.104	1,3
Produzione (mln euro)	4.127	4.567	4.816	6.102	5.612	6.529	5.521	6.293	5.099	2,7
Dimensione media	4,4	4,4	4,5	4,6	4,6	4,6	4,7	4,6	4,7	0,9

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Eurostat.

Un secondo elemento a conferma della “tenuta” del settore riguarda le statistiche sul numero di imprese (aumentato ad un ritmo annuo di circa mezzo punto percentuale, nonostante il quadro economico sfavorevole). Durante lo stesso arco temporale, la dinamica dell’occupazione si è mostrata positiva. L’incremento medio annuo è dell’1,3% e superiore a quella del

numero delle imprese, segnalando quindi una crescita della dimensione media delle unità produttive del settore.

Gli esportatori del settore sono circa 4.000 (Tab. 19). Tra il 2001 ed il 2004 il numero degli operatori è rimasto invariato. Visto l'andamento negativo del valore delle esportazioni (-26%), l'internazionalizzazione sembra quindi non dipendere esclusivamente dal traino della domanda internazionale. Le imprese rimangono infatti sui mercati, pur diminuendo i fatturati medi all'esportazione e, quindi, la profittabilità delle proprie vendite all'estero.

Tabella 19
Gli operatori all'export

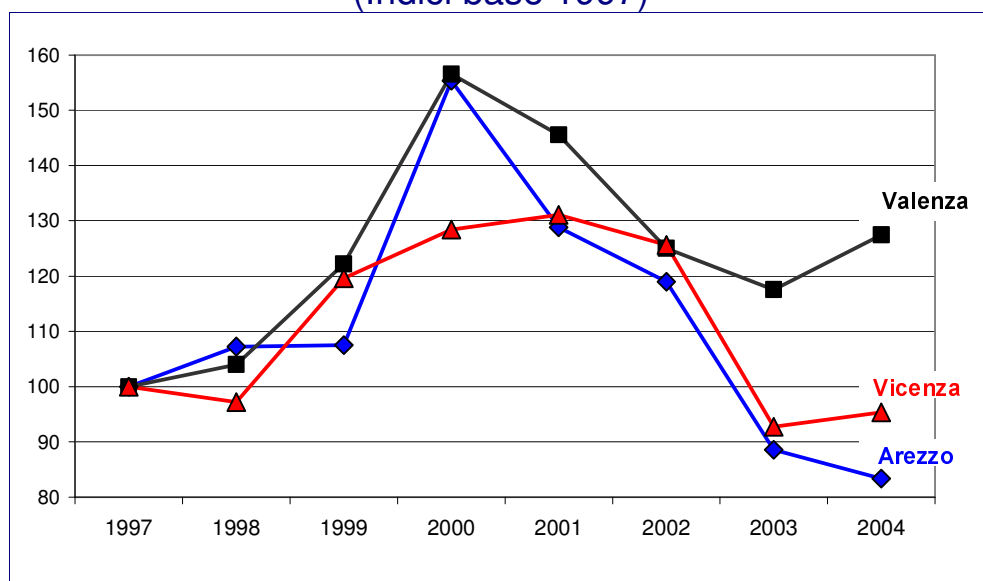
Anno	Numero operatori	Valore delle esportazioni (milioni di euro)	Fatturato medio all'estero (migliaia di euro)
2001	3.965	4.761	1.201
2002	4.105	4.480	1.091
2003	3.914	3.550	907
2004	4.002	3.592	897

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat.

4. Le esportazioni dei distretti orafi

A partire dal 2000, si assiste ad una forte contrazione del valore dell'export dei tre distretti orafi, dopo la sostenuta fase di crescita del periodo 1997-2000. Tra i tre distretti, Valenza (AL) è quello per cui si registra un parziale recupero nel 2004 (Fig. 19).

