



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

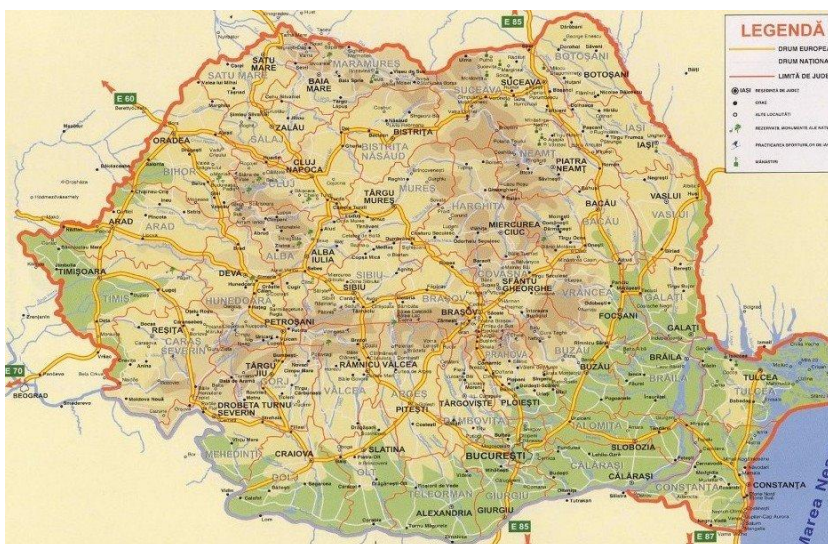
ROMANIA

NOTA SUL MERCATO DELLA GIOIELLERIA

(maggio 2018)

Biroul de la Bucuresti
Str. Clucerului, nr. 35, etaj 5, sector 1 - 011363 Bucuresti
T +40 21 2114240 F +40 21 2100613
bucarest@ice.it
<https://www.ice.it/it/mercati/romania>

NOTA SUL MERCATO DELLA GIOIELLERIA IN ROMANIA



Quadro economico generale

Forma di stato	Repubblica Semipresidenziale	
Popolazione	22.194.000 (1° gennaio 2018)	
Superficie	238.391 km ²	
Densità	89,4 ab/kmq (1 luglio 2012)	
Lingua	Romeno	
Fuso orario	GMT +2	
Moneta	RON (Leu romeno)	
Cambio	1 euro = 4,5681 lei	2017
	1 dollaro = 4,0525 lei	2017
PIL a prezzi correnti	2017	187,5 miliardi di Euro
Tasso annuo di inflazione dicembre 2017	-3,32 %	
Tasso di disoccupazione 2017 (UIL)	4,6 %	
IVA (TVA)	19 % - quota standard 9 % - turismo, pane e prodotti di panetteria 5 % - libri, pubblicazioni e immobili	
Bilancia commerciale	2017	
Export	62,6 miliardi di Euro	
Import	75,6 miliardi di Euro	
Saldo	-12,9 miliardi di Euro	

Premessa

Al 1° gennaio 2018 la Romania aveva una popolazione di 22,19 milioni di persone, con una media di età di 41,3 anni (+ 0,2 rispetto al 1° gennaio 2017). Il 56,4% abita nelle zone urbane.

Secondo i dati riportati dall'Istituto romeno di Statistica, nel mese di marzo 2018 lo stipendio lordo medio mensile per dipendente è stato di 4.488 lei (pari a circa 963 Euro) mentre lo stipendio netto medio mensile di 2.704 lei (pari a circa 580 Euro), in aumento dell'8,7% sul mese precedente.

I valori netti medi degli stipendi più alti sono stati registrati nel settore delle tecnologie informatiche, incluse le attività di servizi informatici (circa 1.435 euro) mentre i più bassi nel settore alberghiero e della ristorazione (circa 330 euro).

Valutazione del mercato dei prodotti di lusso

L'adesione della Romania all'UE ha rafforzato la crescita del mercato della gioielleria. Sono arrivate nuove presenze, molto attese nella nicchia del mercato del lusso in particolare i grandi marchi di produzione. Grazie ai progressi economici registrati in Romania, la richiesta di prodotti di lusso (inclusa la gioielleria) sta aumentando gradualmente.

