

jorgc

COL·LEGI OFICIAL
DE JOIERS, D'ORFEBRES,
DE RELLOTGERS
I DE GEMMÒLEGS
DE CATALUNYA

**INFORMACIÓ ECONÒMICA
PER A LA RODA DE PREMSA**

FEBRER 2010

0.- PRINCIPALS CONCLUSIONS

Des del punt de vista agregat del sector

1. Volum vendes a consumidora Catalunya: **aprox 500 milions €**
2. 2009, any molt negatiu per a les vendes de joieria i rellotgeria a Catalunya: **caiguda del 17-20%** (molt superior a la caiguda promig del comerç, 5-10%)
3. En els darrers **15 mesos el sector ha perdut un terç de vendes**
4. Un 25% dels establiments ha disminuït plantilla, la qual cosa ha significat la **destrucció de 700 a 1.000 llocs de treball directes**
5. Situació especialment negativa per al comerç més petit
6. **Importacions han caigut entre -27% i 29%**, indicador que les botigues van reduir existències. Les **exportacions van caure un 18%**

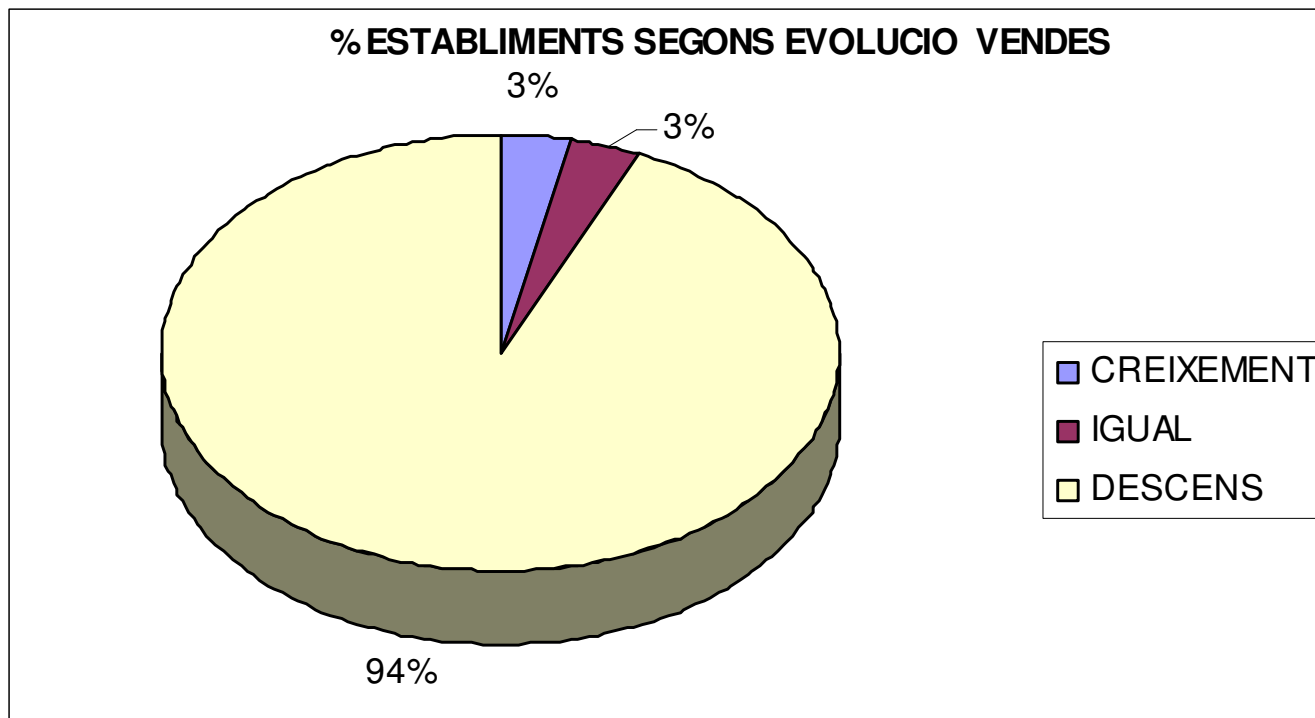
Les previsions per al 2010...

7. Continuen sent **molt negatives** (gairebé la mitat de comerços pensen que encara no s'ha tocat fons), tot i que **menys dolentes que a inicis 2009**.
8. La evolució estimada per al 2010 està entre el -5 i el -10%
9. Temporada Nadal 2009-Reis mostra desacceleració de la caiguda (-7- 10%).

Des del punt de vista del consumidor:

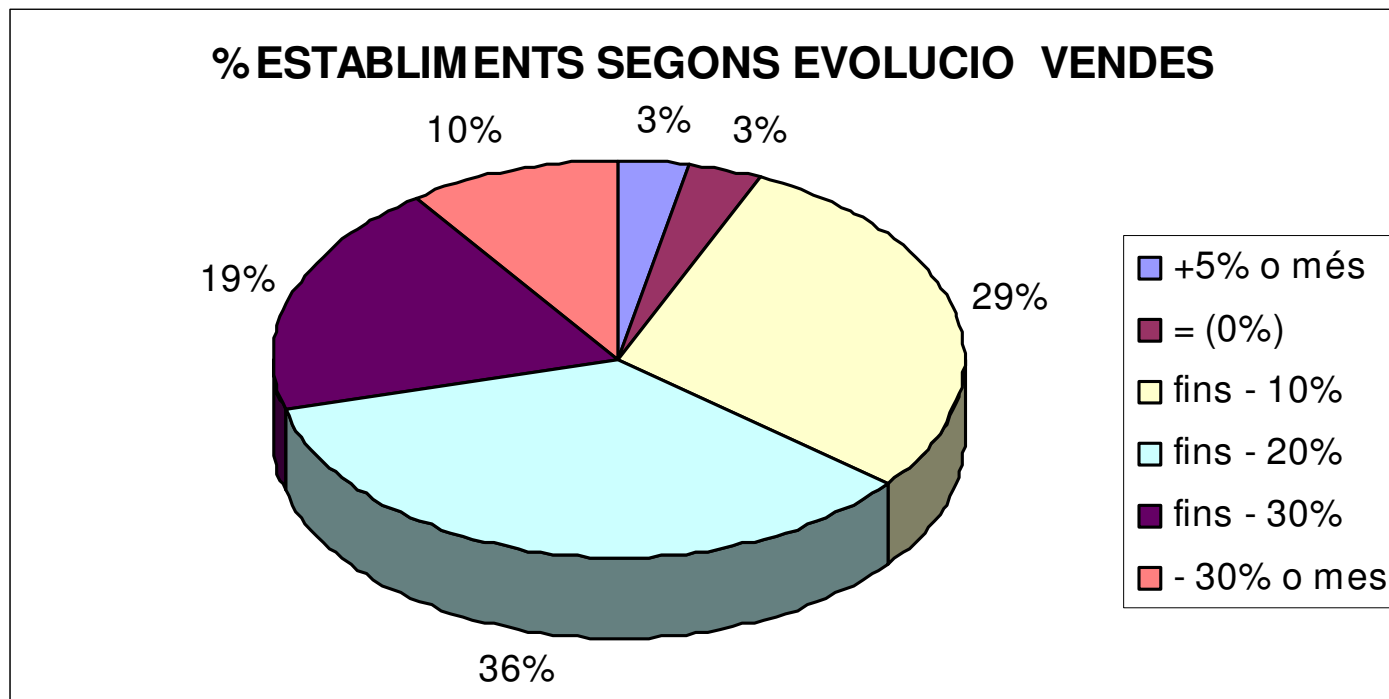
10. Es confirma que la compra de joieria NO s'ha beneficiat en absolut de la revalorització del preu de l'or (+27%) ; **el consumidor no compra joies com a inversió.**
11. Tot i que la crisi ha fet augmentar la importància de la **compra-venda de joies, aquest servei continua sent totalment minoritari** pel que fa al nombre d'establiments que l'ofereixen (10%) o el % d'ingressos generat
12. Forta disminució de despesa mitjana. Es compren menys peces, i peces de menys valor (pes creixent de la plata envers l'or)
13. A diferència d'altres sectors, el **pes de la marca continua creixent** a la decisió de compra