Figura 19
Esportazioni dei distretti orafi
 (Indici base 1997)



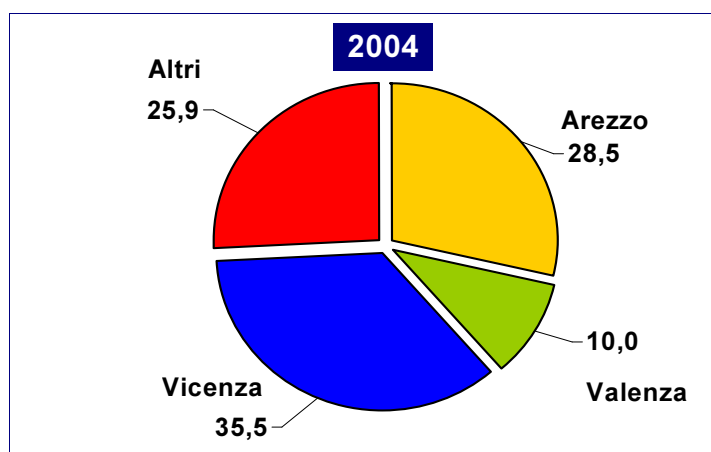
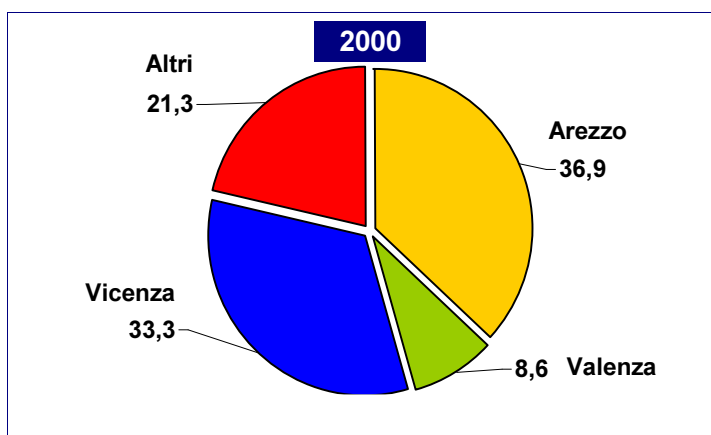
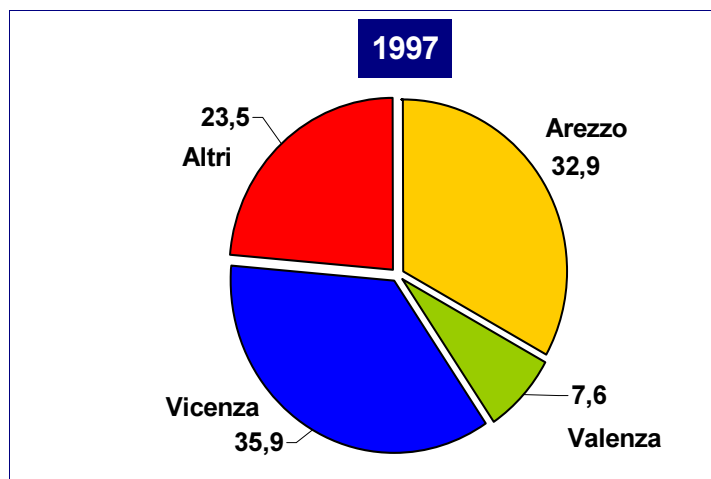
Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat.

Nel periodo 2000-2004 il peso dei distretti sulle esportazioni italiane si è complessivamente ridotto (Fig. 20a, 20b, 20c): la quota congiunta di Arezzo, Vicenza e Alessandria nel 2004 è inferiore di circa 5 punti percentuali rispetto al 2000.

La diminuzione delle quote delle tre province sull'export mondiale tra il 2000 e il 2004 ha inoltre comportato in termini di valore una perdita che oscilla fra i 970 milioni di euro di Arezzo e i 90 della zona di Valenza.

Nel 2005 si assiste ad una ulteriore caduta dell'export del distretto di Vicenza e ad una incoraggiante ripresa di quello aretino (Tab. 21).

Figura 20
Esportazioni dei distretti orafi
(Quote su esportazioni italiane: 1997, 2000; 2004)



Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat.

