

Il settore orafo-argentiero-gioielliero italiano

Nota congiunturale – Primo trimestre 2023



©Federorafafi

Riservato Soci Federorafafi

L'ANDAMENTO DEL SETTORE ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERO (O-A-G) ITALIANO NEI PRIMI 3 MESI 2023

ABSTRACT

Avvio d'anno favorevole per il comparto dell'oreficeria, argenteria e gioielleria italiano, secondo i dati elaborati per Federorafi dal Centro Studi di Confindustria Moda: cresce il fatturato (+11,3%), trainato dall'export (che registra incrementi superiori al 10% sia in valore che in KG); arresta la corsa l'import; si consolida il saldo commerciale. La produzione fisica rallenta, ma resta positiva, nei primi tre mesi (contrariamente a molti settori manifatturieri italiani). Rimane pressoché stabile, rispetto a dicembre, il numero di imprese attive e tiene l'occupazione, dopo la dinamica 2022 confortante. 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.

Le difficoltà nel reperimento di manodopera qualificata, assieme ai costi elevati di materie prime ed energetici, le maggiori criticità dello scenario attuale.

● I risultati della consueta rilevazione condotta tra gli Associati a Federorafi indicano, con riferimento al campione di aziende rispondenti, un aumento tendenziale del **fatturato**, nel primo trimestre 2023, pari al +11,3%. Tre imprese su cinque (61%) hanno sperimentato una crescita dei ricavi su un anno addietro; per il 22% del panel l'incremento è stato superiore al +20%.

● L'indice ISTAT della **produzione industriale** – che misura la variazione nel tempo del volume fisico della produzione effettuata dall'industria – nonostante una frenata a marzo (-2,7% tendenziale) chiude i primi 3 mesi dell'anno in terreno positivo (+2,3%), a differenza di molti altri settori manifatturieri italiani che mostrano già un arretramento. Allo stesso tempo conferma le indicazioni degli Associati Federorafi, che segnalano un rallentamento delle vendite già nel trimestre aprile-giugno, destinato ad accentuarsi nella seconda parte dell'anno, anche per i sintomi di debolezza che stanno emergendo nell'economia mondiale.

● Le **vendite estero** sono salite del +16,6% in valore (2,5 miliardi di euro di beni esportati, operazioni di pura commercializzazione incluse), con un +14,6% anche in termini di quantità (KG).

Tra le **tipologie**, cresce l'export della gioielleria da indosso (+15,9% in valore nel complesso) grazie soprattutto a quella realizzata in oro (+17,7%) di gran lunga la voce merceologica principale (84% sul totale); quella in argento segna un più modesto +2,2%. Per la bigiotteria, terza voce del comparto per valori assoluti dopo le due precedenti, +27,2%.

● Si confermano ai primi 4 posti in valore tra gli **sbocchi** esteri del settore O-A-G gli USA (che malgrado un moderato +5,9% su gennaio-marzo 2022 sono il mercato in maggior espansione nell'ultimo quadriennio e quello ritenuto più interessante dagli Associati nell'attuale fase congiunturale), la Svizzera (+18,3%), gli Emirati Arabi (+11,3%) e la Francia (+18,8%), principale cliente comunitario.

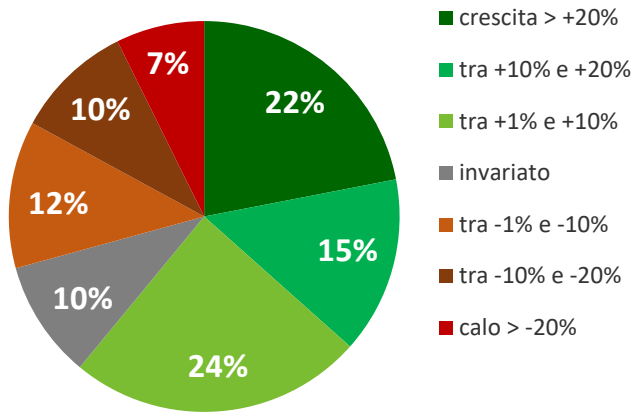
Crollano ulteriormente, per il conflitto in atto, le vendite in Russia e Ucraina (-78,2% globalmente).

● La Toscana (+11%) è la prima regione esportatrice O-A-G nel trimestre analizzato, con una quota attorno al 35% del totale nazionale. La graduatoria delle province vede sempre al comando Arezzo (+8,4%), seguita da Vicenza (+6,9%), Alessandria (+24,4%) e Milano (+56,2%). Le due province del distretto campano di Napoli-Caserta, importanti dal punto di vista produttivo benché con una bassa propensione all'export, evidenziano nell'insieme un +24,9%.

● Si rafforza il **saldo commerciale** settoriale (2,1 miliardi di attivo nei primi 3 mesi, +22%), anche per la frenata dell'import (-4,5%) dopo la fiammata del 2022.

● Segnali di sostanziale stabilità nella **demografia delle imprese** (con un calo di -37 aziende a fine marzo nel numero delle attive, sceso a 7.001, -0,5% rispetto allo scorso dicembre) e nell'**occupazione** (salita invece a 32.312 unità, +0,1% tra industria e artigianato).

1. Qual è stato l'andamento del FATTURATO nel PRIMO TRIMESTRE 2023 (gennaio-marzo) rispetto al medesimo periodo del 2022?



Il primo trimestre del 2023 ha visto il proseguimento del trend premiante già evidenziato nelle frazioni precedenti. Trainate ancora una volta dalle vendite estere, 3 imprese su 5 (il 61%) tra quelle partecipanti alla rilevazione hanno registrato una crescita nel **fatturato** rispetto al corrispondente periodo del 2022: se il 22% ha visto crescere i ricavi di oltre il +20%, per un 15% l'incremento è risultato compreso tra il +10% e il +20%, mentre il 24% ha registrato aumenti più modesti (inferiori al +10%).

Il 10% del campione ha dichiarato invece vendite invariate rispetto a gennaio-marzo 2022.

La quota di aziende che ha sperimentato una flessione su un anno addietro (un non trascurabile 29%) è cresciuta rispetto a quanti avevano indicato un calo tendenziale nell'ultimo trimestre del 2022 (23%); il 17% del panel, in particolare, riporta una contrazione superiore al -10%.

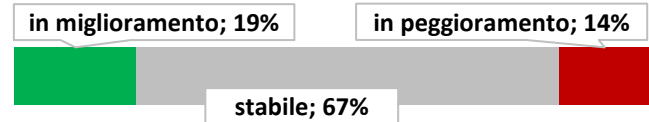
Ponderando le risposte ricevute col fatturato aziendale e settoriale, si stima – con riferimento al 1° trimestre 2023 – una crescita media pari al **+11,3%** rispetto allo stesso periodo 2022.

Per quanto riguarda gli **ordini** raccolti nei primi 3 mesi dell'anno, il 51% dei rispondenti ha indicato una variazione positiva rispetto allo stesso periodo 2022; per il 14% del campione l'aumento è stato superiore al +20%.

Il 22% del panel vede una conferma dell'ammontare degli ordinativi del gennaio-marzo dello scorso anno, mentre è pari al 27% la quota di chi invece ha sperimentato una riduzione.

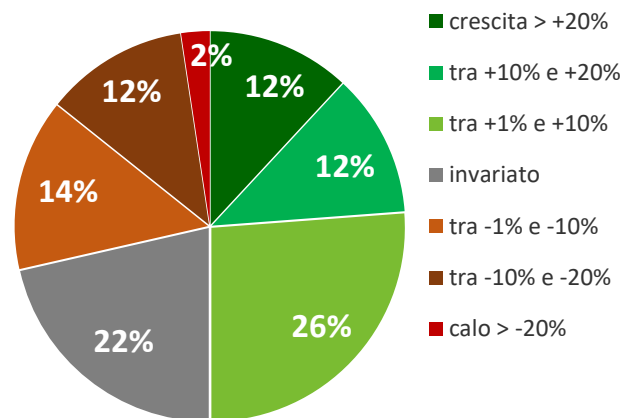
In base ai dati di fonte aziendale, in sintesi anche la raccolta ordini risulta in terreno positivo: presenta una crescita media del **+9,3%** rispetto al medesimo periodo del 2022, prefigurando il proseguimento dell'evoluzione favorevole del settore anche nella seconda frazione dell'anno.

2. Come prevede sarà l'EVOLUZIONE CONGIUNTURALE del SECONDO TRIMESTRE 2023 rispetto al primo trimestre 2023?



Relativamente al secondo trimestre (in corso al momento dell'indagine), il sentiment degli imprenditori esclude inversioni repentine rispetto alle dinamiche confortanti di inizio anno. Quasi 7 rispondenti su 10 (il 67%) confida infatti in una stabilità delle condizioni di mercato rispetto al gennaio-marzo; tra il restante 33%, la quota di chi prospetta un miglioramento ulteriore (19%) è di pochi punti superiore a quella di coloro che valutano l'evoluzione in peggioramento (14%).

