



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERAZIONE NAZIONALE DETTAGLIANTI
ORAFI GIOIELLIERI ARGENTIERI OROLOGIAI

ANALISI VENDITE

DICEMBRE 2009



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERAZIONE NAZIONALE DETTAGLIANTI
ORAFI GIOIELLIERI ARGENTIERI OROLOGIAI

Andamento delle vendite dicembre 2009

Il campione sottoposto a questa ricerca è stato pari a 207 unità ed il quadro che ne è emerso è quello di un settore in chiaroscuro con molte ombre ma con qualche barlume di luce. Va subito specificato che questa analisi rappresenta per la Federazione l'anno zero poiché il 2009 - e nello specifico il mese di dicembre - è stato il primo nel quale è stata utilizzata questa metodologia di rilevazione. Per tale motivo non è possibile effettuare un'analisi estremamente approfondita con il passato vista la disomogeneità delle informazioni e dei dati. Malgrado ciò riteniamo il livello di specificità e di dettaglio della ricerca una buona base per analizzare con obiettività lo stato di salute delle vendite al dettaglio nel nostro settore e comprendere al meglio, nello specifico, l'andamento del mercato nel periodo natalizio 2009.

I dati emersi dalla rilevazione mostrano, in buona sostanza, la stabilità della richiesta di oggetti preziosi ove il 47% degli operatori oggetto del campione di analisi ha dichiarato una domanda invariata rispetto allo stesso periodo 2008, mentre il 13% ha constatato un aumento sino al 10%. E' opportuno sottolineare, che se in termini di fatturato, valgono le considerazioni appena dette, il maggior numero di pezzi venduti indica che vi è stato uno spostamento della spesa media verso il basso.

In poche parole il periodo natalizio, per antonomasia il momento di maggior interesse verso il prezioso, ci ha fornito segnali sicuramente incoraggianti rispetto alle previsioni pessimistiche dovute ad un consistente calo delle vendite nei mesi di settembre, ottobre e novembre.

In molti casi gli eventi meteorologici verificatisi dopo la prima decade del mese di dicembre e protrattesi per oltre una decina di giorni specie nelle regioni settentrionali hanno spostato le occasioni di acquisto a dopo il 20 dicembre. Al di là delle pessime condizioni meteo molti operatori hanno comunque segnalato che la stragrande maggioranza degli acquisti si è svolta nelle giornate antecedenti il S. Natale. Fenomeno quest'ultimo che va sempre più delineandosi e già negli anni precedenti era stato oggetto di puntuali segnalazioni da parte degli operatori al dettaglio.

Dai commenti riportati sul questionario è emersa la voglia dell'operatore di assumere un atteggiamento di positività di fronte al mercato. Positività che emerge attraverso una maggior cura delle vetrine, eccezionale strumento di comunicazione a detta di molti, ed una maggior disponibilità ad assecondare le richieste della clientela molte volte curiosa e desiderosa di informazioni anche se questi atteggiamenti non sono finalizzati ad un acquisto immediato.

Continua la contrazione degli acquisti nell'area dell'oggettistica in acciaio ove la diminuzione delle vendite oscilla tra il 21% ed il 30% per 32 operatori su 100.

Nelle previsioni il calo delle vendite di Oreficeria non firmata. Sostanzialmente la richiesta è diminuita in totale di circa il 30% per il 75% degli operatori coinvolti nell'indagine. Di questi il 52% ha dichiarato che le vendite sono diminuite tra il 10 ed il 29%. Se un operatore su dieci dichiara che le vendite di oreficeria a peso non firmata sono rimaste invariate il 54% dichiara un calo che si attesta tra il 5 ed il 10%. Rimane da valutare per il 7% degli operatori l'aumento delle vendite fino ad un 30%



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERAZIONE NAZIONALE DETTAGLIANTI
ORAFI GIOIELLIERI ARGENTIERI OROLOGIAI

La domanda di orologi è sostanzialmente diminuita per il 50% degli operatori sino a punte del 20%. Mentre 20 operatori su 100 ritengono che la domanda sia sostanzialmente rimasta invariata. Le spinte più positive continuano a provenire dal segmento della gioielleria dove il prodotto no brand ha segnato per il 39% un aumento sino al 20% rispetto al corrispondente periodo 2008.

Interessante il dato emerso tra i prodotti branded, gioielleria ed oreficeria dove nel primo caso il 54% dei operatori coinvolti nella ricerca parla di una domanda invariata mentre il 12% ha notato un aumento sino al 10%. Nel secondo caso il sell out ha avuto un picco di circa il 40%

Tra le tipologie di prodotti più richiesti emerge la presenza di gioielleria con diamanti, peraltro confermata da un controllo operato presso i fornitori di pietre preziose che hanno sottolineato il trend positivo della pietra preziosa per antonomasia. Di notevole rilievo la segnalazione proveniente da alcuni operatori in merito ad una consistente richiesta di oggetti preziosi con pietre colorate.