Tabella 21
Esportazioni dei distretti orafi: i dati più recenti
 (Valori in milioni di euro)

	2004	2005	Variaz. %
	Gen - Set	Gen - Set	
Arezzo	831	908	9,3
Valenza	294	279	-5,3
Vicenza	1.042	825	-20,8
Altri	735	734	-0,2
ITALIA	2.902	2.745	-5,4

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat.

Al fine di quantificare l'entità della diminuzione rispetto alla dinamica della domanda estera, si è rivelato opportuno tentare un esercizio di simulazione (Tab. 22), costruendo tre scenari alternativi:

- (1) Scenario 1 "Potenziale": diretto a stimare il valore delle esportazioni nell'ipotesi che resti costante la quota della provincia sulle esportazioni mondiali;
- (2) Scenario 2 "Effetto ITALIA": diretto a stimare il valore delle esportazioni nell'ipotesi che resti costante la quota della provincia sulle esportazioni italiane;
- (3) Scenario 3 "Effetto DISTRETTO": diretto a stimare il valore delle esportazioni nell'ipotesi che resti costante la quota italiana sulle esportazioni mondiali.

Tabella 22
Esportazioni delle principali province distrettuali:
un esercizio di simulazione
(Valori in milioni di euro)

		2000	2004	Var. % 2000-2004
AREZZO	POTENZIALE (1)	2.108	2.103	-0,2
	Effetto ITALIA (2)	2.108	1.465	-30,5
	Effetto DISTRETTO (3)	2.108	1.624	-22,9
	VALORE EFFETTIVO	2.108	1.131	-46,3
VICENZA	POTENZIALE (1)	1.901	1.897	-0,2
	Effetto ITALIA (2)	1.901	1.322	-30,5
	Effetto DISTRETTO (3)	1.901	2.027	6,6
	VALORE EFFETTIVO	1.901	1.412	-25,7
VALENZA	POTENZIALE (1)	490	489	-0,2
	Effetto ITALIA (2)	490	341	-30,5
	Effetto DISTRETTO (3)	490	573	16,9
	VALORE EFFETTIVO	490	399	-18,6

Legenda:

(1) POTENZIALE: valore delle esportazioni in ipotesi di una quota costante della provincia sulle esportazioni mondiali.

(2) Effetto ITALIA: valori connessi all'andamento dell'export nazionale (ipotesi: quota distrettuale costante sulle esportazioni italiane).

(3) Effetto DISTRETTO: valori imputabili al distretto (ipotesi: quota italiana costante sulle esportazioni mondiali).

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat e GTI.

Dai dati effettivi emerge che tra il 2000 e il 2004 i sistemi distrettuali hanno tutti sperimentato una diminuzione piuttosto consistente delle esportazioni nel mondo. Arezzo presenta la *performance* peggiore (-46%), in funzione probabilmente di una specializzazione (catename e lavorazioni in oro di base) più esposta alla concorrenza dei Paesi emergenti. Ne è derivata una riduzione della quota sui corrispondenti flussi nazionali (Fig. 20). Anche l'export di Alessandria e Vicenza ha registrato un

