

Da: Confindustria Federorafafi <web@federorafafi.it>
Inviato: martedì 18 gennaio 2022 15:02
A: info@federorafafi.it
Oggetto: FEDERORAFI - commercio con l'estero del settore orafa-argentiero-gioielliero nel gennaio-settembre 2021: continua il forte recupero sul 2020 e rispetto al 2019. Timori per incremento costi materie prime e per lo "sboom" del revenge shopping.



Aderente a
CONFINDUSTRIA  MODA

FEDERORAFI - commercio con l'estero del settore orafa-argentiero-gioielliero nel gennaio-settembre 2021: continua il forte recupero sul 2020 e rispetto al 2019. Timori per incremento costi materie prime e per lo "sboom" del revenge shopping.

Comunicato Stampa

Milano, 18/1/22

FEDERORAFI - commercio con l'estero del settore orafa-argentiero-gioielliero nel gennaio-settembre 2021: continua il forte recupero sul 2020 e rispetto al 2019. Timori per incremento costi materie prime e per lo "sboom" del revenge shopping.

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-argentiero-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.

Nei primi nove mesi del 2021 gli Stati Uniti, in prima posizione, sperimentano un aumento del +93,6% rispetto al medesimo periodo del 2020, raggiungendo così un'incidenza del 15,7% sul totale. L'export verso la Svizzera, secondo mercato, cresce del +62,2%, quello verso gli Emirati Arabi, al terzo posto, del +135,5%. Guadagna la quarta posizione la Francia, interessata da un aumento del +44,1%. Nel periodo in esame salgono del +40,9% anche le vendite dirette ad Hong Kong, sesta destinazione, mentre la Cina sperimenta una variazione del +208,9%. Di contro, nell'ambito dei top market, restano riflessive nel cumulato a nove mesi le esportazioni in Regno Unito. Nel caso del Giappone, che nel primo semestre del 2021 aveva ceduto il -6,4%, si rileva un'inversione di tendenza che vede l'export aumentare del +5,0% nei nove mesi, grazie in particolare ad una dinamica del +31,4% registrata nel corso del terzo trimestre rispetto al medesimo periodo del 2020.

Anche in riferimento ai dati pre-covid (gen- sett. 2019) il trend risulta positivo su diversi mercati di interesse anche rispetto allo stesso periodo con particolare riferimento agli USA (+64,6%) e agli EAU (+ 7,9%) mentre sono ancora sotto i livelli 2019 la Svizzera, la Francia e Hong Kong.

Infine, la dinamica distrettuale è lo specchio di quella nazionale con buone performances 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 determinati 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."

In allegato il dettaglio dei dati settoriali sul commercio estero gennaio – settembre 2021.

[2022_01_18_CS_FEDERORAFI_Nota_CoEs_092021_FIN](#)

[Foto Pres Piaserico FEDERORAFI](#)

Per informazioni: info@federorafi.it – 02 58316111

[Modifica i tuoi dati](#) | [Leggi online](#)



Confindustria Federorafi

Via A. Riva Villasanta, 3 - 20145 Milano

© 2021