



112

**Nel 2003 si è attenuata la riduzione delle importazioni di oggetti preziosi.**

Gli effetti della rivalutazione dell'euro e della debole congiuntura interna si sono riflessi anche sulle importazioni di prodotti preziosi. Al riguardo va ricordato come queste siano costituite – per quote non trascurabili – da lavorazioni in outsourcing ordinate da aziende orafe italiane a imprese straniere esterne all'area dell'euro. Per l'importatore italiano, al risparmio sul costo del lavoro si è unito il vantaggio indotto dalla rivalutazione della moneta unica. Tuttavia, anche per effetto del calo della domanda interna – e in corrispondenza con l'inversione di tendenza di crescita dell'export – anche le importazioni di gioielli hanno registrato flessioni. Così, nel 2003 si è avuto un arretramento dell'ordine del –3,5% rispetto a un anno prima: una variazione peraltro assai meno consistente di quella fatta segnare dall'export.

La flessione complessiva è la risultante di andamenti opposti registrati da paese a paese. In forte crescita sono gli approvvigionamenti da Israele, Turchia, Hong Kong e Giappone. In diminuzione gli acquisti in Belgio, Stati Uniti e Francia.

A causa di tali andamenti si è modificata, anche se non significativamente, la struttura degli acquisti per paesi di provenienza. In testa alla graduatoria dei fornitori di oreficeria si trovano i paesi con produzioni particolari, come quelle realizzate in Belgio (con il 23,3% del totale); Svizzera (20%); Israele (6,7%). Seguono Thailandia con il 5,9%; Stati Uniti, Cina, Turchia e India con il 5% circa ciascuno.

Peraltro, in termini relativi il valore dei manufatti preziosi importati ha continuato a crescere. Nel 2003 superava del 20% il valore dell'esportato: il doppio di quello rilevato nel 1993.



114

**Il calo dell'export.**

Dopo il boom del 2000, le vendite all'estero di oreficeria e gioielleria hanno iniziato un prolungato ripiegamento. Prima graduale poi intenso. A fine 2003 l'export italiano accusava un calo di un terzo rispetto alla punta più elevata raggiunta nel 2000, riportandosi sui livelli del 1996, quando già aveva segnato una seppur breve battuta d'arresto a seguito di una politica di cambio austera al fine di rendere possibile l'ingresso dell'Italia nell'Unione Monetaria Europea.

Dopo le flessioni del -5,6% e del -6,7% registrate rispettivamente nel 2001 e nel 2002, le esportazioni di oreficeria hanno perduto altro terreno. Nonostante un recupero all'inizio d'autunno, il 2003 ha chiuso all'insegna di risultati ancora più deludenti: -23,4% rispetto a un anno prima, a riflesso di un'involuzione dei consumi privati, generalizzata in tutti i principali acquirenti esteri di oreficeria e gioielleria italiana. Anche se il contesto negativo degli investimenti finanziari avesse indotto talune famiglie e alcuni fondi istituzionali a ricercare nell'acquisto di oro e anche di oreficeria il bene rifugio (dopo l'abbandono dell'ultimo decennio).

Nel corso del 2003, nonostante i generalizzati recuperi dell'economia di importanti paesi clienti, la congiuntura è rimasta depressa ovunque, a causa anche del diffuso clima di insicurezza che ha contraddistinto i consumatori di tutte le principali economie avanzate, con evidenti effetti sui volumi di spesa delle famiglie. In tal senso hanno influito, sia fattori nazionali che fattori internazionali. In generale, hanno frenato la propensione agli acquisti dei consumatori le incerte prospettive economiche, la paura di nuovi attentati



terroristici, nonché un'evoluzione del mercato del lavoro apparsa stagnante in gran parte dei sistemi industrializzati. Politiche nazionali di bilancio restrittive - soprattutto in termini di welfare - e tassi di inflazione più elevati che altrove hanno contribuito, da parte loro, a rendere più depressa la congiuntura di singoli Paesi. I più penalizzati dal negativo clima di fiducia delle famiglie sono stati gli acquisti di beni durevoli e di quelli voluttuari.