1.- EVOLUCIÓ SECTOR A CATALUNYA 2009



Comparada amb 2008

**LA PRÀCTICA TOTALITAT DE COMERÇOS DE JOIERIA I
RELOTGERIA VAN PERDRE VENDES AL 2009**

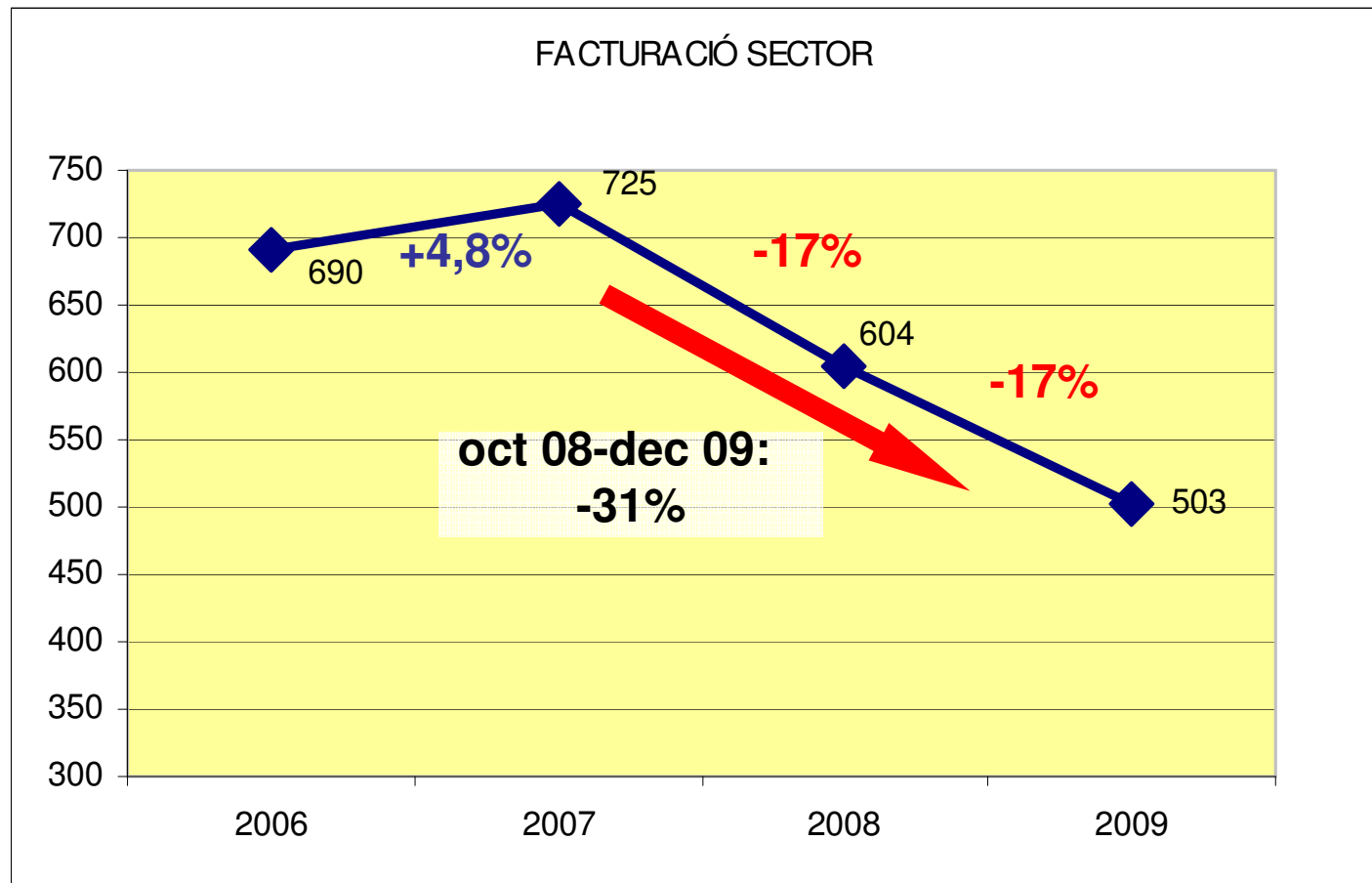


Evolució de vendes comparada amb el 2008

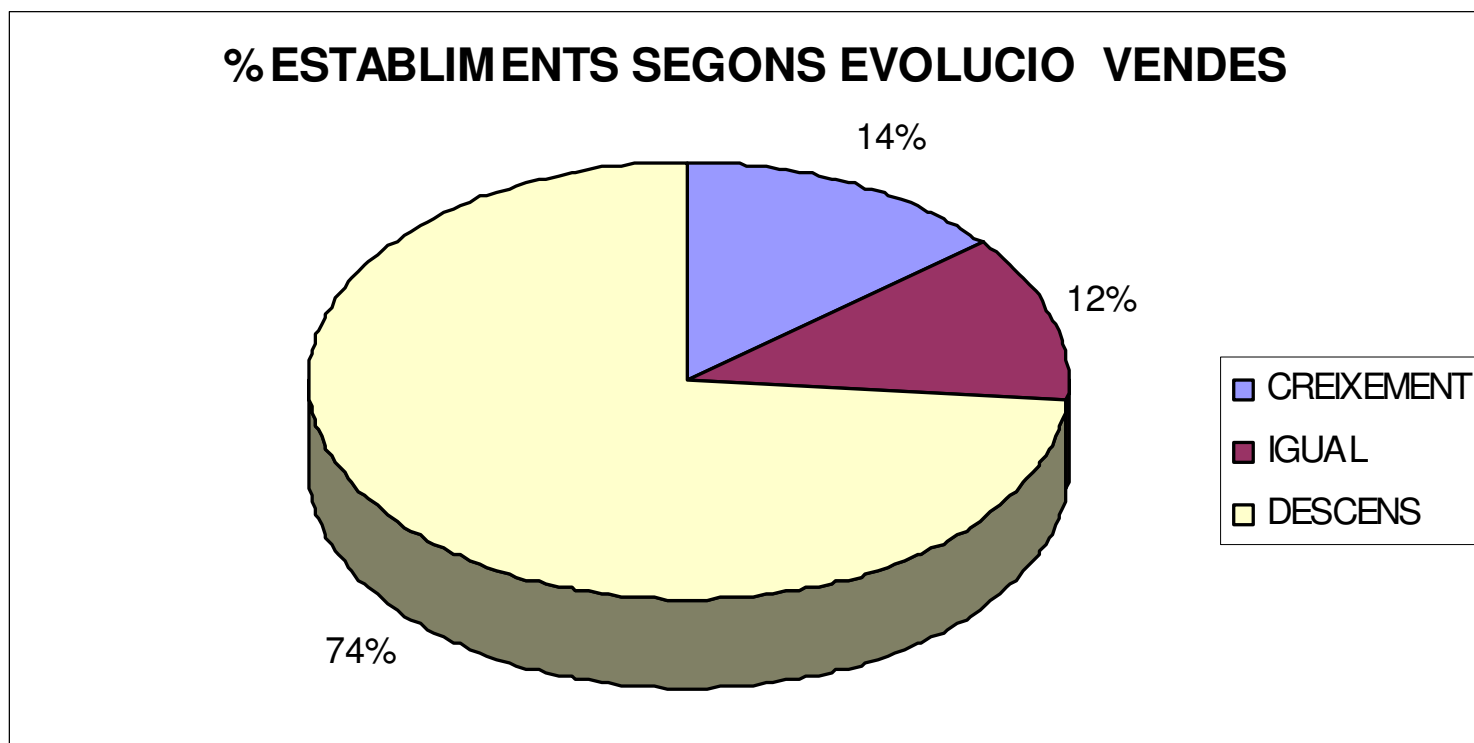
AMB EL 65% DE COMERÇOS PERDENT 20% o MÉS

LA CAIDA DE VENDES DEL SECTOR JOIER I RELLOTGER AL 2009 HA ESTAT TAN NEGATIVA COM AL 2008:

-17% a -20%



... i per tant, **EN ELS DARRERS 15 MESOS** (inici crisi al sector: darrer trim. 08), **S'HA PERDUT UN TERÇ (-31%)** de facturació



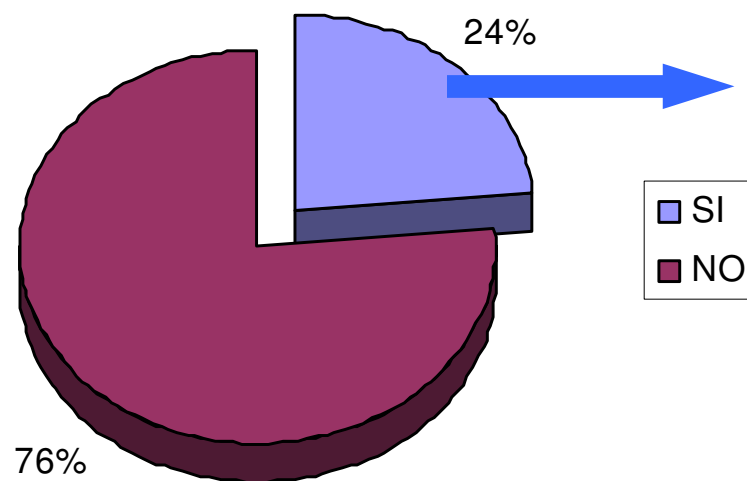
(comparat Nadal-Reis 2008)