3. Come prevede sarà il FATTURATO nel SECONDO TRIMESTRE 2023 (aprile-giugno) rispetto allo stesso periodo del 2022?



Alla domanda inerente il secondo trimestre dell'anno, le aziende a campione hanno risposto nel 50% dei casi di attendersi un aumento del fatturato rispetto al medesimo periodo del 2022 (in calo dunque rispetto al 61% che ha chiuso in crescita la prima frazione); per oltre la metà di queste, l'incremento previsto sarà inferiore al +10%.

Un significativo 22% del campione ritiene che le vendite resteranno sui livelli di aprile-giugno 2022. Infine, il rimanente 28% dei rispondenti teme una flessione.

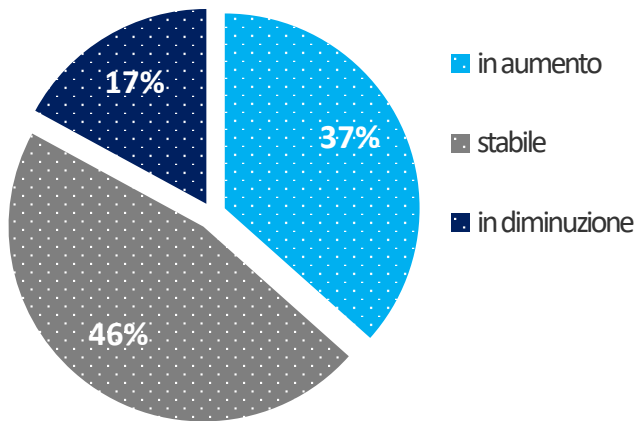
Ponderando le risposte ricevute col fatturato aziendale e settoriale, per il periodo aprile-giugno l'incremento medio delle vendite è atteso nell'ordine del **+7,8%**; il trend si mantiene dunque positivo, ma denota una attenuazione rispetto ai trimestri precedenti: d'altro canto, il raffronto con mesi 2022 di forte recupero rende meno facile il raggiungimento di risultati eclatanti.

Alla luce dell'andamento del gennaio-marzo e delle suddette indicazioni, il primo semestre del 2023 è atteso chiudersi con una dinamica dei ricavi attorno al **+9,6%**.

Riservato Soci Federorafi

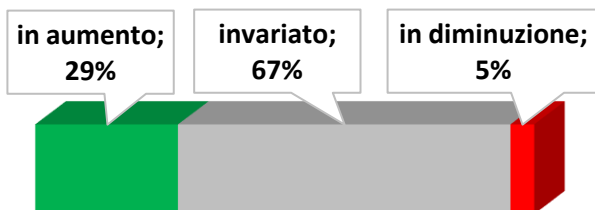
Indagine Rapida congiunturale Confindustria Moda-Maggio 2023 condotta tra le imprese italiane del TMA: focus risultati relativi al campione di aziende associate a Federorafi

4. Come prevede sarà l'andamento degli ORDINI nel SECONDO TRIMESTRE 2023 (aprile-giugno)?



Le previsioni circa l'andamento degli ordinativi delle aziende del campione nel secondo trimestre suggeriscono la prosecuzione del trend favorevole anche nella seconda parte dell'anno, benché sia facilmente ipotizzabile un affievolimento ulteriore nei ritmi di crescita, considerato il forte rimbalzo registrato dal settore dopo la pandemia: la quota di indicazioni negative circa la raccolta nel secondo trimestre (17%) è decisamente inferiore a quella degli ottimisti (37%), sebbene risultino comunque maggioritari coloro che prevedono stabilità (46% del panel).

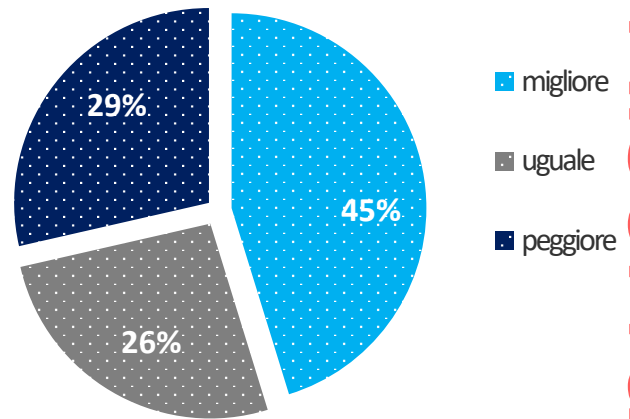
5. Come prevede varierà il NUMERO DI DIPENDENTI a GIUGNO 2023 rispetto a dicembre 2022?



Richiesti di una previsione sull'andamento a fine giugno dell'occupazione nella propria azienda, il 67% degli imprenditori ha indicato invarianza rispetto agli addetti in forza a fine 2022. Solo il 5% prospetta un calo del numero dei dipendenti, mentre il restante 29% si attende un incremento nella forza lavoro.

Troverebbero dunque conferma, almeno per le aziende di Associati che hanno partecipato alla rilevazione, i segnali di tenuta nei livelli occupazionali evidenziate dai dati camerati a fine marzo (+0,1% rispetto a fine 2022).

6. COME PREVEDE SARA' per la sua azienda il 2023 (INTERO ANNO) rispetto al 2022?



Si ritiene che la situazione economica migliore del previsto nella zona euro (a maggio la Commissione UE ha rivisto al rialzo le previsioni sul PIL), favorirà un ulteriore consolidamento, a consuntivo 2023, del Tessile, Moda e Accessorio italiano nel suo complesso, pur con saggi di crescita piuttosto contenuti (e con probabili differenze tra i settori che lo compongono).

Per quanto concerne il comparto della oreficeria-argenteria-gioielleria, le attese degli imprenditori sull'intero anno 2023 – ovviamente da valutare con estrema prudenza, alla luce dei pochi mesi sinora trascorsi – si caratterizzano per una certa disomogeneità: se il 45% del panel ritiene che l'anno in corso sarà «migliore» rispetto al precedente e il 26% prevede che sarà «uguale», la restante parte di rispondenti (un non trascurabile 29%) pensa potrebbe rivelarsi «peggiore».

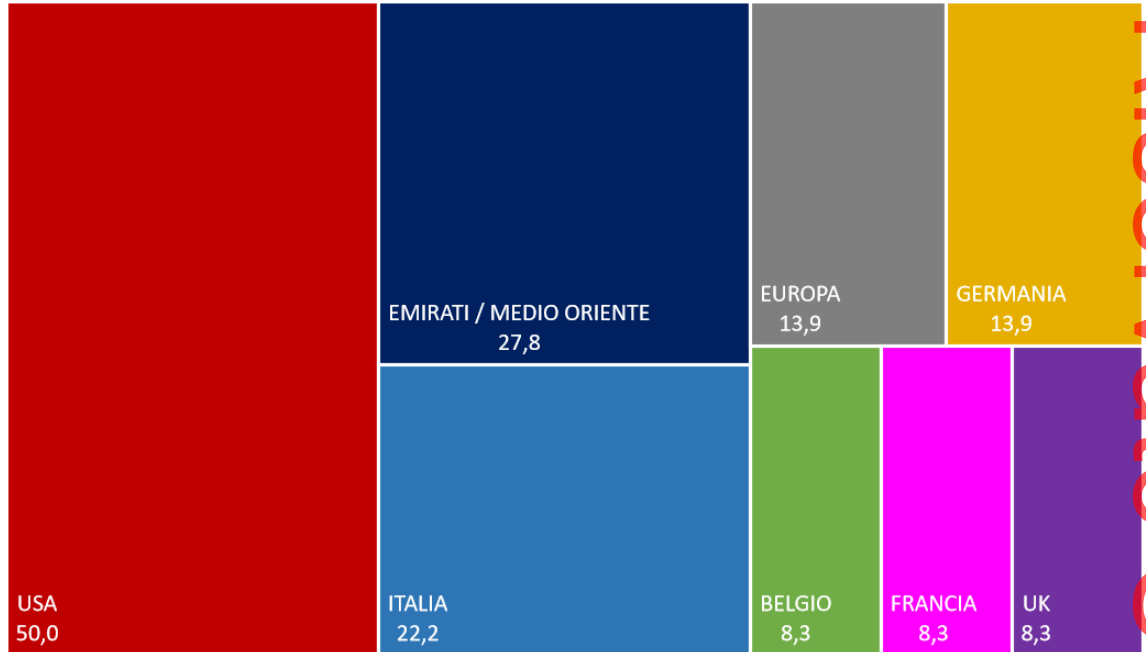
Ad un'analisi più attenta, comunque, tali indicazioni appaiono piuttosto confortanti, dal momento che 7 aziende su 10 ritengono di poter almeno confermare i risultati dello scorso anno: un esito non da poco, stante l'andamento decisamente premiante sperimentato nel 2022 dalla generalità del settore. E anche il termine «peggiore», peraltro, dati i livelli di partenza elevati, potrebbe significare solo un rallentamento della crescita, piuttosto che un'inversione nel ciclo virtuoso.

