

CONFINDUSTRIA FEDERORAFI

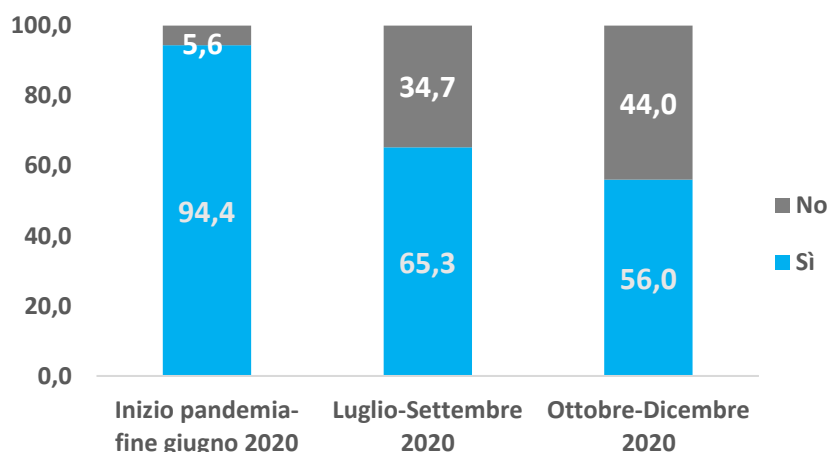
Rilevazione IV trimestre e proiezione fine anno 2020 e inizio 2021

Vengono di seguito presentati i risultati della Quarta Indagine relativa all'impatto del Covid-19 sul settore dell'oreficeria-argenteria-gioielleria elaborata dal Centro Studi di Confindustria Moda per Federorafi.

Nel quarto trimestre 2020 la quota di aziende a campione che ha fatto ricorso agli ammortizzatori sociali passa al 56%, in calo dunque rispetto al 65,3% del terzo trimestre. Nel IV trimestre 2020 il 57% delle aziende in esame ha anticipato il pagamento della CIG ai propri dipendenti.

Figura 1 – O-A-G: ricorso agli ammortizzatori sociali nel 2020

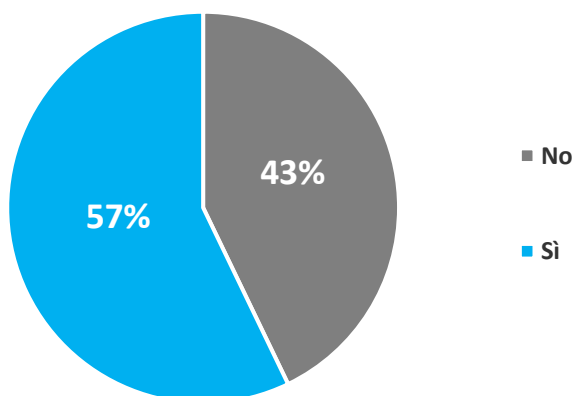
Composizione percentuale su totale rispondenti



Fonte: Confindustria Moda - 4° Indagine Interna impatto Covid-19, febbraio 2021

Figura 2 – Anticipo degli ammortizzatori sociali in busta paga nel IV trimestre

Composizione percentuale sui rispondenti che hanno fatto ricorso agli ammortizzatori