Va anche evidenziato come il segmento in generale sia tornato su dinamiche di sostanziale stabilizzazione dopo le decise riduzioni registrate nei mesi passati. A livello generale si conferma come la domanda sia ancora instabile, in linea con un quadro generale di ripresa ancora modesta, che resta fortemente condizionato dalla mancanza di una politica di comunicazione sul prodotto prezioso in generale nei confronti del mercato. Idee nuove, come chiede qualcuno e "dimenticarsi del termine crisi" che qualche altro operatore afferma venga utilizzata come "alibi per nascondere in realtà i limiti del settore".

AMBITO DI APPLICAZIONE

L'indagine è stata condotta nella prima metà del mese di gennaio 2010, su di un campione di 207 associati alla Federazione senza alcuna distinzione territoriale. In termini pratici i questionari sono stati diffusi per il tramite delle Associazioni Territoriali aderenti che a loro volta hanno provveduto a diffonderlo tra i propri associati. Al fine di rendere il lavoro più dettagliato e minuzioso non ci si è voluto soffermare su di una generica richiesta sull'andamento delle vendite nell'ultimo mese dell'anno rispetto all'anno precedente (2008) ma si sono volute prevedere la suddivisione in più classi di prodotto al fine di avere dati attendibili sulle varie merceologie di prodotto. Infatti, questa suddivisione consente di avere dei risultati generici totalizzanti, ma anche dei risultati specifici per classi di prodotto.

I clusters di riferimento sono:

- 1) oreficeria a peso non firmata
- 2) oreficeria fine non firmata
- 3) oreficeria firmata
- 4) gioielleria non firmata
- 5) gioielleria firmata



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERAZIONE NAZIONALE DETTAGLIANTI
ORAFI GIOIELLIERI ARGENTIERI OROLOGIAI

- 6) argenteria
- 7) oggettistica in acciaio
- 8) orologeria

Sono state, inoltre, poste le seguenti domande:

- Un vostro commento sulle vendite del periodo natalizio
- Tipologie prodotti maggiormente richiesti
- % di vendita rispetto al periodo natalizio 2008
- Commenti sull'andamento delle vendite nel 2009 rispetto al 2008



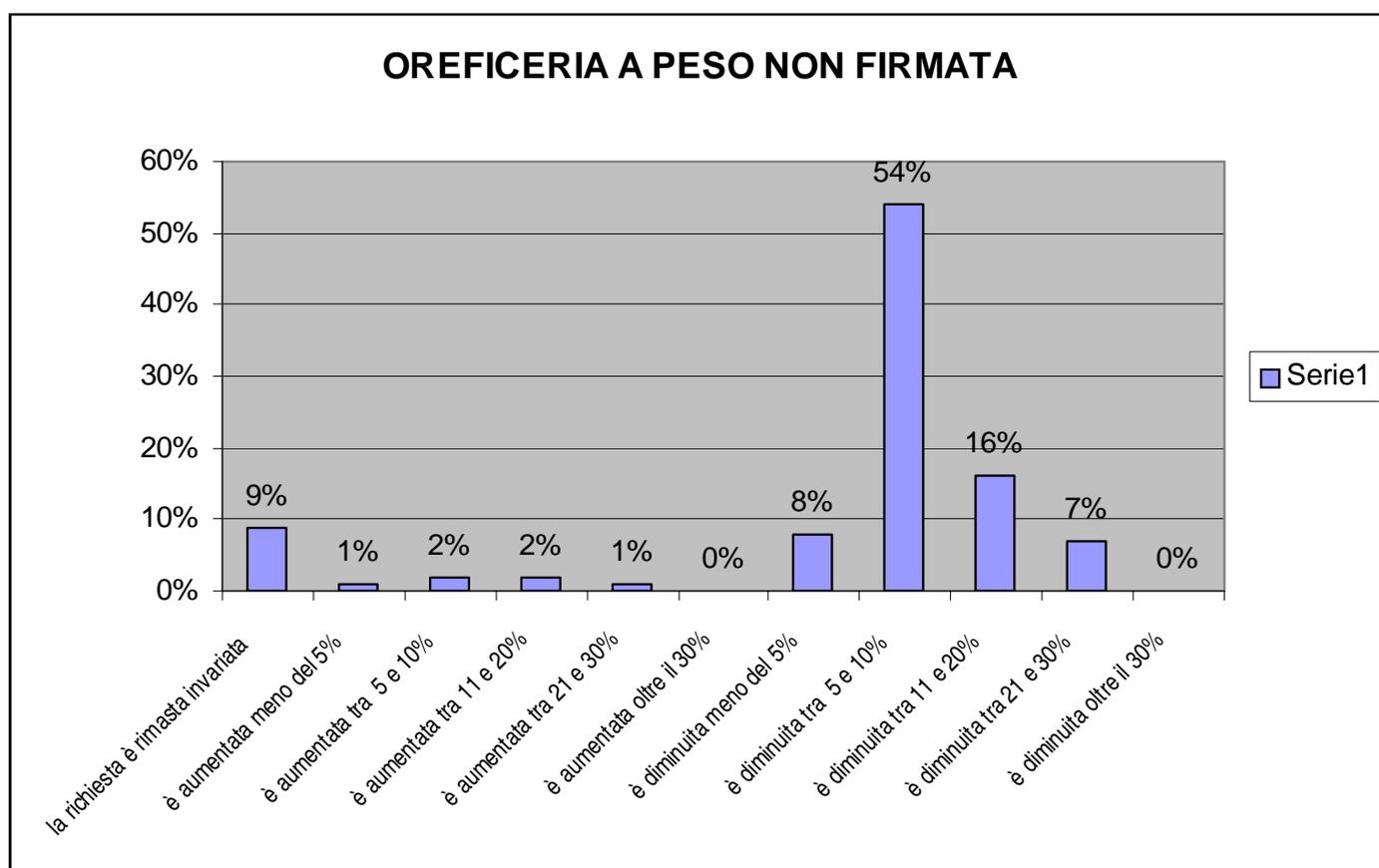
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERAZIONE NAZIONALE DETTAGLIANTI
ORAFI GIOIELLIERI ARGENTIERI OROLOGIAI