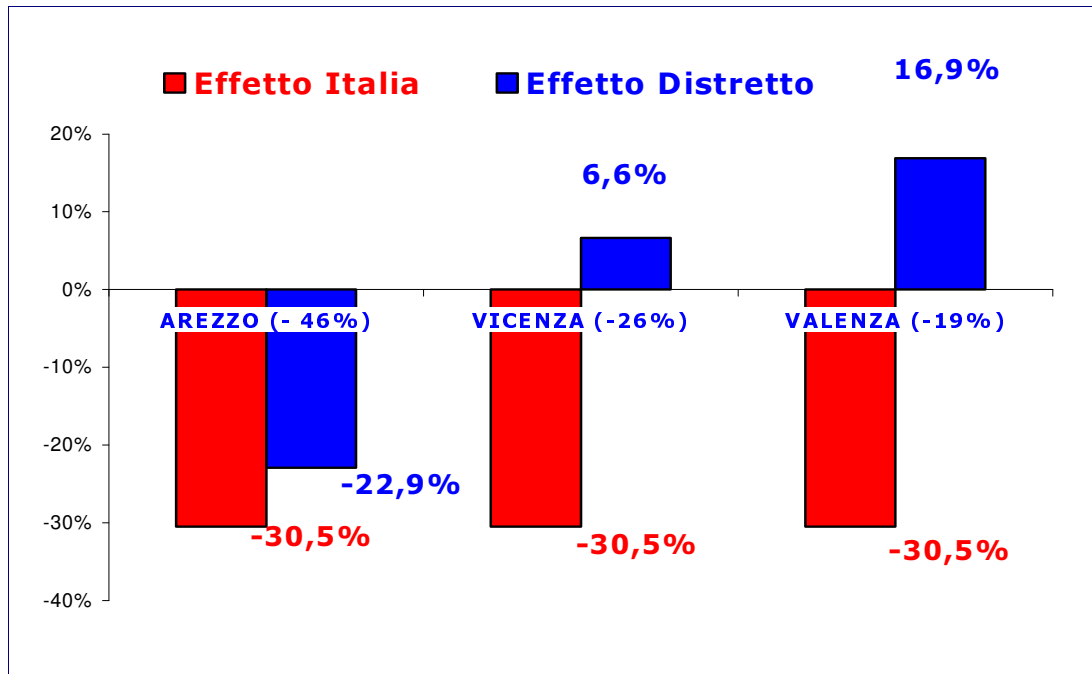
andamento negativo, ma in entrambi i casi il risultato è stato migliore della media italiana (pari a -30%).

Il **potenziale** dei distretti dipende dalla crescita delle importazioni mondiali. Se i distretti avessero mantenuto invariata la propria quota nel mercato globale, le loro vendite estere nel quinquennio considerato sarebbero sostanzialmente rimaste immutate (-0,2%).

Alla luce della *performance* italiana, attraverso l'esercizio di simulazione (Fig. 21), è possibile scomporre la variazione effettiva delle esportazioni in due componenti principali, denominate "effetto Italia" e "effetto Distretto":

- l'**effetto Italia** è stato deleterio per tutti i distretti nella stessa misura. A fronte di una invarianza del contributo delle singole province all'export nazionale di gioielli, i flussi si sarebbero comunque ridotti del 30% a causa della perdita di quote dell'Italia sul mercato mondiale;
- la componente **effetto Distretto** consente di individuare in prima approssimazione la variazione delle esportazioni imputabile a caratteristiche specifiche della singola provincia distrettuale, nell'ipotesi che la quota italiana sul mondo sia rimasta invariata.

Figura 21
Scomposizione della variazione delle esportazioni delle principali province distrettuali: un esercizio di simulazione



Legenda:

- **Effetto Italia:** andamento delle esportazioni italiane
- **Effetto Distretto:** andamento delle esportazioni al netto della variazione della domanda di beni italiani.

La somma delle singole componenti è all'incirca uguale alla variazione complessiva delle esportazioni della provincia. Si differenzia per via delle iterazione delle due variabili: al crescere (diminuire) delle esportazioni provinciali per esempio si modifica anche la quota italiana nel mondo.

Fonte: elaborazioni Fondazione Masi su dati Istat e GTI.

I risultati indicano che solo nel caso di Arezzo la *performance* del distretto al netto di quella nazionale è stata negativa nel periodo analizzato, mentre le vendite estere di Valenza e, in misura minore, di Vicenza, sarebbero aumentate se la dinamica dei flussi nazionali fosse stata corrispondente a quella della domanda mondiale.

