

ALGUNES DADES A ESPANYA I CATALUNYA

Font: elaboració pròpia i A.I.J.P.R. - Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros

SECTOR

Text actualitzat a juliol 2010

Abans de la crisi, cap al 2007 hi havia a Espanya unes 20.000 empreses entre indústria i tallers, firmes exportadores, importadores, majoristes i comerciants detallistes. Hi generava uns 200.000 llocs de treball directes, i 175.000 d'indirectes.

Estem parlant doncs d'un sector amb un entramat empresarial de grandària mitja / petit: 10 empleats per empresa. Això és degut a la primacia del sector detallista: només un 20% de les empreses serien indústries o del sector productiu o de transformació. Aquest sector tenia pendent una reconversió.

La crisi iniciada al 2008 probablement ha significat la desaparició d'un 20-30% dels negocis, en especial dels comerços de menys tamany i dels tallers intermitjos. Probablement estem parlant doncs d'uns 15.000 negocis.

Catalunya probablement significa un 25% de la producció i consum. S'estima al voltant de 2.500 establiments de joieria, rellotgeria i compra-venda oberts al públic, i unes 500 empreses fabricants, tallers i majoristes. El volum estimat de venda a PVP és d'uns 500 milions d'euros.

En el sector joier, hi ha certa indústria local, que va sobreviure a la dècada dels 90 a una forta reconversió motivada per l'irrupció de producte europeu (especialment italià), i ara fa front amb disseny a l'entrada de producte d'origen asiàtic (Xina, Índia...). En canvi, la majoria de la producció rellotgera és importada. Pel que fa a la producció de matèries primes, les gemmes i metalls preciosos son importats, estan molt concentrada la distribució en mans d'alguns majoristes.

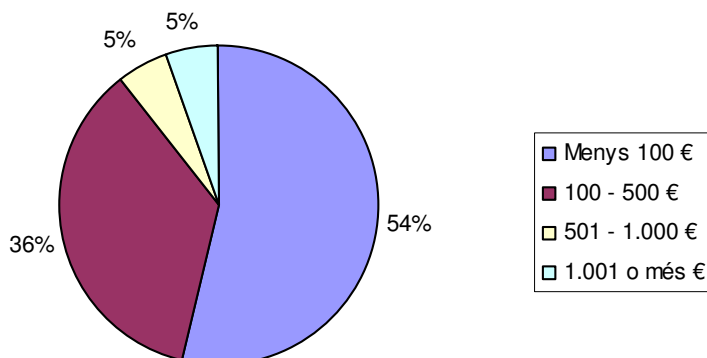
CONSUMIDOR

Text actualitzat a juliol 2010

El 63% dels consumidors espanyols adquireix joies, plateria i rellotges per valor de fins a 1.800 € i per un valor mínim de 15 €, segons dades de l'AEJPR.

A Catalunya, el valor mig de compra està al voltant dels 200 € (any 2009). Aquest valor ha caigut des del 2007, per l'impacte al consum de la crisi econòmica. El preu de l'or s'ha encarit notablement, i el consumidor s'ha orientat cada cop més cap a la plata i altres materials.

També cal mencionar un creixent efecte de competència genèrica per part de sectors com l'electrònica de consum (telefonia mòbil, videojocs, informàtica) i oci, que semblen absorbir part de la despesa no essencial de les llars que abans es destinava a joieria i rellotgeria.



% de consumidors segons la despesa a Catalunya, 2009

Moments de major consum de l'any:

- El més destacat, Nadal-Reis (25% de les vendes aprox.)
- San Valentí (14 de febrer)
- Maig: dia de la mare i comunions.
- Juny i setembre: noces.
- Altres moments: batejos, aniversaris, fi d'estudis/activitat professional, compromisos ...
-

Si bé cal destacar que es produeix cada vegada més una desestacionalització de la demanda; s'apunta al fet que de "l'autoconsum" (en bona part vinculat a la incorporació de la dona al món laboral) i el creixent valor de la "marca" i la promoció contínua estan fent que cada vegada més sigui difícil parlar de temporada alta i baixa.

Al 2009, dos de cada tres comerços catalans apuntaven que el factor marca és més rellevant a l'hora de decidir la compra d'una joia o rellotge.

Motius de compra enfront d'altres alternatives: autenticitat del seu valor intrínsec, sentiment, necessitat d'un disseny actual / anar a la moda...

Respecte a si l'increment del preu de l'or (amb un record absolut en 30 anys de més de 1.000 € per onça, juny 2010) incentiva la compra de joies com a refugi econòmic, la resposta és totalment negativa: si bé és cert que la joia té un valor de revenda molt superior al d'altres categories (base del negoci de compra-venda), i que és manté en el temps, això no obsta per a que la pràctica la possible utilització d'or com a refugi no es faci a través de joieries, sino de firmes especialitzades en lingots d'or d'inversió. El 99% de comerços catalans declara que no nota un increment de vendes de joies com a inversió (2009).