**... TOT I QUE LA CAMPANYA DE NADAL-REIS VA SER
MENYS NEGATIVA:**

-7 a -10%

CAIGUDA DE L'OCUPACIÓ

% ESTABLIMENTS AMB PERDUA OCUPA



**Pràcticament un 25%
d'establiments han
disminuït el nombre de
treballadors**

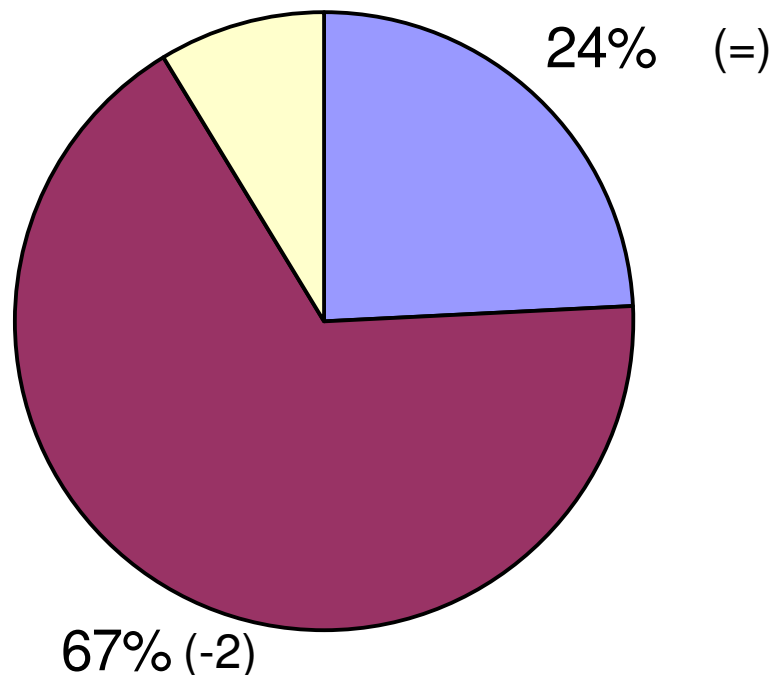
**El % de llocs de treball al
comerç català que poden
haver-se perdut és del 7-
10% - uns 700 - 1.000
llocs de treball**

(nota: aquesta xifra recull la disminució als establiments encara en actiu, i no els llocs d'empreses tancades al 2009)

DESGLOSSAMENT JOIERIA vs RELLOTGERIA

(entre parèntesi, evolució respecte al 2008)

(+2) 9%

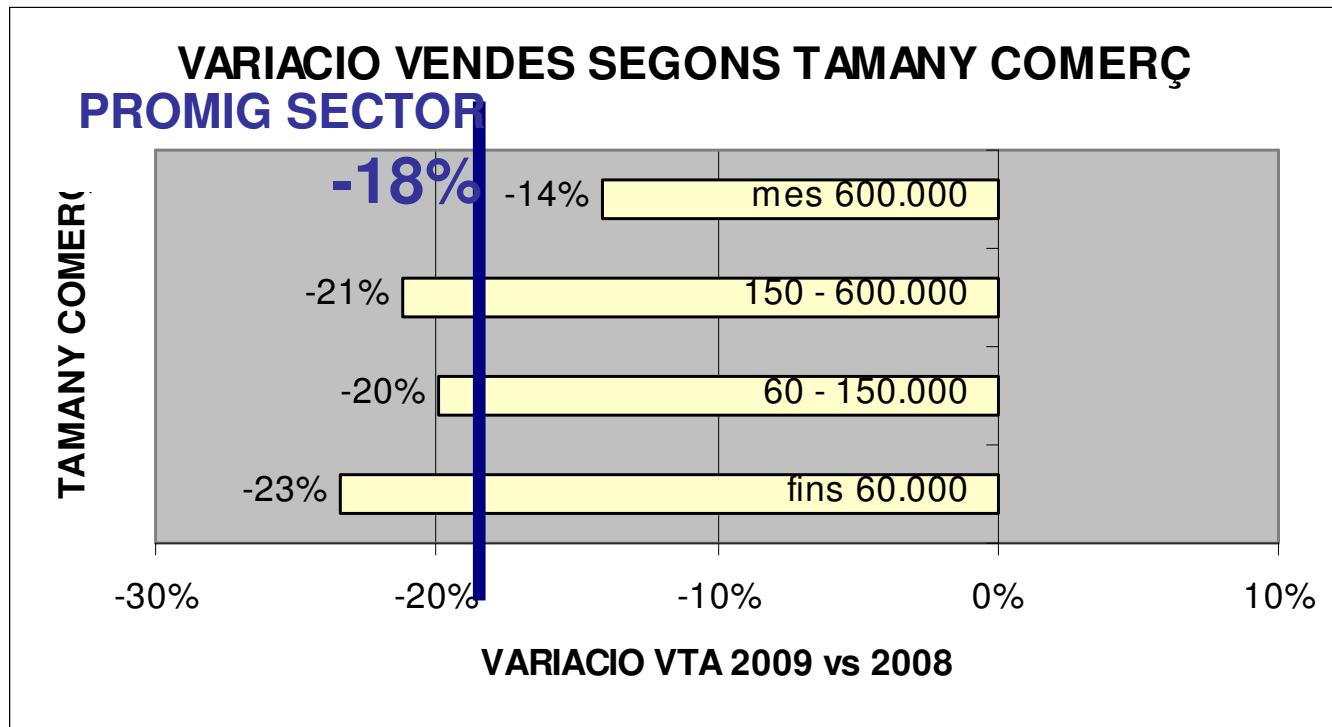


■ Rellotgeria
■ Joieria
■ Altres

Rellotgeria i joieria mantenen la seva proporció relativa. Per cada € de rellotgeria, es venen 2,8 € de joieria

La caiguda de vendes ha fet que els comerços donessin més pes als articles que no són estrictament joieria i rellotgeria

LA CAIGUDA AFECTA MÉS AL PETIT COMERÇ / ESTABLIMENT TRADICIONAL



Els establiments de tamany més gran (més 600.000 €/any) i cadenes han patit una caiguda més moderada: -14%

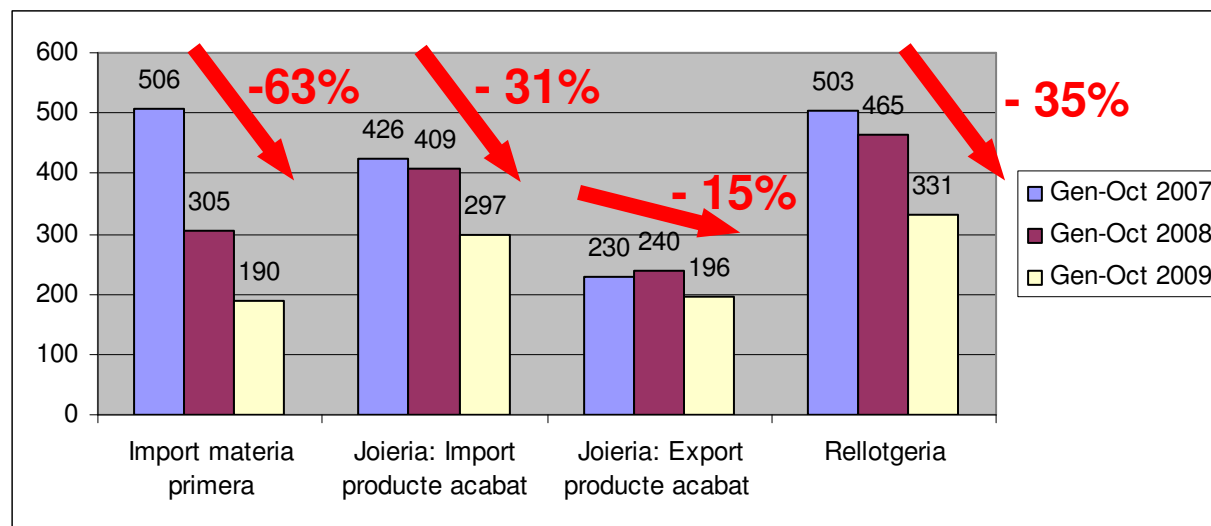
Els establiments més petits (60.000 € de facturació) han patit una caiguda molt més forta: -23%

COMPARACIÓ AMB L'EVOLUCIÓ GLOBAL DEL COMERÇ

	Joieries i rellotgeries	Comerç global
Evolució vendes	-17% a - 20%	- 5 a -10%
Evolució ocupació	- 7 a -10%	- 3,5%

El sector de joieria, orfebreria, rellotgeria i gemmologia està entre els més afectats per la crisi, pel seu caire de be de consum no essencial i d'alt valor mig