Secondo gli studi realizzati da Euromonitor International, se negli scorsi anni i prodotti di lusso erano destinati ad una classe privilegiata, negli ultimi anni sono nate fasce come "premium", "super premium", e "affordable luxury", più accessibili al pubblico. Una delle caratteristiche del cliente romeno è che desidera essere parte della Elite che gode degli ultimi prodotti e ciò obbliga gli operatori del mercato ad essere costantemente aggiornati sulle nuove tecnologie. Ci sono clienti che amano i brands e clienti che indossano prodotti di lusso per impressionare gli altri.

D'altra parte si conferma la tendenza di molte persone benestanti che preferiscono acquistare prodotti di lusso (gioielli e orologi) all'estero, convinti che i marchi e i modelli siano più diversificati ed i prezzi più convenienti. Tale idea deriva dal fatto che alcuni "luxury designer brands" offrono collezioni diverse in Paesi diversi e in alcuni casi collezioni limitate non sono disponibili in Romania. La Romania è nota anche per la grande quantità di merce contraffatta disponibile sul mercato, il che aumenta nella percezione dei consumatori il rischio di comprare merce non originale.

Il mercato dei gioielli di lusso ha registrato nel 2017 una crescita del 4% arrivando ad un valore di 368 milioni di lei (circa 80,56 milioni di Euro). Le previsioni per il 2022 sono di 389 milioni di lei (circa 85,16 milioni di Euro). Il più significativo aumento, del 6% è stato registrato da "luxury custom jewellery" sostenuto anche dalla crescita del livello di vita. La domanda è presente in genere fra le persone che lavorano nelle aziende internazionali, le donne che lavorano, adolescenti ed altri impiegati.

Le vendite di gioielleria di lusso

Valori in Milioni di Lei	2016	2017
Luxury Jewellery	355,5	368,2
Luxury Costume Jewellery	42	44,5
Luxury Fine Jewellery	313,5	323,7
- Men's Luxury Fine Jewellery	127,3	132,3
- Women's Luxury Jewellery	186,2	191,4

Una caratteristica del mercato romeno è il valore molto basso delle esportazioni di gioielleria. La produzione romena di gioielli rappresenta al massimo il 5 % dei gioielli venduti ogni anno. Tale situazione è determinata dalla mancanza di scuole di formazione professionale, del quadro legislativo poco stimolante e dalla mancanza di agevolazioni e incentivi per il settore. Solo poche ditte producono e in parte esportano (in genere in collaborazione con partners italiani), mentre sono predominanti le importazioni, principalmente da Turchia (75-80% dei gioielli presenti sul mercato), Italia, Turchia, Hong Kong, Germania, Cina e Thailandia.

Una tendenza nel settore, provocata dalla crisi economica, è l'aumento del numero dei monti dei pegni (case de amanet), alle quali si rivolge la popolazione per ottenere in poco tempo liquidità. In alcuni casi, sono proprio i commercianti di gioielli, i piccoli negozi in particolare, che aprono un'attività di monte dei pegni per adattarsi e restare sul mercato. A maggio 2018 erano ancora in funzione 3.181 operatori.

Secondo le informazioni fornite dal Patronato dei Gioiellieri, in Romania si commercializzano circa 6 tonnellate di gioielli all'anno, valore molto inferiore alle 15 tonnellate commercializzate nel 2007 e alle 9-10 tonnellate del 2009. Secondo uno studio effettuato da Euromonitor, oltre il 70 % delle vendite di gioielli avvengono sul mercato nero.

Secondo il Patronato dei Gioiellieri della Romania, i consumatori romeni hanno una forte preferenza verso l'argento, soprattutto per motivi di costo e tassazione, considerato anche che quasi la metà della popolazione romena proviene da zone rurali in cui il livello di vita è molto basso.

