

L'analisi della rinascita: «Si rafforza la tendenza a rivolgersi al punto di distribuzione fisico rispetto a quello dei siti web»

Federpreziosi e Confcommercio: «Ripresa vendite soddisfacente»

Igioielli tornano a brillare sugli abiti eleganti. La ripresa delle cerimonie e degli eventi di festa personale e di famiglia, oltre che dei matrimoni, è la molla che ha spinto soprattutto le donne a tornare dalla gioielleria di fiducia. Secondo Federpreziosi-Confcommercio è in atto una ripresa “più che soddisfacente”. «Aspettative e previsioni appaiono del tutto rispettati sulla scia delle indicazioni di primi positivi segnali di ripresa che già facevano presagire un aumento del 15-20% rispetto alla primavera-estate dello scorso anno. Una conferma, dunque, che il comparto della gioielleria e oreficeria al dettaglio sta facendo registrare finalmente una rilevante crescita consentendo non solo il recupero delle pesanti perdite subite negli anni della pandemia 2020, ma anche una crescita rispetto alla pre-pandemia (2019)», commentano da Federpreziosi Confcommercio. Le oltre 14.600 gioiellerie e negozi di preziosi che operano in Italia (circa 250 in Basilicata) - evidenzia Federpreziosi - danno lavoro a quasi

37.000 addetti, rappresentano il 4,2% dei ricavi della distribuzione al dettaglio ed il 3,7% del valore aggiunto. In sette anni tuttavia, dal 2012 ad oggi, il comparto ha perso quasi 1.000 imprese e oltre 3.000 addetti. A livello nazionale le aziende del settore orafa superano le 7.100 unità (-1,2% sul 2020), mentre gli occupati risultano circa 30.600, in recupero sul 2020 (+0,6%), ma ancora in lieve calo rispetto al 2019. Nel 2020 l'industria del gioiello italiana ha registrato un fatturato di 5,69 miliardi di euro, con export all'88,2% per un totale di 5 miliardi e un saldo commerciale di 3,8 miliardi.

«All'indomani di un periodo di estrema difficoltà causata dall'emergenza Covid-19 e nel pieno di un periodo ancora più tragico per il conflitto bellico in corso - commenta Federpreziosi-Confcommercio Potenza - è difficile ipotizzare con chiarezza come continuare le nostre attività. L'emergenza ha assunto un carattere di continuità: nulla appare certo e programmabile, tutto è in uno

stato di accelerato cambiamento che obbliga governi, aziende, consumatori, a modificare da un giorno all'altro le soluzioni identificate, le strategie definite, i comportamenti. Si rafforza la tendenza a rivolgersi al punto di vendita fisico rispetto a quello dei siti web. Il negozio di fiducia continua a tenere le posizioni non solo per la gioielleria ma anche per oreficeria e orologeria. È soprattutto il rapporto di fiducia costruito con i clienti negli anni. Va detto che moltissime aziende hanno fatto tesoro dell'esperienza delle mutate tendenze del mercato e delle modalità di acquisto e hanno saputo attivare nuove soluzioni di comunicazione e di vendita integrandole con quelle tradizionali comprendendo che la convivenza di diversi sistemi non solo è possibile ma produttiva e in grado di generare nuovo business. Anche la nostra categoria - aggiunge Federpreziosi - contribuisce a sostenere la campagna “Il negozio di vicinato è la tua famiglia, tienilo in vita” promossa da Confcommercio su tutto il territorio regionale».





