

Il rapporto

La grande bellezza del record dell'oro il futuro però è incerto

IRENE MARIA SCALISE

Il boom dell'export, la crescita dell'alto di gamma e il rapporto con le maison del lusso hanno contribuito ai buoni numeri dei preziosi ma pesano inflazione e crisi di vocazione

C' è un'eccezione all'ultimo biennio che in molti campi, dell'economia e dell'industria, è stato bollato come orribile. Ed è quella del settore orafa. Un rapporto congiunto, realizzato dal Club degli orafi Italia e la Direzione studi e ricerche di Intesa Sanpaolo, racconta di un settore che ha funzionato nonostante le avversità. Di più. Di una buona dinamica tra fatturato e produzione e di ottimi risultati sul mercato internazionale.

«Quello del 2021 e 2022 è stato un biennio straordinario - spiega Stefania Trenti, responsabile Industry direzione studi e ricerche di Intesa Sanpaolo - c'è stato un vero boom del comparto orafa sui mercati nazionali ma soprattutto internazionali, grazie al posizionamento dell'oreficeria italiana nell'alto di gamma e alla valorizzazione della componente dell'artigianalità». Insomma il traino di quel made in Italy di lusso, bello e ben fatto ha funzionato anche per il mondo orafa. Ed ecco i risultati: «Nel periodo gennaio-settembre 2022 le esportazioni di gioielli hanno realizzato una crescita del 26,6% in valore e del 30% in quantità. Complessivamente le esportazioni di gioielli in preziosi a settembre 2022 si sono attestate a 6,7

miliardi di euro con un pieno recupero dei livelli pre-Covid (+41,6% in valore e +9,3% in quantità)».

Si può dunque dormire sonni tranquilli? Non esattamente. Precisa Trenti: «Le prospettive sono abbastanza fiduciose, ma indubbiamente lo scenario in cui le imprese del comparto si troveranno ad operare è condizionato da una forte complessità e incertezza a livello internazionale che, non può non riflettersi sul settore e di conseguenza gli operatori sono più prudenti anche se restano ottimisti». Chi soffrirà di più? «È più alto il timore di chi si muove solo sul mercato interno mentre le imprese medio grandi, che hanno più accesso ai mercati di tutto il mondo, sono indubbiamente in una posizione di maggiore forza».

Ed è Sara Giusti, economista di Intesa Sanpaolo, a fotografare nel dettaglio cosa accade fuori dall'Italia: «C'è stato un rafforzamento nella quota di mercato dell'Italia in termini di export che è oggi di 3 punti in più rispetto al 2012. Gli Stati Uniti con oltre un miliardo di euro restano il primo mercato di riferimento, per effetto anche del potenziamento del dollaro, ma la crescita delle esportazioni di gioielli made in Italy risulta diffusa anche ai principali mercati come Svizzera e Francia ed Emirati Arabi Uniti. Certo i nodi dolenti sono

noti e cioè l'inflazione, come si evolverà la crisi energetica e poi il conflitto geopolitico, quindi quale sarà l'evoluzione dello scontro russo ucraino». Soprattutto per quanto riguarda le grandi potenze del mondo lo scenario è in continua evoluzione. Aggiunge Trenti: «Il mercato russo non ha un peso rilevante in termini di esportazioni dirette, inferiori all'1% complessivo, ma può essere raggiunto attraverso triangolazioni, ad esempio dalla Turchia. La Cina resta uno dei principali acquirenti del mercato del gioiello in oro, anche se ha sofferto molto delle politiche zero Covid e delle limitazioni agli spostamenti, insieme all'India che a livello internazionale ha mostrato una domanda in crescita e con prospettive positive per l'ultima parte dell'anno grazie al supporto della domanda da festival e matrimoni. Le imprese orafe tendono a penetrare in questi mercati asiatici grazie ad Hong Kong che è sempre stata una piazza importantissima ma ultimamente, grazie alle riaperture Covid, anche dalla stessa Cina arrivano segnali di ripresa». Chi si muove più agevolmente sono le grandi maison del lusso che appartengono a gruppi internazionali che, precisa Giusti: «Hanno le loro basi produttive in Italia e alimentano flussi di export verso mercati di riferimen-

to come Francia e Svizzera Da rilevare, inoltre, il ruolo dell'Irlanda: a partire dal 2020 l'Italia è diventata il principale mercato di approvvigionamento di gioielli in oro ed ha totalmente sostituito i flussi in arrivo dal Regno Unito, nel frattempo uscito dall'Unione Europea; contestualmente si osserva un significativo incremento delle esportazioni irlandesi di gioielli in oro verso Cina e Corea che si conferma come un paese molto interessante per il settore».