I prodotti italiani esercitano una forte attrattiva sul mercato romeno, sebbene non siano ancora largamente diffusi nei principali centri della Romania perché alla portata di una ristretta fascia di consumatori. Infatti, uno dei fattori frenanti per una più incisiva penetrazione commerciale dei beni italiani è sicuramente la bassa capacità di spesa della maggioranza della popolazione.

Del "Made in Italy" molto apprezzata è la produzione orafa, la cui offerta in Romania dal 1990 ha avuto una vera e propria esplosione, in relazione alle grandi potenzialità del mercato. Nelle vie più importanti della capitale e delle grandi città romene e nei numerosi centri commerciali sorti negli ultimi anni sono presenti vetrine che non hanno nulla da invidiare a quelle occidentali, guarnite di una buona varietà di articoli di gioielleria in oro e argento.

La gioielleria e oreficeria d'arte e di antiquariato è in via di estinzione e commercializzata prevalentemente tramite vendite all'asta; di solito è destinata all'esportazione.

È inoltre opportuno aggiungere che attualmente il consumatore romeno si confronta con le difficoltà causate dalla crisi economico-finanziaria che ha limitato le spese destinate all'acquisto di prodotti non-food. Nel 2016, le spese medie mensili per persona sono state di 953 lei (circa 212 Euro), di cui quelle destinate ai prodotti alimentari e bevande rappresentano in media il 44,1%. Le spese per vari prodotti rappresentano il 4,7 %, per abbigliamento e calzature il 6,5%, per alberghi, bar ristoranti l'1,6% e le spese per cultura e divertimento il 4,2%. Molte aziende hanno chiuso oppure limitato l'attività, soprattutto per la mancanza di liquidità necessaria alla continuità negli affari. La tendenza nel 2017 che conferma l'evoluzione degli ultimi tre anni è di riduzione della percentuale delle aziende in stato di insolvenza. Nel 2014, 20.696 aziende sono state dichiarate in insolvenza, rispetto alle 29.587 aziende del 2013 (- 30 %), nel 2015 sono state 10.269 aziende con un calo del 50,38% rispetto al 2014, mentre nel 2016 sono state solo 8.371 aziende (-18,5%).

Il mercato romeno ha risentito dalla crisi finanziaria anche nel 2015, ma a seguito della generale ripresa, anche il mercato della gioielleria è atteso in rialzo.

Sistema distributivo:

La commercializzazione della gioielleria, argenteria e orologeria viene operata attraverso i seguenti canali:

- Distributori che vendono a piccoli negozi che non possono permettersi di acquistare la merce dal produttore che in genere chiede un quantitativo minimo per ciascun prodotto;
- Importatori / Catene di negozi che hanno la forza economica di acquistare direttamente dai produttori;
- Commercianti che hanno 1-2 negozi oppure punti vendita volanti e acquistano in genere merce in stock;
- Commercio on-line.

Percentuale di distribuzione sul mercato in funzione del canale di vendita

% delle vendite	2016	2017
Retail	99,1 %	99,1 %
Vendite online	0,9 %	0,9%
Totale	100	100

Il mercato dei gioielli e degli orologi di lusso è dominato da cinque grandi operatori: B & B Collection, Teilor, Sabrini, Cellini e Chronolink.

La più ampia rete di negozi appartiene alla società B & B Collection srl, con un totale di oltre 150 negozi e 10 marchi (Kendra, Be in Time, Kultho, Splend'Or, Chopard, Reve, Fossil, Claire's, Swarovski e B & B) nei quali commercializza numerosi brand di orologi e gioielli come Alfieri, Rosato, Versace, Palmiero, Pomellato, Marco Bicego, Giorgio Visconti, Pianegonda, Annamaria Cammilli, Cacharel, Calgaro, Comete, Bertani & CO, Guy Laroche, ecc.

Teilor, la seconda rete di negozi conta 30 punti vendita in tutto il paese e ha registrato negli ultimi tre anni una crescita notevole, moltiplicando quattro volte il giro d'affari (da 4,6 milioni di euro nel 2014 a 16,4 milioni di euro nel 2017).