La caiguda de les importacions ha estat més forta que les exportacions



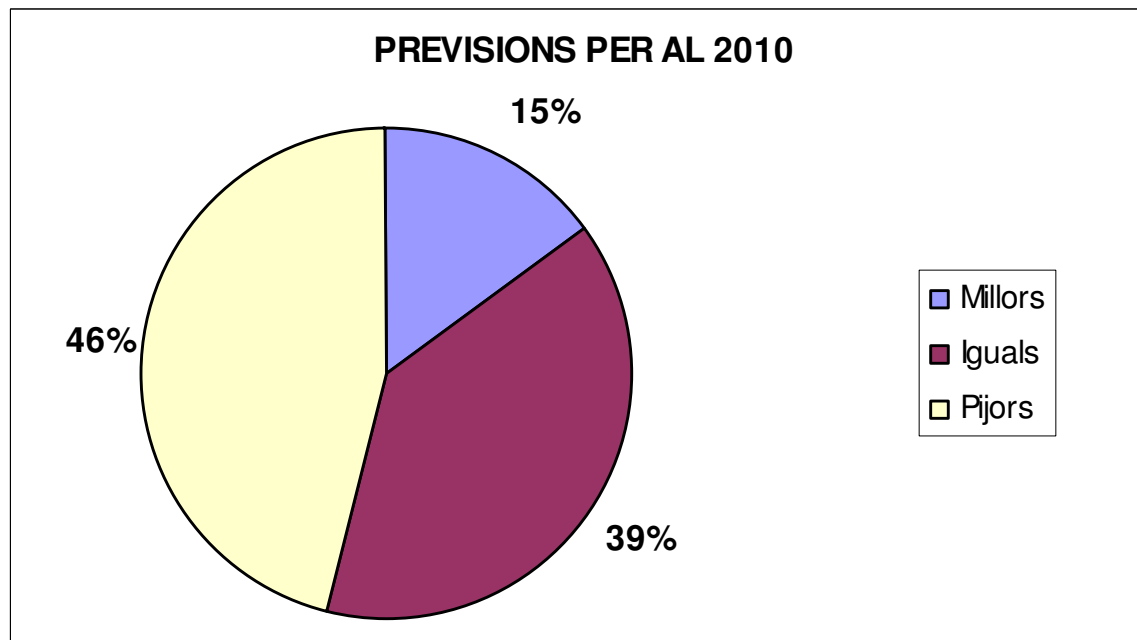
La caiguda de les importacions ha estat més pronunciada que la del consum: el comerç ha disminuït les seves existències.

L'exportació ha evolucionat lleugerament millor que les importacions: millora de la balança comercial del sector

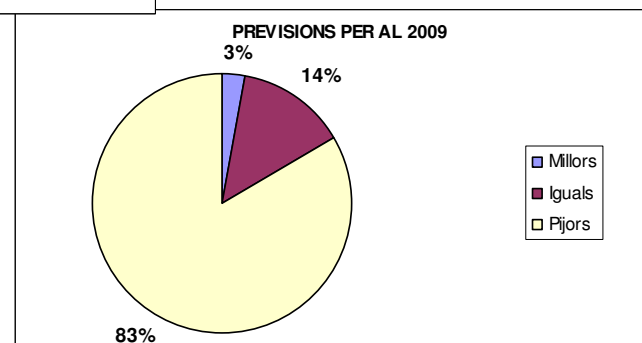
(per a més detall, veure l'annex)

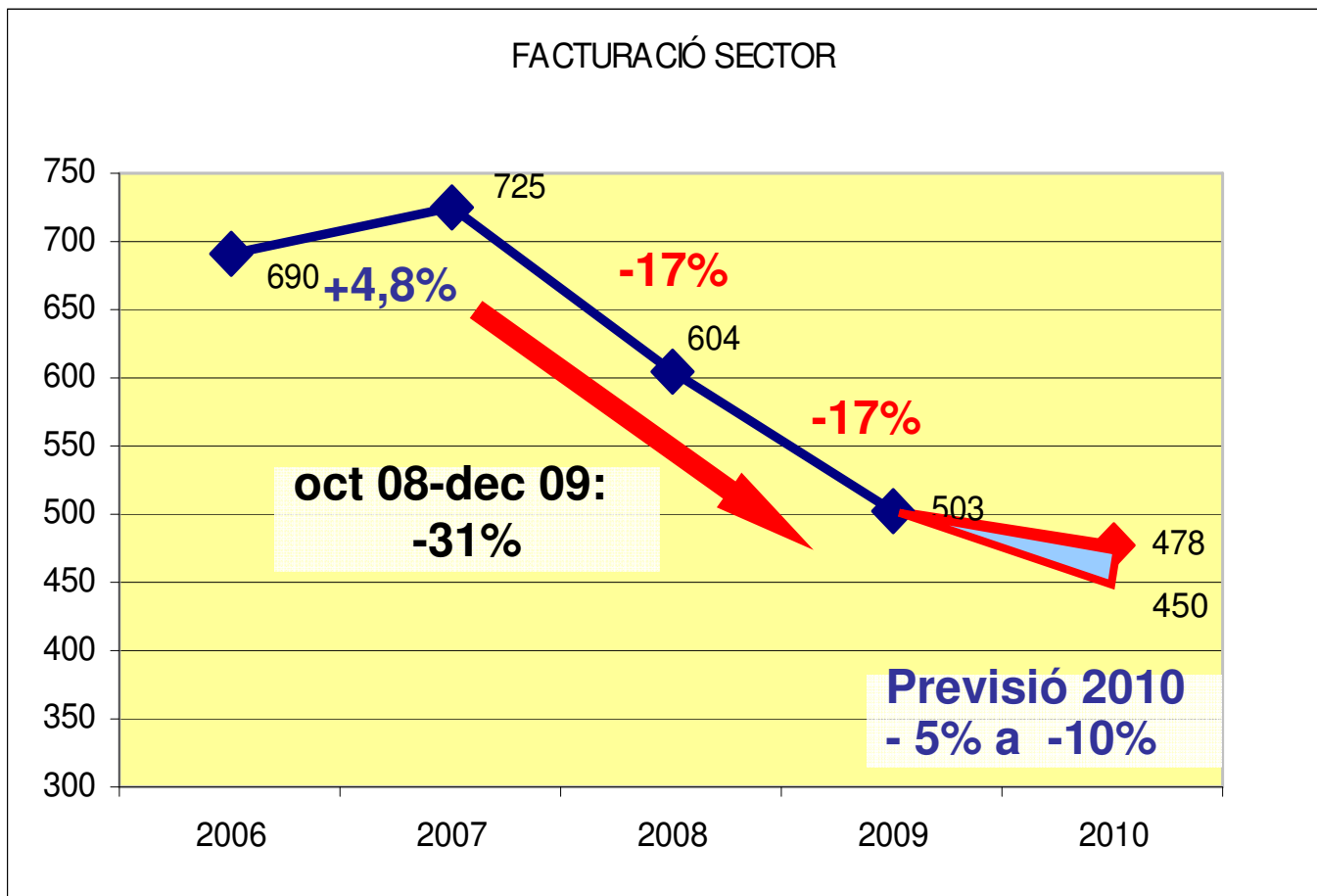
2.- PREVISIONS PER AL 2010

POCS “BROTS VERDS” PER AL 2010: GAIREBÉ LA MEÏTAT D’ESTABLIMENTS CREUEN QUE AL 2010 LA VENDA DE JOIERIA I RELLOTGERIA EMPITJORARÀ



... tot i que el pesimisme no és tan intens com a inicis del 2009

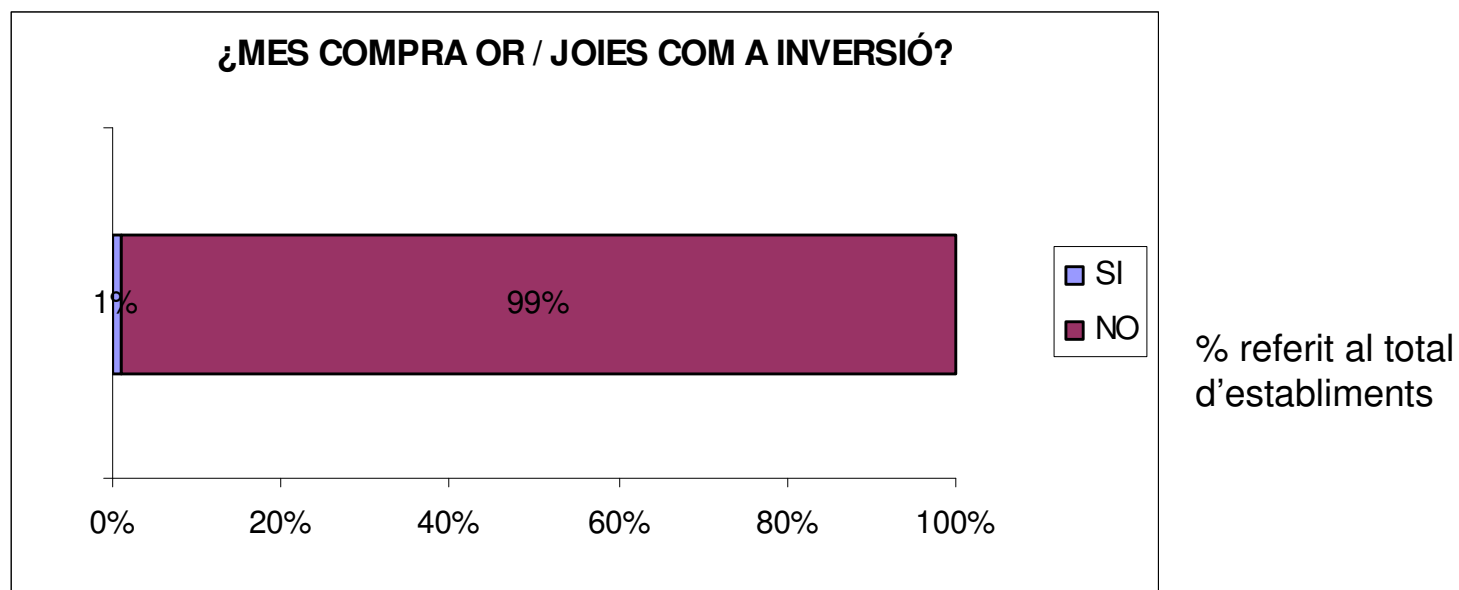




... i per tant, **EN ELS DARRERS 15 MESOS** (inici crisi al sector: darrer trim. 08), **S'HA PERDUT UN TERÇ (-31%)** de facturació

