

Moda 24

Settori e strategie



Collezione Venezia. La novità del 2026: in argento 925 placcato oro a 18 carati

Gli aumenti record non distolgono Morellato dall'argento

Made in Italy

Le strategie per il 2026

Giulia Crivelli

Non è sterile caparbia né tanto meno negazione della realtà: per il marchio e il gruppo Morellato continuare a utilizzare solo argento 925 è una scelta consapevole e legata alla storia e tradizione dell'azienda e allo stesso tempo alla visione del suo futuro.

«In mezzo c'è il presente, certo - dice Massimo Carraro, presidente del gruppo veneto -. Ed è caratterizzato da aumenti delle materie prime preziose che hanno superato le aspettative degli analisti e i peggiori incubi di chi fa gioielli. In proporzione l'argento è aumentato più dell'oro e anche il caso del platino è da studiare, con le fluttuazioni erratiche dell'ultimo anno. Noi restiamo fedeli all'argento, non cerchiamo alternative né scorciatoie: puntiamo a ritoccare i prezzi finali il minimo indispensabile, penalizzando inevitabilmente i margini, ma lo facciamo per rispetto verso il nostro dna e i clienti e perché guardiamo al medio e lungo periodo, non alle turbolenze dell'oggi».

Ma vale davvero la pena di sacrificare i margini per non tradire l'argento? «Negli ultimi anni e nel 2025 in particolare abbiamo visto come la gioielleria abbia resistito meglio dell'orologeria al rallentamento complessivo che ha colpito anche i consumi di beni di alta gamma - risponde Carraro -. Non è un caso: il valore intrinseco che viene percepito per i gioielli è il nostro patrimonio più prezioso. Rinunciare all'argento o ricorrere, come stanno facendo alcuni marchi, a placcature in oro che possono variare molto per resistenza nel tempo, ad esempio, per Morellato non è un'opzione. Lo stesso vale per l'oro in sé: nelle collezioni a marchio Bluespirit, durante il periodo pre natalizio, ad andare meglio sono state le collezioni in oro 18 carati. Scendere a nove non è sbagliato in sé, sia chiaro, ma diminuisce inevitabilmente il valore intrinseco e percepito di un gioiello». Massimo Carraro è consapevole che non tutti possono fare scelte come quelle di Morellato: «Nella mia ormai lun-

ga esperienza di manager e imprenditore ho sentito criticare in tutti i modi le aziende familiari, che sicuramente hanno i loro difetti, ma anche enormi pregi. I vertici di una società dove l'azionista di maggioranza è una famiglia, idealmente unita, certo, possono prendere decisioni che per fondi e società quotate non sono un'opzione».

La strategia di Carraro è sostenibile anche perché le basi del Gruppo Morellato, leader in Italia nella gioielleria e orologeria, sono molto solide: secondo i dati raccolti dall'Area Studi Mediobanca nel report sul settore orafa-argentiero-gioielliere italiano (che non tiene conto quindi della parte orologi), in testa alla graduatoria 2024 per fatturato c'è Bulgari (che però fa parte del colosso francese Lvmh), con ri-



MASSIMO CARRARO
Presidente
Morellato Group,
leader italiano del
settore gioielleria
e orologeria

cavi pari a 846 milioni, al secondo posto figura Morellato con 723 milioni, grazie anche all'acquisizione della tedesca Christ, che ha rafforzato il controllo diretto della distribuzione e portato il retail a rappresentare oltre l'84% del fatturato.

Sul 2026 Carraro è cautamente ottimista, anche sulla scia dell'operazione annunciata l'8 gennaio, l'acquisizione delle attività di distribuzione in Italia di Fossil Group, il cui portafoglio include Fossil, Emporio Armani, Armani Exchange, Michael Kors e Diesel. «Vediamo grandi margini di crescita nella gioielleria da uomo, ma la sfida è dosare con il massimo equilibrio energie e investimenti per i tanti nostri marchi di proprietà, iniziando proprio da Morellato, e per quelli in licenza. Anzi - conclude sornione Carraro - il futuro potrebbe riservare nuovi ingressi. È un momento difficile e come sempre accade in queste fasi si aprono molte opportunità: bisogna saperle cogliere».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nuance.
Orecchini della collezione Venezia di Morellato, appena presentata a Milano, in argento 925 e pietre con varie sfumature di azzurro