

COMUNICAZIONE N 47 Grosseto 1 Agosto 2011

In rete insieme alle precedenti (www.antoniococchia.it/comunicazioni.html)

SITUAZIONE COMMERCIO PREZIOSI E STATO DELL'ARTE LUGLIO 2011

Sulla "La Repubblica" del 2 Luglio u.s. c'era una vignetta di Altan: illuminante! Due bambini giocano sulla spiaggia ai castelli di sabbia e uno dei due chiede all'altro: "Che gioco faremo da grandi? L'altro risponde: "il gioco delle lacrime e del sangue". Questo è il clima che si è diffuso in Italia: mancanza di speranza! Anche la certezza che sacrifici più grandi dovranno ancora venire non aiuta. Con la nostra comunicazione 46 del 6 Luglio abbiamo confermato l'entrata in vigore, (dal decreto Milleproroghe), della norma che obbliga alla comunicazione dei dati anagrafici di coloro che effettuano un acquisto superiore ai 3600 Euro. Come detto più volte molti clienti vivranno questa nuova norma come una delazione e non effettueranno l'acquisto. I clienti più grossi lo faranno all'estero (Francia e Svizzera); molti lo faranno a "nero" acquistando da intermediari non autorizzati. Le gioiellerie ufficiali, consapevoli delle difficoltà in cui versa il Paese, faranno come sempre il proprio dovere. I recenti saldi dei settori abbigliamento e pelletteria sono stati men che mediocri. Il mese si chiude con nuvole nere che si addensano sull'economia italiana, sulla borsa sugli spread ma anche sulla credibilità ed affidabilità della nazione. Nella notte tra Domenica 31 Luglio e Lunedì 1° Agosto gli Stati Uniti a poche ore da un default tecnico hanno trovato un compromesso (che dovrà comunque essere approvato da Camera e Senato) per evitare quella che sarebbe comunque stata una catastrofe. Alcune cose sono certe: - primo tutto l'Occidente negli ultimi trent'anni ha vissuto al di sopra delle proprie possibilità. - Secondo la deindustrializzazione e finanziarizzazione dell'economia è stata nefasta. - Terzo: la politica nella sua faziosità è diventata autolesionista al punto che l'organo del Partito Comunista Cinese ha parlato di farsa a proposito dei fatti americani. **L'unico oro che ci ha dato veramente soddisfazione è stato quello... delle medaglie della brava e bella Federica Pellegrini.**

ORO

ORO LINGOTTINI - ORO MONETE

ORO FEDI - ORO FEDINE

ORO BATTESIMI

ARGENTO VASELLAME

ARGENTO CORNICI

ARGENTO GIOIELLI

ARGENTO CON CRISTALLO

ARGENTO OGGESTICA

OROLOGI

OROLOGI FASHION ITALIA

OROLOGI LOW COST

NUOVI GIOIELLI NON PREZIOSI

MINI GIOIELLERIA

GIOIELLERIA

ALTA GIOIELLERIA

GIOIELLI MAMME IN ATTESA

PERLE COLLANE E BRACCIALI

CORALLO FILI

GIOIELLI CON CORALLO E CAMMEI

OGGETTISTICA NON PREZIOSA

SHEFFIELD

GIOIELLI ETNICI E PIETRE DURE

PENNE

PENNE GRANDI MARCHE

PENNE DA COLLEZIONE

RIPARAZIONI

TRASFORMAZIONE GIOIELLI

Negativo.

Interesse.

Positivo purché molto, molto assortiti.

Positivo per molte nascite.

Negativo.

Positivo ma non troppo.

Positivo.

Negativo.

Negativo.

Negativo.

Negativo.

A differenza delle altre stagioni estive: questo anno vendita mediocre.

Solo quelli super pubblicizzati.

Moderato interesse.

Moderato interesse.

Interesse.

Positivo.

Interesse.

Negativo.

Negativo.

Negativo.

Negativo.

lievemente positivo ma non come altri anni.

Interesse.

Negativo.

Interesse dei soliti collezionisti.

Positivo.

Positivo.

PROSPETTIVE

La crisi dei consumi devasta particolarmente il nostro settore. L'incredibile, ulteriore aumento dell'oro dell'argento e dei diamanti colpisce l'immaginario collettivo ma non provoca interesse per nuovi acquisti. Anzi tutti vogliono vendere. Avete notato, per la prima volta in assoluto, la possibilità di acquistare oro fino presso i banchi metallo avendolo fatturato anche ad 1,5 euro meno della quotazione ufficiale. Una raccomandazione ai colleghi di tutta Italia: non abbassate gli assortimenti. In molti hanno fuso argento ed oro per far fronte ai pagamenti. Questo se può andar bene per oggetti sciupati o passati di moda non può diventare regola. Senza adeguati assortimenti si può perdere il contatto con la clientela. La grande rivalutazione del franco svizzero su dollaro ed euro farà lievitare il costo delle grandi marche di orologi. Investite in pubblicità di immagine sponsorizzando cultura. Il "bon ton" per questa estate è moderazione, semplicità, sobrietà e non si concilia con l'esibizione di gioielli ed orologi importanti

Antonio Cocchia