3.- EFECTES DE LA CRISI I LA PUJADA DEL PREU DE L'OR EN LES PAUTES DE CONSUM DE JOIERIA I RELLOTGERIA A CATALUNYA

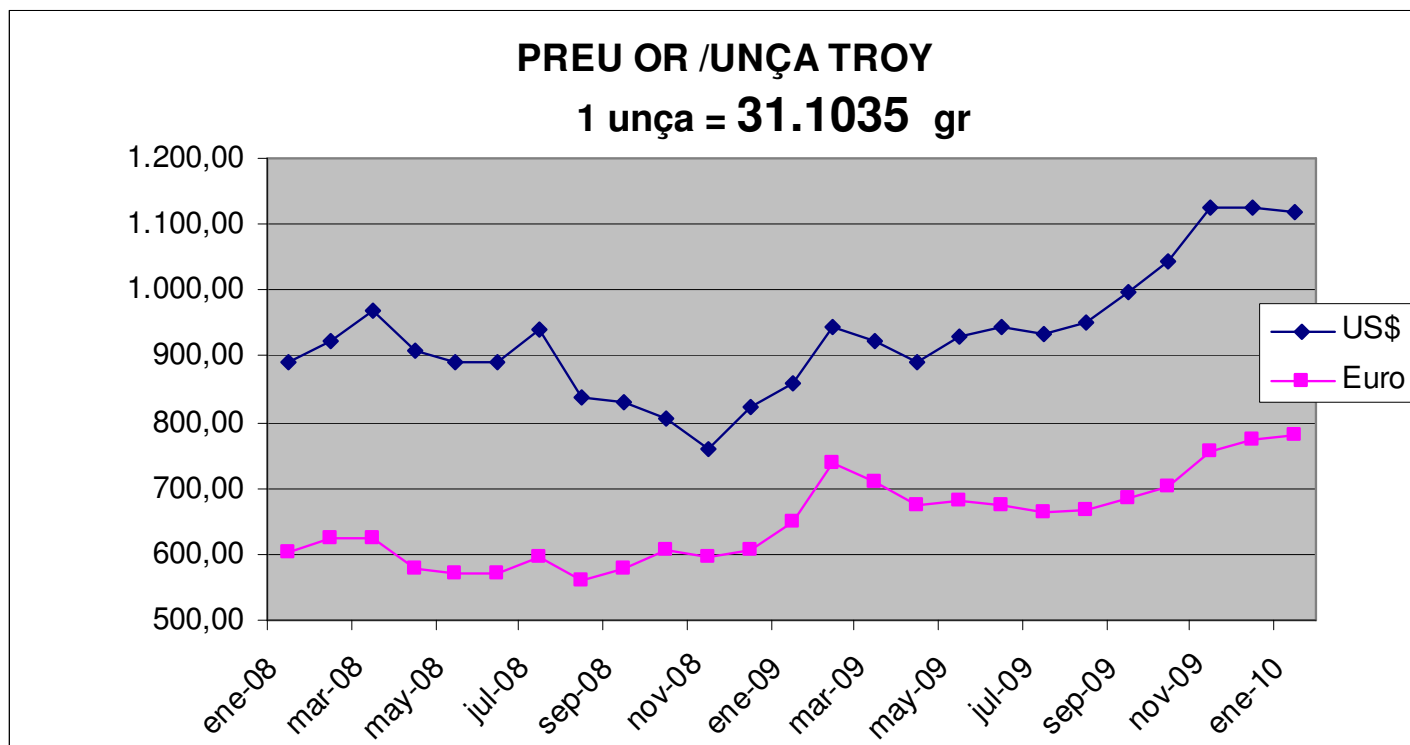
a) **LA COMPRA DE JOIES COM A INVERSIÓ ES PRÀCTICAMENT INEXISTENT. NO HA ESTIMULAT LA DEMANDA DE CAP MANERA**



Cap establiment diu haver venut joies com a inversió.

Tot i la forta revalorització de l'or com a valor-refugi, la inversió en or es fa en forma de lingots comprats fora del canal minorista "clàssic".

L'ENCARIMENT DE L'OR: IMPACTE REAL

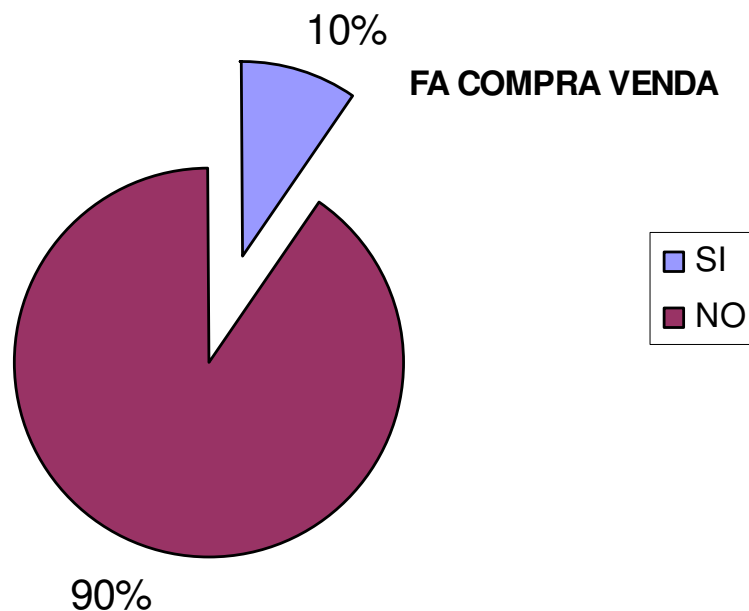


(preu per unça basat en London pm fix):

INCREMENT VALOR OR 2009 vs 2008

- en €: + **27%**
- en \$: + **37%**

b) LA COMPRA-VENDA D'OR NO ES UNA PART DESTACADA DEL NEGOCI JOIER TRADICIONAL (tot i que augmenta una mica)



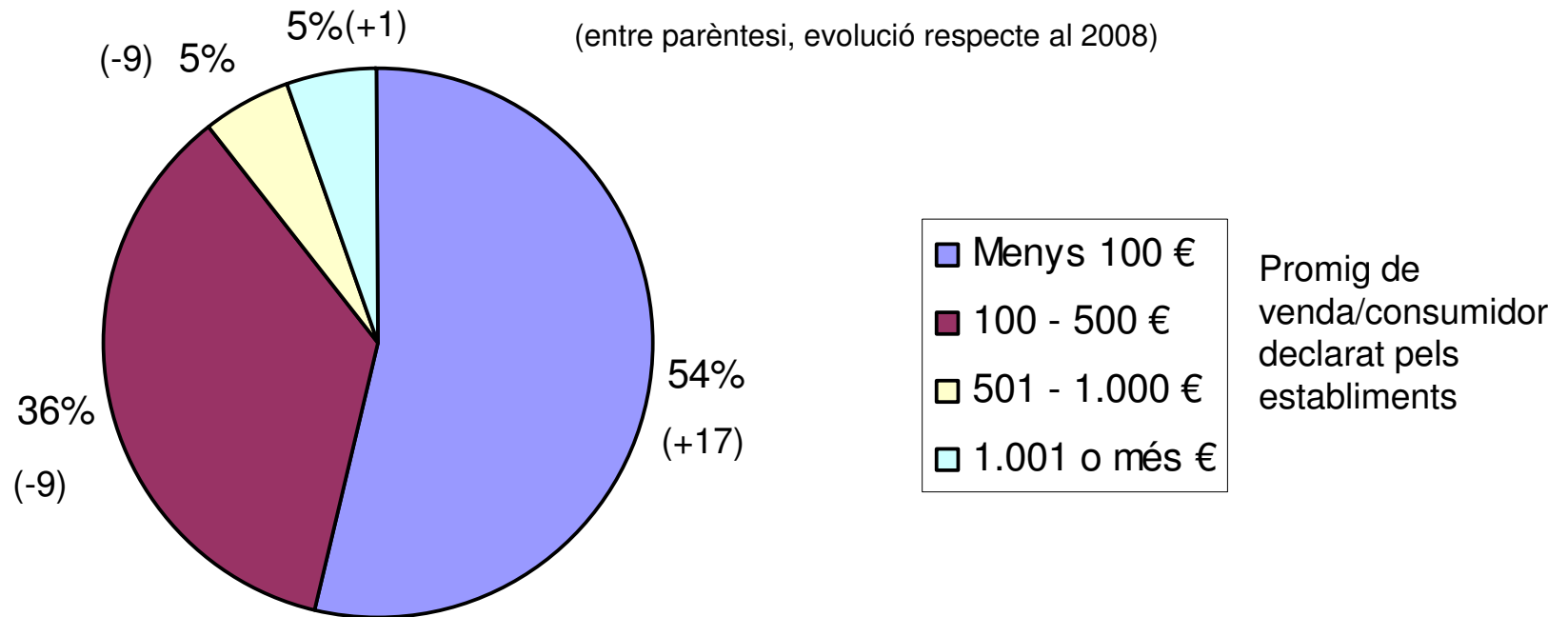
Només 10% establiments respon que fa compra-venda

