Agenzia per la promozione all'estero
e l'internazionalizzazione delle imprese italiane
(in gestione transitoria)

OREFICERIA E GIOIELLERIA IN SVEZIA

L'Istituto nazionale per il Commercio Estero, con la propria rete di Uffici nel mondo e con le attività di promozione e di assistenza, costituisce un osservatorio sui mercati internazionali al servizio delle imprese italiane.

La presente pubblicazione rientra nel programma editoriale dell'Istituto - collana "INDAGINI - PRODOTTO/MERCATO" - ed è stata realizzata dall'Ufficio ICE di Stoccolma.

Il programma editoriale è curato dall'Area Prodotti Informativi - Editoria Elettronica

DICEMBRE 2012

© Copyright Istituto nazionale per il Commercio Estero

1. SCHEDA SVEZIA 3

1.1 SVEZIA:MAPPA 3
1.2 NOTA CONGIUNTURALE (DICEMBRE 2012) 3
1.3 SCHEDA PAESE 4
1.4 L'ECONOMIA IN SINTESI 6
1.4.1.SULLA STRUTTURA DELL'ECONOMIA: 6
1.4.1. a. Agricoltura 6
1.4.1 b. Foreste 6
1.4.1.c Risorse minerarie 7
1.4.1.d Industria 7
1.4.1.e Energia 7
1.4.1.f Costruzioni ed attivitá immobiliari 8
1.4.1.g Servizi 8
1.5. IL COMMERCIO INTERNAZIONALE 10
1.6 INTERSCAMBIO COMMERCIALE CON L'ITALIA 13
1 .7 GLI INVESTIMENTI DIRETTI ESTERI 15
1.7.a IDE Svezia :Stock 15
1.7 b IDE Bilaterali: 16

2. SVEZIA- IL MERCATO OREFICERIA E GIOIELLERIA 17

1. INFORMAZIONI GENERALI SUL MERCATO DI BENI DI CONSUMO 17
2. PRODUZIONE LOCALE DI OREFECERIA E GIOIELLERIA 21
3. IL COMMERCIO ESTERO ED IL POSIZIONAMENTO DEL PRODOTTO ITALIANO 23
4. ABITUDINE DI CONSUMO E CARATTERISTICHE RICERCATE NEI PRODOTTI 25
4. CANALI DI VENDITA E DISTRIBUZIONE 25
5. I SISTEMI DI PAGAMENTO 26
6. STANDARDS 27
7. MARCHIO PER IL NICHELIO 27
8. PREZZI E MARK UP 27
FIERE DEL SETTORE 28
RIVISTE SPECIALIZZATE 28
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA 29

SCHEDA SVEZIA

1.1 SVEZIA:MAPPA

1.2 NOTA CONGIUNTURALE (dicembre 2012)

Dopo la contrazione del 5% del PIL nel 2009 a causa della crisi internazionale, la Svezia ha registrato nel 2010 e nel 2011 un tasso di crescita rispettivamente del 6,6% e del 3,9%.

Risultati attesi per il 2012 a) **un tasso di crescita del PIL tra** l'1,2% ed il 1,5%; b) un **tasso di inflazione** dello 0,4% (*2,3% nel 2011*); c) un **tasso di disoccupazione** intorno al 7,7% (*7,5% nel 2011*)

Previsione per 2013 :a) **un tasso di crescita del PIL tra** l'0,8% ed il 1,0%; b) un **tasso di inflazione** dello 1% (*0,4% nel 2012*); c) un **tasso di disoccupazione** intorno al 8,3% (*7,7% nel 2012*).

Ripartizione del PIL Svezia

	2009	2010	2011	Quota% 2011
PIL nominale in mrd di SEK	**3.167,2**	**3.374,8**	**3.499,9**	**100,0**
Tasso di crescita reale (%)	-5	6,6	3,7	100,0
Ripartizione PIL per comparto produttivo (%)				
▪ Agricoltura	42.851	50.029	54.298	2,23
▪ Costruzioni	138.917	152.049	171.275	7,05
▪ Energia	99.285	109.812	106.503	4,38
▪ Industria	428.803	522.197	546.080	22,47
▪ Servizi	1.393.110	1.458.928	1.552.525	63,87
Inflazione	0,6	2,3	2,3	
Disoccupazione	8,6	7,4	7,1	

Fonte: Elaborazione ICE Stoccolma da dati SCB novembre 2012

1.3 SCHEDA PAESE

Superficie	***449.964 kmq*** *(54% foreste, 0,9%di laghi,8% aree coltivati)*
Clima	***temperato freddo***
Popolazione	***9 540 065 (al 30 settembre 2012)***
Densitá abitativa	***20 abitanti/kmq***
Lingua Ufficiale	***Svedese***
Religione	***Luterana per il 90%***
Feste nazionali	***Capodanno***, ***Epifania***, ***Venerdi Santo***, ***Domenica di Pasqua***, ***Lunedi dell'Angelo***, ***1º maggio, Ascensione***, ***6 giugno*** *festa nazionale,* ***21 giugno*** *Festa di Mezz'estate,* ***1º Novembre*** *(Tutti Santi);* ***24 - 25 - 26 e 31 Dicembre***
Forma istituzionale	***Monarchia parlamentare***
Ripartizione ammin. va	***21 regioni (Län), 290 comuni***

Capitale e Sede di governo	***Stoccolma***
Membership Int.li	***Dal 1995 Paese membro dell'Unione Europea e dal 1996 Paese Schenghen*** *(non fa parte dell'Unione Monetaria)*
Moneta	***Corona Svedese (SEK)***
Cambio*	***1,00 sek = 0,114 EUR***
Anno fiscale	***1º gennaio - 31 dicembre***
I.V.A. (M.O.M.S.)	*25% (ordinaria),*
Principali risorse naturali	*Foreste, ferro e solfuro*
Principali porti	*Göteborg, Helsinborg,Trelleborg, Malmö, Stoccolma*

ABITANTI PRINCIPALI CENTRI URBANI	***al 31/12 2011***
Contea di Stoccolma	2.091.473
di cui la cittá di Stoccolma	864.324
Göteborg	520.374
Malmö	302.835
Uppsala	200.001
Linköping	147.334
Vesterås	138.709
Örebro	137.121
Helsingborg	130 626
Norrköping	130 623
Jönköping	128 305
Umeå	116 465
Lund	111 666
Borås	104 106