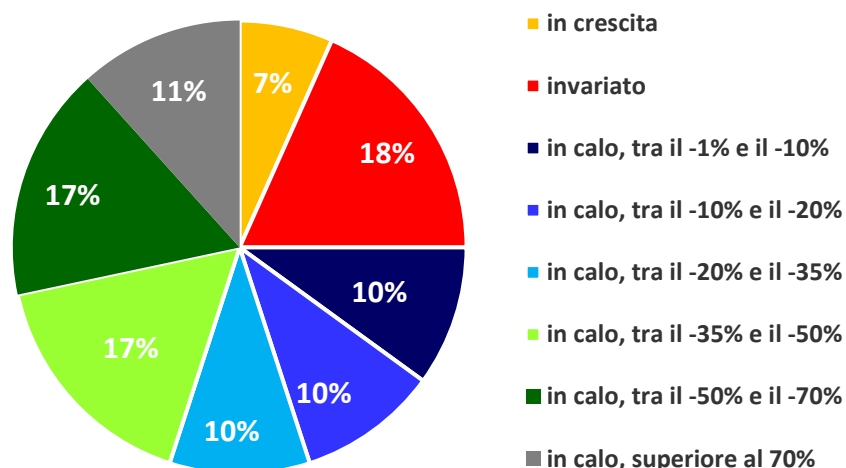


Fonte: Confindustria Moda - 4° Indagine Interna impatto Covid-19, febbraio 2021

Nel trimestre ottobre-dicembre le aziende che hanno sperimentato un aumento del fatturato sono pari al 7% del campione. Per il 18% i ricavi sono risultati «invariati» rispetto al medesimo periodo del 2019. La parte maggioritaria del campione - pari al 75% - è rimasta interessata da dinamiche negative, pur di differente intensità. Il 30% arriva a perdere fino al -35%, il 34% dal 35% fino al 70% (per i dettagli si veda la Figura 3).

Figura 3 – O-A-G: analisi del fatturato nel IV trimestre del 2020 rispetto al corrispondente periodo del 2019

Composizione percentuale su totale rispondenti

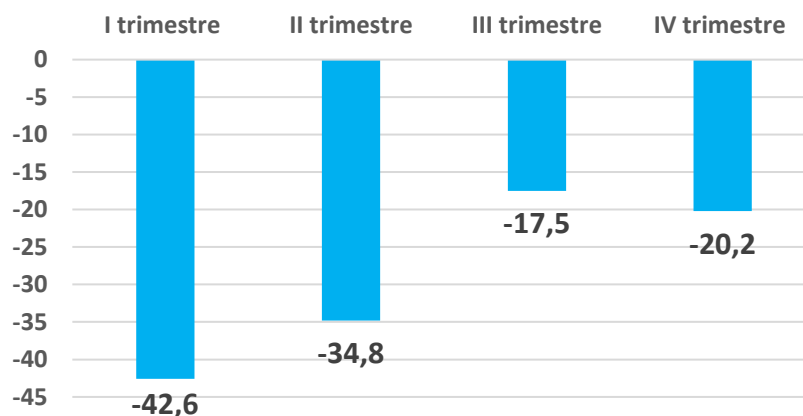


Fonte: Confindustria Moda - 4° Indagine Interna impatto Covid-19, febbraio 2021

Ponderando le singole risposte con la dimensione aziendale, la flessione media del fatturato del quarto trimestre risulta pari al -20,2%. In corso d'anno, dunque, il settore O-A-G presenta una progressiva decelerazione del tasso di caduta dal primo al terzo trimestre, per poi assistere ad un lieve deterioramento del tasso di caduta tendenziale nell'ultimo quarter, complice anche il nuovo *lockdown*.

Figura 4 – O-A-G: andamento trimestrale del fatturato nel 2020 rispetto al corrispondente periodo del 2019

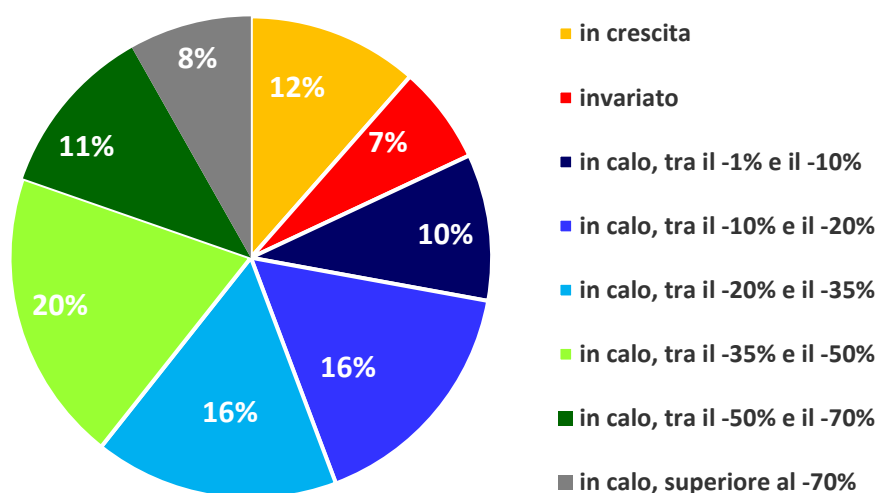
Var. % tendenziale



Fonte: Confindustria Moda - 4° Indagine Interna impatto Covid-19, febbraio 2021

Ancora con riferimento al IV trimestre, il 12% dei rispondenti ha registrato ordini «in crescita» rispetto al quarto trimestre 2019, mentre per il 7% sono rimasti «invariati». Di contro, la maggior parte delle aziende a campione (81%) resta, dunque, interessata da dinamiche negative. Ponderando le singole risposte con il fatturato, la flessione media degli ordinativi dell'O-A-G risulta pari al -17,5%, (variazione, pertanto, migliore rispetto al complesso del «TMA», in calo del -24,5%).