Un 5% dels establiments senyalen haver iniciat aquest servei des del 2008 (5% ja ho feien abans)

El % d'ingressos dels comerços que ho tenen no passa en gairebé cap cas del 5%. Només 2% diuen és superior al 20%

C-0) FORTA CAIGUDA DESPESA MITJA DE COMPRA

VALORS PROMIG COMPRA CONSUMIDORS CATALANS

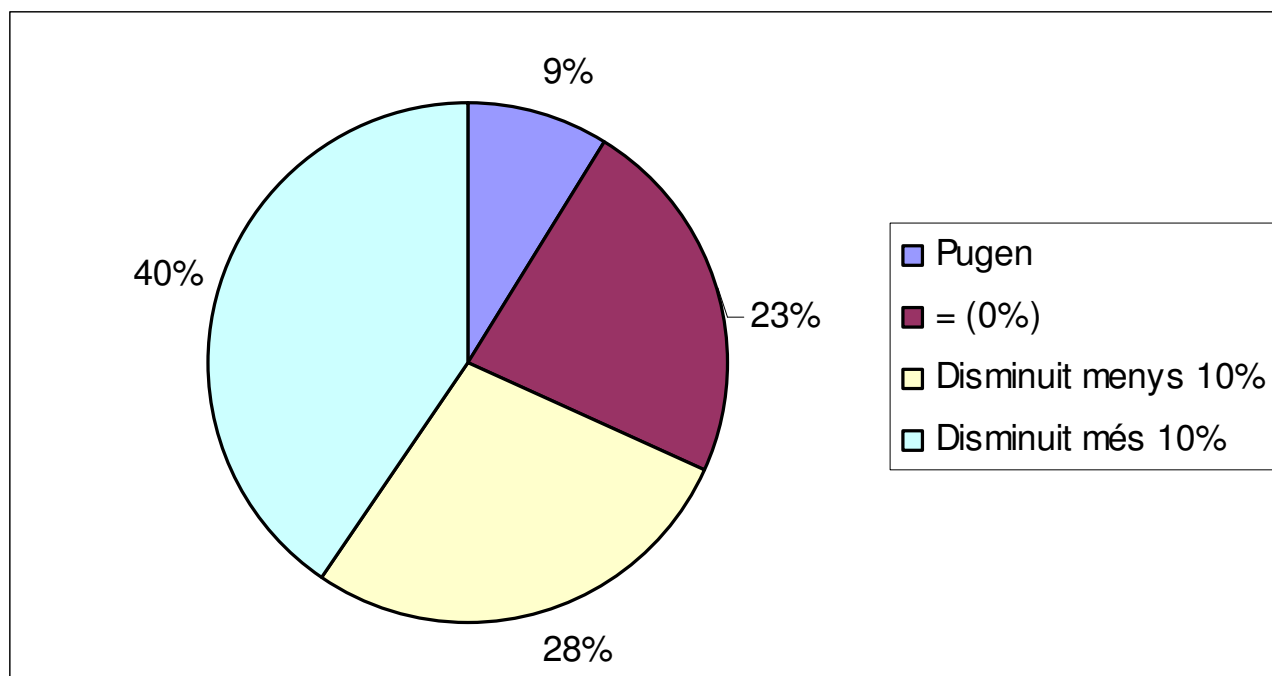


El promig de compra del consumidor ha caigut clarament. Compres inferiors a 100 € són ara la meitat de les compres (han crescut comparativament un 50% vs 2008).

Valor mig de compra: 197 €

C-1) FORTA CAIGUDA DE LA DESPESA MITJA DE COMPRA

% de EVOLUCIÓ DEL VALOR MIG DE COMPRA DEL CONSUMIDOR

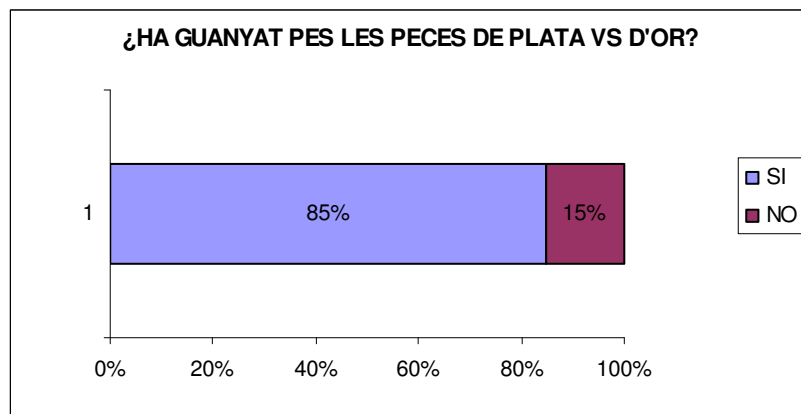
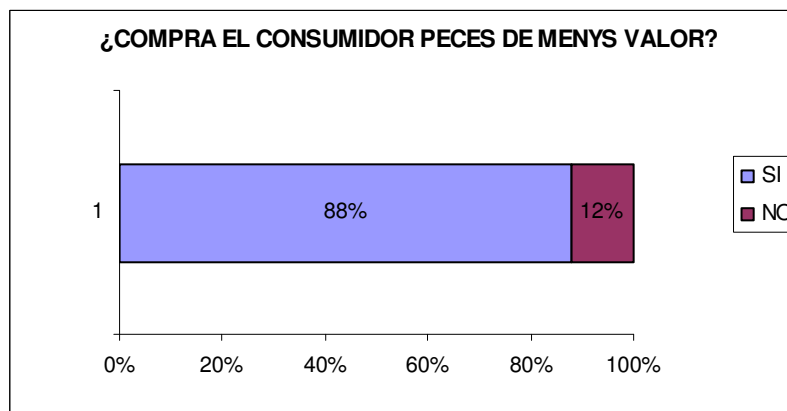
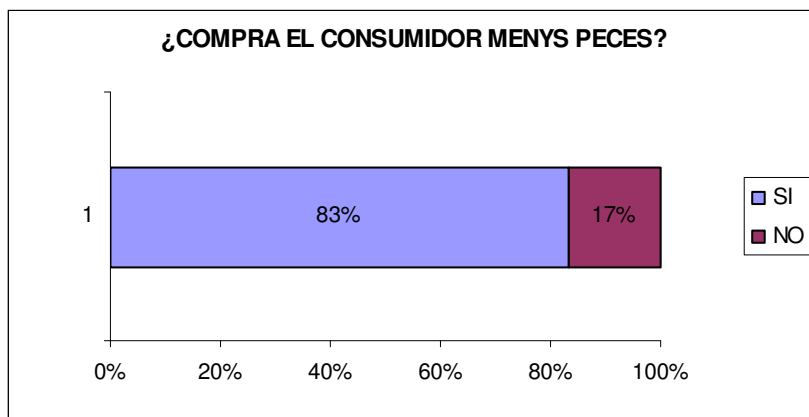


Segons valoració
dels establiments

7 de cada 10 comerços indiquen que el consumidor gasta menys en cada compra.

