



L'interno di un negozio Verga 1947

Revenge shopping, addio. Il 2023 delle orologerie italiane guarda al consolidamento

Di Giulia Sciola — 9 Novembre 2023

C'è una "base di confronto non favorevole" – per dirla con le parole della *Fédération de l'industrie horlogère suisse (Fh)* – al centro dell'analisi dell'andamento del mercato degli orologi di lusso e dei relativi concessionari. Ci sono infatti un 2022 da record, alimentato dal revenge spending post-pandemia, e un 2023 che conferma il segno più, ma che si chiuderà, con ogni probabilità, all'insegna della normalizzazione. Un fenomeno atteso quanto la fine della bolla speculativa del secondo polso, con valutazioni e prezzi che, spiega il *Bloomberg Subdial Watch Index*, si sono sgonfiati di circa il 20% in un anno. Lo scorso settembre, l'export degli orologi svizzeri ha evidenziato una progressione, ma ad un ritmo più lento rispetto al mese precedente: le esportazioni si sono attestate a 2,3 miliardi di franchi (2,4 miliardi di euro), a +3,8 per cento. Ad agosto la crescita era pari al quattro per cento. L'espansione è avvenuta malgrado l'andamento negativo di Stati Uniti (-6,4%) e Cina (-5,5 per cento). Nei primi nove mesi dell'anno l'export orologiero è aumentato dell'8,6%, a 19,6 miliardi. La Fh ha rimarcato come gli ultimi due anni abbiano avuto un balzo di difficile paragone: dopo la netta flessione del 2020, nel 2021 l'export ha raggiunto i 22,3 miliardi di franchi (+31,2%) e poi 24,8 miliardi nel 2022 (+11,4 per cento).

"Nel 2022 – ha raccontato a *Pambianconews* **Umberto Verga**, presidente di **Verga 1947**, gruppo da circa 30 milioni di euro di fatturato – abbiamo vissuto un momento forse irripetibile, con performance di vendita spinte dal revenge shopping. Ora invece entrano nel vivo gli effetti dell'inflazione e delle drammatiche contingenze internazionali. Il 2023 non è un anno di rallentamento, quanto di 'riposizionamento' per questo mercato, a partire dalla stessa concezione degli oggetti in vendita. Se nel 2022 gli orologi sono spesso stati acquistati con un fine speculativo, ora tornano ad essere beni di lusso da possedere e tramandare". Quanto al secondo polso, l'attenzione è sull'entrata in vigore, anche in Italia, del programma di usato certificato di Rolex. "Nel medio termine – ha aggiunto Verga – il 'sigillo' **Rolex Certified Pre-Owned** farà la differenza e permetterà ai concessionari ufficiali di avere anche un importante ritorno di immagine".

Il 2022 è stato un anno record anche per **Bartorelli Gioiellerie**, presente a Bologna, Riccione, Milano Marittima, Forte dei Marmi, Cortina d'Ampezzo e, prossimamente, Firenze. "Per noi il 2022, con circa 56 milioni di euro di fatturato, è stato il quinto anno di crescita consecutiva – ha dichiarato **Carlo Bartorelli**, alla guida del gruppo -. La progressione è sia nelle vendite di orologi che di gioielleria. Il 2023 si chiuderà in linea con lo scorso anno, ma con una marginalità superiore, legata anche all'aumento dei prezzi dei luxury watches". A preoccupare, per il 2024, è lo scenario geopolitico globale: "Il lusso ha bisogno di allargare la sua platea, di avere nuovi clienti. In questo senso, i conflitti e il rallentamento dell'economia europea non sono fattori rassicuranti. Servirà tempo anche per valutare la ripresa del mercato cinese". Tra le novità recenti di Bartorelli Gioiellerie ci sono le aperture monobrand in partnership con **Bulgari**, **Hublot**, **Jaeger-LeCoultre** e **Iwc**, oltre al lancio della propria linea di gioielleria. "Il business multimarca soffre se non si affianca una strategia monomarca vincente", ha chiosato Bartorelli, che non esclude che quanto accaduto lo scorso agosto, quando Rolex ha rilevato lo storico rivenditore Bucherer, possa aprire la strada a nuove operazioni nel settore, a livello globale.



PAMBIANCO TV

04:29

Currently Playing
Il new normal del wholesale B2B secondo JO...

Il new normal del wholesale B2B secondo JOOR
PAMBIANCOTV

Rogg (Saucony Originals): "Investiamo in Italia con logistica, sviluppo e showroom"
PAMBIANCOTV

Marco Marchi investe in Liu Jo Uomo e scommette sul nuovo corso di Blumarine
NEWS & EVENTI