Figura 5 – O-A-G: raccolta ordini nel IV trimestre del 2020 rispetto al corrispondente periodo del 2019
Composizione percentuale su totale rispondenti



Fonte: Confindustria Moda - 4° Indagine Interna impatto Covid-19, febbraio 2021

Rispetto al 2019, il 26% del campione indica un calo di addetti, in base a quanto consentito per legge (es. risoluzioni consensuali, pensionamenti, mancati rinnovi tempo determinato, ecc.). Tale quota risulta sensibilmente minore di quella rilevata per il «TMA» nel complesso (50%). Per il 61% delle aziende orafe a campione, invece, la manodopera è rimasta “invariata” in corso d’anno. Mediamente, le imprese del campione presentano una variazione su base annua del -2,4% (-4,2%, invece, per il «TMA»).

Alla data della rilevazione, secondo il 61% del campione (in aumento, dunque, rispetto al 47% della precedente Indagine), nessun mercato risulta «ripartito» a parere dei rispondenti. Il restante 39% segnala, invece, un certo dinamismo in termini di domanda da parte di alcuni Paesi strategici ovvero USA, Emirati Arabi, Francia e Germania.

Figura 6 – O-A-G: mercati esteri

Fig. 6.1 - Alcuni mercati esteri sono ripartiti?

Composizione percentuale su totale rispondenti

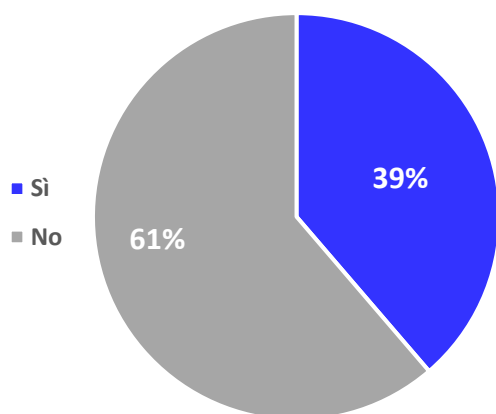
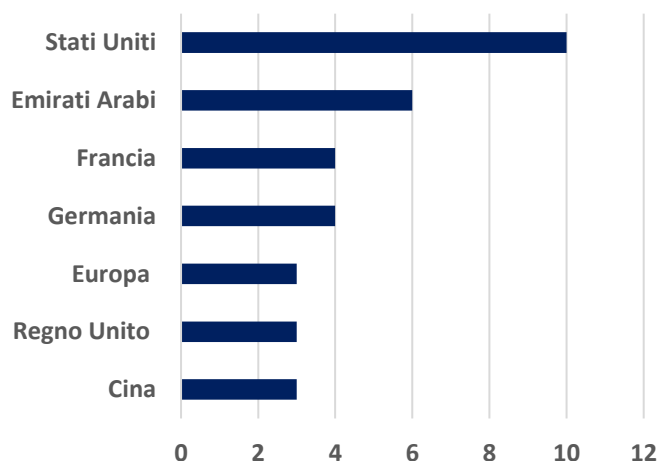


Fig. 6.2 Mercati in ripartenza

Numero totale risposte per ogni item (paesi/aree con maggior numero di segnalazioni) – Possibili più risposte