In tale contesto, gli scambi commerciali si sono ridotti o sono rimasti su livelli contenuti nell'ambito delle economie industrializzate; hanno continuato a mostrarsi vivaci nell'ambito dei paesi asiatici, unica area del mondo dove il PIL - una volta superati gli effetti negativi della Sars - ha toccato punte ragguardevoli (in Cina, +9,5%; nell'intera area asiatica, +6%). L'indebolimento del dollaro rispetto all'euro, unitamente a quello delle monete agganciate a questa divisa, è valso a rendere dinamiche le esportazioni di questi paesi al di fuori della loro area di riferimento ed a spiazzare così - in termini di competitività di prezzo - le vendite dei prodotti della Comunità.

Di qui l'ininterrotta caduta dell'export di prodotti orafi nazionali.

Il recupero della produzione e della domanda interna degli Stati Uniti – trascinato da sgravi fiscali e da una politica monetaria palesemente espansiva - non è stato in grado stimolare le economie europee, rimaste contraddistinte da una perdurante stagnazione della produzione.

**I dati particolareggiati per singole aree geo economiche di destinazione continuano a mostrare un'ampia diffusione di flessioni delle vendite.**



In termini di consuntivi, nel 2003 le esportazioni di preziosi italiani verso gli Stati Uniti risultano, quindi, ridotte di ben il 34,9% (1). Tale flessione ha ridotto anche l'incidenza sul totale dell'export orafa italiano, scesa al 29% (dal 34,1% del 2003). Sino al primo semestre del 2003 il forte calo (-40%) delle esportazioni agli Usa era stata attribuita al rallentamento dell'economia e dei consumi americani. Ma, già allora, la consistenza delle vendite italiane lasciava intuire la scarsa sostenibilità del rapporto causa/effetto ricordato sopra. E l'intuizione si è via via mutata in certezza quando, alla graduale ripresa dell'economia statunitense, l'export italiano (non solo orafa) ha continuato a d arretrare.

Meno negativi anche i consuntivi dell'export diretto in Canada e in Messico (-8,6% e -11,6 % rispettivamente).

Il prolungato e diffuso deterioramento del contesto economico internazionale non poteva non condizionare le destinazioni di gioielleria per grandi aree geo economiche. Il quadro dell'intero 2003 presenta un ampio ventaglio di riduzioni (rispetto a un anno prima).

Anche se il gioiello italiano è un prodotto mondiale - testimoniato da un consenso diffuso presso acquirenti di 150 paesi nei cinque continenti - la sua pur vasta ventilazione delle vendite all'estero evidenzia come quasi un terzo del totale delle esportazioni sia accentrato nell' area del Nafta (Stati Uniti, Canada e Messico).

Un altro quarto delle vendite di oreficeria è attratto dall'Unione Europea. Ove si consideri poi la significativa partecipazione (il 14,2%) degli "altri paesi" se ne deduce come l'ampia ventilazione delle vendite di oreficeria sia una testimonianza efficace della dinamicità degli esportatori italiani anche in periodi difficili.



Peraltro, le vendite di prodotti italiani in Eurolandia non sono da considerare esportazioni, ma da equiparare alle vendite nel mercato interno perché sono soggette a normative comuni, regolate da una moneta unica, senza controlli doganali.

Il ricordato calo delle esportazioni di oreficeria nel 2003 è la risultante di andamenti pressoché univoci sui principali mercati di sbocco.

In particolare, i cedimenti più consistenti si sono avuti – com'era plausibile attendersi – da parte dei paesi dell'area del dollaro a seguito della sua rilevante svalutazione.

Ai già citati casi di Stati Uniti, Messico e Canada si sono aggiunti quelli di Australia (-9,3%) e dei paesi di smistamento (2): Antille Olandesi -61,2%; Panama -42,1%; Libano -38,4%; Isole Vergini Britanniche -36,3%; Singapore -30,5%; Hong Kong -29,8%(3); Emirati Arabi -22,6%; Kuwait -7,8%. Quasi sospesi, al momento, gli invii a Isole Vergini Americane e Aruba. In realtà, le destinazioni di oreficeria alle piazze di smistamento (un quarto del totale), alterano in varia misura l'analisi delle esportazioni "reali" ai vari paesi. Infatti non è dato sapere quali saranno le destinazioni finali dei prodotti italiani "inviati" ai paesi (definiti appunto) di smistamento.

