

Analisi

Gioiello italiano a quota **8,9 miliardi**

Dopo 12 mesi in salita del 14,1% sul 2019 realizzati per il 90% grazie all'export, l'industria stima, secondo un'indagine di Federorafi, un +7,5% nel secondo quarter. «Sarà un anno di assestamento, peseranno il rincaro delle materie prime e la guerra», ha detto a MFF la presidente Claudia Piaserico. Focus su New York insieme a Ice e Maeci. **Alice Merli**

Il gioiello italiano prevede di proseguire la traiettoria di rilancio iniziata nel 2021, dopo le difficoltà della pandemia. Si parte da 12 mesi archiviati, secondo le elaborazioni del centro studi di **Confindustria moda** per Federorafi, a quota 8,9 miliardi di euro di fatturato in salita del 57,6% rispetto al 2020 e del 14,1% sul 2019, trainato da un export che vale quasi il 90% del totale a 8 miliardi, in corsa del 59,7% sul 2020 e del 15,6% sull'anno del Covid. Nell'esercizio il numero di aziende attive è calato dell'1,2%, mentre l'occupazione è tornata a crescere con lo 0,6% in più degli addetti. La performance di ripresa è continuata anche nel primo bimestre del 2022: in base alle rilevazioni di Istat, nei due mesi il commercio con l'estero ha registrato un incremento del 30,4% per un totale di 1,3 miliardi. Gli Usa si confermano il primo mercato con un'incidenza del 14,4% e una crescita del 23,1%; sostenuti i ritmi registrati da Svizzera (+31%) al secon-

L'EXPORT DELLA GIOIELLERIA GEN-FEB 2022 (TOP 3)

	Esportazioni (mld)	Variazione (%)	Incidenza (%)
❖ MONDO	1,3	30,4	100
❖ UE27	339	44,4	25,9
❖ EXTRA UE27	967	26,1	74,1
❖ STATI UNITI	188	23,1	14,4
❖ SVIZZERA	151,5	31	11,6
❖ EMIRATI ARABI UNITI	144,8	6,5	11,1

Fuente: Confindustria moda su dati Istat

GRAFICA MFF-MILANO FINANZA

do posto, seguita da Emirati Arabi (+ 6,5%) e Francia (+48,8%). Le dinamiche favorevoli hanno interessato anche gli altri principali mercati, escluso Hong Kong in flessione del -13,2%. Per la Russia, si conferma la bassa incidenza per il settore: risulta il 28° mercato (0,6% del totale) e perde il -16,9%. Per tracciare un'ulteriore stima relativa al secondo quarter dell'anno, Federorafi ha avviato un'indagine congiunturale su un campione di aziende: se i primi tre mesi si sono

chiusi con un fatturato a +10,1% (superiore alle stime, che da indagine precedente erano al +7,3%) e una raccolta ordini incrementata del +8,9%, il business del secondo è previsto a +7,5%. Sempre per il campione, il sentiment dell'evoluzione congiunturale è risultato stabile per il 76,3%, in peggioramento per il 15,8% e in miglioramento per il 7,9%. Per il centro studi l'anno potrà essere ancora favorevole ma l'instabilità dello scenario internazionale rende ogni previsione poco solida. «L'an-

damento della produzione, il fatturato e le esportazioni rispecchiano la via di assestamento del comparto. Nel 2021 le aziende orafe italiane hanno lavorato bene e il 2022 è iniziato sull'onda dell'entusiasmo. Il conflitto russo-ucraino ha poi imposto monitoraggio e cautela sia nelle scelte per i nostri associati sia nella previsioni. Le aziende più avvantaggiate sono quelle che avevano già fissato un prezzo dell'oro», ha spiegato a MFF **Claudia Piaserico**, presidente di Federorafi.

«Esportiamo in Russia poco meno dell'1%, ma stimiamo comunque un possibile impatto sul mercato turco, crocevia del commercio dei gioielli italiani per l'internazionale. Su questo andrà ad aggiungersi il rincaro della materia prima, con un'incidenza sui costi dell'operatività». Quanto ai mercati, gli Stati Uniti continueranno a ricoprire una posizione in pole per il settore. Federorafi è volata a New York con quasi 50 brand da 11 regioni per lanciare con **Ice** e **Maeci** l'iniziativa The Italian jewelry manifesto, un evento di matching di formazione per presentare una nuova formula di ingresso nel mercato. «Oggi il Made in Italy ha un contenuto di valore molto più alto, sposiamo l'artigianalità con l'innovazione tecnologica e come associazione continueremo a intercettare il consumatore del domani ma anche le persone che vogliono lavorare nel comparto, incentivando la formazione e creando una reputation internazionale», ha concluso Piaserico. (riproduzione riservata)

