Il colloquio

di **Francesca Gambarini**

«Morellato punta sulla filiera I gioielli? Resistono alla crisi»

Carraro: presenti in 60 Paesi, a breve un negozio diretto in Medio Oriente



Massimo Carraro, presidente e amministratore delegato di Morellato, azienda italiana di gioielleria e orologeria con i suoi 22 marchi

Risponde collegato in video da Kuwait City Massimo Carraro, presidente del gruppo Morellato, prima azienda italiana di gioielleria e orologeria con i suoi 22 marchi (tra gli altri, Morellato, Bluespirit, D'Amante e ancora Philip Watch e Sector No Limits), per commentare i risultati finanziari del 2024: fatturato a 723 milioni di euro, di cui il 75% proviene dalla gioielleria preziosa, ed Ebitda del 21,3%. Un dato in leggero calo rispetto ai 737 milioni di ricavi del 2023, che erano schizzati dopo l'acquisizione di Christ in Germania. L'Ebitda è invece in crescita. «Lo definirei un anno di stabilità con risultati positivi. La formula del business, che punta principalmente sull'integrazione e sulla gestione completa della filiera, ha dimostrato di funzionare, ed è anche cresciuta la nostra market share, con la performance della gioielleria preziosa che ha superato la media del mercato. Questo è un altro segnale positivo per noi: le persone continuano a cercare valore, durevolezza», commenta l'imprenditore che è in viaggio per tutto il Medio Oriente, da Gedda a Riad e ancora a Doha.

«Questi sono mercati importanti in cui vediamo possibilità di crescere. C'è una grande cultura del gioiello prezioso e anche la tradizione italiana è molto apprezzata — dice Carraro —. Se il nostro focus resta l'Europa, siamo già presenti qui con dei partner locali ed è da un anno che sto studiando un passo importante: apriremo un negozio diretto, un test per noi, proprio qui a Kuwait City, nel mall più prestigioso, affiancando i partner con cui già lavoriamo. Li ritengo mercati da approcciare con attenzione».

Attraverso la distribuzione i gioielli Morellato arrivano già ben oltre il Medio Oriente, fino in India, e se il gruppo è focalizzato in Italia, Germania dove ha acquisito l'azienda Christ e Francia dove è presente con Cleor, l'apertura di nuovi mercati resta una possibilità importante da sondare per Carraro che, infatti, prosegue: «Questa esperienza ci permetterà di imparare ancora, anche perché non si smette mai di imparare quando si è, come noi, concentrati sul consumatore. Abbiamo raccolto moltissimi dati sulle esperienze di acquisto e sulle preferenze, e quest'anno la maggioranza degli investimenti saranno per una nuova tecnologia che utilizza l'intelligenza artificiale in ottica di migliorare sia i servizi al consumatore che l'interpretazione dei dati. Sarà attiva dal 2026».

Per il 2025, invece, Carraro vede un anno in cui la gioielleria preziosa continuerà ad affermarsi. «Il settore si mostra più resiliente, ad esempio, di quello degli orologi — dice il presidente —. Nei gioielli vedo meno fashion e più preziosi. L'andamento sarà in generale simile al 2024, io mi aspetto comunque una crescita, al netto del clima di incertezza che per tutta l'economia, anche per chi non è direttamente colpito dai dazi, come noi, è un danno».

> Per migliorare i servizi destinati ai consumatori quest'anno investiremo sull'utilizzo dell'AI

> Contiamo su 660 gioiellerie in Europa e siamo presenti in 60 Paesi. Il 20% dei ricavi dall'e-commerce

Oggi sono 660 le gioiellerie in Europa in cui il gruppo vende in maniera diretta i suoi brand, previste in crescita quest'anno, 60 i Paesi in cui è presente e settemila i rivenditori wholesale a cui si affida. Il 20% dei ricavi arriva dall'ecommerce. E i prezzi, come riuscire a contenerli quando l'oro schizza alle stelle? «L'oro continua a crescere e abbiamo dovuto adeguare anche noi i prezzi — commenta Carraro —. Nei diamanti, invece, siamo riusciti a contenere i rialzi perché, grazie alla nostra filiera integrata, li acquistiamo direttamente alla fonte, li controlliamo e li scegliamo per avere la migliore qualità, grazie al nostro team di 200 persone».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CENTROMARCA 60
Associazione Italiana dell'Industria di Marca

Assemblea 2025

Valori della Persona e Valore della Marca

Risposte sostenibili alle istanze del presente

Palazzo Mezzanotte, Piazza degli Affari 6, Milano - Lunedì 9 giugno 2025, ore 15.00-18.00

Apertura dei lavori **Francesco Mutti** Presidente Centromarca

Volti e imprese

Incasso da 57 milioni



Prysmian cede il 4,3% di Yofc

Prysmian (*in foto l'ad Massimo Battaini*) ha ceduto il 4,35% di Yangtze Optical Fibre and Cable (Yofc), società specializzata nella produzione di fibre ottiche e componentistica per le tlc. Dalla vendita Prysmian, incasserà circa 57 milioni di euro.

Vendita di azioni



Musk: xAI vale 113 miliardi

La startup xAI, fondata da Elon Musk (foto) e dedicata allo sviluppo dell'intelligenza artificiale, sta per avviare una vendita di azioni del valore di 300 milioni di dollari che valuta il gruppo a 113 miliardi di dollari, anticipa il *Financial Times*.

Rete per idrogeno



Snam, finanziato progetto con l'Ue

Snam (*in foto l'ad Agostino*