Cali generalizzati anche per le esportazioni ai paesi dell'euro (-25% nel complesso): Portogallo -49,1%; Paesi Bassi -47,7%; Germania -31,7%; Grecia -28,8%; Belgio -22,4%; Austria -22,3%; Spagna -20,6%; Francia -15,5%; Finlandia -4,4%.

Andamenti alterni per le vendite di oreficeria ai paesi europei non aderenti all'Unione o all'euro (dov'è inviato un quinto del totale delle esportazioni). Alle



flessioni per Svezia (-22.1%); Regno Unito (-20,9%); Polonia (-20,3%); Repubblica Ceca (-16%); si contrappongono aumenti per Ungheria (+25,6%), Norvegia (+21,9%), Malta (+3%). Quasi stazionarietà per la Turchia.

E' continuata l'ascesa (+10,3%) delle vendite dirette in Svizzera, sia pure con una rettifica negli ultimi mesi. La Svizzera è una piazza commerciale che opera prevalentemente in veste di paese di smistamento. Nel 2003, questo mercato ha più che recuperato le perdite dell'anno prima, riportandosi al secondo posto nella graduatoria dei principali acquirenti di oreficeria italiana.

La prolungata crisi finanziaria nei paesi dell'area Mercosur ha tagliato le possibilità di acquisti di oreficeria italiana. Si sono quasi azzerate le vendite all'Argentina, al Venezuela e al Perù. Non meno negativo l'andamento delle vendite in Brasile, Paraguay e Uruguay: il loro livello si è ridotto a un quarto in due anni.

Andamenti divergenti si sono riscontrati per gli acquisti di oreficeria italiana da parte di altri importanti paesi clienti. Crescita per le vendite in Russia +11,6% (anche se con rettifiche negli ultimi mesi del 2003) e in altri acquirenti minori, come la Repubblica Dominicana e Barhein. Flessioni, invece, per Libia -31,1%; Corea -29,4%; Israele -20,8%.

In aumento le vendite alla Thailandia (+14,4%) e alla Cina (+20,7%) (4). Mentre in diminuzione sono risultate quelle avviate in Giappone (-10,5%). Relativa stazionarietà per il Sud Africa.

Da segnalare, in chiusura, alcune "new entry" nella graduatoria dei paesi acquirenti. Nel 2003 si sono segnalate la Giordania (che si è portata tra i primi venti paesi acquirenti di oreficeria), l'Ucraina, l'Algeria, la Nigeria e la Tunisia.



## Note

(1) Da qualche tempo i dati statistici di fonte Department of Commerce riguardanti le vendite di gioielleria italiana negli Stati Uniti divergono da quelli Istat.

Le ragioni che spiegano la diversità delle informazioni statistiche sono numerose. Si indicano di seguito le principali, senza la pretesa di dare un ordine gerarchico:

- il forte calo del valore del dollaro (moneta di riferimento dei dati USA) rispetto all'euro (moneta di riferimento ISTAT); questa anomalia è stata presentata nel rapporto sulle esportazioni italiane di oreficeria del 23 maggio 2003.
  - I contrapposti criteri di rilevazione delle due correnti di scambio CIF e FOB.
  - Le diverse classificazioni delle tariffe doganali vigenti negli Stati Uniti e in Europa.
  - I lag temporali tra le spedizioni (dall'Italia) e gli arrivi (negli USA).
  - I mutamenti dei rapporti in termini di controlli doganali e tributari tra l'Amministrazione degli Stati Uniti e alcuni "paesi di smistamento".
  - Altri tipi di triangolazioni richieste dall'importatore USA per evadere i dazi doganali (che sono diversi da paese a paese di provenienza: per i gioielli italiani sono consistenti) e per utilizzare risorse finanziarie non dichiarate.
  - I casi di sovra o sotto fatturazione.
  - L'abitudine a spedire negli Stati Uniti il gioiello in due parti separate. Da una parte la struttura in metallo prezioso e, dall'altra, i diamanti o le perle o altre pietre preziose, che pure faranno parte del gioiello, ma che non sono soggette a dazi doganali fino a quando sono commercializzate singolarmente o sfuse.