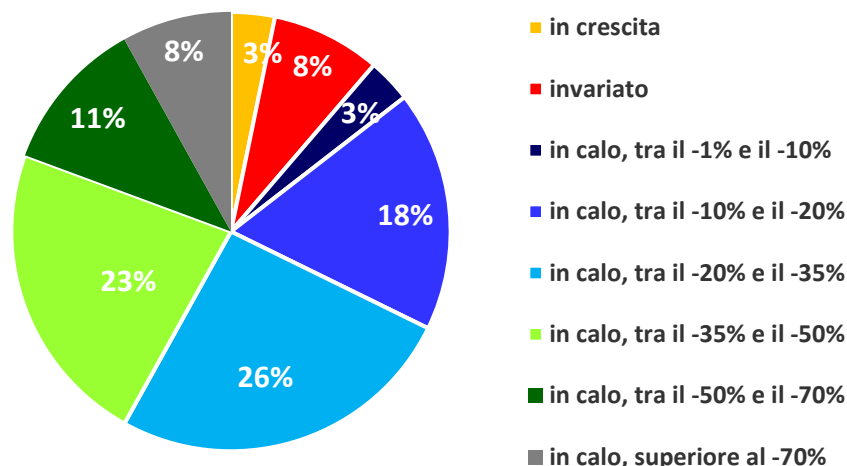


Fonte: Confindustria Moda - 4° Indagine Interna impatto Covid-19, febbraio 2021

Con riferimento al fatturato annuo, a conferma di quanto emerso durante tutto il 2020, solo una minima parte del campione è stata risparmiata dagli effetti della pandemia. Le aziende che hanno sperimentato un aumento sono pari al 3% del campione. Per l'8%, invece, i ricavi sono risultati «invariati» rispetto al medesimo periodo del 2019. Di contro, la parte maggioritaria del campione - pari all'89% - è rimasta interessata da dinamiche negative. Solo il 3% del campione, peraltro, contiene il calo entro il -10%, mentre il 18% cede tra il «-10% e il -20%». Seguono un 26%, che indica perdite «tra il -20% e il -35%» e un 23% «tra il -35% e il -50%». Infine, non mancano aziende (11% del panel) che segnalano arretramenti «tra il -50% e il -70%». Da ultimo, il restante 8% accusa crolli superiori al -70%. La flessione media annua per l'O-A-G è prevista nell'ordine del -28,8%. Tale dinamica risulta lievemente peggiore rispetto al -26,0% previsto per il «TMA» nel suo complesso. Considerando che nel 2019 il fatturato dell'O-A-G aveva raggiunto i 7,8 miliardi di euro, tale variazione si traduce in una perdita di oltre 2 miliardi di euro.

Figura 7 – O-A-G: Analisi del fatturato nei dodici mesi rispetto al 2019

Composizione percentuale su totale rispondenti

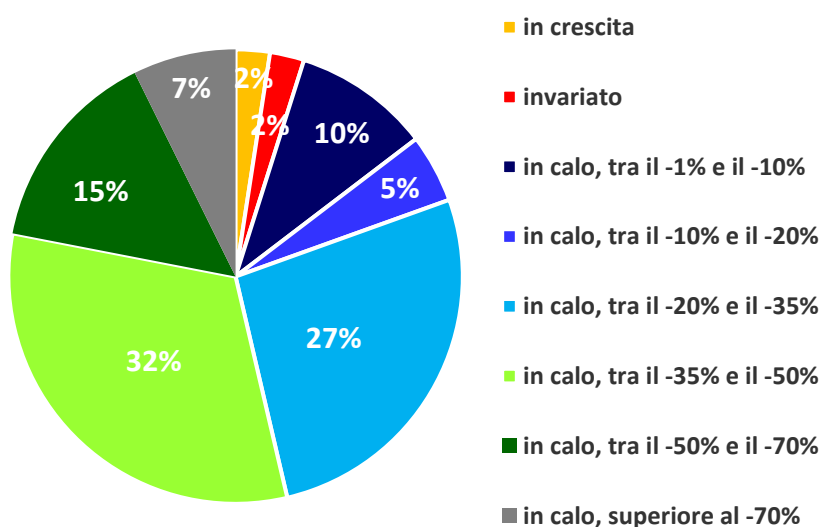


Fonte: Confindustria Moda - 4° Indagine Interna impatto Covid-19, febbraio 2021

Non di meno, la quasi totalità del campione ha accusato una contrazione della produzione fisica. Solo il 4% ha mostrato quantità in aumento o sui livelli dell'anno precedente. Il 96%, di contro ha sperimentato dei decrementi in termini di volumi prodotti. Ponderando le risposte, la flessione media della produzione è stimata nell'ordine del -33,8%.