Molte saranno in ogni caso le difficoltà con cui le aziende O-A-G dovranno confrontarsi, in presenza di un quadro generale tutt'altro che facile, soprattutto se l'andamento dei costi (che intaccano la marginalità delle aziende) e le tensioni geopolitiche non evolveranno positivamente.

FOCUS MERCATI PIU' INTERESSANTI

7. Indichi i principali MERCATI che ritiene PIU' INTERESSANTI per la sua azienda nell'attuale fase congiunturale (era possibile indicarne al massimo 3)

PRINCIPALI MERCATI INDICATI (E PERCENTUALE DI RISPONDENTI CHE LI HANNO CITATI)



Gli Stati Uniti, favoriti dal cambio più favorevole, guidano la graduatoria dei mercati ritenuti dalle aziende associate come più interessanti nello scenario attuale: sono stati indicati da 1 imprenditore O-A-G su 2 (50%). Al secondo posto, piuttosto staccati, gli Emirati Arabi e, più in generale, gli sbocchi mediorientali (citati come promettenti dal 27,8% dei rispondenti). Il mercato interno è stato segnalato dal 22,2% del panel: benché il settore abbia una forte propensione all'export (attorno al 90%), per i produttori nazionali l'Italia

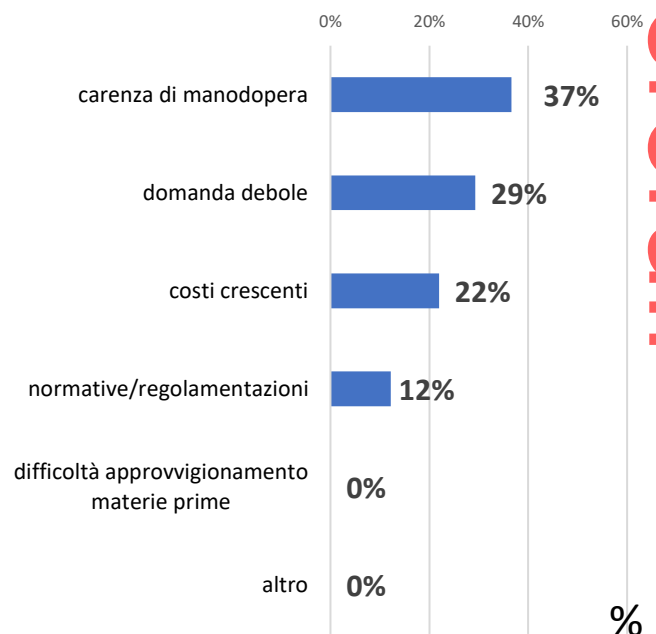
rappresenta pur sempre un mercato con un giro d'affari considerevole.

Raccolgono un numero minore ma comunque significativo di segnalazioni i paesi del Vecchio Continente: oltre a un 14% di indicazioni generiche "Europa", sono state citate espressamente dal panel alcune tradizionali destinazioni europee delle vendite estere O-A-G: la Germania (13,9%) e poi il Belgio, la Francia e il Regno Unito (tutte e 3 nominate dall'8% circa degli intervistati).

FOCUS CRITICITA'

8. Qual è in questo periodo la CRITICITA' MAGGIORE per la sua azienda? (era possibile indicare solo una risposta)

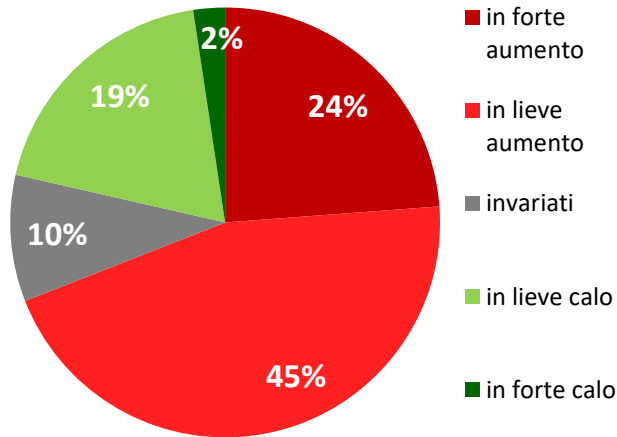
La carenza di manodopera qualificata (denunciata come maggiore criticità da poco più di 1 rispondente su 3, ovvero il 37%) assieme alle possibili oscillazioni della domanda (29% del campione) e ai costi crescenti (22%) costituiscono le principali preoccupazioni degli operatori del settore oreficeria-argenteria-gioielleria nell'attuale fase della congiuntura.



Riservato Soci Federorafi

Indagine Rapida congiunturale Confindustria Moda-Maggio 2023 condotta tra le imprese italiane del TMA: focus risultati relativi al campione di aziende associate a Federorafi

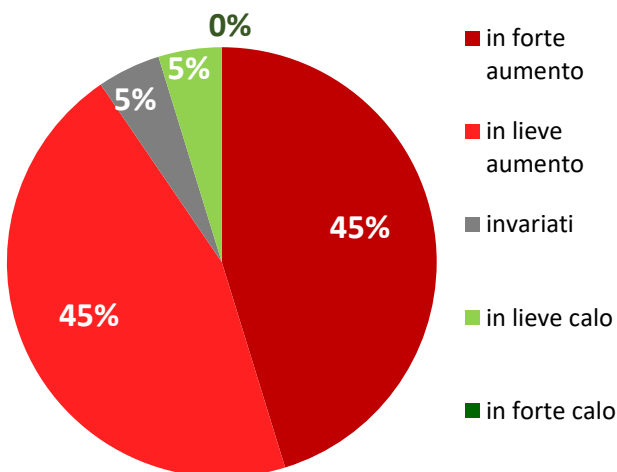
9. Dopo i forti aumenti del 2022, come valuta la dinamica recente dei COSTI ENERGETICI (elettricità e/o gas) sostenuti dalla sua azienda?



Benché circa 1/5 degli Associati del campione (ovvero il 21%) abbia sperimentato una attenuazione nei costi degli energetici dopo i picchi registrati nel 2022 (ritenuta comunque «lieve» per gran parte di essi), sono ancora molte le imprese che lamentano dinamiche al rialzo (quasi 7 su 10, il 69%). In particolare, il 24% segnala «forti aumenti» e il 45% «lievi aumenti» ulteriori.

Ad essi si aggiunge un 10% del panel che giudica i prezzi di elettricità o gas sostanzialmente «invariati», escludendo abbassamenti (come pure incrementi) degni di nota.

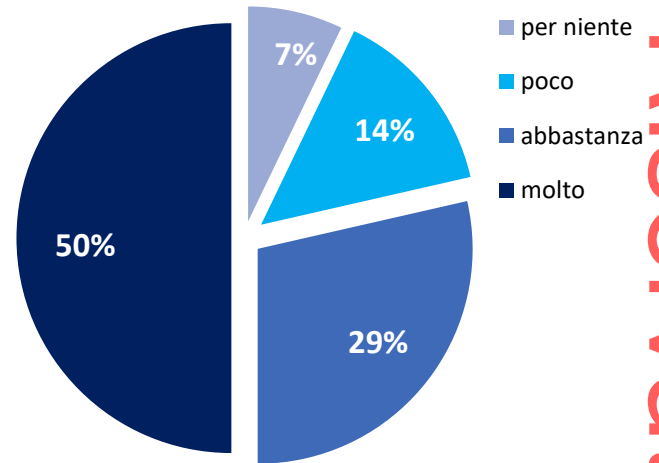
10. E come valuta la dinamica recente dei COSTI delle MATERIE PRIME (costi energetici esclusi)?



Sul fronte dei costi delle materie prime, le indicazioni di attenuazione si riducono drasticamente: riferisce un calo (peraltro «lieve») solo il 5% dei rispondenti.

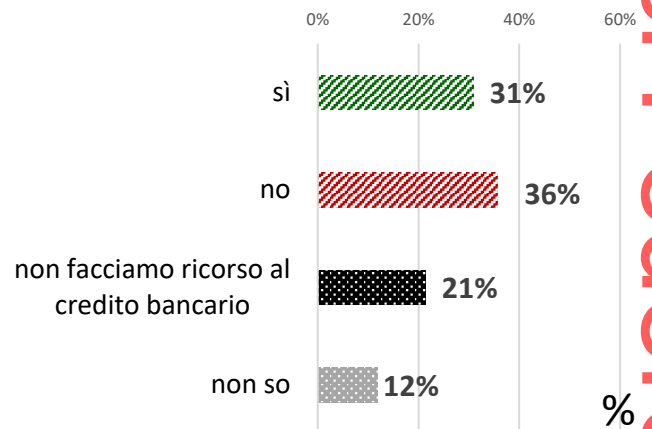
Nessuna variazione significativa per il 5% del panel, mentre ben il 90% rileva dinamiche al rialzo nei costi (con un 45% che indica un «forte aumento» recente).