(2) L'analisi delle variazioni del commercio estero di oreficeria con i paesi extra europei richiede ampie cautele a causa di vari elementi perturbatori impliciti nei confronti statistici. Alcune differenze specifiche riguardano i paesi che comunemente sono definiti di smistamento. Sono paesi regolarmente elencati nella nomenclatura geo politica dell'UE e quindi dell'Italia. In realtà, spesso si tratta di mercati off shore i cui commerci sono controllati da potenti buyer e trading company. Sono mercati spesso virtuali. Formalmente le dichiarazioni doganali (e quindi statistiche) degli esportatori indicano spedizioni di quantità (con i rispettivi valori monetari) di oreficeria a questi paesi. Dopodiché si perdono le tracce di quelle spedizioni; né si conoscono le reali destinazioni finali. Nei paesi di smistamento i dazi doganali sono bassi ed esistono agenzie specializzate per il collocamento arbitrario - quando richiesto - su mercati con dogane controllate, sia sotto il profilo dei dazi, che della regolarità dei marchi. Per esempio, a Hong Kong (Il Sole 24 ore del 17.9.2003) è possibile acquistare per 1.500 dollari un "set completo di documenti" per il collocamento illegale su vari mercati di prodotti (anche contraffatti) con codici di identificazione falsificati. Si tratta di procedure note alle imprese italiane (non solo orafe) sia nei flussi commerciali in entrata che in uscita.

(3) Dopo la riacquisizione dei territori di Hong Kong da parte della Cina, le dogane delle due entità territoriali sono rimaste formalmente autonome. Ma da un punto di vista economico è naturale il controllo della Cina. Talchè l'analisi delle esportazioni nelle due entità dovrebbe raggruppare i dati di Cina e di Hong Kong per evitare di confondere andamenti economico congiunturali con momentanei spostamenti dell'interscambio da una dogana all'altra per usufruire di benefici derivanti dalle diversità di dazi nelle due dogane.

(4) E' noto che l'economia cinese è stata uno dei motori principali della crescita del commercio mondiale del 2003. La prolungata e consistente fase di sviluppo di quell'economia (+8% circa all'anno) potrebbe, tuttavia, iniziare a rallentare per effetto di vari fattori. Tra gli altri, la migliore redistribuzione del reddito tra le masse di popolazione che ancora vivono in situazione di povertà. Anche la corsa esasperata agli investimenti potrebbe creare situazioni di sovracapacità produttiva inutilizzata che, se non gestita con attenzione, potrebbe portare a riduzioni di profitti e a fallimenti di imprese e banche. Inoltre la sottovalutazione della moneta cinese non solo nei confronti dell'euro, ma anche del dollaro, dovrebbe essere corretta e con essa anche la competitività di prezzo dei prodotti cinesi nel mondo.



Tab. 1

**ESPORTAZIONI ITALIANE DI OREFICERIA E ARGENTERIA**

Principali 20 paesi di destinazione

*Intero anno 2003 (Provv.)*

PAESI	MILIONI DI EURO		VAR. %	In % sul totale
	2002	2003		
Stati Uniti	1.715,83	1.116,99	-34,9	29,0
Svizzera	266,56	293,92	10,3	7,6
Regno Unito	330,59	261,37	-20,9	6,8
Emirati Arabi	336,61	260,54	-22,6	6,8
Francia	274,45	231,81	-15,5	6,0
Hong Kong	252,20	176,96	-29,8	4,6
Spagna	170,60	135,40	-20,6	3,5
Germania	183,47	125,39	-31,7	3,3
Giappone	120,77	108,04	-10,5	2,8
Cina	80,36	96,97	20,7	2,5
Messico	95,55	84,42	-11,6	2,2
Panama	103,87	60,18	-42,1	1,6
Turchia	56,87	55,77	-1,9	1,4
Canada	59,38	54,30	-8,6	1,4
Australia	59,19	53,69	-9,3	1,4
Israele	66,67	52,78	-20,8	1,4
Belgio	48,78	37,87	-22,4	1,0
Giordania	6,49	35,70	450,1	0,9
Russia	29,91	33,37	11,6	0,9
Grecia	45,26	32,22	-28,8	0,8
Altri Paesi	728,19	547,10	-24,9	14,2
Totale	5.031,60	3.854,79	-23,4	100,0

Fonte: Banca Dati Ente Fiera di Vicenza; elaborazioni su dati ISTAT.



