



Włoski Instytut Handlu Zagranicznego - Polska  
Sekcja Promocji Handlu Ambasady Republiki Włoskiej  
Istituto nazionale per il Commercio Estero - Polonia  
Sezione per la Promozione degli Scambi dell'Ambasciata d'Italia

# POLONIA

## Nota di Settore Oreficeria e Gioielleria

A cura di  
Piotr Pietrycki

<b>Quadro Macroeconomico del Paese .....</b>	<b>1</b>
<b>Definizione del settore .....</b>	<b>2</b>
<b>Valutazione del mercato .....</b>	<b>2</b>
<b>Concorrenza e posizionamento dell'Italia ....</b>	<b>3</b>
<b>Sistema distributivo .....</b>	<b>4</b>
<b>Informazioni utili di carattere commerciale.</b>	<b>4</b>
<b>Comunicazione e manifestazioni.....</b>	<b>5</b>

giugno 2008



---

## Quadro Macroeconomico del Paese

---

### INDICATORI MACRO

<b>PIL pro capite 2007</b> Zloty (€)	<b>30.602</b>	(8.090)
livello PIL 2007 mld Zloty (mld €)	1.167	(308)
<b>Crescita PIL 2008, %, stima CE</b> (2007)	<b>5,3</b>	(6,6)
<b>Crescita consumi 2008, % previsione</b> (2007)	<b>5,3</b>	(5,3)
<b>Disoccupazione 2008 IV, %</b> (2007 IV)	<b>10,5</b>	(13,6)
<b>Inflazione 2007 V – 2008 V, %</b> (prev. 2008)	<b>4,4</b>	(3,8)
<b>Tasso di riferimento %</b> (dal 27 marzo 2008)	<b>5,75</b>	
<b>cambio PLN/USD</b> (16 giugno 2008)	<b>2,19</b>	
<b>cambio PLN/EUR</b> (16 giugno 2008)	<b>3,39</b>	
<b>Salario mensile lordo, imprese, 2008 V, €</b>	<b>908</b>	
<b>Esportazioni 2008 I-IV mld €</b> (2007)	<b>37,8</b>	(101,1)
<b>Importazioni 2008 I-IV mld €</b> (2007)	<b>44,4</b>	(118,8)
<b>saldo 2007 I-IX mld €</b> (2006)	<b>- 6,7</b>	(-17,6)
<b>IDE 2007, mld USD</b> (val.cumulato dal '90)	<b>12,8</b>	(120,0)

Dal 1 maggio 2004, ovvero del momento dell'ingresso nella UE, il mercato polacco rientra nel mercato unico europeo, pertanto:

- lo scambio con l'Italia e' libero e regolato dalle normative intracomunitarie (in parole povere: non ci sono frontiere doganali), incluse quelle sull'IVA
- I rapporti di import/export con Paesi terzi (extracomunitari), inclusi quindi codici merceologici, dazi, procedure doganali, magazzini doganali, misure antidumping, trattamento attivo/passivo della merce, ecc., sono regolati dalle stesse direttive UE che valgono in Italia
- Per quanto concerne certificazioni/omologazioni, ecc., la regola fondamentale e' quella che vale in tutti i Paesi UE: se per un settore, o – meglio – un gruppo merceologico esiste la normativa UE (EN) vigente, allora valgono le regole comunitarie simbolizzate dal marchio CE; altrimenti valgono le normative locali



---

## Definizione del settore

---

Oggetto di questa nota sono le voci doganali:

7113 - minuterie ed oggetti di gioielleria di metalli preziosi

7114 - oggetti di oreficeria e loro parti di metalli preziosi

I dati statistici sono disponibili fino ai primi nove mesi di 2007. Ove non diversamente indicato la fonte dei dati è l'Ufficio Statistico Polacco (GUS). Le valutazioni saranno concentrate sulla v.d. 7113 data la netta preponderanza i termini di valore.