1.4 L'ECONOMIA IN SINTESI

La Svezia é un paese piccolo (9,5 milioni di abitanti), altamente industrializzato con ottime infrastrutture ed una forza lavoro qualificata. L´economia svedese é una delle piú globalizzate e competitive al mondo: con un PIL di circa 538 miliardi di dollari (2011), la Svezia é oggi una delle prime potenze economiche mondiali e la nona della U.E. (a 27) al cui PIL contribuisce per il 2,4% (a fronte del 1,8% della popolazione). Vanta un sistema produttivo diversificato "ad alta intensitá di conoscenza o high tech", che annovera tra le sue imprese numerose multinazionali (i.e. SKF, Scania, Volvo*, Scandic, IKEA, Atlas Copco, Hennes & Mauritz (H&M), Ericsson*), molte delle quali leader internazionalmente riconosciute nei loro comparti *(legno, carta, mobili, metalli, automotive, aeronautica, ITC, farmaceutica ecc.*). Nel 2011 la Banca Mondiale ha classificato la Svezia come 18mo paese "*easy of doing business*" e 43mo come "*easy of starting business*".
Ha un sistema bancario molto concentrato: le prime 4 banche (*Nordea, Svenska handelsbanken , Swedbank e SEB)* controllano circa l´80% del mercato.
È un paese ricco, con un PIL pro-capite nominale intorno ai 53-54.000 $ annui (2011), che scendono a circa 38.000 USD in termini di PPP, visto l'alto costo della vita. Ha un indice GINI di 25 che é al contempo risultato e conseguenza di generoso welfare state di natura "universale" e di un´ alta qualitá dei servizi pubblici. Dato che annovera la Svezia tra i paesi con gli standard di qualitá della vita piú alti, al pari i.e. di Danimarca, Norvegia.

1.4.1.Sulla struttura dell'economia:

1.4.1. a. Agricoltura

L'agricoltura rappresenta circa il 2,3% del PIL ed assicura poco piú dell´1% dei posti di lavoro. Con solo l'8% del territorio coltivato, il deficit agroalimentare della Svezia é strutturale, ma ci sono consistenti produzioni compatibili con le rigide condizioni climatiche: avena, barbabietole, orzo e patate, che coprono il relativo fabbisogno; a questi si aggiunge il frumento, coltivato peró solo al di sotto del 60° parallelo.

1.4.1 b. Foreste

La Svezia ha una superficie boschiva di circa 23,5 milioni di ettari (pari al 54% del territorio). L'80% delle foreste svedesi é coltivato a conifere, di cui l'abete rosso e le betulle sono le principali specie arboree.

Le foreste sono per oltre il 60% di proprietá privata. Tra i grandi proprietari spiccano alcune delle piú importanti aziende multinazionali attive nel comparto della carta e del legname.
La coltivazione delle foreste é una pietra miliare per l'economia svedese. Oltre a dare lavoro a circa 76.000 dipendenti é alla base di due filiere di specializzazioni produttiva tradizionale della Svezia : la "prima lavorazione del legno" e la produzione di polpa per carta e carta. Insieme questi due comparti concorrono alla formazione del PIL per il 12%.
Negli ultimi anni gli scarti di lavorazione del legno vengono sempre piú efficacemente impiegati nella produzione di bioenergie, un comparto tecnologico che va assumendo una rilevanza crescente nel mondo delle energie rinnovabili e che vede la Svezia all´avanguardia.

1.4.1.c Risorse minerarie

Pur priva di idrocarburi fossili, la é dotata di notevoli risorse minerarie (*minerale ferroso, manganese, rame, piombo, zinco, oro, argento*), che sono sfruttate industrialmente.

1.4.1.d Industria

Pur essendo un paese piccolo, la Svezia vanta un sistema produttivo molto diversificato ed *"ad alta intensitá di conoscenza o high tech*", che annovera tra le sue imprese numerose multinazionali (*i.e. ABB, Alfa Laval, SKF, Volvo, Scandic, Atlas Copco, IKEA, Hennes & Mauritz (H&M), Ericsson*) molte delle quali leader internazionalmente riconosciute nei loro comparti *(legno, carta, mobili, metalli, automotive, aeronautica, ITC, farmaceutica ecc.*). Imprese che normalmente si avvalgono delle piú qualificate PMI locali per sviluppare e produrre la componentistica ed i servizi necessari per conferire al prodotto finale i requisiti attesi dall'acquirente.
Il comparto manifatturiero contribuisce al PIL per il 21-23%. I settori piú sviluppati sono quello meccanico ed elettromeccanico che, insieme ai servizi di ingegneria meccanica – costituiscono il 50% della produzione e delle esportazioni - elettronica, chimica farmaceutica ed aeronautica.
(*L'acquisto nel 2009 della casa automobilistica Volvo da parte della cinese Geely per 1,8 miliardi di dollari ed il fallimento, nell'anno successivo di Saab, non hanno ancora risolto le difficoltá in cui versa dal 2007 uno dei piú grandi comparti produttivi del paese: l'industria automobilistica*).

1.4.1.e Energia

Priva di idrocarburi fossili, ricca di acqua e con una lunga storia di neutralitá, la Svezia ha scelto di assicurare la sua sicurezza energetica, investendo nel nucleare (*10 centrali in*

funzione) e nell'idroelettrico. Fonti che, insieme, coprono piú dell'80% del fabbisogno di energia elettrica (*Nel 2011 il 39% e 43% rispettivamente)*. La differenza viene coperta dall'eolico (4%)e da combustibili vari (13%), come ad esempio il biogas.
Le importazioni di combustibili fossili (*idrocarburi e gas*) - equivalento al 30% circa dei consumi energetici complessivi - sono a beneficio soprattutto della mobilitá. Il loro approvvigionamento é sufficientemente diversificato ad eccezione del gas, che proviene unicamente dalla Danimarca, tramite il gasdotto che unisce i due paesi.

1.4.1.f Costruzioni ed attivitá immobiliari

Costruzioni: Per contrastare la forte riduzione degli investimenti privati intervenuti in campo immobiliare a causa delle incertezze generate dalla crisi internazionale, in generale, e dal debito europeo, dal nervosismo dei mercati finanziari globali e dalle maggiori difficoltá di accesso al credito, in particolare, dal 2009 il governo é impegnato a sostenere un significativo programma pluriennale di ammodernamento delle infrastrutture viarie e ferroviarie del paese.

Attivitá immobiliari: Nonostante il numero di operazioni immobiliari sia calato del 32% rispetto all´anno precedente, nel 2011 il comparto ha contribuito per il 9% al PIL. Nei primi 10 mesi del 2012 le tre principali aree metropolitane del paese (*Stoccoma, Gotemburgo e Malmö)* hanno visto comunque un aumento relativo delle attività immobiliari sul loro mercato.

1.4.1.g Servizi

Come in tutte le economie avanzate, anche in Svezia i servizi concorrono alla formazione della maggior parte del PIL (circa i 70%).
Accanto ai tradizionali efficienti servizi pubblici (*istruzione, welfare state etc.*) e privati (*bancari, distribuzione,logistica etc.*) un ruolo sempre piú incisivo hanno in Svezia i servizi a sostegno dell´innovazione, della competitivitá e della globalizzazione del suo sistema sistema produttivo diversificato *"ad alta intensitá di conoscenza o high tech*".

Nota: La R&D in Svezia

La forza della moderna economia svedese consiste soprattutto nell'innovazione tecnologica sia dei settori tradizionali come l' elettromeccanica, la meccanica , la metallurgia, la chimica, la farmaceutica che dei nuovi comparti come ITC, BioTech CleanTech etc.