Tab. 2

**ESPORTAZIONI ITALIANE DI OREFICERIA E  
ARGENTERIA**

Altri paesi di destinazione

*Intero anno 2003 (Prov.)*

PAESI	MILIONI DI EURO		VAR. % 2003/02	In % sul totale
	2002	2003		
Portogallo	62,11	31,61	-49,1	0,8
Sud Africa	29,05	29,16	0,4	0,8
Libia	39,56	27,24	-31,1	0,7
Antille Oland.	69,16	26,83	-61,2	0,7
Paesi Bassi	42,39	22,15	-47,7	0,6
Polonia	27,76	22,13	-20,3	0,6
Singapore	29,67	20,62	-30,5	0,5
Svezia	26,36	20,53	-22,1	0,5
Libano	32,00	19,72	-38,4	0,5
Austria	20,37	15,83	-22,3	0,4
Paraguay	28,63	14,87	-48,1	0,4
Isole Vergini Brit.	23,12	14,72	-36,3	0,4
Malta	13,66	14,07	3,0	0,4
Tunisia	3,55	12,65	256,3	0,3
Rep. Ceca	14,56	12,23	-16,0	0,3
Finlandia	11,39	10,89	-4,4	0,3
Ungheria	9,32	11,71	25,6	0,3
Corea Sud	15,25	10,76	-29,4	0,3
Arabia Saudita	11,82	10,81	-8,5	0,3
Algeria	4,91	10,14	106,5	0,3
Barhein	8,55	9,68	13,2	0,3
Brasile	14,10	9,14	-35,2	0,2
Thailandia	7,71	8,82	14,4	0,2
Nigeria	7,95	8,69	9,3	0,2
Kuwait	8,11	7,48	-7,8	0,2
Norvegia	6,54	7,97	21,9	0,2
Ucraina	4,97	8,54	71,8	0,2

Fonte: Banca Dati Ente Fiera di Vicenza; elaborazioni su dati ISTAT.

Tab. 3

### IMPORTAZIONI ITALIANE DI OREFICERIA E ARGENTERIA

Principali paesi di provenienza

*Intero anno 2003 (Provv.)*

PAESI	MILIONI DI EURO		VAR. % 2003/02	In % sul totale
	2002	2003		
Belgio	225,95	183,32	-18,9	23,3
Svizzera	151,55	157,72	4,1	20,0
Israele	39,67	53,16	34,0	6,7
Thailandia	43,68	46,74	7,0	5,9
Turchia	26,35	38,53	46,2	4,9
Cina	35,70	39,86	11,7	5,1
Stati Uniti	39,62	37,08	-6,4	4,7
India	41,27	36,00	-12,8	4,6
Francia	46,93	36,34	-22,6	4,6
Hong Kong	23,37	28,41	21,6	3,6
Regno Unito	34,22	25,52	-25,4	3,2
Germania	23,23	17,12	-26,3	2,2
Giappone	11,47	14,72	28,3	1,9
Emirati Arabi	11,95	10,52	-12,0	1,3
Spagna	6,22	7,56	21,5	1,0
Paesi Bassi	5,05	7,33	45,1	0,9
Irlanda	9,63	5,79	-39,9	0,7
Croazia	0,18	4,65	2.483,3	0,6
Altri Paesi	40,22	37,41	-7,0	4,7
<b>TOTALE</b>	<b>816,26</b>	<b>787,78</b>	<b>-3,5</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Banca Dati Ente Fiera di Vicenza; elaborazioni su dati ISTAT.