Figura 8 – O-A-G: Analisi della produzione fisica nei dodici mesi rispetto al 2019

Composizione percentuale su totale rispondenti

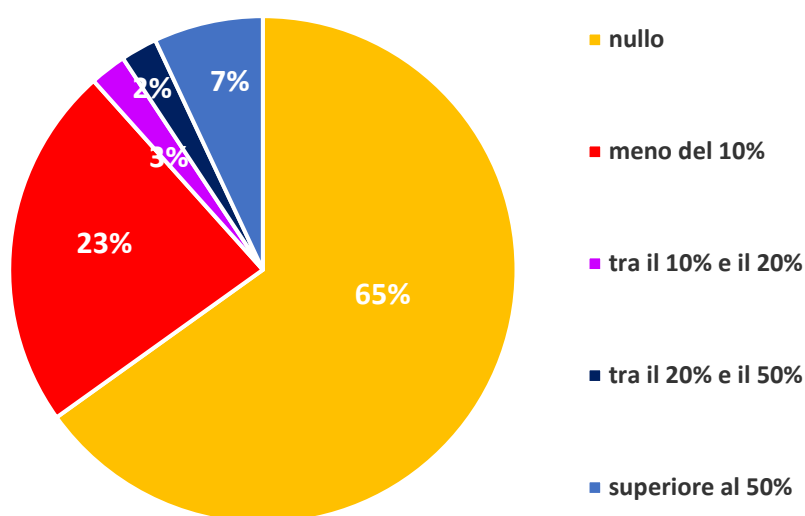


Fonte: Confindustria Moda - 4° Indagine Interna impatto Covid-19, febbraio 2021

Un'ampia maggioranza del campione (69,4%) ha fornito indicazioni circa l'e-commerce come strumento per l'export. Tuttavia, per il 65% dei suddetti rispondenti, il canale digitale non ha alcuna incidenza sulle vendite estere. Per il 23% tale *format* incide per «meno del 10%», solo per il 7% le vendite transate *on-line* superano, invece, il 50% del fatturato estero.

Figura 9 – O-A-G: Quota del canale digitale¹ sul fatturato estero

Composizione percentuale su rispondenti alla domanda

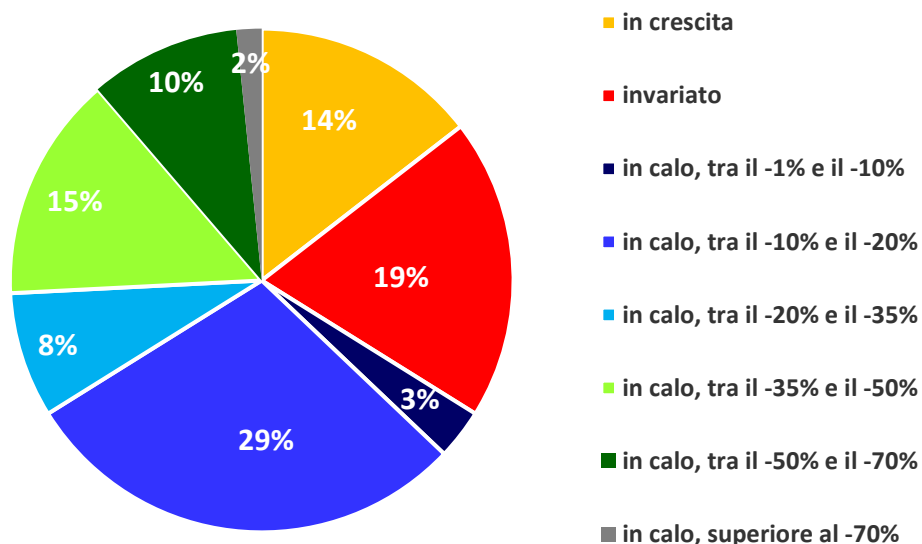


Fonte: Confindustria Moda - 4° Indagine Interna impatto Covid-19, febbraio 2021

Con riferimento al primo trimestre dell'anno in corso, aumenta in maniera consistente l'incidenza di aziende che prevede una crescita delle vendite (14%) o comunque una stabilizzazione (19%) sui livelli del gennaio-marzo 2020. Il restante 67% resta ancora in territorio negativo. Ponderando le singole risposte con i ricavi aziendali, la flessione media del fatturato prevista per il gennaio-marzo 2021 dagli imprenditori intervistati risulta pari al -16,0%.