Essa è attivamente sostenuta da un consistente flusso di investimenti in R&D (circa il 3,7 del PIL, una delle quote più alte del mondo). Essi sono mediamente, equamente ripartiti tra pubblico e privato (Questo é un tratto distintivo del modello svedese).

Nel panorama internazionale la Svezia spicca per essere in piccolo Paese europeo leader internazionalmente riconosciuto:

nell´innovazione di tecnologie consolidate (i.e. elettromeccanica, metallurgia etc);

nello sviluppo di nuove tecnologie ad alta intensità di conoscenza (i.e. ITC biotech, cleantech, nuovi materiali, etc.);

Per lo sviluppo di tecnologie e prodotti ad alta intensità di conoscenza, dalla seconda metà degli anni '80 la Svezia può vantare una serie ininterrotta di:

uno dei piú alti tassi al mondo di investimenti in R&D in rapporto al PIL;

uno dei più alti tassi al mondo di rendimento degli investimenti in R&D grazie allo sviluppo do un consolidato ed efficiente modus operandi in grado di creare efficaci sinergie e spin off tra imprese e ricercatori, Università, Centri di Ricerca e società di Venture Capital in grado di favorire al massimo l'applicazione industriale dei risultati della ricerca stessa.

Tra i fattori che favoriscono il successo di questo modus operandi si segnalano:

1. il libero e pieno sfruttamento del brevetto da parte del suo autore /ricercatore anche quando questi lo ha sviluppato utilizzando le infrastrutture dei centri di ricerca ed università svedesi;

2. il sostegno della finanza svedese, sia pubblica che privata, verso le "star up e green ompanies" attive nello sviluppo delle nuove tecnologie ad alta intensità di conoscenza;

3. i numerosi programmi di ricerca attivati:

a) dalle imprese private per confermare la loro competitivitá internazionale;

b) dalle strutture pubbliche per "incubare" lo sviluppo di nuove tecnologie e prodotti, a cui si aggiungerá dal 2013, un programma biennale di attrazione di personale qualificato, del valore di più di 2 mld di SEK (250 milioni di €).

1.5. Il commercio internazionale

Il grado di apertura al commercio internazionale (esportazioni+importazioni/PIL) della Svezia é tra i piú levati al mondo: oltre il 70%. Questa grande apertura é legata alle caratteristiche della struttura economico produttiva svedese che é fatta di numerose imprese multinazionali (*) leader internazionali nel loro comparto.

Sin dal 1980, il saldo della bilancia commerciale della Svezia é sempre stato attivo (circa 73 miliardi di SEK nel 2011).

(*) Nota: *La principale ragione della presenza di tante multinazionali in un paese piccolo é la diffusa consapevolezza che gli imprenditori e manager svedesi hanno circa la limitatezza del mercato domestico e, conseguentemente della necessitá di affermarsi – sin dalle prime fasi di sviluppo dell'impresa - sui mercati esteri per espandere il loro business*.

Principali paesi fornitori della Svezia 2011

Posizione	**Paesi**	**Valore delle importazioni** MldSEK	**Quota%**
1	Germania	209,4	18,3
2	Norvegia	97,3	8,4
3	Danimarca	93,6	8,2
4	Paesi Bassi	70,5	6,2
5	Regno Unito	67,5	5,9
6	Russia	63,5	5,5
7	Finlandia	61,1	5,4
8	Francia	51,6	4,5
9	Belgio	44,5	3,9
10	Cina	44,4	3,8
11	USA	35,0	3,0
12	**Italia**	**33,7**	**2,9**
13	Polonia	32,3	2,7

Fonte: Elaborazione ICE Stoccolma da dati SCB/ Ekonomi Fakta, novembre 2012

Nel 2011 tra i paesi fornitori della Svezia, al primo posto si conferma la Germania con una quota del 27%, al secondo la Norvegia con una quota dell'8%e la Danimarca (8%). L'Italia é il dodicesimo fornitore, con una quota del 2,9%.

Principali prodotti importati dalla Svezia 2011

Importazioni svedesi	**2011**	**2010**	**Valore % 2011**
Totale	**1.140.657**	**1.069.445**	**100,0**
Prodotti del legno	**32.913**	**32.552**	**2,9**
Prodotti Minerali	**106.145**	**97.354**	**9,3**
Prodotti chimici	**140.526**	**134.236**	**12,3**
Prodotti dell'Energia	**162.906**	**143.245**	**14,3**
Macchinari e mezzi di trasporto, di cui	**478.544**	**451.209**	**42,0**
Beni strumentali	119.302	107.055	10,5
Prodotti elettronici, di telecomunicazioni	182.158	179.215	16,0
Veicoli stradali	110.980	103.078	9,7
Automobili	51.074	47.683	4,5
Strumenti, articoli ottici	25.671	25.101	2,3
Altri beni	**219.624**	**210.849**	**19,3**
Prodotti alimentari	**99.285**	**285.470**	**8,7**
Prodotti tessili, abbigliamento, calzature	**51.692**	**47.491**	**4,5**
Mobili	**15.771**	**15.653**	**1,4**

Fonte: Elaborazione ICE Stoccolma da dati SCB/ Ekonomi Fakta, novembre 2012

I beni maggiormente importati dalla Svezia nel 2011 erano in ordine: i beni strumentali quali macchinari, automobili e veicoli industriali per un valore del 42%, i prodotti dell'energia per il 14,03%, i beni strumentali per il 10,5%, e i minerali (10%).

Principali paesi clienti della Svezia - 2011

Posizione	Paesi	Valore delle esportazioni Mld SEK	Quota%
1	Germania	120	9,8
2	Norvegia	114,9	9,4
3	Regno Unito	84,7	7,0
4	USA	76,8	6,3
5	Danimarca	74,7	6,1
6	Finlandia	74,1	6,1
7	Paesi Bassi	59,6	4,9
8	Francia	55,7	4,5
9	Belgio	54,3	4,4
10	Cina	39,9	3,2
11	Polonia	31,6	2,6
12	**Italia**	**30,5**	**2,5**
13	Russia	27,6	2,2

Fonte: Elaborazione ICE Stoccolma da dati SCB/ Ekonomi Fakta, novembre 2012

I principali mercati di sbocco delle esportazioni svedese sono : l´UE (27) con 680 mld di SEK, il resto d´Europa con 182 mld SEK. I principali paesi clienti sono: la Germania (10%) e la Norvegia (9%), Regno Unito (7%). L´Italia é il dodicesimo paese acquirente con il 2,5% .