Un altro operatore importante è Sabrini (Irinik SRL) che nei suoi 23 negozi in tutto il Paese commercializza orologi Guess, Tissot, Calvin Klein, Daniel Wellington, Leo Marcus, Philippe Mattie, Swatch e gioielli Bibigi, Blanco's, Carla M, Deruvio, Fantazzia, Passione Perla, Rosa Bianco, Sabrini e Shinsaki.

Cellini (Chronostyle International) ha oltre 11 negozi in tutto il Paese con proprio brand. I principali marchi commercializzati sono Cartier, Viva La Gioia, Bambini Preziosi, Insieme, Carezze, Leo Pizzo, Maria Granacci, Omega, Hublot, Calvin Klein Jewelry, Casato, Ponte Vecchio etc.

Altri negozi di lusso sono Chronolink (che commercializza orologi Rolex e Tudor) e Micri (Dacica Distributie).

Nella graduatoria degli operatori del settore secondo il giro d'affari nel 2017, ai primi posti ci sono B & B Collection, Teilor, Sabrini, seguiti da due monti dei pegni Venetia e Vogue. La graduatoria continua con Cronostyle, Romero, Sevda e Chronolink.

Oltre agli importatori, sul mercato esistono anche i produttori locali che occupano i posti 10, 11, 13 e 14 nella graduatoria. I principali produttori presenti sul mercato sono Sabion con 12 negozi a proprio marchio, Styl con 11 negozi propri, Coriolan con 4 negozi propri e distributori in 48 località del paese. Altri produttori sono Safir 94, De Georgia e Firesq.

Ultimamente il commercio online per prodotti di lusso ha avuto un certo aumento, ma ancora rimane poco sviluppato rispetto all'Unione Europea. Il comportamento del consumatore è molto sensibile alla riduzione di prezzo provocata da questo mezzo di commercializzazione. Alcuni negozi online vendono prodotti di lusso e offrono al cliente servizi di alta qualità. La maggior parte dei commercianti online invece non dispongono di propri stock e le consegne possono durare fino a 2-3 settimane. Tali problematiche possono scoraggiare il cliente a comprare online, questo preferendo acquistare i prodotti di lusso da negozi fisici eventualmente all'estero. Ma vi sono buone prospettive di crescita con l'aumento della popolazione con redditi medi e medio-alti che cominciamo a scoprire il commercio online e con i commercianti che cominciano a mettere a disposizione dei clienti prodotti di alta qualità ad un buon prezzo. I commercianti che vogliono entrare nel commercio online devono offrire qualcosa di unico. Più saturo diventerà il settore, più aumenteranno le aspettative dei clienti, e oltre a cercare prodotti attrattivi, acquisteranno dai brands che possono offrire la migliore esperienza di acquisto.

Interscambio Italia-Romania

Analizzando l'**interscambio di metalli preziosi e pietre preziose e semipreziose e prodotti di metalli preziosi Italia - Romania**, secondo i dati ISTAT risulta che l'Italia ha esportato verso la Romania nel 2017 un valore di 90,6 milioni di euro, con un calo del 4,15 % rispetto al 2016.

Anche le importazioni italiane dalla Romania hanno registrato un calo del 4,15 % rispetto al 2016, arrivando a 102, 6 milioni di Euro.

Va rilevato che la maggior parte delle importazioni italiane riguardano l'oro grezzo e semilavorato che viene poi trasformato in prodotto finito in Italia. Molto spesso le aziende romene comprano gioielli fornendo in cambio materia prima, pagando solo la manodopera.