VARIAZIONE DELLE VENDITE PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO NEL MESE DI DICEMBRE 2009 RISPETTO A DICEMBRE 2008

OREFICERIA A PESO NON FIRMATA

La richiesta è rimasta invariata	9%
è aumentata meno del 5%	1%
è aumentata tra 5 e 10%	2%
è aumentata tra 11 e 20%	2%
è aumentata tra 21 e 30%	1%
è aumentata oltre il 30%	0%
è diminuita meno del 5%	8%
è diminuita tra 5 e 10%	54%
è diminuita tra 11 e 20%	16%
è diminuita tra 21 e 30%	7%
è diminuita oltre il 30%	0%
	100%



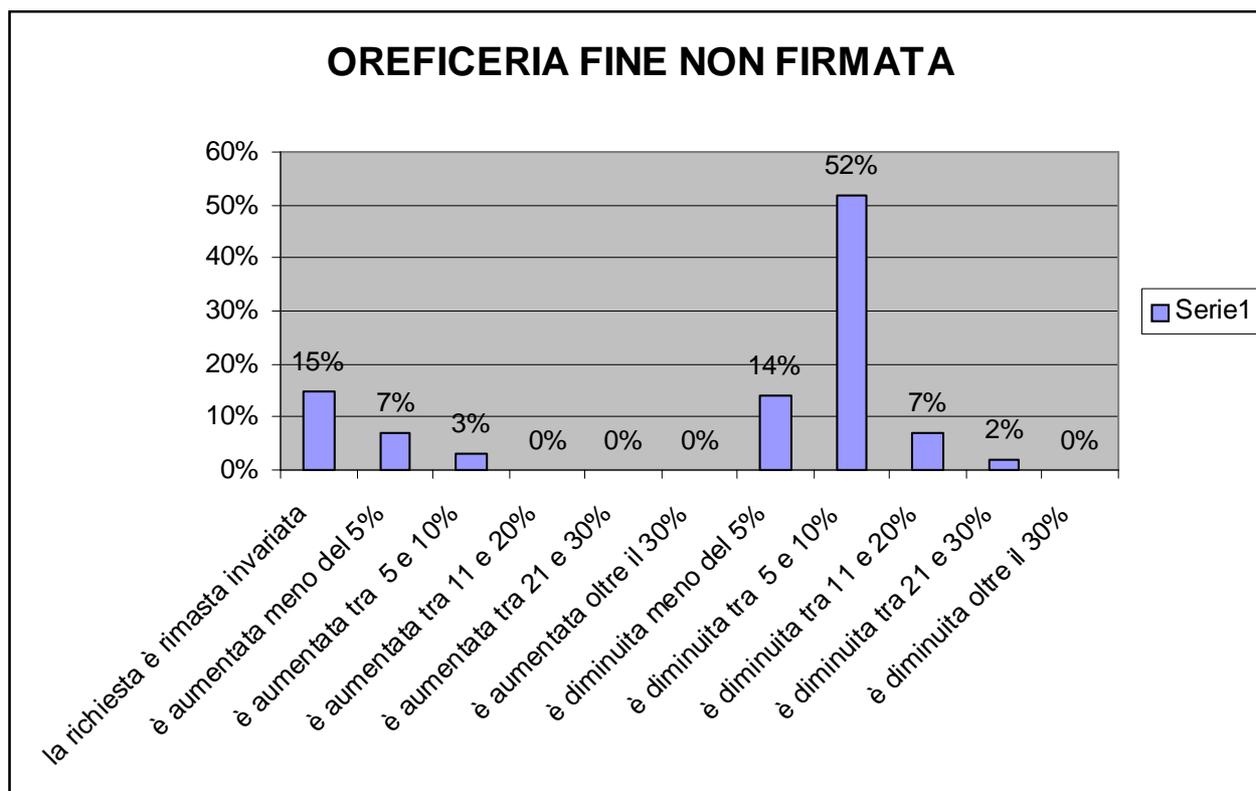


CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERAZIONE NAZIONALE DETTAGLIANTI
ORAFI GIOIELLIERI ARGENTIERI OROLOGIAI