Esportazioni svedesi 2011: principali prodotti esportati

Esportazioni svedesi	2011	2010	Quota% 2011
TOTALE	**1.213.125**	**1.138.167**	**100,0**
Prodotti del legno, di cui	**128.368**	**129.274**	**10,6**
Prodotti del legno	24.159	26.127	2,0
Pasta di cellulosa	18.674	19.463	1,5
Carta	79.521	77.811	6,6

Prodotti minerali	**145.019**	**127.507**	**12,0**
Prodotti chimici	**138.666**	**145.420**	**11,4**
Macchinari e mezzi di trasporto, di cui	**236.176**	**509.114**	**7,9**
Beni Strumentali	190.374	167.585	15,8
Prodotti elettronici, di telecomunicazione	165.611	161.740	13,7
Mezzi di trasporto	204.298	165.176	16,9
Altri mezzi di trasporto	13.495	11.919	1,1
Strumenti e articoli ottici	27.234	27.997	2,2
Altri beni	**142.059**	**141.169**	**11,7**
Prodotti alimentari	**54.349**	**53.754**	**4,5**
Prodotti tessili, abbigliameno, calzature	**22.551**	**21.013**	**1,9**
Mobili	**16.949**	**16.385**	**1,4**

Fonte: Elaborazione ICE Stoccolma da dati SCB/ Ekonomi Fakta, novembre 2012

I beni maggiormente esportati dalla Svezia alla fine del 2011 risultavano in ordine:

- Macchinari e mezzi di trasporto, per un valore del 46,4% del totale delle esportazioni.
- I minerali ferrosi, ferro e acciao, con un valore del 12%, i prodotti chimici, per un valore dell' 11,4%.
- I prodotti del legno (legname, pasta di cellulosa e carta) per un valore del 10,6% sul totale delle esportazioni.

1.6 interscambio COMMERCIALE con l'Italia

Nel 2011 l'Italia ha registrato un saldo commerciale a suo favore portandolo a 3,1 miliardi di SEK (da 1,3) ed è stata :

- il 12° paese fornitore della Svezia con una quota di 2,9%, riconfermando la posizione del 2010, con un valore complessivo di 33,8 miliardi di SEK.
- Il 12° paese cliente della Svezia con una quota del 2,5% , riconfermando la posizione del 2010, con un valore complessivo di 30,5 miliardi di SEK.

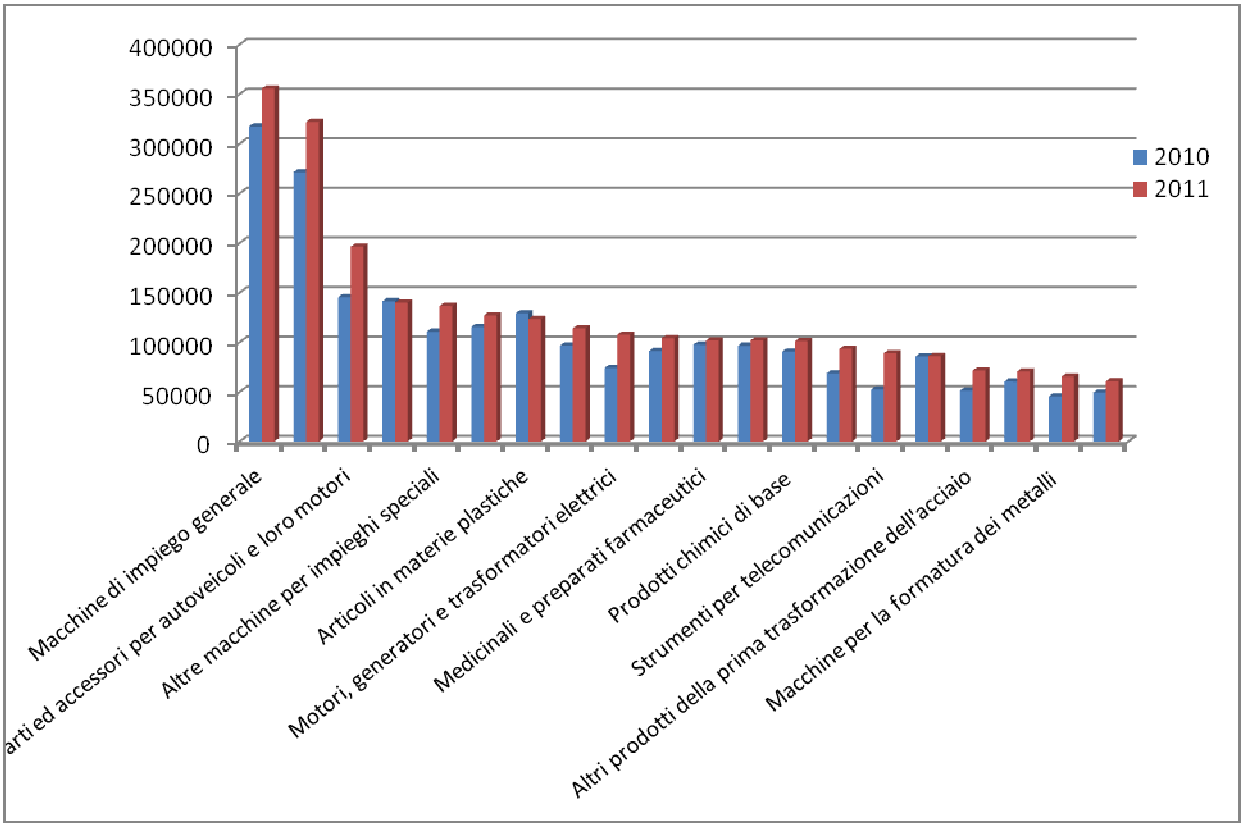
Interscambio commerciale Italia - Svezia

Periodo: 2009/2010/2011

Valori in migliaia di SEK	2009	2010	2011	Var% 2010/11
Importazioni svedesi	28.328.753	31.444.286	33.761.098	7,37%
Esportazioni svedesi	30.334.758	32.758.780	30.563.222	6,70%
Saldo bilancia commerciale	- 2.006.005	- 1.314.494	3.197.876	- 343,28%

Fonte: Elaborazione ICE di Stoccolma su dati SCB, novembre 2012

1.6.1 Principali prodotti importati dall´Italia



Fonte: Elaborazione ICE di Stoccolma su dati SCB, novembre 2012

1.6.2 Esportazioni italiane in Svezia : le performances migliori registrate nel primo semestre 2012

Nei primi sei mesi del 2012, le esportazioni italiane che hanno registrato le migliori performance sono state:

Tipologia prodotto	Incremento % 2012
Apparecchi ed attrezzature per le telecomunicazioni e registrazione e suono;	64,32
Macchine generatrici, motori e loro accessori	48,56
Ferro e acciaio;	30,94
Veicoli su strada macchine per industrie speciali	22,69
Calzature	19,73
Macchine e apparecchi specializzati per particolari industrie	19,37
Lavori di metallo, n.c.a.	19,30
Articoli di gomma, n.c.a. (+17,66%)	17,66
Macchine ed apparecchi industriali per uso generale, n.c.a.; loro parti	14,28
Bevande (+14,25%)	14,25
Cereali e preparazioni a base	13,67

