

Nota stampa

IEG - VICENZAORO January 2019
PREZIOSI, BIJOUX E OROLOGI: ECCO I DATI DEL SETTORE

In anteprima per VICENZAORO JANUARY 2019, Italian Exhibition Group, Federorafi Confindustria Moda e Federpreziosi Confcommercio analizzano i dati del settore

Consumi mondiali in crescita del 3% nel terzo trimestre con Cina, USA, Emirati e Germania tra i paesi più positivi; in avanzo per 3,17 mld di euro il saldo commerciale del settore orafa gioielliero italiano nel periodo Gennaio - Settembre; esportazioni in crescita in USA, Canada e Giappone

Positivo il sentiment degli espositori di VICENZAORO focalizzati sui prodotti di qualità

Vicenza 16 gennaio 2019 – Aprirà venerdì 18 gennaio alla Fiera di Vicenza VICENZAORO January 2019, il primo e atteso appuntamento mondiale del settore orafa - gioielliero, organizzato da IEG - Italian Exhibition Group. Per l'occasione, i grandi Osservatori fanno il punto sullo stato del settore in Italia e nel mondo.

Risulta stabile il consumo orafa - gioielliero nel nostro paese. Testimonianza ne sono le vendite del Natale 2018. Secondo le stime, il 12,7% degli italiani ha acquistato preziosi, bijoux o orologi: una percentuale in linea con quella del 2017 (12,3%).

Il dato - dell'Osservatorio Federpreziosi Confcommercio - è certamente positivo all'interno del contesto di mercato per i consumi in generale, soprattutto se considerato unitamente al fatto che gli italiani per il 75,6% hanno dichiarato di voler mantenere il budget di spesa per i preziosi e il 17,2% ha dichiarato di averlo aumentato.

Anche la composizione della distribuzione sui canali di acquisto resta stabile, con una leggera crescita delle gioiellerie tradizionali rispetto ai centri commerciali a fronte del costante incremento degli acquisti on line - sia su mall come Amazon che sulle e-boutique dei brand.

Per quanto riguarda le esportazioni, in generale quello orafa-gioielliero si conferma un settore strategico per l'industria manifatturiera del Made in Italy con un saldo commerciale in avanzo per 3,17 miliardi di euro nei primi 3 trimestri del 2018.

I dati elaborati da **Confindustria Moda - Federorafi**, infatti, attestano che nei primi tre trimestri dell'anno appena concluso il valore complessivo dell'export supera i 4,7 miliardi di euro mentre quello dell'import oltrepassa il miliardo e mezzo (metalli preziosi e gemme esclusi).

Dopo un 2017 di crescita a doppia cifra e un avvio molto positivo del 2018 e nonostante il lieve rallentamento del nostro export nell'autunno scorso tra gli espositori di VICENZAORO, focalizzati sui segmenti di qualità di oreficeria e gioielleria, si respira un'aria di ottimismo sulla chiusura del 2018.

In particolare è positivo il segno in alcuni mercati come UK, Sudafrica, Canada, Giappone e Russia aprendo anche opportunità a ulteriori crescite. La Svizzera (hub di riesportazione) rimane il primo importatore del Made in Italy seppure con una leggera decrescita (-1,4%) mentre, a causa del lento “assorbimento” dell’introduzione di VAT e dazi doganali che hanno creato un temporaneo rallentamento delle importazioni, risultano ancora in calo gli Emirati Arabi. Pesano sull’area inoltre le dinamiche geo-politiche che impattano direttamente - sia in positivo sia in negativo - sui flussi commerciali.

Di segno positivo, invece, la Gran Bretagna dove l’acquisto di prodotto italiano sale del 18,2%. Riprende nel 3 trimestre la crescita degli ordini di prodotto Made in Italy in USA con un incremento pari a + 12,3% sullo stesso periodo dell’anno precedente.

Se si considerano i consumi mondiali di gioielleria, i primi nove mesi dell’anno segnano una situazione di sostanziale stabilità (-1%) rispetto al 2017 come registra **l’Osservatorio di VICENZAORO di IEG**, che segnala però un ultimo trimestre in crescita del 3%.

Su questo dato pesa infatti la sostanziale crescita dei consumi cinesi (+18%) dove è atteso un progressivo incremento delle vendite di prodotto Made in Italy per effetto delle politiche di apertura del mercato verso l’import con l’importante riduzione dei dazi da Luglio 2018. E anche dagli Emirati arriva un segnale positivo per i consumi con un +9% sull’anno precedente.

Nel terzo quadrimestre soffrono invece India, e Turchia, dove pesano dinamiche di paese che impattano il potere di spesa dei consumatori.

La Russia, infine, registra una sostanziale stabilità ed è di particolare buon auspicio per VICENZAORO che storicamente accoglie molti visitatori provenienti da quel paese.

ITALIAN EXHIBITION GROUP SPA: FOCUS ON

Italian Exhibition Group (IEG) è leader in Italia nell’organizzazione di eventi fieristici e tra i principali operatori del settore fieristico e dei congressi a livello europeo, con le strutture di Rimini e Vicenza. Il Gruppo IEG si distingue nell’organizzazione di eventi in cinque categorie: Food & Beverage; Jewellery & Fashion; Tourism, Hospitality and Lifestyle; Wellness and Leisure; Green & Technology. Negli ultimi anni, IEG ha avviato un importante percorso di espansione all’estero, anche attraverso la conclusione di joint ventures con operatori locali (ad esempio negli Stati Uniti, Emirati Arabi e in Cina). IEG ha chiuso il bilancio 2017 con ricavi totali consolidati di 130,7 mln di euro, un EBITDA di 23,2 mln e un utile netto consolidato di 9,2 mln. Nel 2017, IEG, nel complesso delle sedi espositive e congressuali di Rimini e Vicenza, ha totalizzato 50 fiere organizzate o ospitate e 206 eventi congressuali. www.iegexpo.it

UFFICIO STAMPA ITALIAN EXHIBITION GROUP:

Patrizia Rovaris, Press Office Manager Jewellery & Fashion Division
patrizia.rovaris@iegexpo.it

UFFICIO STAMPA VICENZAORO: Barabino & Partners

Ilaria Schelotto
T: 010.272.5048
i.schelotto@barabino.it
Mobile: 335.69.81.186

Barbara Demicheli
T: 010.272.5048
b.demicheli@barabino.it
Mobile: 347.41.62.986

Manuela Signorelli
T: 010.272.5048
m.signorelli@barabino.it
Mobile: 349.12.53.833