la richiesta è rimasta invariata	15%
è aumentata meno del 5%	7%
è aumentata tra 5 e 10%	3%
è aumentata tra 11 e 20%	0%
è aumentata tra 21 e 30%	0%
è aumentata oltre il 30%	0%
è diminuita meno del 5%	14%
è diminuita tra 5 e 10%	52%
è diminuita tra 11 e 20%	7%
è diminuita tra 21 e 30%	2%
è diminuita oltre il 30%	0%
	100%





CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERAZIONE NAZIONALE DETTAGLIANTI
ORAFI GIOIELLIERI ARGENTIERI OROLOGIAI

OREFICERIA FIRMATA

la richiesta è rimasta invariata **54%**

è aumentata meno del 5% 5%

è aumentata tra 5 e 10% 7%

è aumentata tra 11 e 20% 0%

è aumentata tra 21 e 30% 0%

è aumentata oltre il 30% 0%

è diminuita meno del 5% 10%

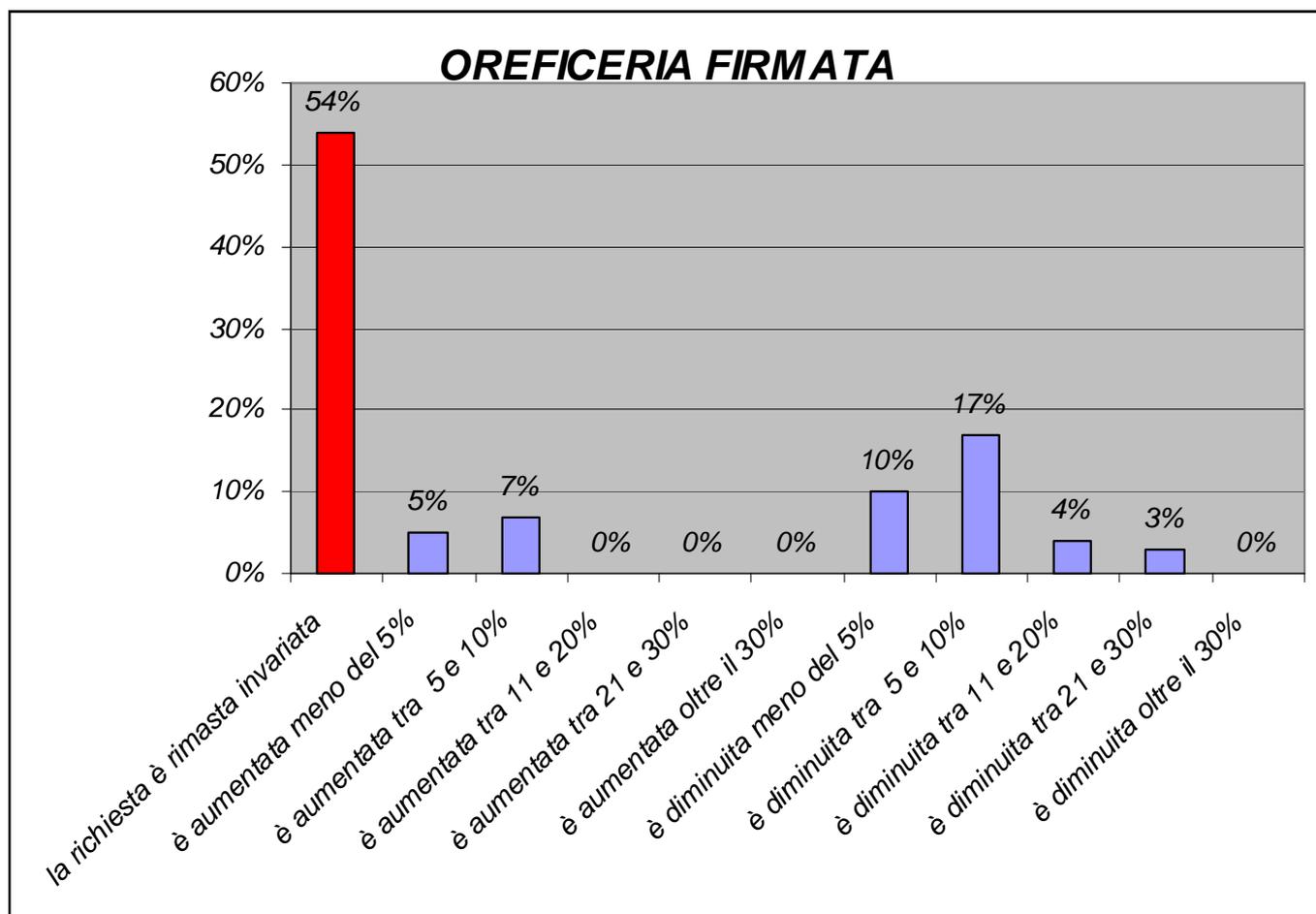
È diminuita tra 5 e 10% 17%

è diminuita tra 11 e 20% 4%

è diminuita tra 21 e 30% 3%

è diminuita oltre il 30% 0%

100%





CONFCOMMERCIO

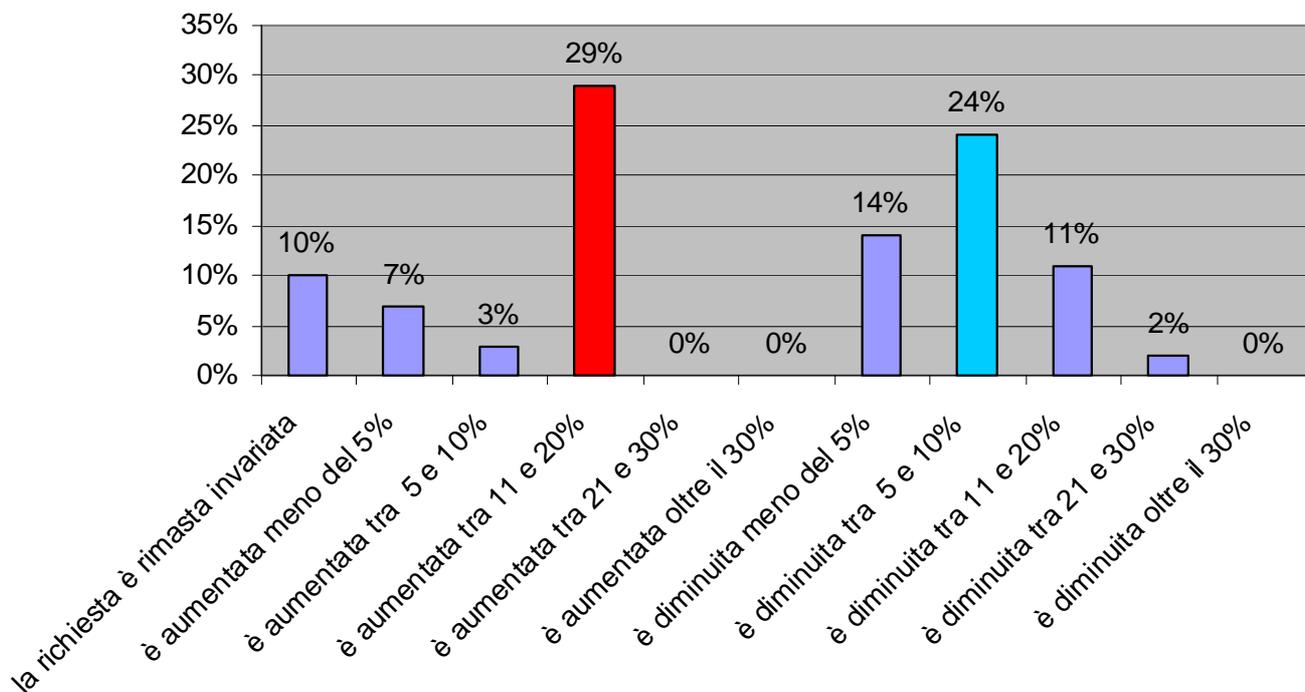
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERAZIONE NAZIONALE DETTAGLIANTI
ORAFI GIOIELLIERI ARGENTIERI OROLOGIAI

GIOIELLERIA NON FIRMATA

la richiesta è rimasta invariata	10%
è aumentata meno del 5%	7%
è aumentata tra 5 e 10%	3%
è aumentata tra 11 e 20%	29%
è aumentata tra 21 e 30%	0%
è aumentata oltre il 30%	0%
è diminuita meno del 5%	14%
è diminuita tra 5 e 10%	24%
è diminuita tra 11 e 20%	11%
è diminuita tra 21 e 30%	2%
è diminuita oltre il 30%	0%
	100%