Fonte: Elaborazione ICE di Stoccolma su dati SCB, novembre 2012

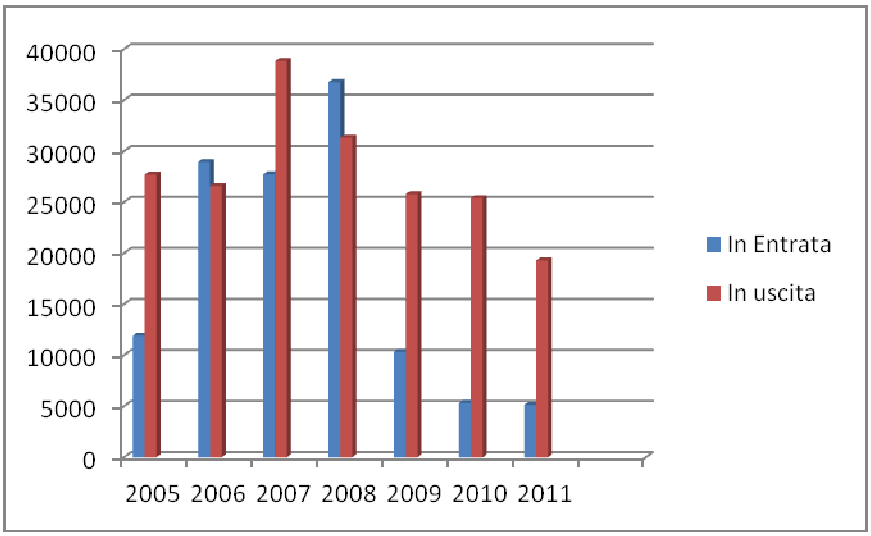
1 .7 Gli Investimenti diretti esteri

1.7.a IDE Svezia :Stock

"**At book value**" nel 2011 lo stock di IDE svedesi in entrata ammontava a circa 310 miliardi di USD (*pari al 68% del PIL significativamente piú alto del 2000 quando era 31%).*

Fonte OECD International Direct investment database ,Eurostat, IMF

1.7.a.2 IDE Svezia: Flussi



Fonte: Fonte OECD International Direct investment database ,Eurostat, IMF/Valori in milioni di USD, 2011

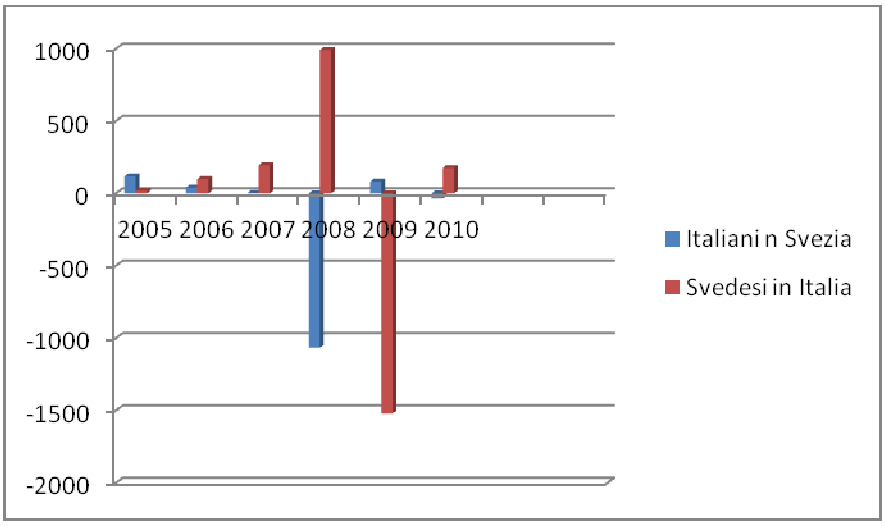
1.7 b IDE Bilaterali:

1.7.b.1 IDE Bilaterali :Stock 1992-2010

"**At book value**" nel 2010 lo stock di IDE

- **Italiani in Svezia : -211 milioni di USD**
- **Svedesi in Italia: 1.135 milioni di USD**

Fonte : MISE –Osservatorio Economico su dati Eurostat



Fonte: MISE – Osservatorio Economico su dati Eurostat, Valori in milioni di USD, 2011

2. SVEZIA- IL MERCATO OREFICERIA E GIOIELLERIA

1. INFORMAZIONI GENERALI SUL MERCATO DI BENI DI CONSUMO

La Svezia ha la reputazione di essere un mercato forte e con una buona domanda; l'acquirente svedese è selettivo, predilige l'alta qualità e il buon design, il buon imballaggio e, soprattutto, l'affidabilità e la puntualità nella consegna. Il consumatore svedese è attento ai prezzi e ben consapevole di quanto è preparato a spendere per i vari beni e servizi. Molti prodotti che vendono bene in altri paesi, possono non avere successo sul mercato svedese.
Per motivi di costi i negozi hanno personale limitato, di conseguenza i prodotti devono vendersi da sè. Spesso si richiede ai fornitori di imballare i prodotti, apporvi il prezzo e fornirli direttamente nei negozi.

Esportare in Svezia non significa solo esportare verso un paese con 9 milioni di abitanti, ma, attraverso molte delle sue numerose compagnie multinazionali, significa esportare nel mercato mondiale. La Svezia ha più multinazionali in rapporto all'ampiezza dell'economia che ogni altro paese al mondo.

La concorrenza tra i prodotti interni e quelli importati è molto forte. Il mercato comunitario ha favorito lo sviluppo di nuovi rapporti economici e nuovi flussi di beni importati. L'uso dell'IT ha aumentato la concorrenza dei prezzi.

Gli aspetti etici ed ambientali sono molto importanti. La legge obbliga gli operatori a non buttar via i rifiuti di materiale elettronico e di imballaggi. I consumatori sono interessati alle questioni ambientali, a come i beni vengono prodotti, ai loro effetti sull'ambiente dopo che vengono usati e diventano rifiuti. Acquirenti e consumatori faranno attenzione a che si abbiano buone condizioni lavorative e non si ricorra al lavoro minorile nei paesi fornitori. I marchi sono importanti, i consumatori vogliono identificare il prodotto.

La concentrazione del potere d'acquisto dei dettaglianti e' in crescita. Gli importatori, i grossisti e i dettaglianti non sono più necessariamente attori individuali, le funzioni sono spesso integrate nella stessa compagnia. I canali di distribuzione variano da prodotto a prodotto ed in linea generale è importante affidarsi ad un distributore o agente locale che possa curare i rapporti con la distribuzione.

Per l'esportazione di macchinari o altri beni durevoli è necessaria la collaborazione di un importatore che possa assicurare l'assistenza post vendita, la fornitura di ricambi la manutenzione periodica. Un'altra possibilità è data dalla costituzione di una filiale in proprio o sotto forma di joint-venture.

Nel corso degli ultimi trent'anni la struttura del commercio al dettaglio svedese ha subito significative trasformazioni così come nel resto dell'Europa. Il cambiamento nelle abitudini di acquisto dei consumatori e il trasferimento della popolazione dalle zone rurali verso i centri urbani più importanti ha provocato una maggiore concentrazione della clientela.
L'evoluzione della struttura della società ha ricoperto un ruolo determinante nel processo di trasformazione della rete del commercio al dettaglio svedese: il consumatore svedese disponendo di una propria attività professionale e di un conseguente tempo limitato per i suoi acquisti quotidiani, sceglie soprattutto negozi prevalentemente strutturati a self-service ed in grado di offrire un vasto assortimento di articoli di consumo corrente.