11. Quanto è percepito oggi, nella sua realtà aziendale, il problema del REPERIMENTO DI MANODOPERA QUALIFICATA?



Il problema del reperimento di manodopera qualificata è di forte attualità: il 79% degli imprenditori O-A-G interpellati lo percepisce rilevante con riferimento alla propria realtà aziendale. Nel dettaglio, il 50% lo ritiene «molto rilevante» e il 29% «abbastanza».

12. Ha sperimentato negli ultimi mesi un PEGGIORAMENTO nell'accesso al CREDITO BANCARIO?



Diverse fonti (tra cui Banca d'Italia e Istat) hanno sottolineato nel corso del 2022 un progressivo irrigidimento dell'offerta nel credito bancario alle aziende, con una stretta nei criteri di accesso.

Un'evenienza riscontrata anche da una quota non trascurabile delle imprese O-A-G intervistate: ben il 31% del panel (quota che sale al 39% non considerando le imprese che hanno dichiarato di non far ricorso al credito bancario) ha sperimentato negli ultimi mesi un peggioramento. Tra gli ostacoli segnalati da costoro, prevale l'aumento dei tassi pagati dalle imprese (rilevato dal 46% del panel), seguito dall'incremento dei costi delle commissioni (31%) e dalla sensibile limitazione delle somme erogabili (23%).

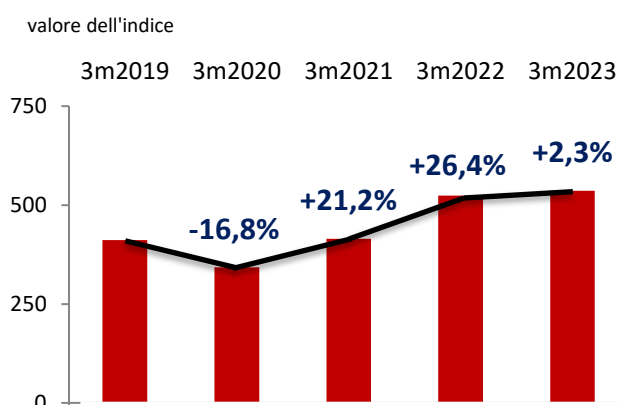
TREND PRODUZIONE

Indice mensile Istat della produzione industriale

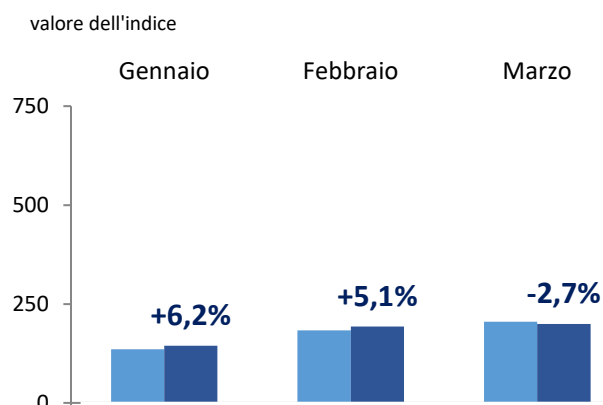
voce Ateco CM32.1:

“Fabbricazione di gioielleria, bigiotteria e articoli connessi, lavorazione delle pietre preziose”, dati corretti per gli effetti di calendario. Base 2015=100.

Indice cumulato e var.% rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente



Indice mensile e var.% rispetto all'analogo mese del 2022

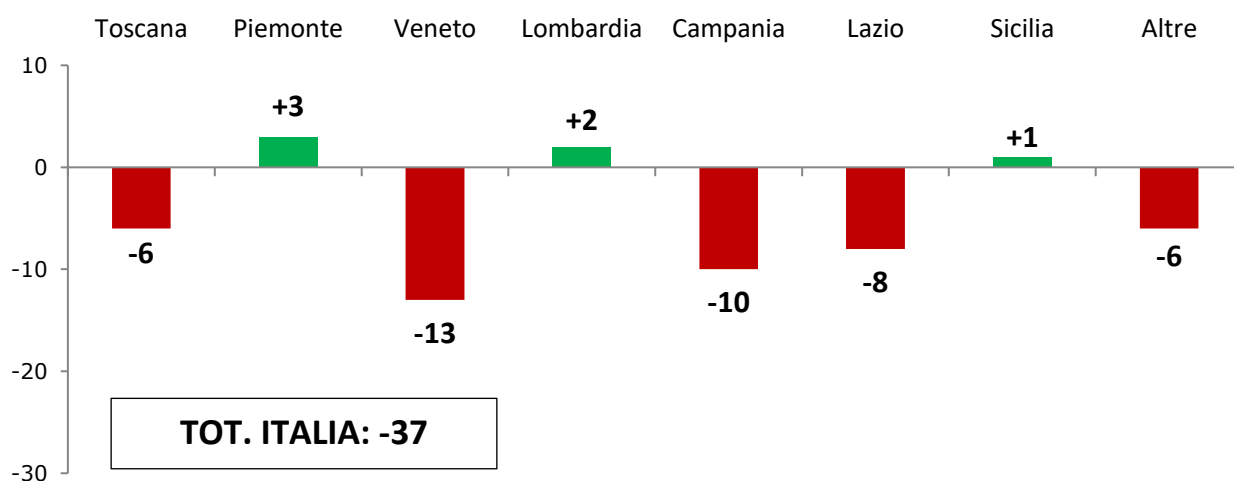


cumulato Primi 3 mesi 2023: +2,3% su analogo periodo 2022 (e +30,4% su gennaio-marzo 2019) ma con un calo tendenziale nel mese di marzo (-2,7%)

Fonte: ISTAT; elaborazione Confindustria Moda del 07/07/2023

NATI-MORTALITA' AZIENDALE

Variazioni assolute nel NUMERO DI IMPRESE ATTIVE, industria+artigianato (voce Ateco CM32.1) per regione, marzo 2023 su dicembre 2022



Fonte: Infocamere-Movimprese

Il commercio con l'estero del settore orafa-argentiero-gioielliero nel gennaio-marzo 2023

Avvio positivo per le vendite estere del comparto O-A-G nel primo trimestre dell'anno, che si è chiuso registrando una crescita a doppia cifra (+16,6%), riprendendo vigore dopo i ritmi blandi dell'ultima frazione 2022 (in cui l'export aveva fatto segnare un modesto +5,4% tendenziale). Sono stati esportati beni per 2,5 miliardi di euro, 357 milioni in più rispetto a gennaio-marzo 2022.

Si sottolinea come il trend favorevole dell'export abbia interessato anche le quantità (esprese in KG), che hanno sperimentato nei primi 3 mesi dell'anno un incremento del +14,6%.

Prosegue invece la frenata dei flussi in ingresso (scesi a 418 milioni di euro, -4,5%), già avviatasi nel terzo trimestre dello scorso anno. Va però considerato che il confronto avviene su una prima frazione 2022 di forte crescita dell'import sul 2021 (+36,4%); il -4,5% attuale è dunque da considerarsi più un assestamento su livelli comunque sostenuti piuttosto che una contrazione significativa delle merci in ingresso.

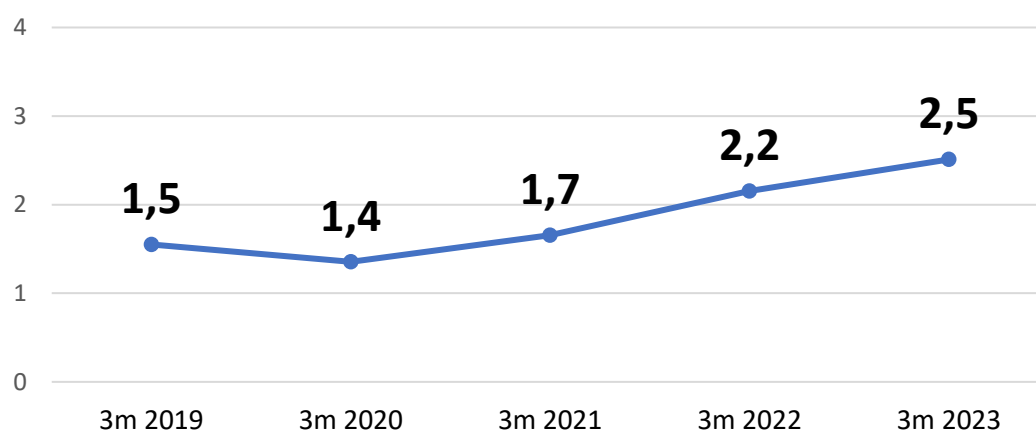
Grazie a queste dinamiche, nel periodo esaminato il saldo commerciale evidenzia un attivo di poco inferiore a 2,1 miliardi di euro, con una crescita rilevante (+22%).