GIOIELLERIA NON FIRMATA





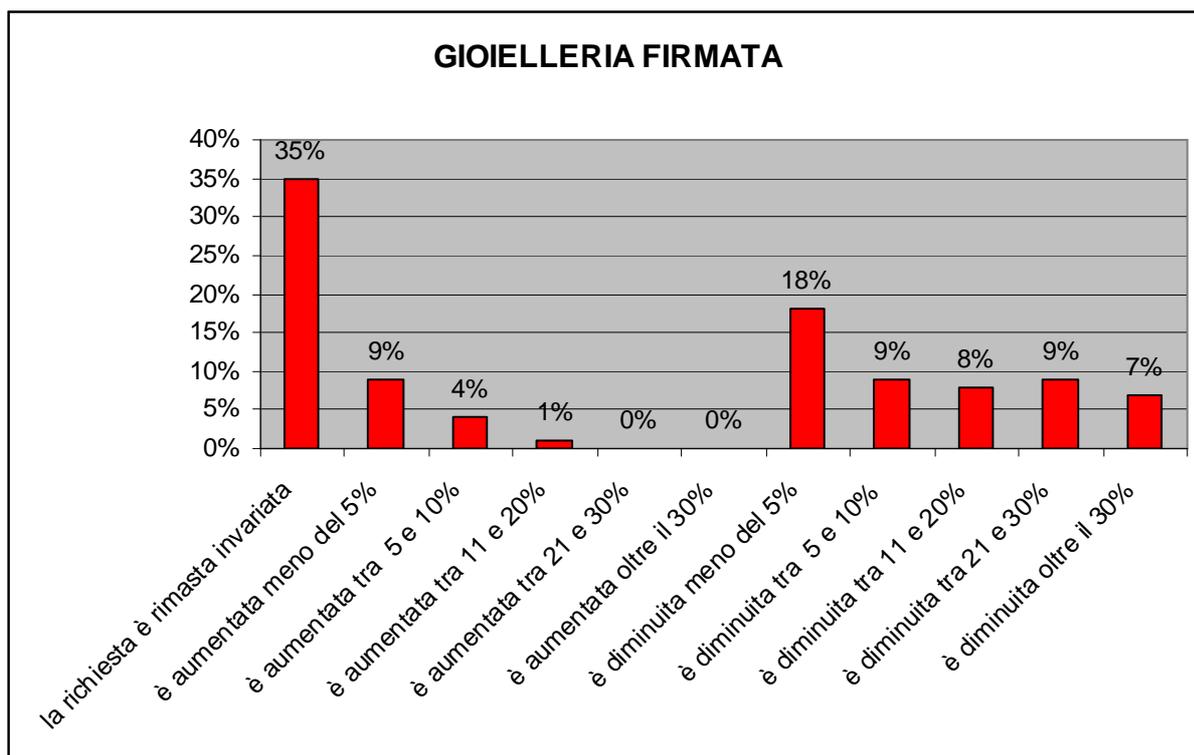
CONFCOMMERIO

IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERAZIONE NAZIONALE DETTAGLIANTI
ORAFI GIOIELLIERI ARGENTIERI OROLOGIAI

GIOIELLERIA FIRMATA

la richiesta è rimasta invariata	35%
è aumentata meno del 5%	9%
è aumentata tra 5 e 10%	4%
è aumentata tra 11 e 20%	1%
è aumentata tra 21 e 30%	0%
è aumentata oltre il 30%	0%
è diminuita meno del 5%	18%
è diminuita tra 5 e 10%	9%
è diminuita tra 11 e 20%	8%
è diminuita tra 21 e 30%	9%
è diminuita oltre il 30%	7%
	100%





CONFCOMMERCIO

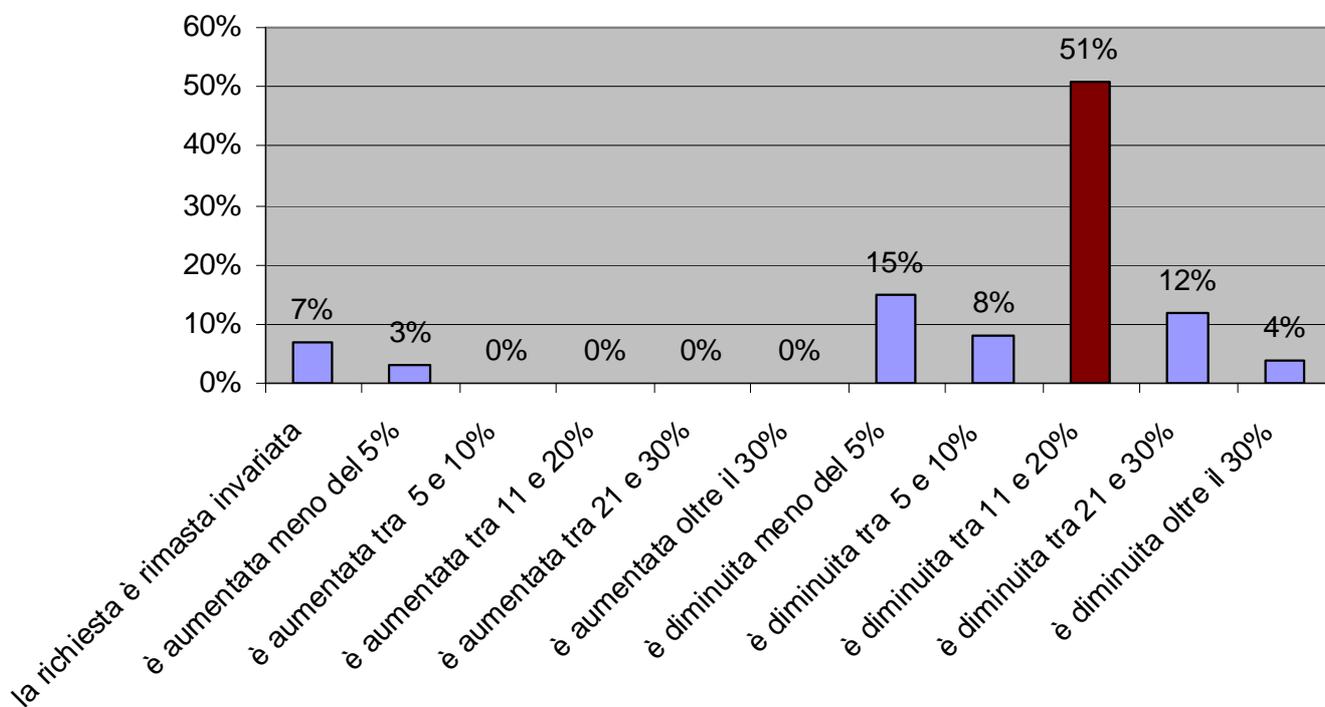
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERAZIONE NAZIONALE DETTAGLIANTI
ORAFI GIOIELLIERI ARGENTIERI OROLOGIAI