Decisamente meno frizzante è lo scenario relativo al mercato interno. «Il ruolo del mercato nostrano è più contenuto per il settore orafa italiano, infatti il comparto si caratterizza per un'elevata propensione all'export con più dell'80% del fatturato destinato ai mercati internazionali. Il settore interno - aggiunge Trenti - ha subito profondi cambiamenti nelle abitudini dei consumatori: si pensi per esempio alla sostituzione del gioiello come regalo con oggetti legati all'elettronica. Inoltre, il mercato è condizionato dalla disponibilità del reddito e dal potere di acquisto. E la funzione del gioiello come investimento? «Qualche segnale che sia tornato ad essere visto in quest'ottica c'è, come del resto per gli orologi di un certo tipo che sono considerati "hard luxury, ma chi acquista per investire fa parte di una fascia che meno risente di inflazione».

Un punto fondamentale è la carenza di manodopera. Precisa Trenti: «La principale preoccupazione degli operatori è la carenza di lavoratori di alto livello e più della metà dei rispondenti, rappresentativi delle differenti categorie del settore e leader nei rispettivi segmenti di attività, indica come principale ostacolo in questo momento la carenza di manodopera. Tale quota sale al 90% tra le imprese produttive, a conferma della crucialità del saper fare nella competitività del made in Italy del gioiello e dell'importanza di rafforzare le iniziative per favorire il passaggio di competenze alle nuove generazioni. Un caso di successo è quello della Tari design school in provincia di Caserta che sta formando molti ragazzi mentre a Valenza c'è la fondazione Mani intelligenti che offrono corsi di formazione qualificati».

C'è soddisfazione da parte di Augusto Ungarelli presidente Vendera e past president Club degli

Orafi: «Si è appena chiusa la fiera di Vicenza che ha registrato il numero di presenze più alto della storia e anche un record di arrivi da parte di paesi esteri, in generale abbiamo avuto ottimi dati nel 2021 e per quasi tutto il 2022, e neanche elementi come la guerra hanno inciso negativamente sui risultati. Certo sul futuro pesano elementi come l'inflazione e il caro energia mentre il cambio euro dollaro, per il momento, agevola l'esportazione verso gli Usa».

Il nodo più spinoso - per Ungarelli - è quello del "mancato cambio generazionale": «Non ci sono le persone per sostituire le vecchie generazioni e questo è un problema che colpisce in generale il mondo dell'alto di gamma, il settore orafa è sempre stato chiuso e questo non ha reso la professione popolare nonostante sia ora un'ottima opportunità per i giovani». Di buono c'è uno scenario che vede l'Italia sempre più come un hub delle grandi maison e che potrebbe cambiare la percezione tra i ragazzi: «Molti grandi marchi da Bulgari a Cartier hanno stabilito le loro produzioni in Italia per cui c'è un doppio canale che è quello delle grandi produzioni e quello del bello e ben fatto che si rivolge soprattutto verso gli Usa e che ha avuto una eccezionale ripresa dopo il Covid». Cambia infine la geografia della produzione made in Italy: «A realtà tradizionali come Arezzo, Vicenza e Valenza si aggiungono Roma, Milano e Torino che contribuiscono ad alimentare la qualità e si spera a rendere la professione più popolare».

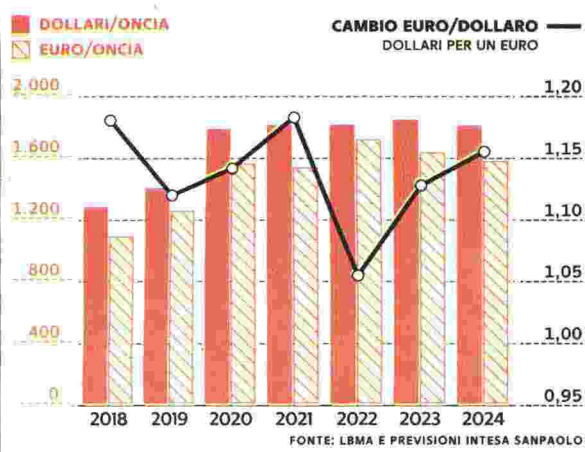
© RIPRODUZIONE RISERVATA



I numeri

I PREZZI

IL COSTO DELL'ORO È DESTINATO A RESTARE ELEVATO



26,6

PER CENTO

La crescita delle esportazioni di gioielli in valore nei primi nove mesi del 2022