**Tabella 1 – Il commercio con l'estero del settore orafa-argentiero-gioielliero¹:
andamento nei primi 3 mesi degli anni recenti**

Periodo	Export Mln. euro	Import Mln. euro	Saldo commerciale Mln. Euro
Primi 3 mesi 2019	1.549,6	358,3	1.191,3
Primi 3 mesi 2020	1.355,3	323,9	1.031,4
Primi 3 mesi 2021	1.656,1	321,2	1.334,9
Primi 3 mesi 2022	2.153,7	438,0	1.715,6
Primi 3 mesi 2023	2.510,6	418,3	2.092,3
variazione % 2023/2022	16,6	-4,5	22,0
variazione % 2023/2019 (pre-Covid)	62,0	16,7	75,6

Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

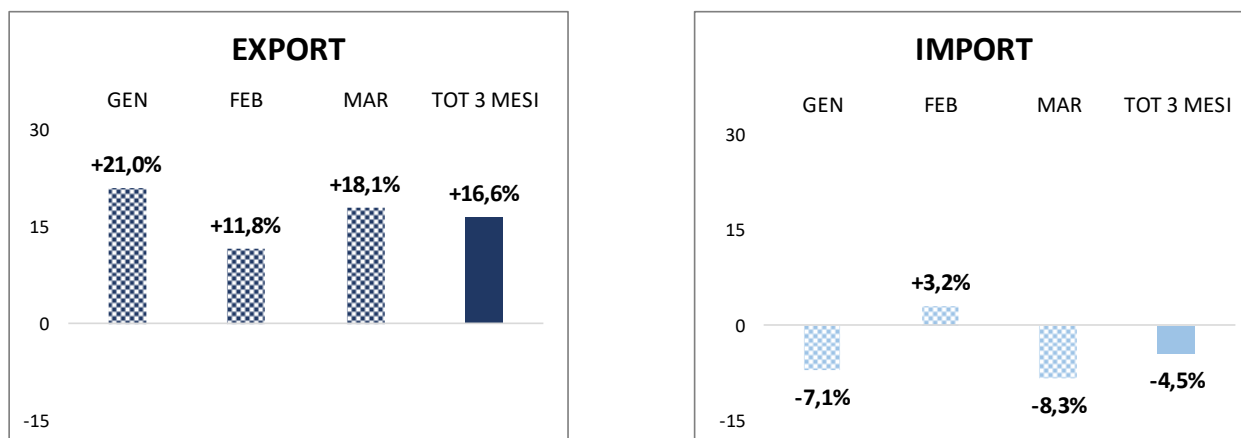
Figura 1 – Export italiano di beni O-A-G nel primo trimestre degli anni recenti (in miliardi di euro)



¹ In Tabella 1 sono presentati i dati relativi ad un aggregato di voci doganali NC8 di pertinenza dell'industria O-A-G opportunamente selezionate con operatori del settore, al netto di codici relativi invece a input di produzione. Lo stesso dicasi per le Tabelle da 2 a 5 e per le Figure 1, 2 e 3 di questo report.

L'analisi per singolo mese mostra un momentaneo rallentamento dell'export in febbraio (che ha comunque fatto segnare una sensibile crescita, prossima al +12%), per poi riprendere di nuovo maggior vigore in marzo. Sul fronte dell'import, invece, si registrano flessioni sullo stesso mese 2022 in gennaio e marzo, con un debole recupero in febbraio.

Figura 2 – Export e Import del settore orafa-argentiero-gioielliero in valore: andamento nel primo trimestre 2023 per singolo mese (var.% tendenziale sul 2022)



Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

La disaggregazione dell'export per tipologia merceologica presenta incrementi generalizzati tra le voci, con rare eccezioni.

Tabella 2 – Il commercio con l'estero del settore orafa-argentiero-gioielliero nel gennaio-marzo 2023: analisi per principali linee di prodotto

Prodotti finiti	Export			Import			Saldo commerciale
	Gen-Mar 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	Var.% 23/19	Gen-Mar 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	Var.% 23/19	Gen-Mar 2023 Mln. euro
Totale Gioielleria da indosso	2.324,9	15,9	61,9	342,0	-9,6	15,5	1.982,9
<i>di cui:</i>							
Gioielleria da indosso in argento	207,2	2,2	61,8	93,5	-14,3	19,2	113,7
Gioielleria da indosso in oro	2.109,5	17,7	61,7	245,2	-8,0	13,2	1.864,4
Gioielleria da indosso in metalli comuni placcati	8,2	-22,9	200,8	3,3	26,2	228,2	4,8
Totale Oreficeria da arredo	22,8	4,0	14,8	8,0	91,0	108,2	14,8
<i>di cui:</i>							
Oreficeria da arredo in argento	9,5	21,7	43,9	1,7	122,4	71,3	7,8
Oreficeria da arredo in oro	10,5	21,9	58,3	6,2	82,6	185,8	4,3
Oreficeria da arredo in metalli comuni placcati	2,8	-48,8	-57,4	0,2	150,9	-72,6	2,6
Lavori in perle e pietre preziose	6,5	25,8	105,4	7,6	87,9	67,2	-1,1
Bigiotteria	143,8	27,2	78,3	59,4	17,6	12,3	84,4
Cinturini per orologi in metalli preziosi e/o placcati	12,5	58,3	21,5	1,2	17,5	29,2	11,3
Totale	2.510,6	16,6	62,0	418,3	-4,5	16,7	2.092,3

Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

La gioielleria da indosso mostra globalmente un +15,9% in valore (con un +6,6% in termini di KG), trainata dalle produzioni in oro (salite a oltre 2,1 miliardi di euro, +17,7%) che si confermano di gran lunga la tipologia preponderante, con una quota nei primi 3 mesi dell'anno pari all'84% sul totale valore.

Decisamente meno vivace, ma pur sempre positivo, l'export delle produzioni in argento (+2,2%). In controtendenza, invece, la gioielleria da indosso realizzata in metalli comuni placcati che, dopo la forte crescita sperimentata nel 2021 e 2022 (partendo da livelli assoluti molto marginali: si consideri infatti che attualmente tale voce pesa solo lo 0,3% delle vendite estere O-A-G), ha subito in avvio 2023 un ridimensionamento, attestandosi a 8,2 milioni di euro (-23% circa su gennaio-marzo 2022). Anche tra i prodotti dell'oreficeria da arredo, le cui vendite estere sono cresciute del +4% attestandosi nel complesso a 22,8 milioni di euro, bene quelli realizzati in argento o in oro (+22% circa in entrambi i casi), ma marcata contrazione (-49%) per gli articoli in metalli comuni placcati. Aumenti superiori al 20% hanno interessato sia la bigiotteria (attestatasi a poco meno di 144 milioni di euro, +27,2%) – secondo comparto per importanza in valore dopo l'oreficeria/gioielleria da indosso, con un'incidenza del 6% circa sul totale export – che i lavori in perle e pietre preziose (6,5 milioni di euro, +25,8%). Dinamiche ancora più premianti (+58,3%) si segnalano infine per i cinturini per orologi in metalli preziosi e/o placcati, saliti a 12,5 milioni di euro.

Tabella 3 – Il commercio con l'estero del settore orafino-argentiero-gioielliero nel gennaio-marzo 2023: export per Paese di destinazione (Top20)