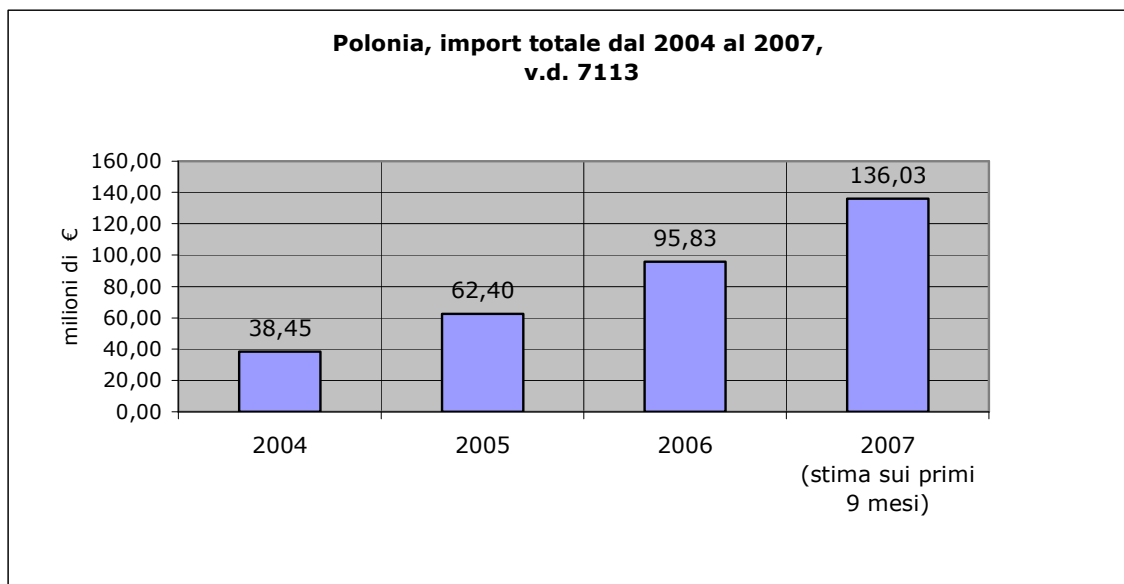
---

## Valutazione del mercato

---

### Importazioni

#### **Grafico 1: Andamento delle importazioni dal 2004 al 2007**

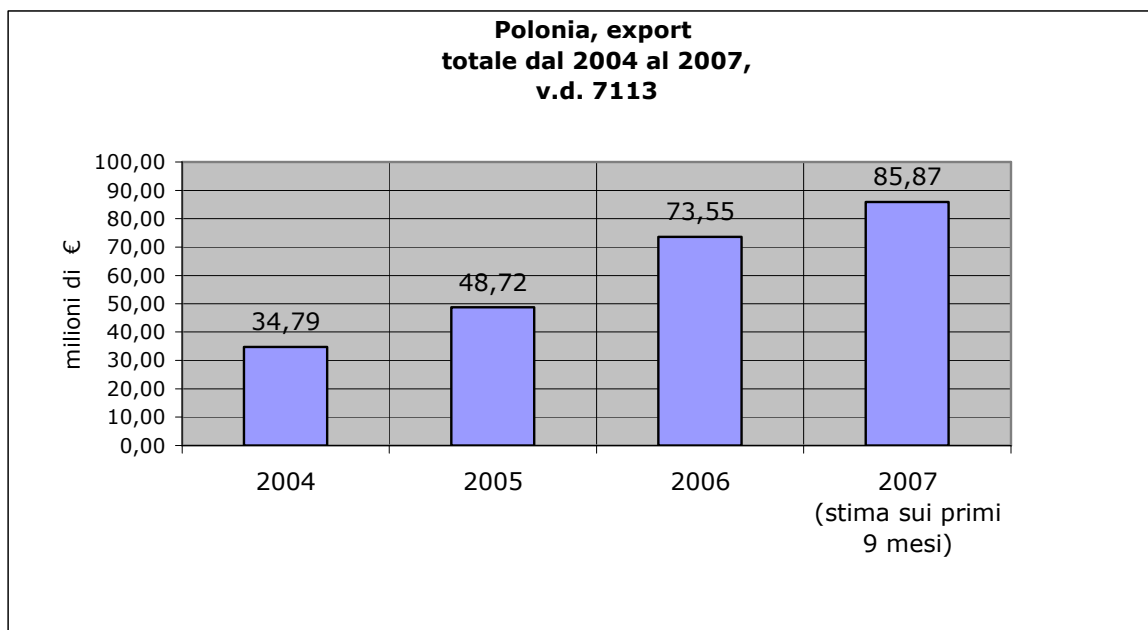


L'import polacco risulta decisamente impressionante, con una dinamica che ha visto una crescita del 350% nell'arco di 4 anni. Va precisato che il rafforzamento della divisa polacca nei confronti dell'Euro – di oltre il 30% nel periodo considerato – ha giocato un ruolo in tale espansione negli acquisti dall'estero. Ma viste le proporzioni dell'import, un ruolo decisivo viene giocato dalla crescita della domanda interna, in particolare dal 2006, derivante da una costante crescita del reddito disponibile.



## Esportazioni

### **Grafico 2: andamento delle esportazioni dal 2004 al 2007**



La bilancia commerciale del settore è deficitaria per la Polonia, con una forbice che tende ad allargarsi data la maggiore crescita delle importazioni rispetto alle esportazioni. Nell'export la parte del leone viene giocata dai prodotti che vedono l'uso dell'ambra, caratteristica ed abbondante in Polonia.

#### Analisi della dinamica del mercato

L'accennata crescita dei consumi interni, la diminuzione della disoccupazione e la crescita dei redditi disponibili (i salari crescono di oltre il 10% annuo) sono le principali ragioni della crescita degli acquisti di gioielleria. La recente crescita dell'inflazione, ad oltre il 4% nel maggio 2008, rappresenta tuttavia un potenziale fattore di detrimento. La spinta agli acquisti deriva anche da una sempre maggiore propensione alla cura della persona ed alle tendenze della moda, in linea con la diffusione di uno stile di vita sempre più allineato ai canoni occidentali.