Inoltre, l'incremento nel numero di possessori di automobili e la mancanza di tempo da dedicare agli acquisti hanno favorito la nascita di shopping center e di ipermercati nelle periferie delle città, facilmente raggiungibili con mezzi di trasporto privati.

La tendenza generale sembra muoversi verso l'eliminazione dei punti vendita di piccole dimensioni a vantaggio delle grandi catene distributive, che, operando su larga scala, possono praticare prezzi molto concorrenziali, insostenibili dai piccoli dettaglianti. Di conseguenza, il numero di unità operative é diminuito sensibilmente negli ultimi decenni.

Occorre poi evidenziare che nel paese vengono applicate delle norme molto liberali per l'esercizio del commercio ed in linea di principio chiunque può gestire un'attività commerciale: il diritto di aprire nuovi punti di vendita viene concesso senza alcuna limitazione. In alcuni casi, comunque, le autorità locali hanno la facoltà di emettere particolari normative quando si tratta di concedere l'autorizzazione ad edificare nuovi grandi centri commerciali nelle zone periferiche delle città. Sin dal 1972, peraltro, i negozi hanno facoltà di fissare liberamente gli orari di esercizio della loro attività commerciale.

Molte società di catene di negozi sono anche diffuse a livello internazionale; le principali sono l'IKEA e la H&M.

Si può ritenere che la struttura distributiva abbia raggiunto un grado notevole di efficienza e di funzionalità. Le prime società nella graduatoria dei 10 principali attori per il commercio al dettaglio, beni di consumo durevoli e non durevoli, sono i tre grandi gruppi commerciali ICA, COOP e Axfood.

Principali attori della grande distribuzione e nel commercio al dettaglio

Società	**Settore**	**N. punti vendita 2011**	**Variaz. 10/11**	**Valore di vendite in milioni di SEK 2011***	**Variaz. 10/11**
Ica-handlarna	Alimentari, quotidiani	1373	-4	107495	-
Kooperationen	Alimentari, quotidiani	790	-	50205	–
Axfood-sfären	Alimentari, quotidiano	1016	32	36920	1,6%
Ikea	Mobili, arredo	17	0	16750	2,3%
Bergendahls-sfären	Alimentari, quotidiani e durevoli	273	-	16705	2,6
Elgiganten	Elettrodomestici	70	1	8690	12,8%
H&M	Moda	173	5	8318	-0,6%
Interpares	Edilizia	105	8	7875	5,0%
Axstores	Alimentari	257	4	7570	0,3%
Lidl	Alimentari, quotidiani	158	7	7375	4,7%
Tot. i 10 primi attori		4232		267905	

Fonte: Publicazione Vem ar Vem /Market 2012, Forma Magazines AB

* incl. vendita on-line

Consumo

Dopo la fortissima ripresa del 2010, che ha visto la Svezia collocarsi nelle posizioni di vertice a livello internazionale, ci si aspettava per il 2011 una naturale flessione, peraltro avvenuta ed aggravatasi con gli eventi del terremoto in Giappone e della crisi economica europea. Nel 2011 comunque, il consumo dei beni di consumo ha avuto un incremento dello 0,8% rispetto all'anno precedente e costituisce un terzo del totale consumo privato.

Consumo privato 2011

	Consumo in Milioni di SEK	**Variaz. 10/11**	**Consumo per capita in SEK**	**Variaz. 10/11**	**Quota del totale consumo**
Vendita al dettaglio:	534585	1,6%	56 575	0,8%	32,1%
di cui Beni di consumo non durevoli/ alimentari	262 763	3,0%	27 808	2,2%	15,8%
Beni di consumo durevoli	271 822	0,2%	28 767	-0,5%	16,3%
Abitazioni	435 794	2,7%	46 120	1,9%	26,2%
Trasporti/comunicazioni	271 922	6,4%	28 777	5,6%	16,3%
Altro	423 338	4,7%	44 801	3,9%	25,4%
Totale consumo privato	**1 665 639**	**3,4%**	**176 273**	**2,6%**	**100,0%**

Fonte: Publicazione Vem ar Vem /Market 2012, Forma Magazines AB

Il 2011 è stato un'anno molto negativo per il commercio al dettaglio in Svezia con un incremento delle vendite di solo 1,6%, mai cosi basso sin dalla crisi agli inizi anni '90. I consumatori sono prudenti e guardano con preocupazione: i tassi d'interesse, i prezzi delle case ed il mercato delle azioni che ha avuto effetti negativi sul consumo.

Consumo nel mercato del commercio al dettaglio 2011

	Consumo in milioni di SEK	**Variaz. 10/11**
Tot. beni di consumo quotidiano*	262 763	1,2%
di cui alimentari /bevande	202 388	1,2%
igienici,detergenti, ecc	35 062	0,1%
Tabacco	22 842	2,6%
Giornali /riviste	2 471	4,1%
Tot. beni di consumo durevoli	271 822	-1,4%
di cui Moda**	92 625	2,2%
Articoli per la asa ***	102 661	0,3%
Tempo libero****	76 536	-7,4%
Totale consumo privato	534 585	0,1%

Fonte: Publicazione Vem ar Vem /Market 2012, Forma Magazines AB

* non sono incl. fiori, piante, alimentari per animali domestici

** abbigliamento, calzature, accessori (borse, orologi, gioielli, occhiali, ecc.)

*** arredamento, attrezzature per la casa, riparazioni, anche fiori, piante

**** elettronica per casa, media/intrattenimento, giochi, hobby, sport

2. PRODUZIONE LOCALE DI OREFECERIA E GIOIELLERIA

La produzione svedese di oggetti di oreficeria e gioielleria si posiziona, prevalentemente, nelle fasce *media* e *medio-alta*, corrispondente, quest'ultima, al livello medio italiano. L'assenza di una produzione di alto livello è giustificata, oltre che dalla presenza di pochi produttori locali, anche dal fatto che manca in Svezia un vero interesse per oggetti *"branded*".

Produzione svedese di oreficeria e gioielleria in migliaia di SEK

Codice	**Descrizione**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
7113.11	Gioielli in argento	0	0	980	..	..	..	..

7113.19	Gioielli di oro ed altri metalli preziosi	..	..	..	..	..	..	..
7113.20	Gioielli di metalli comuni	0	0	0	0	0	0	0
7114.11	Oggetti di oreficeria in argento	..	50206	..	..	..	..	..
7114.19	Ogg.di oref.di altri metalli preziosi	17204	9969	0	0	0	0	0
7114.20	Ogg.di oref.di metalli comuni, placcati o ricoperti di metalli preziosi	0	0	0	0	0	0	0
7115.90	Lavori di metalli preziosi	0	0	0	0	0	0	0
7116.10	Lavori di perle fini o coltivate	0	0	0	0	0	0	0
7117.19	Minuterie di fantasia di metalli comuni	0	3923	4167	..	..	10932	0
	TOT	**17204**	**64098**	**5147**	**0**	**0**	**10932**	**0**

Fonte: Elaborazione ICE su dati SCB

.. dati non disponbili

La produzione conferma la predominanza della fascia media per prodotti in argento o in altri metalli preziosi e per le minuterie di fantasia in metalli comuni ed un assenza di produzione per lavori di metalli preziosi e perle.