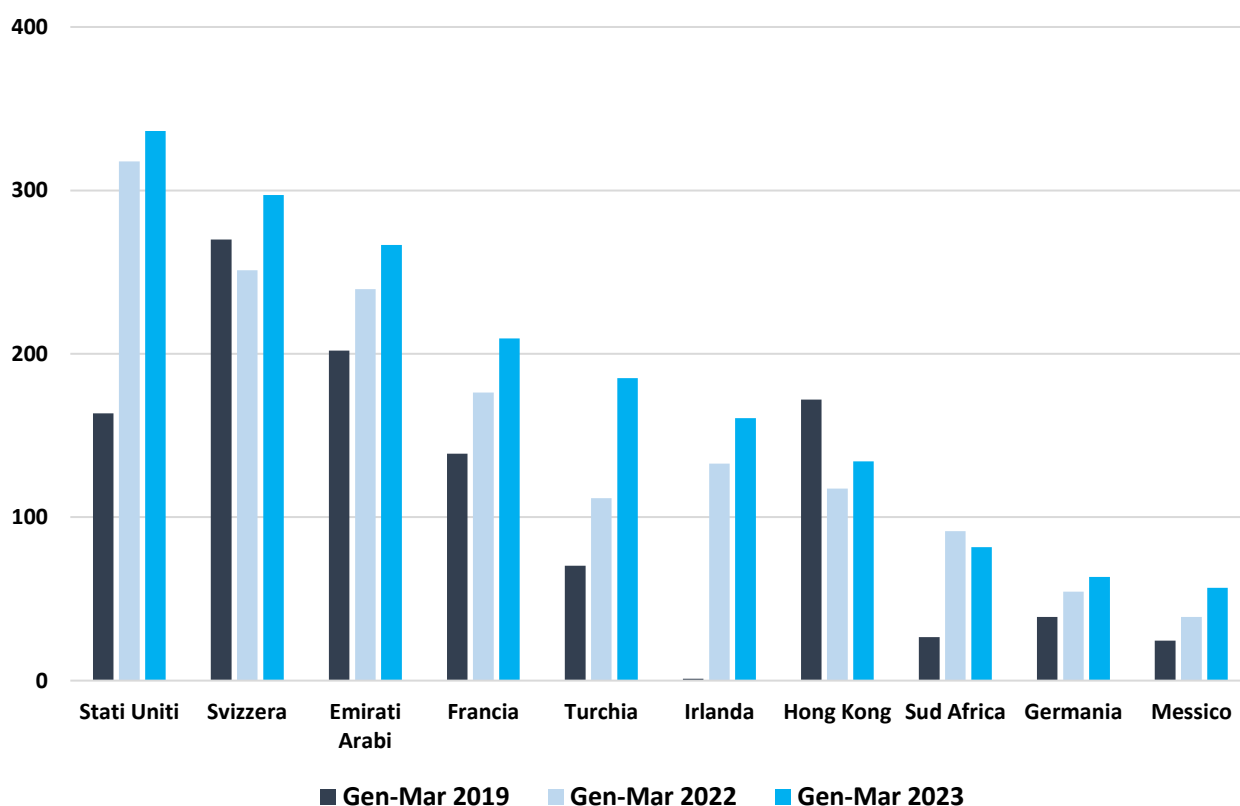
	Gen-Mar 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	quota 2023 (%)	Var.% 23/19
Totale EXPORT	2.510,6	16,6	100,0	62,0
<i>di cui verso:</i>				
UE27 post-Brexit	621,9	15,8	24,8	100,7
Extra-UE27 post-Brexit	1.888,7	16,8	75,2	52,3
1 Stati Uniti	336,4	5,9	13,4	105,7
2 Svizzera	297,2	18,3	11,8	10,1
3 Emirati Arabi Uniti	266,7	11,3	10,6	32,1
4 Francia	209,4	18,8	8,3	50,8
5 Turchia	185,1	65,9	7,4	163,0
6 Irlanda	160,5	20,9	6,4	14581,6
7 Hong Kong	134,2	14,2	5,3	-22,0
8 Sud Africa	81,7	-10,7	3,3	207,6
9 Germania	63,5	16,7	2,5	63,0
10 Messico	56,8	45,5	2,3	132,2
11 Regno Unito	44,8	-7,1	1,8	15,1
12 Algeria	43,2	51,6	1,7	547146,2
13 Spagna	41,7	5,7	1,7	30,2
14 Thailandia	37,4	161,9	1,5	353,4
15 Panama	36,1	7,6	1,4	25,6
16 Cina	34,2	107,2	1,4	497,5
17 Repubblica dominicana	34,2	-20,0	1,4	17,8
18 Romania	32,1	19,8	1,3	83,0
19 Giappone	31,3	28,2	1,2	110,6
20 Canada	24,4	-5,0	1,0	9,4

Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

L'analisi dell'export per area e paese di destinazione evidenzia incrementi simili, rispetto al primo trimestre 2022, sia per gli sbocchi dell'Unione Europea (+15,8%) che per quelli extra-UE (+16,8%), che garantiscono all'incirca il 75% del fatturato estero.

La top20 dei mercati vede ai primi 4 posti gli stessi paesi (tutti in crescita) che guidavano la graduatoria a consuntivo 2022, vale a dire, nell'ordine, USA – con un aumento piuttosto contenuto in percentuale (+5,9%) su gennaio-marzo 2022, ma che sono il mercato in maggior espansione nell'ultimo quadriennio – Svizzera (+18,3%), Emirati Arabi (+11,3%) e Francia (+18,8%, prima destinazione comunitaria). Assieme, queste quattro nazioni detengono una quota sul totale export superiore al 44%.

Figura 3 – Primi 10 Paesi di destinazione dell'export del settore orafa-argentero-gioielliero gennaio-marzo 2023: raffronto con l'analogo periodo 2022 e 2019 (Milioni di euro)



Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Sale al quinto posto la Turchia (185 milioni di euro, +66%), che mostra la crescita più rilevante (ben 73,5 milioni di euro in più) rispetto ad un anno addietro e ha scavalcato l'Irlanda (+21%), hub logistico-commerciale del settore di recente avvio (nel primo trimestre 2019 gli operatori italiani vi esportavano beni per 1,1 milioni di euro, divenuti 160,5 milioni nella prima frazione 2023).

Hong Kong (settimo, +14,2%) è l'unico mercato a presentare ancora un divario coi livelli pre-Covid (-22% sui primi 3 mesi 2019).

All'ottavo posto tra gli sbocchi più importanti, il Sud Africa, dopo le performance brillanti degli anni recenti, è ora uno dei pochi nella top20 con segno negativo rispetto allo scorso anno (-10,7%); gli altri sono il Regno Unito (-7,1%), la Repubblica Dominicana (-20%) e il Canada (-5%).

Con riferimento al Far East, che registra nell'insieme un incremento del +29,6% sui primi 3 mesi 2022, oltre al già citato Hong Kong figurano, tra i primi 20, altri tre paesi: Thailandia e Cina (con flussi più che raddoppiati) e il Giappone (+28,2%). La Cina, dopo la lieve contrazione del 2022 che le era costata la perdita di tre posizioni nella top20, ha ripreso a correre ed è risalita, con 34,2 milioni di euro (+107%), al 16° posto.

Il perdurare del conflitto tra Russia e Ucraina ha indotto un calo ulteriore delle esportazioni verso questi due mercati. Dopo la contrazione vicina al -78% fatta segnare nel corso dell'intero 2022, trend analogo si è registrato anche nel primo trimestre del 2023 (con un -82% per i flussi verso la Russia e un -68,3% per quelli verso l'Ucraina). Sono scesi al 64° e al 75° posto nella graduatoria delle destinazioni, con 2,4 milioni di euro complessivi, vale a dire lo 0,1% dell'export O-A-G del trimestre.

Tabella 4 – Le esportazioni del settore orafa-argentiero-gioielliero nel gennaio-marzo 2023: dettaglio export verso Russia e Ucraina

rank		Gen-Mar 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	quota 2023 (%)	Var.% 23/19
64	Russia	1,4	-82,0	0,1	-90,6
75	Ucraina	0,9	-68,3	0,0	-35,2
	TOTALE RUSSIA + UCRAINA	2,4	-78,2	0,1	-85,7

Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Passando invece alle **importazioni**, sono entrati in Italia nei primi 3 mesi del 2023 beni O-A-G per 418,3 milioni di euro (-4,5%), di cui 1/5 coperti dalla Francia, che con 85 milioni di euro (+37,6%) ha preceduto la Svizzera (-17,5%) e la Cina (+4,5%), di gran lunga il primo fornitore in termini di KG.

Tabella 5 – Il commercio con l'estero del settore orafa-argentiero-gioielliero nel gennaio-marzo 2023: import per Paese di origine (Top20)

	Gen-Mar 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	quota 2023 (%)	Var.% 23/19
Totale IMPORT	418,3	-4,5	100,0	16,7
<i>di cui da:</i>				
UE27 post-Brexit	199,4	-0,4	47,7	31,8
Extra-UE27 post-Brexit	218,9	-8,0	52,3	5,7
1 Francia	85,0	37,6	20,3	54,1
2 Svizzera	39,8	-17,5	9,5	-55,6
3 Cina	39,1	4,5	9,4	30,0
4 Hong Kong	31,3	159,5	7,5	264,6
5 Germania	30,0	-62,3	7,2	-43,9
6 Stati Uniti	25,7	54,3	6,1	58,1
7 Romania	19,0	14,7	4,5	47,5
8 Thailandia	18,1	16,8	4,3	70,7
9 Belgio	17,2	197,7	4,1	304,3
10 Turchia	16,1	24,8	3,8	83,1
11 Irlanda	13,8	72,4	3,3	566345,5
12 India	13,5	-23,7	3,2	74,1
13 Indonesia	13,1	118,1	3,1	275,9
14 Paesi Bassi	7,2	172,2	1,7	335,5
15 Austria	6,8	28,2	1,6	-32,0
16 Spagna	6,7	20,5	1,6	75,3
17 Regno Unito	4,3	-18,8	1,0	-43,5
18 Emirati Arabi Uniti	3,9	-83,5	0,9	349,1
19 Lussemburgo	3,6	370,4	0,9	312782,4
20 Croazia	3,3	-28,1	0,8	27,3

Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Analisi delle esportazioni O-A-G per regione e provincia nei primi 3 mesi 2023

Posizioni invariate, rispetto al consuntivo 2022, nella graduatoria delle principali regioni esportatrici del settore oreficeria-argenteria-gioielleria, che anche nel primo trimestre 2023 vede concentrato in 4 regioni ben il 97,2% del totale export di comparto (nonché il 57,4% delle imprese e il 78,5% della forza lavoro, secondo le elaborazioni condotte dal Centro Studi Confindustria Moda su dati Infocamere-Movimprese).