---

### **Concorrenza e posizionamento dell'Italia**

---

Principali paesi fornitori (dati in Euro)

#### **Quote dei Paesi principali fornitori**

Paese	2004	2005	2006	2007 (stima sui primi 9 mesi)	quota 2007 (stima sui primi 9 mesi)
totale mondo	38.450.260	62.400.389	95.830.751	102.020.688	100,0
Italia	22.314.767	35.174.788	63.915.262	66.044.196	64,7
Turchia	6.818.192	10.653.492	12.534.217	13.360.822	13,1
Cina	798.852	2.053.716	4.993.812	6.483.836	6,4



Thailandia	3.264.405	6.548.134	6.233.356	4.894.692	4,8
Austria	42.159	38.281	779.400	2.635.726	2,6
Germania	1.783.819	3.923.341	2.580.134	2.062.237	2,0
Belgio	645.248	477.601	791.191	1.601.183	1,6
Hong Kong	296.178	780.911	926.648	1.542.941	1,5
Spagna	486.561	420.794	351.355	582.381	0,6
Indonesia	194.964	339.659	351.355	504.626	0,5
Israele	193.045	333.095	453.262	326.593	0,3

L'Italia occupa da sempre una posizione dominante quale paese fornitore, con una quota in valore nel 2007 (dati dei primi 9 mesi) pari al 64,7%. Seguono, molto distaccate, Turchia, Cina, Thailandia, Austria. Da notare tuttavia la performance – in termini di crescita nel 2007 rispetto al 2006, da parte di Cina ed Austria, rispettivamente del +29,8% e del +238%.

---

### **Sistema distributivo**

---

Il mercato in Polonia è dominato da tre grandi aziende leader del mercato: Apart, Kruk e Yes (si stima che tramite le loro catene di negozi veicolino il 30 % del mercato della gioielleria). Sono anche produttori di gioielleria, ma importano e vendono numerosi prodotti stranieri.

Il mercato vede inoltre la presenza di circa 50 importatori / distributori di gioielleria e di circa 1000 gioiellerie sull'intero territorio polacco.

---

### **Informazioni utili di carattere commerciale**

---

#### Tendenze di mercato

Quale tendenza di mercato si rileva che le donne polacche ultimamente prediligono prodotti in argento, argento con brillanti, ed in oro. Cresce la domanda per collezioni dal gusto più raffinato (segmento prodotti fascia alta) elaborate in oro. Maggiore spazio comincia ad avere anche la gioielleria in oro e brillanti lavorati il modelli tradizionali. Il mercato della gioielleria sia tradizionale che di design è dominato soprattutto dai prodotti destinati ad un pubblico femminile. Si nota comunque una progressiva apertura del mercato ai prodotti destinati agli uomini (anelli da uomo, gemelli, fermacravatte).

Riguardo alla tipologia di prodotti per cui si rileva una maggiore richiesta, in Polonia si vendono molto bene gli articoli in oro/argento lavorati a macchina (collane, bracciali, pendenti, orecchini) di piccole/medie dimensioni (peso: 2-4 g.).

Risulta invece limitato il consumo di coralli e cammei, in quanto la produzione tipica polacca di ambra di buona qualità viene considerata quale valido prodotto alternativo.



### Titolazioni in uso

Le titolazioni dei metalli preziosi in uso in Polonia sono le seguenti:

#### ORO

9 carati (333%)

14 carati (585%)

18 carati (750%)

La titolazione più popolare in Polonia è quella di 14 carati (585%).

#### ARGENTO

925%, 800%

830%, 875% (raramente utilizzate)

La titolazione più utilizzata è quella 925% per quanto concerne bigiotteria in argento e 800% per quanto concerne articoli per la casa in argento (ad es. posaterie).

---

### **Comunicazione e manifestazioni**

---

a) media

titolo testata	ZEGARKI I BIŻUTERIA <i>Orologi e gioielleria</i>
Periodicità	Mensile
tiratura	3000 copie, di cui circa 1000 copie in abbonamento
target	grossisti, distributori, negozi di gioielleria, produttori della gioielleria
tematica	Tratta il mercato della gioielleria in genere
sito	<a href="http://www.unit.com.pl">www.unit.com.pl</a>

titolo testata	POLSKI JUBILER <i>Gioielliere polacco</i>
Periodicità	Mensile
tiratura	3500 copie, di cui circa 1700 copie in abbonamento
target	Negozi di gioielleria, grossisti, produttori, designer,
tematica	Tratta il mercato della gioielleria in genere
sito	<a href="http://www.polskijubiler.pl">www.polskijubiler.pl</a>



b) principali fiere del settore

nome fiera                    Amberif  
luogo                         Gdańsk  
periodicità e  
prossima edizione         Annuale  
                                      11-14.03.2009  
descrizione profilo        Fiera di gioielleria, ambra e pietre preziose  
sito                            [www.amberif.pl](http://www.amberif.pl)

nome fiera                    Złoto Srebro Czas (oro, argento, tempo)  
luogo                         Warszawa  
periodicità e  
prossima edizione         Annuale  
                                      03-05.10.2008  
descrizione profilo        Fiera di gioielleria e orologi  
sito                            [www.mct.com.pl](http://www.mct.com.pl)

\*\*\*