3. IL COMMERCIO ESTERO ED IL POSIZIONAMENTO DEL PRODOTTO ITALIANO

Le importazioni svedesi di prodotti di oreficeria e gioielleria si attestano nel 2011 su 663,6 milioni di SEK, registrando una diminuzione del 0,43% rispetto al 2010, un calo iniziato già nel 2008, quando i valori dell'importazioni ammontavano a 986,6 milioni di SEK. La negativa congiuntura internazionale ha quindi anche influenzato il settore di oreficeria e gioielleria. L'Italia è stata nel 2009 superata dalla Cina e dalla India come principale Paese fornitore e mantiene da allora il terzo posto.

L'Italia ha esportato nel 2011 in Svezia di circa 81,4 milioni SEK ed ha registrato una diminuzione del –23,1% rispetto al 2010, quando le esportazioni ammontavano ad oltre 105 milioni di SEK. Al primo posto si trova l'India con esportazioni in Svezia di oltre 122 milioni di SEK, un aumento del circa 10% rispetto all'anno precedente.

L'India rafforza la prima posizione sul mercato svedese con una quota di 18%, mentre hanno perso quote di mercato nel 2011 sia la Cina, dal 18% al 14%, che l'Italia, dal 15% al 12%.

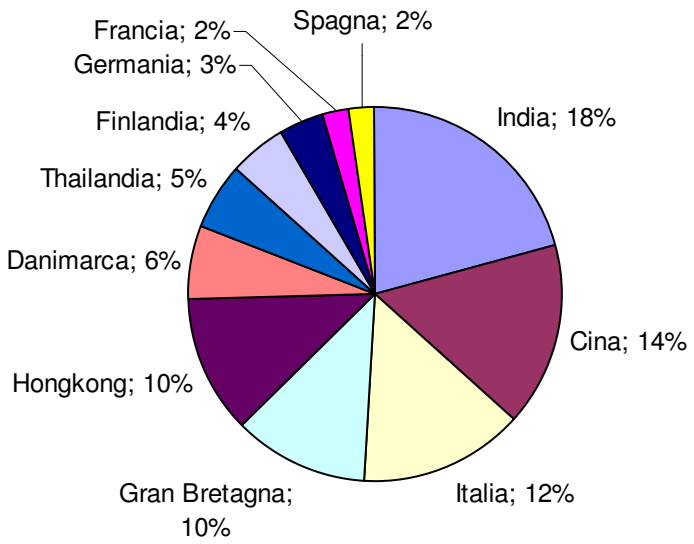
Principali fornitori della Svezia di Oreficeria e Gioelleria (in migliaia di SEK)

Paese	2007	2008	2009	2010	2011	Var 10/11
India	108434	106249	93309	112182	122195	8,9%
Cina	88600	78115	100351	131872	93285	-29,3%
Italia	**148309**	**113424**	**89353**	**105782**	**81372**	**-23,1%**
Gran Bretagna	30851	14656	56047	52477	69657	32,7%
Hongkong	78284	90142	73069	78736	68891	-12,5%
Danimarca	45091	47448	33837	42449	37122	-12,5%
Thailandia	42963	44649	40813	37532	34561	-7,9%
Finlandia	36510	22007	26318	26971	29726	10,2%
Germania	39225	39372	17464	19119	23134	21,0%
Francia	16674	14648	12160	10656	13107	23,0%
Spagna	22921	19311	29196	10790	12488	15,7%
Totalt	**776378**	**668481**	**664965**	**719943**	**663606**	**-7,8%**

Fonte: Elaborazione ICE su dati SCB

Totale dei Codici NC: 7113.11, 7113.19, 7113.20, 7114.11, 7114.19, 7114.20, 7115.90, 7116.10, 7117.19, 7116.20

Quota di mercato in Svezia dei fornitori nel 2011



Fonte: Elaborazione ICE su dati SCB

Totale dei Codici NC: 7113.11, 7113.19, 7113.20, 7114.11, 7114.19, 7114.20, 7115.90, 7116.10, 7117.19, 7116.20

Tra i prodotti importati dall'Italia predominano gioielli di alta qualità, in argento e in altri metalli preziosi. L'originalità del design rappresenta il punto di forza del prodotto italiano, mentre il prezzo elevato e la scarsa puntualità delle consegne sono i punti deboli.

Tab. 3 Import dall'Italia di prodotti di oreficeria e gioielleria (in migliaia di SEK)

Cod.	Descrizione	2007	2008	2009	2010	2011
7113.11	Gioielli in argento	**33510**	**40238**	**33648**	**43994**	**42544**
7113.19	Gioielli di oro e altri metalli preziosi	**140382**	**104883**	**87698**	**99051**	**79602**
7113.20	Gioielli di metalli comuni	**83**	**10**	**26**	**35**	**62**
7114.11	Oggetti di oreficeria in argento	**1765**	**1339**	**109**	**295**	**143**
7114.19	Oggetti di oreficeria in altri metalli preziosi	**3891**	**3415**	**53**	**643**	**1**
7114.20	Oggetti di oreficeria di metalli comuni	**356**	**100**	**0**	**1**	**0**

7115.90	Lavori di metalli preziosi	**16**	**48**	**8**	**2**	**0**
7116.10	Lavori di perle fini o coltivate	**0**	**0**	**81**	**0**	**0**
7116.20	Lavori di pietre preziose e semi, sint., ricostruite	**151**	**365**	**358**	**251**	**1**
7117.19	Minuterie in vetro, dorate, argentate	**1810**	**3313**	**1069**	**5551**	**1565**
7117.90	Altre minuterie di fantasia	**2682**	**1572**	**1103**	**521**	**888**

Fonte: Elaborazione ICE su dati SCB

4. ABITUDINE DI CONSUMO E CARATTERISTICHE RICERCATE NEI PRODOTTI

La preferenza del consumatore svedese per gli oggetti semplici e stilizzati si riflette anche nella scelta dei gioielli. La donna svedese predilige, infatti, monili in oro giallo dalle superfici lisce o poco elaborate, di piccole dimensioni e non troppo appariscenti.

Uno dei fattori determinanti nella scelta dei prodotti di oreficeria e gioielleria è il rapporto qualità / prezzo che conferma l'attenzione del consumatore svedese al fattore economico. Generalmente la provenienza del prodotto non è rilevante, salvo per gli articoli di alta qualità e di prezzo elevato.

I prodotti maggiormente richiesti dalla clientela femminile sono anelli, fedi, catename, girocolli, orecchini e spille, ricercate soprattutto dalle consumatrici più giovani. Le gemme più richieste sono invece i diamanti di piccole dimensioni, le perle e le pietre dai colori chiari. L'uomo acquista soprattutto fermacravatte, catename e gemelli (spesso in argento).