L'analisi dei dati di interscambio diffusi da ISTAT – che a livello territoriale fanno riferimento all'aggregato Ateco CM32.1 che evidenzia nel periodo gennaio-marzo 2023 una crescita tendenziale pari al +17,2%, a 2,65 miliardi di euro – vede la Toscana (923 milioni di euro, +11%) al primo posto, con una quota attorno al 35% sul totale export del trimestre, davanti al Veneto (+4,4%), al Piemonte (+17,9%) e alla Lombardia (che segna un aumento cospicuo, nell'ordine del +68%).

Marginali le quote delle restanti regioni, che nel complesso coprono il 2,8% del totale. Mostra una leggera flessione (-1,7%) il Lazio, quinta regione per fatturato estero, che detiene un'incidenza inferiore all'1%. Ancor più contenuto il peso della Campania (settima, con lo 0,3% del totale): pur ricoprendo il quinto posto in Italia per numero di imprese (concentrate per lo più a Napoli e Caserta) presenta una propensione all'export decisamente bassa.

Trend negativo, tra le prime 10, oltre che per il Lazio, per la Liguria (-22,7%), ottava.

**Tabella 6 – Esportazioni del settore orafa-argentiero-gioielliero per regione² (Top10):
primi 3 mesi 2023**

	Gen-Mar 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	quota 2023 (%)	Var.% 23/19
Totale EXPORT ITALIA	2.653,5	17,2	100,0	57,2
di cui da:				
1 Toscana	922,7	11,0	34,8	63,5
2 Veneto	632,2	4,4	23,8	59,4
3 Piemonte	598,4	17,9	22,6	25,4
4 Lombardia	426,3	67,7	16,1	105,8
5 Lazio	22,9	-1,7	0,9	71,7
6 Emilia-Romagna	15,3	45,7	0,6	105,3
7 Campania	8,3	24,4	0,3	47,9
8 Liguria	5,5	-22,7	0,2	49,1
9 Marche	4,9	26,3	0,2	12,9
10 Sicilia	3,0	32,4	0,1	63,8
Altre regioni	14,2	21,7	0,5	116,2

Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Anche la classifica per provincia vede immutate le prime 7 posizioni, che assieme realizzano il 91,6% dell'export O-A-G. Le prime 20 del ranking coprono addirittura il 98,4% del totale.

Toscana, Veneto e Piemonte vantano ciascuna due rappresentanti tra le prime 7 province esportatrici.

² Si ricorda che a livello territoriale i dati di import/export sono disponibili non per singola voce doganale NC8 ma solo secondo la classificazione ATECO (gruppo CM32.1). I valori totali dell'export per regione/provincia (vd Tabelle 6,7,8 e Figura 4) differiscono, per questo motivo, da quelli riportati nelle Tabelle 1-5 e nelle Figure 1-3 di questo report: diversa è infatti la selezione delle voci merceologiche considerate. In particolare, l'aggregato CM 32.1 comprende anche voci relative a input produttivi (es. pietre preziose, metalli preziosi, ecc.) di norma non considerate nelle statistiche nazionali.

Arezzo – che guida la graduatoria provinciale del primo trimestre con 791 milioni di euro (pari al 30% circa del totale nazionale, in aumento del +8,4% su gennaio-marzo 2022) – e Firenze, sesta con 127 milioni (+34,2%) sono le due toscane.

Vicenza, seconda con 522 milioni di euro (20% dell’export O-A-G), in crescita del +6,9%, e Treviso, settima con 71,5 milioni (una delle poche aree con segno negativo, -15,4%), sono le due venete.

Alessandria, terza con 459 milioni di euro (+24,4%), e Torino, quinta con 138 milioni e un modesto +2% su un anno addietro, quelle piemontesi.

La Lombardia conta invece, tra le 7 principali province esportatrici italiane, una sola presenza: quella di Milano (al quarto posto con 322 milioni di euro e un’incidenza attorno al 12% del totale), che svolge un ruolo di primo piano nelle dinamiche distributive settoriali. In particolare, da qui partono – analogamente ad altri comparti della moda italiana (calzaturiero e pelletteria) – molti dei flussi di beni O-A-G diretti in Svizzera, hub distributivo delle multinazionali del lusso, benché spesso prodotti in altre province. Nel primo trimestre 2023 l’export O-A-G di Milano è cresciuto del +56,2%, con un +271% per i flussi diretti in Svizzera. Di queste possibili distorsioni, in buona parte slegate dall’andamento congiunturale dei singoli distretti e dovute a strategie distributive (favorite dalla presenza sul territorio di depositi e da una fitta rete di collegamenti, oltre che dalla vicinanza col territorio elvetico) va tenuto conto nella lettura di tali cifre.

**Tabella 7 – Esportazioni del settore orafino-argento-gioielliero per provincia (Top20):
primi 3 mesi 2023**

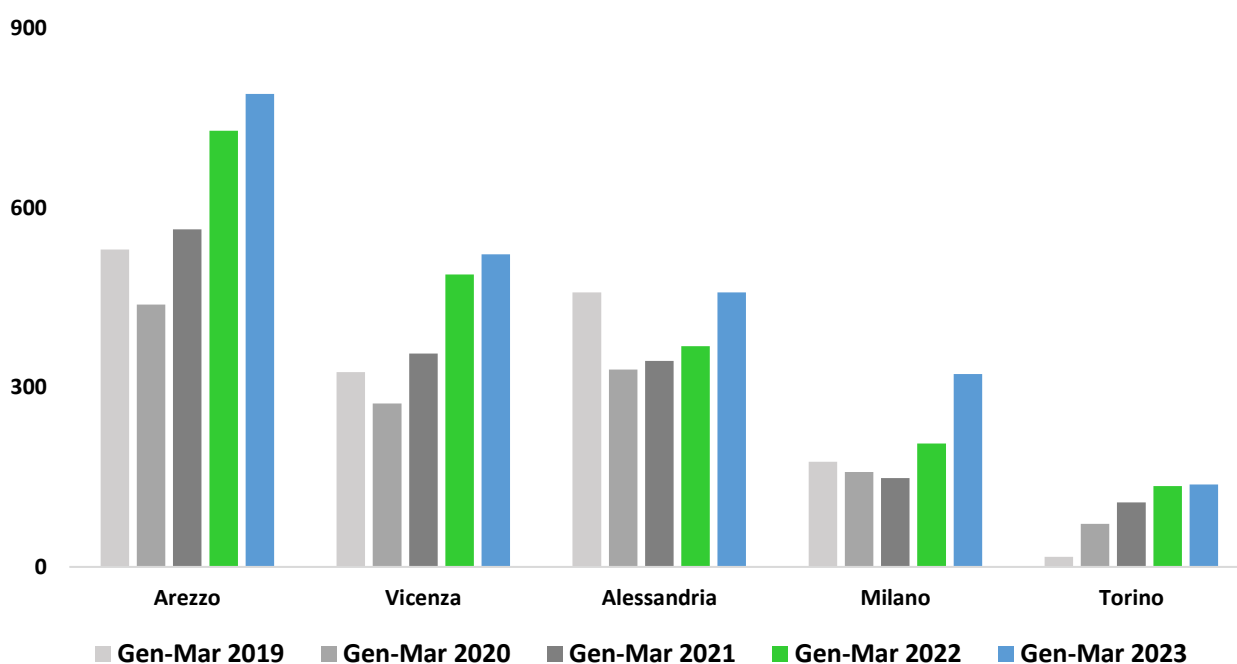
	Gen-Mar 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	quota 2023 (%)	Var.% 23/19
Totale EXPORT ITALIA	2.653,5	17,2	100,0	57,2
di cui da:				
1 Arezzo	790,6	8,4	29,8	49,1
2 Vicenza	522,2	6,9	19,7	60,5
3 Alessandria	459,0	24,4	17,3	0,1
4 Milano	322,2	56,2	12,1	83,2
5 Torino	137,7	2,0	5,2	710,2
6 Firenze	126,8	34,2	4,8	299,4
7 Treviso	71,5	-15,4	2,7	41,4
8 Varese	64,9	231,1	2,4	396,4
9 Padova	26,2	24,0	1,0	92,9
10 Roma	22,4	-1,7	0,8	87,7
11 Lecco	18,7	15,2	0,7	60,8
12 Venezia	7,1	2,9	0,3	17,5
13 Bologna	6,9	27,0	0,3	198,4
14 Brescia	6,8	95,7	0,3	273,8
15 Napoli	5,5	15,8	0,2	24,7
16 Genova	5,2	-22,8	0,2	91,3
17 Como	4,8	37,5	0,2	384,2
18 Bergamo	4,4	49,6	0,2	172,4
19 Pisa	4,3	-35,7	0,2	190,9
20 Rovigo	3,8	24,1	0,1	918,1
Altre province	42,4	29,7	1,6	57,7

Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Tutte le province della top20 risultano abbondantemente sopra i livelli della prima frazione 2019 pre-Covid; unica eccezione Alessandria (che a consuntivo 2022 segnava ancora, nel confronto tra l'intero anno 2022 e il 2019, un -17%): nei primi 3 mesi 2023, pur annullando il gap con quattro anni addietro, è rimasta sui livelli di allora (+0,1%).

