

I NOSTRI  
VIDEO10 miliardi per la  
rete idrica contro i  
cambiamenti  
climaticiL'estate degli  
autovelox, raffica di  
postazioniLa Borsa, gli indici  
del 17 luglio 2023Servizio | **Industria orafa**

# Gioielli made in Italy, fatturato ancora in aumento nel primo trimestre. Ma segni di rallentamento sono all'orizzonte

Cresce dell'11,3% il fatturato dell'industria orafa italiana nei primi tre mesi del 2023, ma le tensioni internazionali ne rallentano la corsa. Per le aziende il primo fattore di preoccupazione è la mancanza di nuova manodopera

di Redazione Moda

17 luglio 2023



Loading...



Ascolta la versione audio dell'articolo



3' di lettura



Anche il primo trimestre dell'anno si è chiuso con un segno positivo per l'industria orafa italiana: +11,3% l'aumento del fatturato rispetto allo stesso periodo del 2022, con una crescita dell'export del 16,7%. Tuttavia, dai dati elaborati per Confindustria Federorafi dal Centro Studi di **Confindustria Moda** e dalla parallela indagine congiunturale presso le aziende del settore, emerge anche un rallentamento rispetto al boom del 2022. I dati restano in ogni caso migliori se confrontati agli altri settori manifatturieri del fashion made in Italy.

«Il settore gode ancora dell'effetto scia del 2022, dove abbiamo raggiunto i record in termini di fatturato e di export che ha superato il 90% del turnover - ha notato Claudia Piaserico, presidente di Confindustria Federorafi -. Mi conforta anche la tenuta dei livelli occupazionali, ma dobbiamo rimanere vigili perché negli ultimi mesi c'è già stato qualche segnale di rallentamento del mercato che potrebbe accentuarsi nella seconda parte dell'anno, anche per i sintomi di debolezza che stanno emergendo nell'economia mondiale». Malgrado il

rallentamento della crescita, di cui si sono già avuti diversi segnali, il sentiment sull'anno in corso appare promettente, con 7 associati su 10 che ritengono di poter chiudere il 2023 migliorando (o almeno uguagliando) i risultati del 2022. Tre imprese su cinque (61%) hanno sperimentato una crescita dei ricavi sull'anno precedente, e per il 22% del panel l'incremento è stato superiore al +20%.

Gli Stati Uniti si confermano al primo posto tra gli sbocchi esteri del settore e, malgrado un moderato +5,9% su gennaio-marzo 2022, sono il mercato in maggior espansione nell'ultimo quadriennio. Seguono la Svizzera (+18,3%), gli Emirati Arabi (+11,3%) e la Francia (+18,8%), principale cliente comunitario. Crollano ulteriormente, per il conflitto in atto, le vendite in Russia e Ucraina (-78,2% globalmente).

A livello distrettuale, al primo posto per entità dell'export si trova la provincia di Arezzo (+8,4%), seguita da Vicenza (+6,9%), Alessandria (+24,4%) e Milano (+56,2%). Le due province del distretto campano di Napoli-Caserta evidenziano nell'insieme un +24,9%.

Pubblicità  
Loading...

24

Accolta dal favore dall'associazione di categoria anche la conclusione dell'iter parlamentare del Ddl di ratifica dell'adesione dell'Italia alla "Convenzione di Vienna per i metalli preziosi", che potrà facilitare la commercializzazione dei gioielli italiani in 18 Paesi UE che adottano sistemi di controllo diversi. «Il settore, inoltre, primeggia a livello mondiale anche nell'ambito delle certificazioni volontarie in materia di tracciabilità e di sostenibilità, ma la federazione continua ad investire risorse per promuovere queste "buone pratiche" a garanzia della leale competizione e della tutela del consumatore finale - ha notato Piaserico -. Spero che le Direttive UE in fieri in materia di ESG non andranno a complicare o a creare ulteriori oneri alle imprese orafe, soprattutto le PMI unbranded che sono la "spina dorsale" della nostra eccellenza manifatturiera che è riconosciuta universalmente dai consumatori, dai buyer e dai top brand internazionali».

Federorafi è tornata a sottolineare anche il cruciale tema del ricambio generazionale nelle imprese: «Nei prossimi 8/10 anni saranno circa 10mila i dipendenti che usciranno dal settore per aver raggiunto i limiti dell'età pensionabile. Senza un'adeguata e tempestiva "staffetta generazionale" si corre anche il rischio di un depauperamento della tradizione orafa e del nostro heritage. Questa è l'emergenza nazionale e occorre un intervento governativo per stimolare i ragazzi (e le famiglie)

verso i percorsi formativi tecnici. Come Confindustria Federorafi [attraverso il nostro sito](#) è già possibile avere una mappatura delle scuole/istituti con specializzazione orafa e trovare opportunità di incontro tra domanda e offerta di lavoro», ha sottolineato ancora la presidente. Per ben il 37% delle aziende interpellate dal panel, la prima fonte di preoccupazione è proprio la mancanza di manodopera.

**CONSIGLI24**

I migliori consigli su prodotti di tecnologia, moda, casa, cucina e tempo libero



Scopri di più →

Un altro fronte di impegno è quello della promozione del gioiello made in Italy nel mondo, attraverso accordi con la distribuzione internazionale «che con ICE Agenzia hanno garantito a centinaia di aziende orafe italiane, in pochi anni, di consolidare o di avviare rapporti di business con decine di retailer negli Stati Uniti. Ora stiamo lavorando per azioni simili in Canada, in Francia, in Giappone, in Gran Bretagna e in Polonia. Contiamo anche di far partire entro la fine dell'anno un'importante campagna di comunicazione istituzionale di influencer marketing con l'obiettivo di mostrare ancor meglio al consumatore mondiale il nostro saper fare, la nostra qualità e la nostra sostenibilità, tutte caratteristiche che giustificano quel quid di prezzo in più rispetto ai nostri aggressivi competitor cinesi, indiani o turchi. E la comunicazione servirà altresì ad avvicinare al gioiello italiano i giovani non solo come nuovi consumatori, ma anche come potenziali nuovi collaboratori all'interno delle nostre aziende per ricoprire profili tecnici a tutti i livelli», conclude Piaserico.

Riproduzione riservata ©

**Consigli24: idee per lo shopping**

[Scopri tutte le offerte →](#)

Ogni volta che viene fatto un acquisto attraverso uno dei link, Il Sole 24 Ore riceve una commissione ma per l'utente non c'è alcuna variazione del prezzo finale e tutti i link all'acquisto sono accuratamente vagliati e rimandano a piattaforme sicure di acquisto online

ARGOMENTI [impresa](#) [Stati Uniti d'America](#) [Francia](#) [Unione Europea](#) [Confindustria](#)

**Per approfondire**

L'industria orafa italiana chiude il 2022 con fatturato a +22%. Ma soffre la mancanza di maestranze



Industria orafa, record di export ma mancano i talenti: «In cerca di 3mila professionisti»