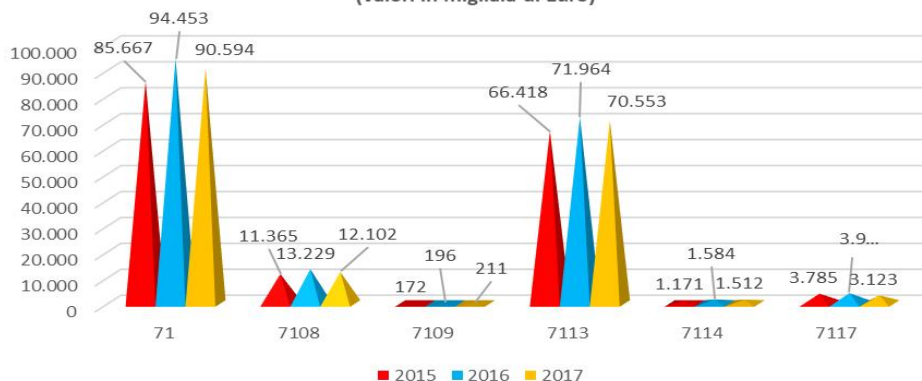
Esportazioni italiane di gioielleria in Romania – La voce principale delle esportazioni italiane è rappresentata dal codice 7113 (minuterie ed oggetti di gioielleria e loro parti, di metalli preziosi o di metalli placcati o ricoperti di metalli preziosi) con un valore di 70.553 migliaia di euro nel 2017. Tale voce ha subito un abbassamento dell'1,96 % rispetto al 2016. Segue il codice 7108 (oro, incluso oro platinato, grezzo o semilavorato o in polvere) con un valore di esportazioni pari a 12.102 migliaia di euro con un calo dell'8,5 % rispetto al 2016.

Esportazioni italiane di gioielleria verso la Romania

Voci	2015	2016	2017	% rispetto al 2016
71	85.667	94.453	90.594	- 4,15 %
7108	11.365	13.229	12.102	- 8,5 %
7109	172	196	211	+ 7,5 %
7113	66.418	71.964	70.553	- 1,96 %
7114	1.171	1.584	1.512	- 4,5 %
7117	3.785	3.998	3.123	- 21,9 %

valori in migliaia di Euro (Fonte: Dati ISTAT)

Esportazioni italiane di gioielleria verso la Romania (valori in migliaia di Euro)



La graduatoria delle importazioni romene di metalli preziosi e pietre preziose e semipreziose e prodotti di metalli preziosi (voce doganale 71) illustra che tali prodotti provengono da Italia, Turchia, Germania, Polonia e Cina.

Voce 71	2016	2017
Italia	94.453.058	90.530.689
Turchia	30.989.483	42.259.441
Germania	25.875.427	26.494.839
Polonia	5.303.451	5.293.595
China	3.115.391	4.365.864
Hong Kong	3.031.739	3.369.586
Taiandia	2.303.713	1.473.379
Francia	2.746.582	1.038.262

(valori in euro)

Voce 7113	2016	2017
Italia	71.964.363	70.553.446
Turchia	30.096.413	40.615.389
Germania	13.210.787	15.420.011
Hong Kong	2.091.592	2.569.546
Taiandia	1.874.651	1.272.406
Francia	258.768	235.052
China	98.802	167.363
Polonia	174.938	142.515

Voce 7114	2016	2017
Italia	1.584.089	1.511.832
Polonia	699.553	817.214
Francia	16.512	17.619
Turchia	13.878	6.230
Germania	5.577	1.087

(valori in Euro)

Voce 7108	2016	2017
Italia	13.228.840	12.102.321
Germania	3.659.744	3.144.726
Turchia	604.037	980.134
Francia	795.852	14.673