ARGENTERIA

la richiesta è rimasta invariata	7%
è aumentata meno del 5%	3%
è aumentata tra 5 e 10%	0%
è aumentata tra 11 e 20%	0%
è aumentata tra 21 e 30%	0%
è aumentata oltre il 30%	0%
è diminuita meno del 5%	15%
è diminuita tra 5 e 10%	8%
è diminuita tra 11 e 20%	51%
è diminuita tra 21 e 30%	12%
è diminuita oltre il 30%	4%
	100%

ARGENTERIA





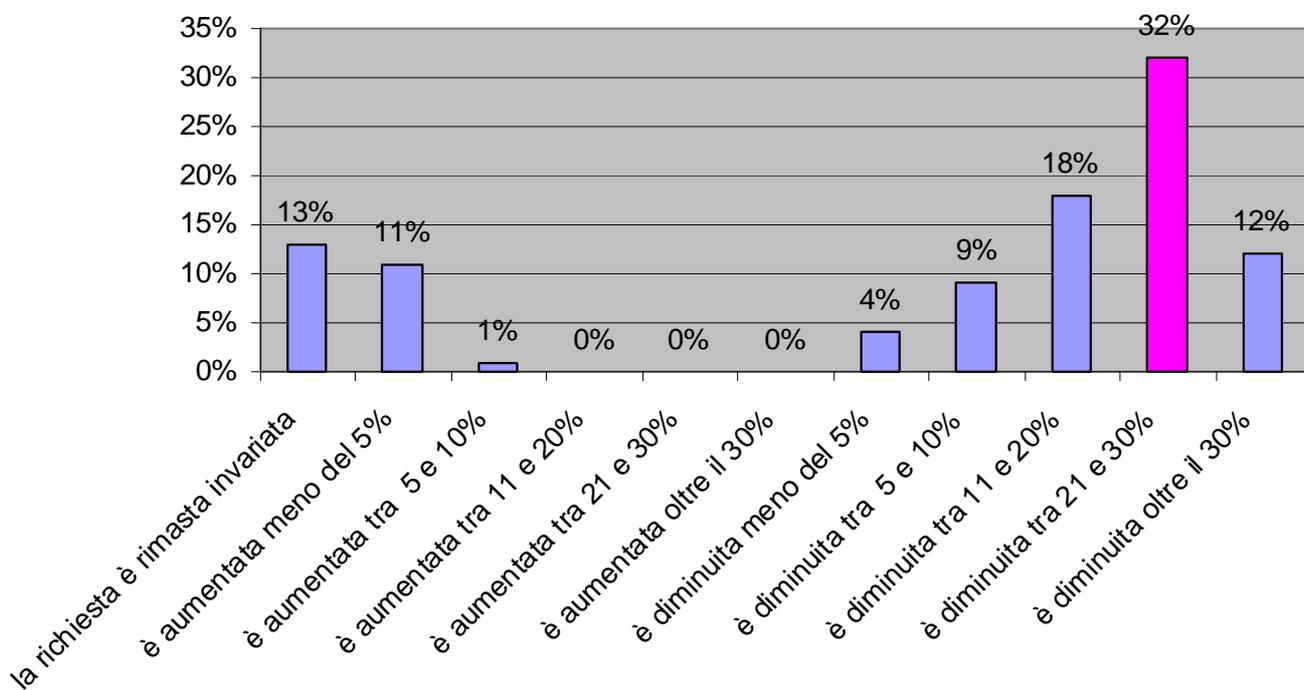
CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERAZIONE NAZIONALE DETTAGLIANTI
ORAFI GIOIELLIERI ARGENTIERI OROLOGIAI