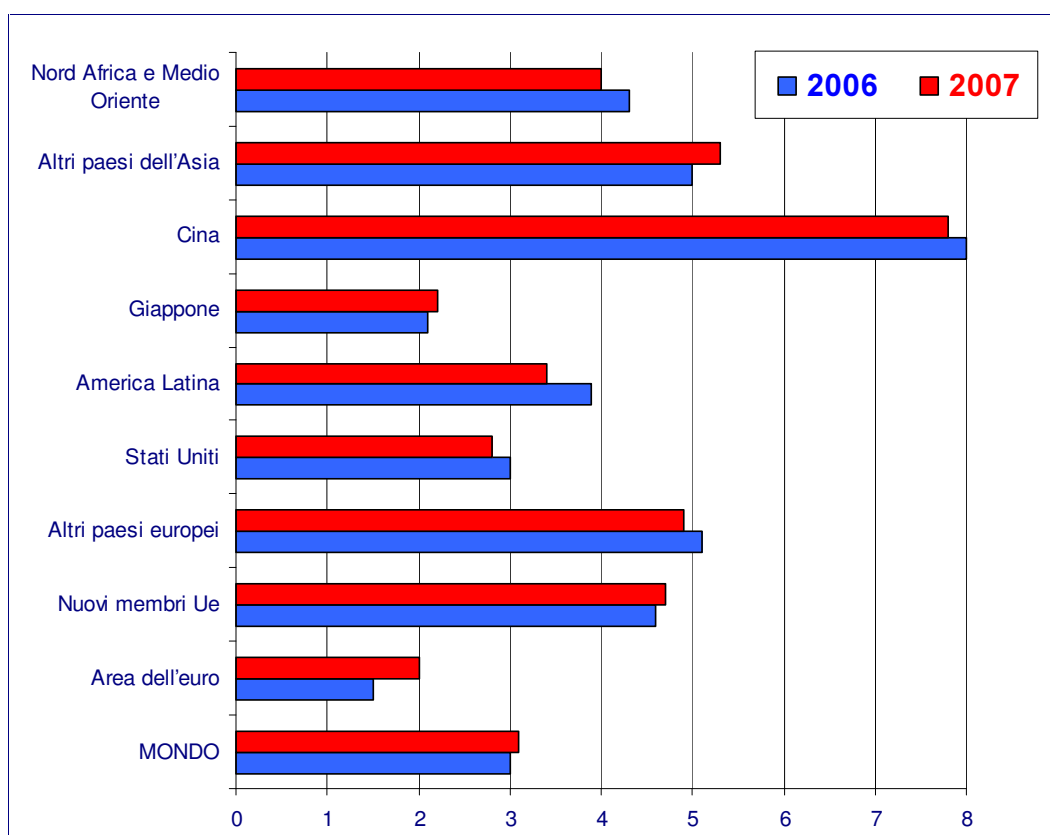
5. Tendenze e scenari

Nei prossimi anni, la crescita dell'economia mondiale continuerà ad essere trainata dai Paesi del sud est asiatico, soprattutto Cina e India, e da altre economie emergenti, quali la Russia e il Brasile (Fig. 22).

Le previsioni indicano inoltre un'accelerazione per l'area dell'euro, a fronte di un contemporaneo rallentamento della crescita statunitense. I mercati più dinamici e promettenti per i beni di consumo del sistema moda vengono individuati nei Paesi europei non appartenenti all'UE e nei Paesi asiatici, dove l'allargamento del ceto dei "nuovi ricchi" offre ampie opportunità agli esportatori di beni di qualità.

Relativamente alla gioielleria ed agli articoli di oreficeria (Fig. 23), ci si aspetta nel triennio 2006-2008 un aumento sostenuto delle importazioni mondiali in volume (+8%). Un incremento superiore al 15% è previsto per quei Paesi a basso reddito le cui economie stanno crescendo a ritmi significativi: tra questi si segnalano la Russia, la Turchia, la Corea del sud e l'Arabia Saudita.

Figura 22
Previsioni di crescita economica



Fonte: Rapporto Ice - Prometeia "Evoluzione del commercio con l'estero per aree e settori", gennaio 2006, in corso di elaborazione - dati provvisori.

Figura 23
Scenari: oreficeria e gioielleria
 (Importazioni a prezzi costanti)

PAESI A:		Variazione media annua 2006 - 2008
ALTO REDDITO con propensione all'import	ELEVATA (Gruppo 1)	6,6
	BASSA (Gruppo 2)	-1,3
BASSO REDDITO con propensione all'import	ELEVATA (Gruppo 3)	17,3
	BASSA (Gruppo 4)	12,6
TOTALE MONDO (Gioielli)		8,0

Legenda:

Gruppo 1: Svizzera, Regno Unito, Francia, Italia, USA, Canada, Australia, Nuova Zelanda, Israele, Emirati Arabi, Giappone, Singapore, Hong Kong, Taiwan.