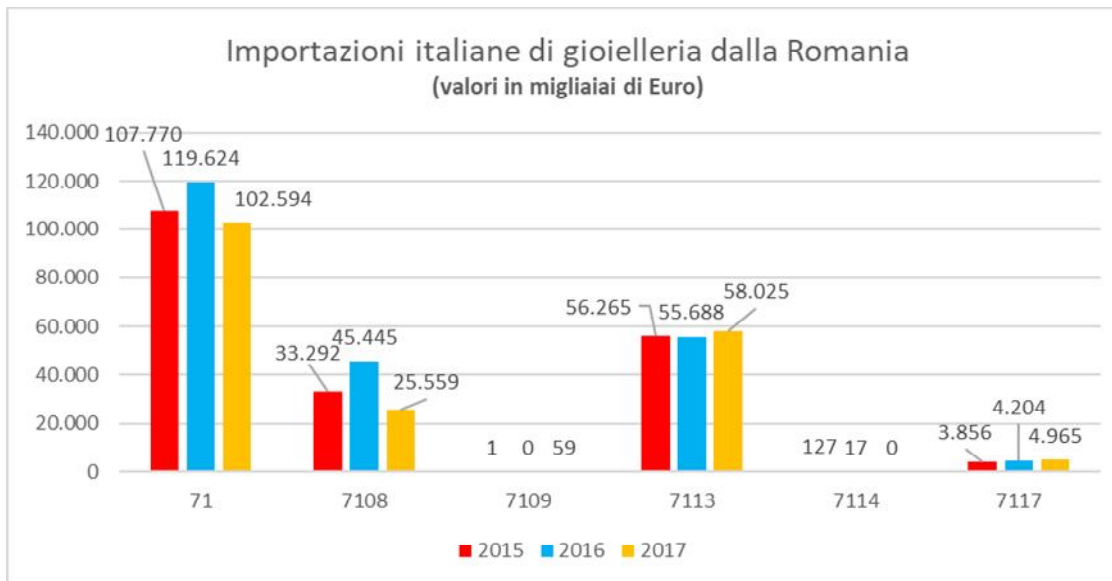
Importazioni italiane di gioielleria dalla Romania - La categoria in cui il valore delle importazioni italiane di gioielleria dalla Romania è il più alto è il codice 7113 (minuterie ed oggetti di gioielleria e loro parti, di metalli preziosi o di metalli placcati o ricoperti di metalli preziosi) con un valore di 58.025 migliaia di euro e un aumento del 4% rispetto al 2016. Segue il codice 7108 (oro, incluso oro platinato, grezzo o semilavorato o in polvere) con un valore di 25.559 migliaia di euro e un calo del 43,8 % rispetto al 2016 ed il codice 7117 (minuterie di fantasia) con un valore di 4.965 migliaia di Euro ed un incremento dell'18 % rispetto al 2016.

Importazioni italiane di gioielleria dalla Romania

Voci	2015	2016	2017	% rispetto 2016
71	107.770	119.624	102.594	-14,20%
7108	33.292	45.445	25.559	-43,80%
7109	1	0	59	-

7113	56.265	55.688	58.025	4%
7114	127	17	0	-
7117	3.856	4.204	4.965	18%

valori in migliaia di Euro (Fonte: Dati ISTAT)



Regolamentazioni in vigore nel settore

Dal 1° gennaio 2007 lo spazio doganale romeno è diventato parte dello spazio comunitario, quindi le operazioni di import/export sono assimilabili ad operazioni di commercio intracomunitario (acquisto/fornitura di beni). Facciamo presente però che nel settore dei metalli preziosi, l'ingresso in Romania e la vendita di prodotti di oreficeria/argenteria sono soggette ad autorizzazione da parte dell'ANPC.

TASSAZIONE:

A partire dall'inizio del 2016 lo stato romeno ha azzerato per la seconda volta le accise per i metalli preziosi.

Tassazione:

- IVA del 19 %

PUNZONATURA:

Da marzo 2018, dopo l'entrata in vigore dell'Ordinanza di Emergenza per la modifica e completamento dell'ordinanza no 190/2000, tutti i prodotti in metalli preziosi possono essere commercializzati in Romania solo se hanno il marchio del titolo, il marchio di responsabilità e il marchio di stato.

Il marchio di responsabilità è il marchio registrato presso l'ANPC e punzonato dagli operatori economici attraverso la quale essi si assumono la responsabilità degli eventuali vizi nascosti del prodotto.

Il marchio di stato è il marchio ufficiale, protetto dalla legge, applicato dall'ANPC prima della messa sul mercato del prodotto.