C-2) FORTA CAIGUDA DE LA DESPESA MITJA DE COMPRA

...motivada tant perque es compren menys peces, com perque es gasta menys per peça. El consumidor compra més peces de metall no preciós, i la plata guanya pes relatiu envers l'or



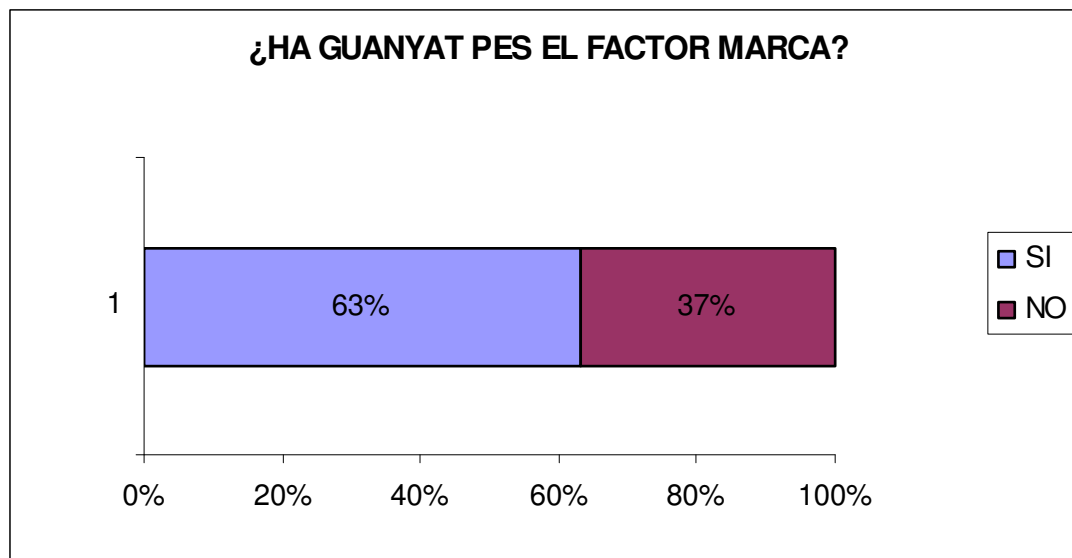
Segons valoració dels establiments

8-9 de cada 10 establiments indiquen que el consumidor compra menys peces, i les que compra són més econòmiques

d) LES PECES PODEN SER MÉS ECONÒMIQUES, PERÒ DE MARCA

El referent de la marca a l'elecció del producte no para de créixer. A diferència d'altres sectors, la venda de productes es concentra cada cop més en marques reconegudes i/o de prestigi.

Moltes d'aquestes han expandit el seu portfoli de producte, amb peces econòmiques però amb els valors de disseny i qualitat incorporats



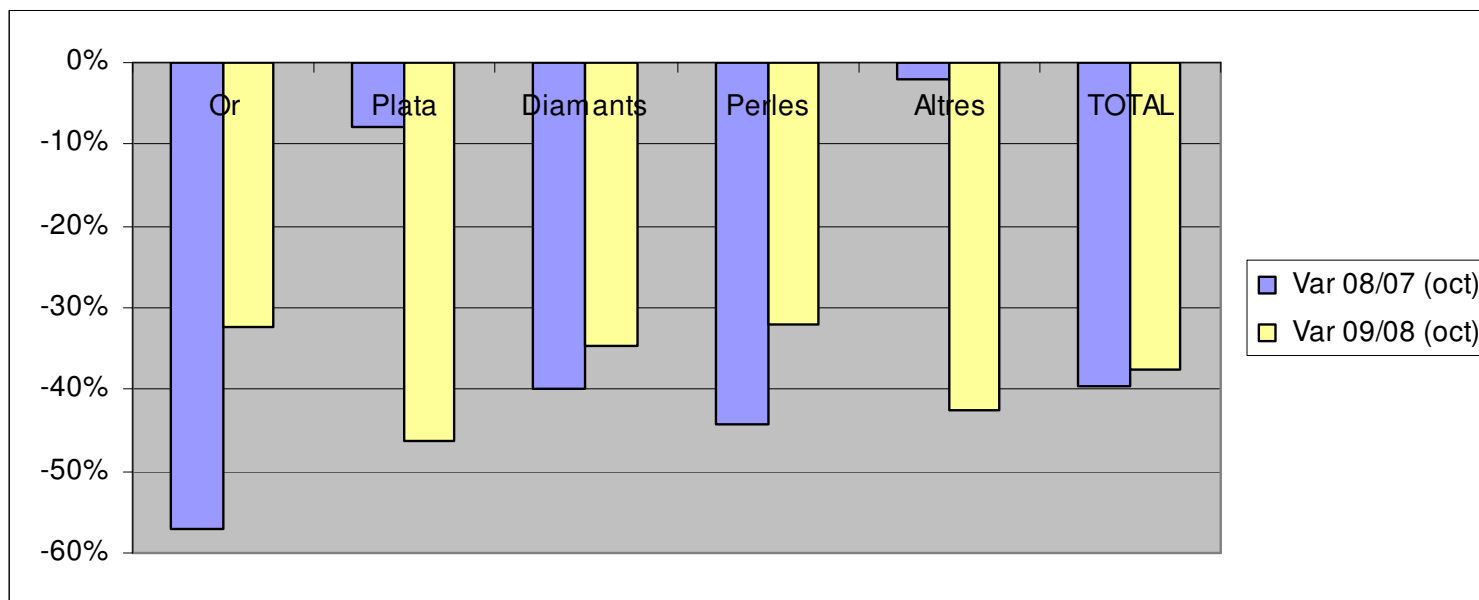
Segons valoració dels establiments

Aproximadament 2 de cada 3 establiments diuen que el consumidor compra cada cop més per marca

Annex:

DETALL EVOLUCIÓ COMERÇ EXTERIOR

(xifres totals d'Espanya, referides al valor d'importacions en euros, comparant els mateixos períodes any anterior



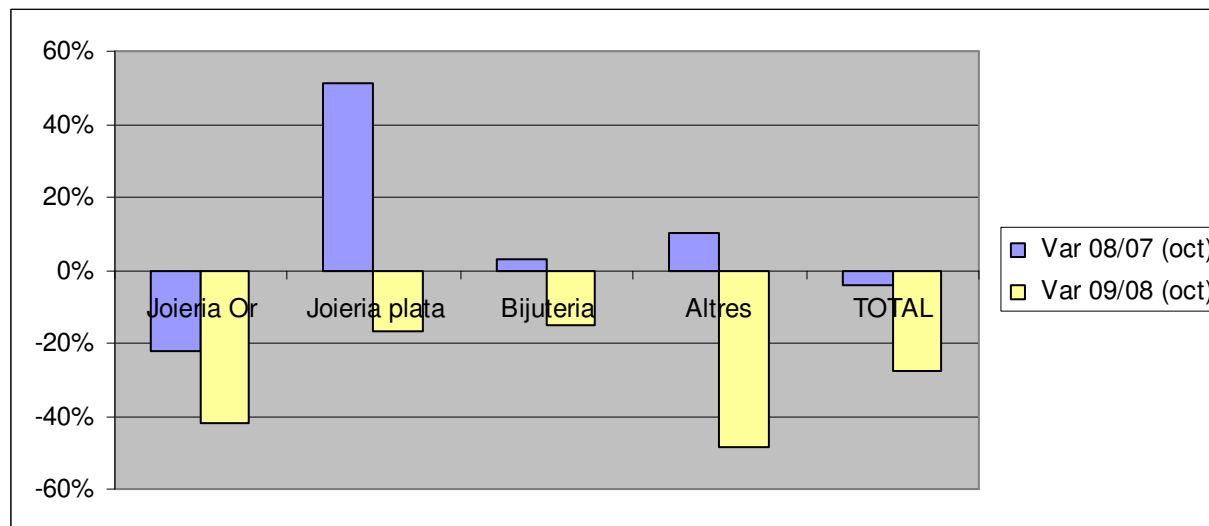
(xifres totals d'Espanya, referides al valor d'importacions en euros, comparant els mateixos períodes – es a dir, gener a octubre del 2009 contra mateix període any anterior)

A) IMPORTACIONS MATERIA PRIMERA: -38% (190 MM €)

La plata ha evolucionat molt pitjor que al 2008.