¹ Vendite su siti propri, marketplace B2B o B2C, portali, extranet, sistemi EDI

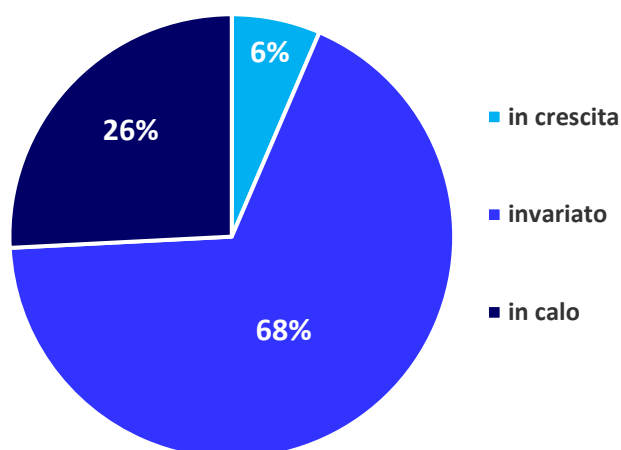
Figura 10– O-A-G: fatturato atteso nel I trimestre 2021 rispetto allo stesso periodo del 2020
Composizione percentuale su totale rispondenti



Fonte: Confindustria Moda - 4° Indagine Interna impatto Covid-19, febbraio 2021
Dati provvisori, soggetti a rettifica

Verificando con le aziende associate il possibile risvolto occupazionale nel corso dei primi sei mesi dell'anno (stante i vincoli legislativi), il 68% dei rispondenti (rispetto al 56% del totale «TMA») prevede che il proprio organico resterà «invariato» rispetto a quello in forza al 31/12/2020. Al contrario, il 26% prospetta un «calo» del numero dei dipendenti, mentre solo il 6% prevede un aumento.

Figura 11 – O-A-G: tendenze occupazione a giugno 2021 rispetto a dicembre 2020
Composizione percentuale su totale rispondenti

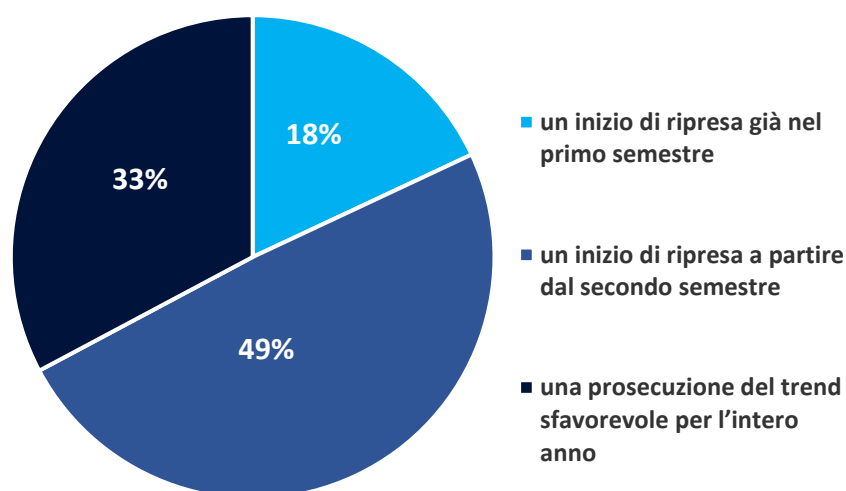


Fonte: Confindustria Moda - 4° Indagine Interna impatto Covid-19, febbraio 2021

Indagando più specificatamente il sentiment delle aziende circa l'evoluzione della congiuntura, solo il 18% vede «un inizio di ripresa già nel primo semestre» dell'anno in corso. Di contro, il 49% prospetta «un inizio di ripresa a partire dal secondo semestre», il 33% - più pessimista - prevede «la prosecuzione del *trend* negativo per l'intero anno».

Figura 12 – O-A-G: *Sentiment* degli operatori: nel 2021 per la sua azienda si prevede...

Composizione percentuale su totale rispondenti



Fonte: Confindustria Moda - 4° Indagine Interna impatto Covid-19, febbraio 2021