Gruppo 2: Norvegia, Svezia, Finlandia, Danimarca, Germania, Olanda, Belgio e Lussemburgo, Spagna, Portogallo, Grecia, Irlanda, Austria, Slovenia.

Gruppo 3: Turchia, Russia, Ucraina, Croazia, Messico, Libano, Tunisia, Libia, Arabia S., Sud Africa, India, Sud Corea, Thailandia, Malesia, Filippine.

Gruppo 4: Polonia, Estonia, Lettonia, Lituania, Repubblica Ceca, Ungheria, Bulgaria, Romania, Slovacchia, Albania, Brasile, Argentina, Cile, Colombia, Perù, Egitto, Marocco, Algeria, Iran, Cina, Indonesia.

Fonte: elaborazione Fondazione Masi su dati Prometeia Srl.

Note metodologiche

Beni per la persona

Questa categoria settoriale è stata costruita considerando solo i beni di consumo finali (sono dunque esclusi beni intermedi come i tessuti). I gruppi di prodotti aggregati nel comparto “beni per la persona” sono i seguenti:

- Articoli di abbigliamento;
- Calzature e prodotti in cuoio/pelle;
- Occhialeria;
- Orologi.

Beni di lusso per la persona

Questa ulteriore aggregazione merceologica comprende i seguenti prodotti:

- Profumi e cosmetici;
- Abbigliamento (distinto in uomo e donna);
- Altri articoli di abbigliamento (pellicce, costumi);
- Accessori moda (borse, guanti, sciarpe, cappelli e cravatte);
- Calzature;
- Gioielleria e articoli di oreficeria;
- Orologi;
- Occhiali da sole.

Il comparto beni di lusso è stato definito lavorando al massimo livello di disaggregazione possibile (NC 8). Ad eccezione di alcuni prodotti (ovvero profumi e occhiali da sole), per gli altri la selezione di quelli qualificabili “di lusso” è stata effettuata sulla base dei valori medi unitari. Dopo aver riaggregato gli NC 8 dei beni finali per la persona in categorie omogenee (per esempio: abiti e completi da donna, abiti e completi da uomo, giacche da donna, giacche da uomo, sciarpe, borse, e via dicendo), per ciascuna di queste categorie è stata calcolata la media dei valori unitari. Dopodiché sono stati acquisiti come “beni di lusso” quei beni con valore unitario superiore alla media della categoria di appartenenza.

Gioielli e articoli di oreficeria

Le elaborazioni si basano sul gruppo merceologico 362 della classificazione Istat Ateco 3. Il comparto in questione è denominato “Gioielli e articoli di oreficeria” e include:

- coniazione di monete;
- fabbricazione di oggetti di gioielleria e oreficeria;
- lavorazione pietre preziose.

I metalli preziosi, greggi o semilavorati, restano esclusi dai dati forniti, in quanto rientrano nel settore della metallurgia e prodotti in metallo e, nello specifico, nel gruppo di prodotti 274 denominato “produzione di metalli di base non ferrosi”.

Analogamente, il gruppo merceologico analizzato non comprende la posateria e gli articoli per la casa in metalli preziosi.

Saldo normalizzato

Rapporto percentuale tra il saldo assoluto (export - import) e il valore dell'interscambio (export + import). Indicatore che consente di fare confronti e che fornisce una certa misura del grado di specializzazione.

Valori medi unitari

I valori medi unitari delle esportazioni di gioielli sono stati calcolati aggregando i valori unitari degli HS 6 di riferimento. Il metodo di aggregazione utilizzato è una media ponderata con il peso dei singoli HS 6 in termini di valore sul totale delle esportazioni.

Volumi

Gli indici di quantità delle esportazioni di gioielli e articoli di oreficeria sono stati ottenuti rapportando gli indici dei valori agli indici dei valori medi unitari.