

**MADE IN ITALY**

**Oreficeria, -28,8% di ricavi  
La ripresa parte dall'estero**

L'oreficeria, dopo il calo del fatturato 2020 (-28,8%) nell'anno nero della pandemia tenta il rilancio puntando soprattutto sulle esportazioni verso Cina, Stati Uniti, Emirati Arabi e Giappone. — a pagina 15

**Federorafi**

Ricavi dell'oreficeria a -28,8%  
La ripresa parte dall'estero — p.16

# L'oreficeria perde il 28,8% dei ricavi La ripresa parte dai mercati esteri

**Le rotte del made in Italy**

Eventi e fiere sono strategici per un settore che esporta l'87% della produzione

Federorafi: serve l'appoggio delle istituzioni. Focus su Cina, Usa, Giappone

**Giovanna Mancini**

Per un settore che esporta l'87% della produzione, le strategie per il rilancio non possono che puntare sui mercati esteri, in particolare quelli più promettenti e che stanno dando segnali di ripresa: Cina, Stati Uniti, Emirati Arabi e Giappone.

L'industria italiana dell'oreficeria, argenteria e gioielleria (Oag) ha pagato

un duro prezzo alla crisi innescata dal Covid: secondo le stime del centro studi **Confindustria Moda**, il crollo dei ricavi nel 2020 dovrebbe attestarsi attorno al 28,8%. «Arrivavamo da un 2019 con un fatturato in crescita del 7%, a quota 7,8 miliardi di euro — spiega il direttore generale di Federorafi, Stefano de Pascale — e anche i primi due mesi del 2020 erano andati molto bene. Poi il baratro».

Secondo l'ultima indagine dell'associazione, dopo il tonfo del primo trimestre (-42,6%) e il progressivo rallentamento del tasso di caduta fino al terzo trimestre (-17,5%), negli ultimi tre mesi dell'anno è seguito un ulteriore peggioramento, al -20,2%. Solo una minima parte delle aziende (le più grandi e strutturate) è stata risparmiata dalla crisi: mosche bianche all'interno di un sistema che conta oltre 7.300 aziende, per circa due terzi con fatturato sotto i 5 milioni e meno di 10 dipendenti. Qualche schiarita, tuttavia, comincia a intravedersi: nell'ultimo trimestre dell'anno è diminuito il ricorso

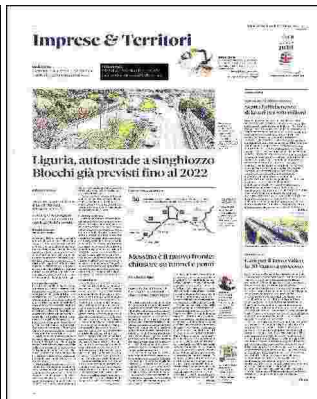
agli ammortizzatori sociali, la flessione degli ordinativi è rallentata e le attese per il 2021 sono di un progressivo miglioramento.

Perché questo avvenga, la leva dell'internazionalizzazione è fondamentale: lo è stata per il risollevarsi dalla crisi del 2007-2009, quando l'export toccò il punto più basso (3,5 miliardi di euro nel 2009) per risalire fino ai 6,9 miliardi del 2019, con una bilancia commerciale passata in dieci anni da 2,7 a 4,9 miliardi di euro. Lo sarà anche questa volta, dice la presidente di Federorafi, Ivana Ciabatti: «Ma abbiamo bisogno del sostegno delle istituzioni. Dobbiamo muoverci come sistema e con una copertura politica, perché le nostre imprese, da sole, non hanno la forza e le risorse per organizzare eventi internazionali in presenza, di cui tutte sentono la mancanza e la necessità».

Lo strumento delle fiere è decisivo, conferma de Pascale: sebbene in questi mesi di pandemia le imprese abbiano fatto molti passi avanti nella digitaliz-

zazione e nello sviluppo dell'e-commerce, continuano a chiedere di poter tornare a fare eventi in presenza. L'e-commerce funziona bene per i brand già affermati e conosciuti, mentre stenta ad affermarsi per le realtà più piccole o meno note. «Per questo, in collaborazione con l'Ice, stiamo mettendo a punto un progetto di customizzazione e-commerce B2C in Cina attraverso le piattaforme WeChat e Jv — spiega il direttore generale — che ha già ottenuto il via libera dal ministero degli Affari esteri». Altro mercato strategico è quello statunitense, dove Federorafi e Ice hanno siglato accordi con importanti gruppi locali della distribuzione retail: «Un'operazione intelligente ed efficace che estenderemo anche al Giappone». Infine, la strategia di Federorafi guarda agli Emirati Arabi, che l'anno scorso è crollato del 50% ma che fino al 2019 era al secondo posto per esportazioni (844 miliardi di euro) e che, a detta delle imprese, sta già dando segnali di ripresa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**TUTELA DEI MARCHI DI LUSO**

La società Mario Valentino vince la causa con Farfetch per l'uso della dicitura Valentino su borse e scarpe

[www.ilsole24ore.com/moda](http://www.ilsole24ore.com/moda)



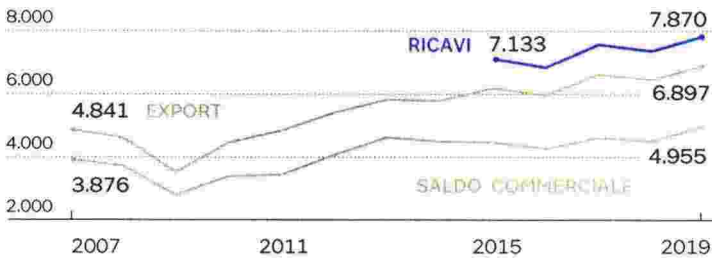
**BELSTAFF RIORGANIZZA**

Belstaff riporterà il proprio core business negli uffici di Londra. Sono in corso consultazioni con i sindacati e i lavoratori della sede di Mestre,

**Le cifre del comparto**

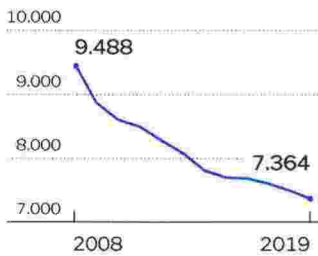
**IL CONFRONTO**

I principali indicatori macroeconomici per il settore Oreficeria-argenteria-gioielleria. Dati in milioni di euro



**LE AZIENDE**

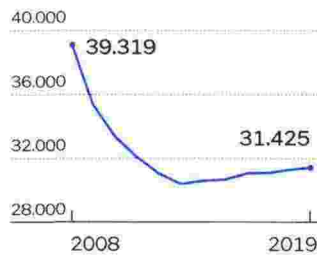
Numero



Fonte: Confindustria Moda su dati Istat

**GLI ADDETTI**

Numero



Fonte: Confindustria Moda su dati Istat