Torino, tra le principali, è la provincia che presenta l'incremento più elevato dell'export, in termini percentuali, dal 2019 ad oggi (+710%). Arezzo quella con l'espansione maggiore in termini assoluti (i flussi aretini verso l'estero dei primi 3 mesi 2023 superano di oltre 260 milioni di euro quelli di gennaio-marzo 2019).

Figura 4 – Prime 5 province esportatrici O-A-G, gennaio-marzo 2023: raffronto con l'analogo periodo 2019, 2020, 2021 e 2022 (Milioni di euro)



Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Passando all'esame delle destinazioni più importanti di ogni distretto e delle performance ivi realizzate, Arezzo, come nel 2022, ha avuto come cliente principale gli Emirati Arabi (cui è destinato il 21% circa delle esportazioni O-A-G provinciali), che hanno evidenziato un incremento del +5,4% su gennaio-marzo dello scorso anno. La Turchia, grazie a un +53,6%, è risultato il secondo mercato nel periodo esaminato, precedendo gli USA, che registrano un modesto +3,5%, e Hong Kong, crocevia per la moda e il lusso in Asia, che malgrado un +16,6% resta ancora al di sotto del -24,4% su gennaio-marzo 2019. La Francia, quinta, è il primo sbocco UE del distretto (+6,6%).

Per Vicenza, invece, la prima destinazione sono gli Stati Uniti, in leggera flessione (-6%), che assorbono poco più di 1/5 dei flussi in uscita; seguono in graduatoria Emirati Arabi (+13,2%) e Sud Africa (+8,4%). Impennata delle esportazioni verso la Turchia (più che raddoppiate rispetto ad un anno addietro), che precede Hong Kong, quinta (+11,8%).

L'export di Alessandria si concentra per oltre 1/3 in Irlanda – hub logistico-commerciale del settore per questa provincia, di recente avvio – che dopo i tassi di crescita molto sostenuti del 2020 e 2021 e il consolidamento del 2022 (+5%) torna a crescere a due cifre (+22,7%). La Francia, secondo cliente, segna un +44,5%. Bene Hong Kong e Stati Uniti (+50,7% e +27,6% rispettivamente); battuta d'arresto invece per i flussi diretti in Svizzera (-27,2%). Il possibile utilizzo dell'Irlanda come "ponte" verso altri paesi rende ovviamente meno facile interpretare l'andamento reale della domanda sui mercati finali di destinazione.

**Tabella 8 – Settore orafa-argentiero-gioielliero:
le prime 5 destinazioni dell'export dei principali distretti produttivi: gennaio-marzo 2023**

	Gen-Mar 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	quota 2023 (%)	Var.% 23/19
AREZZO	790,6	8,4	100,0	49,1
principali destinazioni:				
1 Emirati Arabi Uniti	165,9	5,4	21,0	18,6
2 Turchia	134,5	53,6	17,0	156,7
3 Stati Uniti	94,6	3,5	12,0	124,6
4 Hong Kong	60,0	16,6	7,6	-24,4
5 Francia	59,9	6,6	7,6	81,0
Altri mercati	275,7	-3,3	34,9	50,3
VICENZA	522,2	6,9	100,0	60,5
principali destinazioni:				
1 Stati Uniti	113,0	-6,0	21,6	101,1
2 Emirati Arabi Uniti	73,2	13,2	14,0	65,0
3 Sud Africa	39,9	8,4	7,6	122,0
4 Turchia	32,4	124,1	6,2	184,1
5 Hong Kong	29,8	11,8	5,7	-32,6
Altri mercati	233,9	3,6	44,8	54,7
ALESSANDRIA	459,0	24,4	100,0	0,1
principali destinazioni:				
1 Irlanda	159,0	22,7	34,6	582764,8
2 Francia	78,1	44,5	17,0	14,4
3 Hong Kong	37,7	50,7	8,2	-17,4
4 Stati Uniti	33,8	27,6	7,4	-39,0
5 Svizzera	28,9	-27,2	6,3	-86,1
Altri mercati	121,5	28,9	26,5	49,3
MILANO	322,2	56,2	100,0	83,2
principali destinazioni:				
1 Svizzera	88,1	271,5	27,3	218,2
2 Stati Uniti	42,0	23,7	13,0	94,0
3 Francia	41,6	10,3	12,9	105,0
4 Germania	22,5	177,2	7,0	75,4
5 Hong Kong	13,5	78,6	4,2	-12,6
Altri mercati	114,5	20,2	35,5	46,9
NAPOLI+CASERTA	7,9	24,9	100,0	46,4
principali destinazioni:				
1 Stati Uniti	2,2	55,9	27,9	65,4
2 Hong Kong	0,7	-30,1	9,0	-17,8
3 Emirati Arabi Uniti	0,6	111,6	7,2	180,5
4 Francia	0,4	3,3	5,3	62,7
5 Giappone	0,4	-8,6	5,0	-14,8
Altri mercati	3,6	29,2	45,6	58,4

Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Come anticipato, Milano presenta l'impennata dei flussi verso la Svizzera (+271,5%), che diventa la prima destinazione assorbendo oltre 1/4 delle vendite estere della provincia. Gli USA, seconda, seguono a distanza (42 milioni di euro nel primo trimestre, meno della metà della Svizzera), evidenziando un incremento del +23,7%. Risultati favorevoli ma decisamente meno brillanti (+10,3%) per la Francia, che precede la Germania ed Hong Kong, entrambe in sensibile aumento. Per Hong Kong, però, il recupero dei livelli pre-pandemia è ancora parziale.

Nel distretto che coinvolge Napoli e Caserta, infine, importante dal punto di vista produttivo benché le due province siano solo al 15° e al 22° posto nella graduatoria territoriale dell'export, tra i mercati esteri di sbocco primeggiano gli USA, in marcata crescita (+56%), dove è diretto il 28% dei flussi esteri distrettuali. Al secondo e quinto posto due paesi dell'Estremo Oriente (Hong Kong e Giappone) che, dopo gli aumenti superiori al +30% registrati a consuntivo 2022, nei primi 3 mesi 2023 frenano (-30,1% e -8,6% rispettivamente). Entrambi sono ancora al di sotto dei livelli 2019. Invertono la rotta gli Emirati Arabi, terzi, in forte aumento (flussi raddoppiati); la Francia, quarto cliente, fa segnare un lieve aumento (+3,3%).

Confindustria Federorafi
Federazione Nazionale Orafi
Argentieri Gioiellieri Fabbricanti

Via Alberto Riva Villasanta, 3
20145 Milano

 02.58316111

E-mail: info@federorafi.it

Confindustria Moda
Centro Studi

Via Alberto Riva Villasanta, 3
20145 Milano

 02 38246693

E-mail: centrostudi@confindustriamoda.it

Il presente documento è stato realizzato utilizzando i risultati dell'indagine campionaria trimestrale condotta a maggio 2023 dal Centro Studi di Confindustria Moda sulle aziende associate, assieme ai dati di interscambio commerciale, nazionali e territoriali, estratti da Istat Coeweb nel mese di giugno 2023, all'indice mensile Istat sulla produzione industriale e alle elaborazioni di Infocamere-Movimprese e INPS.

Pubblicazione a cura di Confindustria Moda

La presente pubblicazione (in seguito Documento) è opera esclusiva ed originale di Confindustria Moda per Federorafi. Confindustria Moda è impegnata in numerose attività aventi ad oggetto la tutela e la promozione degli interessi di categoria delle imprese dei settori aderenti. Il presente Documento è destinato ad essere distribuito via posta, elettronica o ordinaria, e non può essere ridistribuito, riprodotto, pubblicato o alterato in alcuna delle sue parti da soggetti non espressamente autorizzati. Tutti i diritti di autore sono riservati. Il Documento ha finalità puramente informative e non rappresenta né un'offerta né una sollecitazione ad effettuare alcuna operazione. Le informazioni, le opinioni, le valutazioni e le previsioni contenute nel Documento sono state ottenute o derivano da fonti che Confindustria Moda ritiene attendibili, ma che non costituiscono in alcun modo una forma di garanzia, sia implicita sia esplicita e di cui, pertanto, Confindustria Moda non si ritiene responsabile.