OGGETTISTICA IN ACCIAIO

la richiesta è rimasta invariata	13%
è aumentata meno del 5%	11%
è aumentata tra 5 e 10%	1%
è aumentata tra 11 e 20%	0%
è aumentata tra 21 e 30%	0%
è aumentata oltre il 30%	0%
è diminuita meno del 5%	4%
è diminuita tra 5 e 10%	9%
è diminuita tra 11 e 20%	18%
è diminuita tra 21 e 30%	32%
è diminuita oltre il 30%	12%
	100%

OGGETTISTICA IN ACCIAIO





CONFCOMMERCIO

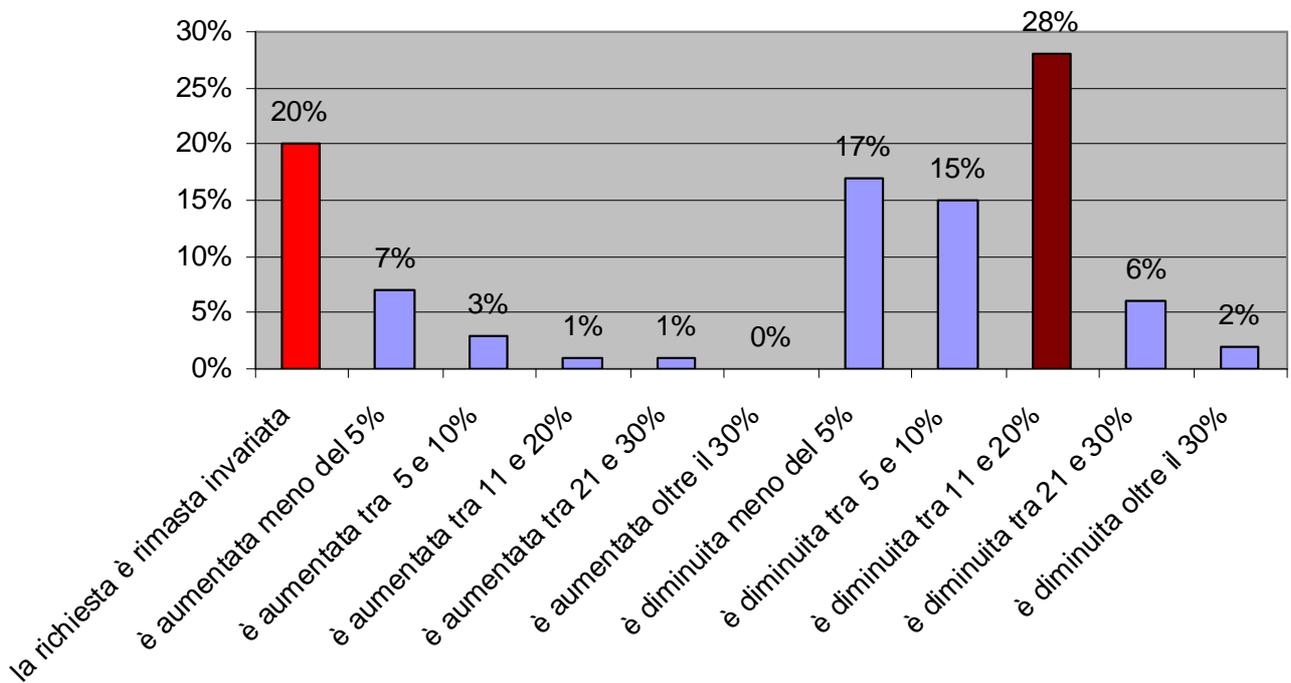
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERAZIONE NAZIONALE DETTAGLIANTI
ORAFI GIOIELLIERI ARGENTIERI OROLOGIAI

OROLOGERIA

la richiesta è rimasta invariata	20%
è aumentata meno del 5%	7%
è aumentata tra 5 e 10%	3%
è aumentata tra 11 e 20%	1%
è aumentata tra 21 e 30%	1%
è aumentata oltre il 30%	0%
è diminuita meno del 5%	17%
è diminuita tra 5 e 10%	15%
è diminuita tra 11 e 20%	28%
è diminuita tra 21 e 30%	6%
è diminuita oltre il 30%	2%
	100%

OROLOGERIA





CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERAZIONE NAZIONALE DETTAGLIANTI
ORAFI GIOIELLIERI ARGENTIERI OROLOGIAI

PERCENTUALE DI VENDITA RISPETTO AL PERIODO NATALIZIO 2008

è rimasta invariata	47%
è aumentata meno del 5%	9%
è aumentata tra 5 e 10%	5%
è aumentata tra 11 e 20%	0%
è aumentata tra 21 e 30%	0%
è aumentata oltre il 30%	0%
è diminuita meno del 5%	32%
è diminuita tra 5 e 10%	4%
è diminuita tra 11 e 20%	3%
è diminuita tra 21 e 30%	0%
è diminuita oltre il 30%	0%
	100%

% DI VENDITA RISPETTO AL MEDESIMO PERIODO 2008