6,7

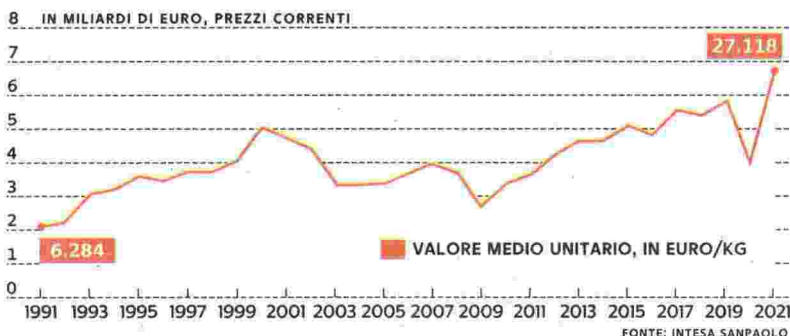
MILIARDI

Le esportazioni a settembre 2022 valevano nel complesso di 6,7 miliardi

I numeri

LA CURVA

AUMENTO DELLE ESPORTAZIONI DEI GIOIELLI IN ORO

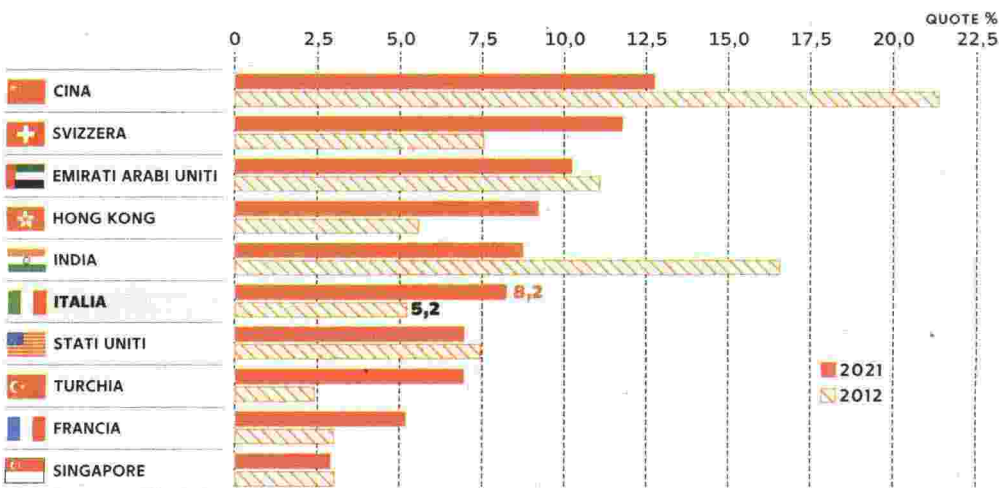


IL SETTORE ORAFO ITALIANO
QUADRO DI SINTESI DEL SETTORE ORAFO

IN MILIONI DI EURO	2020	2021	VAR. % 2021	VAR. % GEN-SET 2022
FATTURATO	7.052	10.825	+53,5	+30,0
ESPORTAZIONI	5.366	8.580	+59,9	+26,6
di cui SOLO GIOIELLI IN PREZIOSI	4.590	7.575	+65,0	+26,8
IMPORTAZIONI	1.870	3.116	+66,7	+16,8
di cui SOLO GIOIELLI IN PREZIOSI	1.025	1.756	+71,4	+9,4
SALDO COMMERCIALE (EXPORT-IMPORT)	3.497	5.464		
di cui SOLO GIOIELLI IN PREZIOSI	3.565	5.819		

FONTE: ISTAT

NEL MONDO
ITALIA SESTO ESPORTATORE MONDIALE



FONTE: ELABORAZIONI INTESA SANPAOLO SU DATI UNCTAD COMTRADE



Stefania Trenti
Responsabile Industry direzione studi e ricerche di Intesa Sanpaolo



Augusto Ungarelli
Presidente Vendorafa e past president Club degli Orafi

Il settore orafa ha avuto due anni di risultati molto positivi, grazie anche all'export, il problema ora è il ricambio generazionale perché ci sono pochi giovani



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.