In generale, i gioielli venduti in Svezia sono per lo più articoli in oro prodotti industrialmente con vendita a peso.

4. CANALI DI VENDITA E DISTRIBUZIONE

La distribuzione è caratterizzata dall'esistenza di circa mille punti vendita al dettaglio e una rete di circa 60 grossisti, importatori ed agenti.

a - *Distribuzione al dettaglio*

La distribuzione al dettaglio si articola in due canali principali:

- Gruppi e centrali d'acquisto, comprendenti catene di negozi di oreficeria e di dettaglianti associati che detengono il 50% delle quote di mercato, con circa 330 punti vendita. Questi sono soliti acquistare gioielli all'estero per poi rivenderli in Svezia con marchio commerciale diverso dal marchio di produzione.
- Dettaglianti indipendenti, che acquistano gioielli prevalentemente tramite agenti e grossisti ed in misura minore direttamente dai produttori.

La distribuzione in Svezia è dominato dal gruppo Iduna AB che conta 1.150 dipendenti e ha un fatturato di circa SEK 1.3 miliardi (146 millioni di Euro). Il gruppo Iduna AB include le catene Guldfynd, presente in circa 60 cittá in Svezia con 120 negozi, Hallbergs Guld con 33 negozi e Albrekts Guld con 42 negozi.

b - Grossisti e agenti

I grossisti e gli agenti che si occupano di oreficeria italiana operano soprattutto nella fascia di qualità medio-alta. Le grandi catene di negozi si rivolgono infatti agli agenti per acquistare prodotti più ricercati e di marche famose, mentre per articoli di qualità medio-bassa fanno riferimento direttamente ai produttori.

5. I SISTEMI DI PAGAMENTO

La Svezia ha un sistema bancario libero: lettera di credito, pagamenti anticipati, pagamenti contro documenti, pagamenti a ricevimento merce con fattura (a 30, 60, 90, 120 giorni) sono generalmente accettati. In pratica i clienti non gradiscono la L/C, il pagamento anticipato e quello contro documenti. Per quanto riguarda gli oggetti di oreficeria di alta qualità è spesso richiesto il pagamento "cash on delivery" mentre per gli articoli di livello più basso è solitamente utilizzato il pagamento merce con fattura. Si consiglia comunque di richiedere una qualche forma di garanzia bancaria agli inizi, prima di concedere il credito.

La Svezia fa parte dell'Unione Europea dal 1 gennaio 1995: non vi sono pertanto regolamentazioni delle importazioni dall'Italia e non si richiedono particolari documenti per l'importazione. La Svezia, però, non partecipa alla Moneta Unica Europea (l'Euro).

6. STANDARDS

Secondo la legislazione svedese antecedente il 1º luglio 1988 erano considerati in metallo prezioso solo quegli articoli che avevano un contenuto medio di fino pari a:

- 750 millesimi per i lavori in oro;
- 925 millesimi per i lavori in argento e 830 millesimi per i lavori d'argenteria da tavola;
- 950 millesimi per i lavori di platino.

Dal 1º luglio 1988 sono stati ammessi anche i lavori d'oro contenenti 585 millesimi d'oro (14 carati).

Solo i prodotti aventi questi contenuti minimi possono essere provvisti del timbro di controllo. La punzonatura da parte dell'ente addetto al controllo dei metalli preziosi non é invece obbligatoria, né per i prodotti importati né per la produzione locale. Nel caso in cui l'importatore richieda il controllo della punzonatura, i costi sono a suo carico.

La punzonatura ufficiale è in ogni modo richiesta dalla maggior parte degli operatori, soprattutto per scopi promozionali e di garanzia per il cliente.

7. MARCHIO PER IL NICHELIO

Con direttive emesse dal Ministero della Sanità nel gennaio 1990 sono state stabilite le quantità di nichel ammesse per poter dare la denominazione "basso tasso di nichel" a lavori di bigiotteria/argenteria e oreficeria. I limiti massimi di nichel sono di 0,05% per le leghe e per placcature inferiori a 0,01 micrometri. Il simbolo consiste in una N con una corona a destra (anche questo controllo è facoltativo).

8. PREZZI E MARK UP

Il mark up sui prodotti in metalli preziosi è piuttosto alto. Il prezzo, di solito, è composto in parte dal peso del metallo prezioso, il cui valore varia a seconda della sua quotazione sul mercato mondiale, ed in parte dalla lavorazione che varia al grammo. Il dettaglio locale applica una maggiorazione che va dal 200% al 400% a seconda di vari fattori come ubicazione, livello del prodotto, clientela, ecc.

Le pietre preziose più importanti nella gioielleria non hanno molto mercato in Svezia. Le pietre preziose e semipreziose più piccole (tipo beriglio, quarzo, ecc.) vengono invece commercializzate al prezzo dell'oro (esclusi i diamanti per anelli).

In sintesi la formazione del prezzo della merce importata è orientativamente la seguente:

- prezzo all'importazione + 25% IVA (moms);
- 50% - 100%, rincaro dell'importatore
- fino al 400% in più, rincaro del dettagliante

FIERE DEL SETTORE

Precious Stockholm Nordic Watch & Jewellery Fair
Stockholmsmässan
Prossimo edizione: 6-8 settembre 2013
Web: http://preciousfair.se/vad_ar_precious
Email: asa.axelson@preciousfair.se
L'organizzazione della fiera è curata dall'Associazione dei Fornitori di Oreficeria in collaborazione con l'azienda Svensk Masskonsult AB. Le grandi catene di distribuzione non sono sempre presenti in fiera. La partecipazione dei fornitori stranieri viene in genere organizzata tramite un distributore svedese (produttori scandinavi espongono di solito in prima persona). La manifestazione è visitata principalmente da dettaglianti.

RIVISTE SPECIALIZZATE

TID & SMYCKEN
Fjällskärs Gård
SE-611 97 Stigtomta
Capo Redattore Mr. Lars Magnus Jansson
Tel. +46 (0) 155-59090
larsmagnus@tidochsmycken.se
http://wp.tidochsmycken.se

La rivista viene distribuita due volte all'anno al pubblico tramite la distribuzione nei negozi di orologi e gioiellerie, inoltre c'è come versione online sul sito della rivista.
Un'altra versione della rivista rivolta ai dettaglianti viene distribuita con 5 uscite all'anno, c'è anche in versione online per i attori del settore (con la richiesta di password). La rivista presenta le tendenze del settore, eventuali nuove normative/direttive, rapporti sulle fiere nazionali ed estere, pubblicità (da parte dei produttori locali e dei grossisti) ecc.

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

GULDSMEDSBRANSCHENS LEVERANTOERFÖRENING - GLF
Associazione per i fornitori di oreficeria e argenteria
info@glf.nu
www.glf.nu

SMYCKEN & KLOCKOR BRANSCHORGANISATION
Associazione di commercianti di oreficeria, argenteria, orologeria
Klosterg. 19
SE-753 21 UPPSALA
Tel: +46 (0)18-132300
Fax: +46 (0)18-132324
info@smyckenochklockor.se
www.smyckenochklockor.se