

By **ATHESIS STUDIO**

**Claudia Piaserico.** La presidente Federorafi è cauta sul futuro del settore

# **+70,6%** per l'export **orafo** tra ottimismo e timori

Sulla base delle elaborazioni effettuate per FEDERORAFI dal Centro Studi di **Confindustria Moda** su dati ISTAT, nei primi nove mesi del 2021 il commercio con l'estero del settore orafa-argentero-gioielliero si mantiene interessato da un'evoluzione favorevole, come già emerso nei mesi precedenti.

Da gennaio a settembre 2021 le esportazioni hanno messo a segno un incremento del +70,6% per un totale di 5.574 milioni di euro. In termini assoluti l'export dei primi nove mesi del 2021 aumenta di oltre 2,3 miliardi di euro rispetto al gennaio-settembre 2020; a confronto con il gennaio-settembre 2019 l'export guadagna, invece, quasi 506 milioni (+10,0%); del resto, le vendite estere del solo mese di settembre eccedono del +42,1% (224,8 milioni di euro) quelle del settembre 2019.

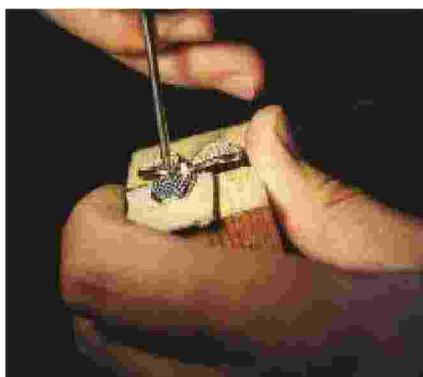
La dinamica distrettuale è lo specchio di quella nazionale con buone performance da Arezzo e da Vicenza con riferimento soprattutto all'area degli EAU e agli USA, mentre Valenza non ha ancora recuperato il gap sul 2019 (-36,2%).

Per la **Presidente FEDERORAFI, Claudia Piaserico**, "I dati elaborati dal nostro Centro Studi mi inducono ad essere sicuramente ottimista anche sulla chiusura del 2021 ma decisamente cauta per il 2022. La recrudescenza pandemica con il ripristino delle restrizioni nazionali ed internazionali - che ha portato ad esempio allo slittamento a marzo di VicenzaOro January -, nonché il fortissimo incremento dei costi delle commodities, come quelle energetiche - che sicuramente stanno già incidendo sui costi di produzione e sui mark-up delle nostre aziende -, sono segnali preoccupanti. Anche l'incertezza sulla stabilità delle quotazioni delle materie prime preziose, in uno scenario di crescita dell'inflazione, andrà a ripercuotersi sulle performance delle aziende manifatturiere orafe. Infine, ritengo inevitabile che il fenomeno del "revenge shopping" verso la gioielleria sia destinato in parte a ridimensionarsi".

"Tutte queste variabili e di conseguenza la necessità di una programmazione a medio-breve termine - prosegue la Presidente Piaserico - devono farci rimanere con i piedi per terra ed essere, appunto, cauti sul 2022 e ancora più determina-



La presidente Federorafi, Claudia Piaserico



ti nel portare avanti le azioni che FEDERORAFI sta affinando da alcuni mesi. Stiamo infatti elaborando, anche all'interno di **Confindustria Moda**, una strategia unica di approccio al sistema della formazione tecnico-professionale

a tutti i livelli. Con MAECI e ICE tra qualche settimana lanceremo un innovativo progetto di promozione commerciale in USA oltre al proseguimento delle iniziative con la GdO. Per l'area asiatica: focus sul Giappone per accordi con la locale GdO e sulla Cina, anche rispetto ad Hong Kong, per una prima azione settoriale nell'ambito dell'e-commerce senza dimenticare la possibilità di una presenza fisica come è avvenuto in questi ultimi 4 anni con la partecipazione di FEDERORAFI al China International Import Expo di Shanghai. Stiamo infine aprendo un nuovo fronte di promozione verso la Russia. Il tutto ovviamente con l'auspicato supporto anche di un'azione di comunicazione istituzionale del claim "The Extraordinary Italian Jewelry" come declinazione settoriale del piano di comunicazione del brand Italia "beIT" appena lanciato dal Governo. Anche su questo fronte a breve presenteremo un progetto ambizioso".