Come eccezione, possono essere commercializzati prodotti che hanno applicato, da un'Autorità competente di un altro Stato Membro UE, dello SEE e Turchia, un marchio equivalente al marchio di stato a condizione che le informazioni fornite contengano informazioni equivalenti e intelligibili per i consumatori romeni.

AUTORIZZAZIONE:

Secondo la legislazione vigente, in Romania qualsiasi attività relativa ai metalli preziosi (importazione, esportazione, commercio, produzione, lavorazione conto terzi, ingresso in Romania o uscita dalla Romania) è soggetta ad autorizzazione da parte dell'Autorità Nazionale per la Protezione del Consumatore – Direzione Generale Metalli Preziosi, Pietre Preziose e Processo Kimberley (ANPC-DGMPPPK). Anche l'ingresso, l'uscita e il trasporto (non solo la produzione o commercializzazione) sul territorio della Romania fanno parte delle operazioni che non possono essere svolte se non con l'autorizzazione sopra menzionata. L'ottenimento di tale autorizzazione è possibile solo per le persone fisiche o giuridiche romene. Non esistono eccezioni o deroghe alla suddetta legge. L'ANPC ha promosso due progetti di legge con modifiche che potrebbero agevolare la regolamentazione del commercio di metalli preziosi sul mercato comunitario che saranno esaminate al Senato e alla Camera dei Deputati (adeguamento con la direttiva 2006/123/CE).

L'autorizzazione all'attività con metalli preziosi è obbligatoria in 16 Paesi Europei, tra cui: Francia, Olanda, Inghilterra, Spagna, Portogallo e Irlanda.

Per la commercializzazione di gioielli in Romania oltre al marchio del titolo, è obbligatoria la marcatura di garanzia propria dell'importatore/commerciante o il marchio di certificazione dell'ANPC (Autorità Nazionale per la Protezione dei Consumatori).

A partire dal 2002, l'ANPC ha ereditato dalla Banca Nazionale della Romania tutte le responsabilità e gli obblighi specifici alle attività di analisi e marchio dei metalli pregiati, la dotazione tecnica e il personale specializzato, con il compito di sorvegliare la produzione, la compravendita, la conservazione e deposito, l'ingresso e l'uscita dal Paese.

L'ANPC è attualmente l'unica istituzione abilitata a svolgere le seguenti attività:

- autorizzazione delle persone fisiche e giuridiche ad effettuare operazioni con metalli preziosi;
- marcatura dei gioielli e oggetti in metalli pregiati su richiesta di persone fisiche o giuridiche;
- analisi e perizia dei metalli preziosi;
- approvazione dei marchi utilizzati dai produttori, importatori, esportatori, commercianti, del modello, del marchio di garanzia propria;
- prestazione di consulenza specializzata ed organizzazione di corsi di preparazione e aggiornamento professionale.

Allo stesso tempo, l'ANPC può disporre la sospensione o il ritiro dell'autorizzazione per le attività con metalli pregiati. Lo svolgimento di operazioni senza autorizzazione, la commercializzazione senza marchio o con marchio non adatto, sono considerate infrazioni amministrative e comportano la confisca della merce e ammende fra i 20 e i 50 milioni di Lei. L'autorizzazione si rilascia per un anno ed è rinnovabile. Il controllo delle operazioni con metalli preziosi è eseguito dal Ministero delle Finanze.

Al momento l'acquisto di metalli preziosi (da parte di persone fisiche, società locali o importatori) non è soggetto a restrizioni. La Banca Nazionale non vende e non acquista metalli preziosi. Anche l'affinazione e il recupero dei metalli preziosi non sono soggetti a restrizioni (eventuale autorizzazione riguardante la protezione dell'ambiente richiesta al momento della costituzione della società).

Fiere del settore

In Romania non esistono fiere internazionali o nazionali specializzate nella gioielleria, ma solo fiere destinate agli articoli da regalo in genere, con vendita al pubblico.

Fonti:

- ISTAT;- Istituto Nazionale di Statistica Romeno;- Euromonitor International;- Global Trade Atlas