	Gen-Oct 2007	Gen-Oct 2008	Gen-Oct 2009	Var 08/07 (oct)	Var 09/08 (oct)
Or	278,4	119,7	81,1	-57%	-32%
Plata	59,7	55,0	29,6	-8%	-46%
Diamants	70,3	42,3	27,6	-40%	-35%
Perles	17,9	10,0	6,8	-44%	-32%
Altres	79,8	78,1	45,0	-2%	-42%
TOTAL	506,1	305,1	190,1	-40%	-38%

Font: revista Gold&Time, basada en les dades de la Dirección General de Aduanas



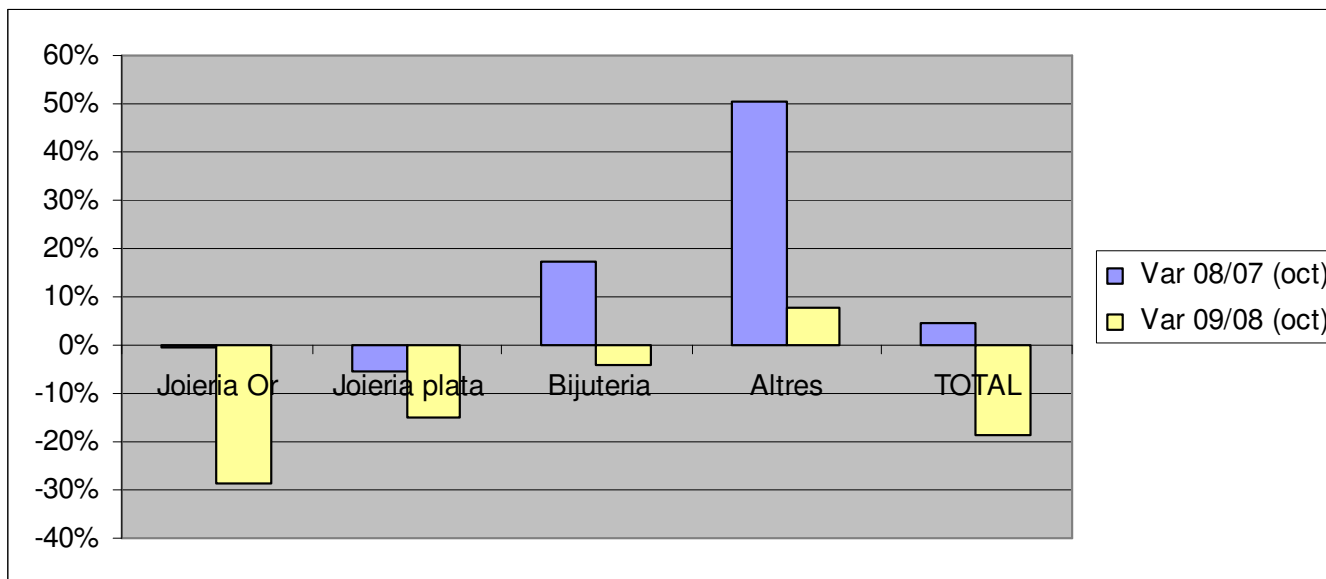
(xifres totals d'Espanya, referides al valor d'importacions en euros, comparant els mateixos períodes – es a dir, gener a octubre del 2009 contra mateix període any anterior)

B) IMPORTACIONS - PRODUCTE ACABAT: -27% (296 MM €)

La importació de joieria ha experimentat un descens notablement més pronunciat que al 2008

La joieria de plata ha evolucionat molt pitjor que al 2008.

	Gen-Oct 2007	Gen-Oct 2008	Gen-Oct 2009
Joieria Or	205,0	160,0	93,2
Joieria plata	42,9	64,9	54,1
Bijuteria	159,4	163,9	139,1
Altres	18,4	20,3	10,5
TOTAL	425,7	409,1	296,9



(xifres totals d'Espanya, referides al valor d'importacions en euros, comparant els mateixos períodes – es a dir, gener a octubre del 2009 contra mateix període any anterior)

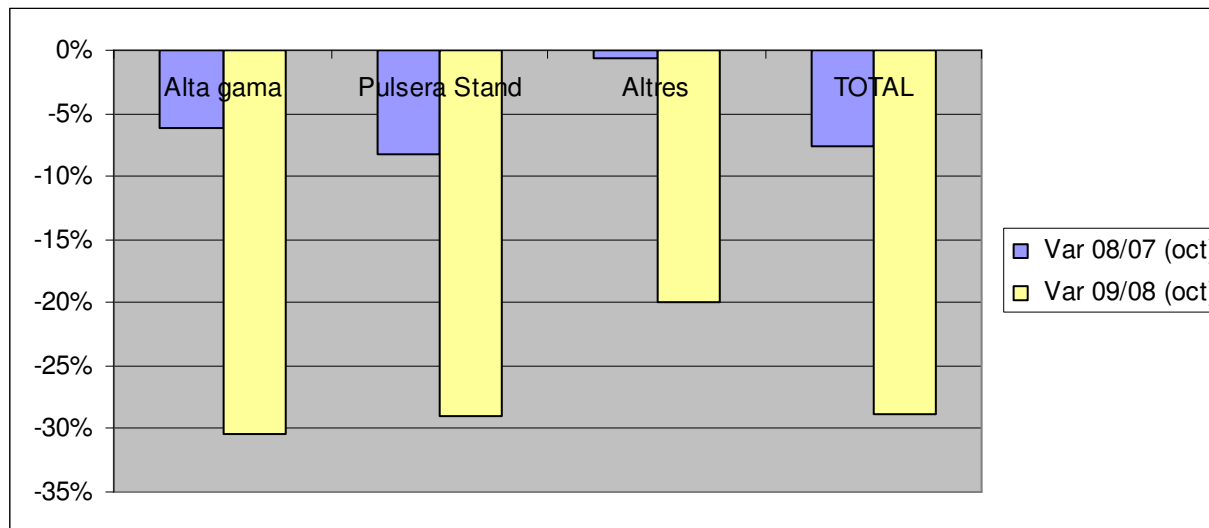
C) EXPORTACIONS JOIERIA -PRODUCTE ACABAT: -18% (196 MM €)

La exportació també ha caigut, si bé no tant com importacions

Principals mercats: USA (19%), França (19%), Suïssa (9%), Itàlia (8%)

	Gen-Oct 2007	Gen-Oct 2008	Gen-Oct 2009
Joieria Or	130,4	130,1	93,0
Joieria plata	43,6	41,2	35,1
Bijuteria	46,5	54,6	52,3
Altres	9,5	14,3	15,4
TOTAL	230,0	240,2	195,8

Font: revista Gold&Time, basada en les dades de la Direcció General de Aduanas



(xifres totals d'Espanya, referides al valor d'importacions en euros, comparant els mateixos períodes – es a dir, gener a octubre del 2009 contra mateix període any anterior)

D) IMPORTACIONS RELLOTGERIA: - 29% (330 MM €)

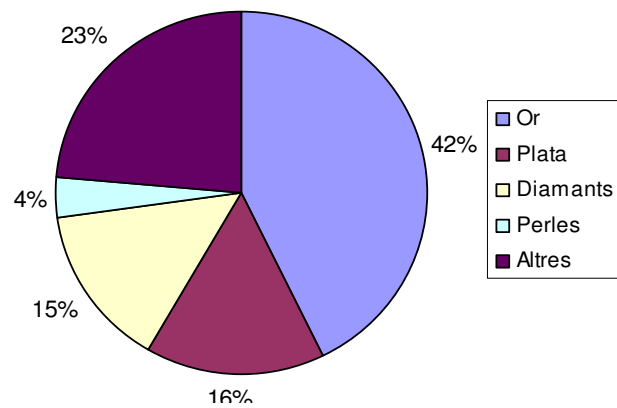
La crisi de la rellotgeria va començar lleugerament més tard que a la joieria (inici 2009).

Fort descens de la inversió publicitària de les grans marques

	Gen-Oct 2007	Gen-Oct 2008	Gen-Oct 2009
Alta gama	77,3	72,5	50,5
Pulsera Stand	408,4	375,0	266,4
Altres	17,1	17,0	13,6
TOTAL	502,8	464,5	330,5

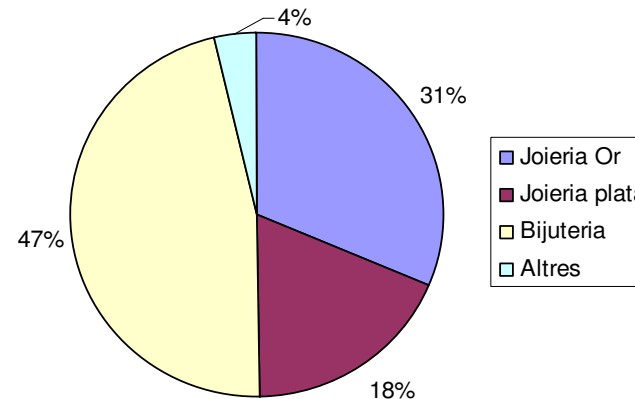
Font: revista Gold&Time, basada en les dades de la Dirección General de Aduanas

MATERIES PRIMERES

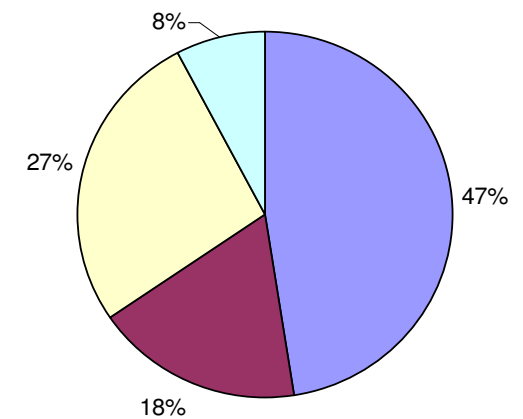


(xifres totals d'Espanya, referides al valor d'importacions en euros)

PRODUCTE ACABAT



Importacions



Exportacions

E) DESGLOSSAMENT

L'or continua sent el principal metall noble de la joieria, tot i que la plata ha guanyant paulatinament pes des del 2007

La bijuteria ha guanyat també pes, fruit de la demanda de producte de menys valor unitari