

# UN MERCATO CHE TIENE

MARKET TREND

## Claudia Piaserico commenta i dati del primo trimestre 2023 del settore orafa-argentero-gioielliero italiano



Nella foto, Claudia Piaserico, Presidente di Confindustria Federoraf.

crescita ancora importante anche se meno tumultuosa di quella avvenuta nel 2022 ma sempre migliore in confronto a molti settori manifatturieri italiani, compresi gli altri del settore moda-accessorio. Rimane pressoché stabile, rispetto a dicembre, il numero di imprese attive e tiene l'occupazione, dopo la dinamica 2022 che aveva segnato un +5,4%. Questo trend non deve però illuderci troppo perché il sentiment e la congiunturale sugli associati ci inducono alla prudenza segnalando 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».

Si confermano ai primi 4 posti in valore tra gli sbocchi esteri del settore gli USA (che malgrado un moderato +5,9% su gennaio-marzo 2022 sono il mercato in maggior espansione nell'ultimo quadriennio), 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 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 (+6,8%), Alessandria (+24,4%) e Milano (+56,2%). Le due province del distretto campano di Napoli-Caserta evidenziano nell'insieme un +24,9%.

«Il quadro è confortante ma le difficoltà nel reperimento di manodopera qualificata, assieme ai costi elevati di materie prime ed energetici continuano a essere le maggiori criticità dello scenario attuale», continua Piaserico. «In questo contesto, come ulteriore volano per le nostre imprese, si inseriscono le azioni che la federazione ha messo da tempo in cantiere per l'internazionalizzazione come l'incremento degli accordi, tramite ICE Agenzia, con la GdO (Grande distribuzione

Organizzata) per consolidare i successi già ottenuti con i top retailers in USA, che ora replicheremo anche in Canada, in Francia, in Giappone, in Gran Bretagna e in Polonia, nonché con un'iniziativa volta a conoscere le "best practices" della distribuzione del gioiello in Europa anche rispetto al modello italiano. Con i territori stiamo organizzando workshop tecnici per testimoniare alle aziende l'importanza di sviluppare i processi verso le certificazioni più richieste all'interno del settore sui principi ESG (Environmental - ambiente, Social - società e Governance) e che a breve saranno di fatto una scelta ineludibile anche per ottemperare alle future direttive in materia di Sostenibilità lungo la filiera. Continuiamo a investire, grazie al supporto di IEG/Vicenzaoro, nella formazione e nell'orientamento dei giovani al comparto anche con l'operazione avviata con Skuola.net - il principale portale di informazione degli studenti italiani - e abbiamo appena rinnovato il sito della federazione (federoraf.it) più ricco di informazioni sui percorsi formativi all'interno del settore e con la possibilità di creare opportunità di incontro tra domanda e offerta di lavoro. Collegato anche al precedente punto è da evidenziare l'importante azione di comunicazione settoriale che stiamo approntando con Agenzia ICE a seguito della pubblicazione del bando europeo per l'implementazione di una campagna di promozione del gioiello "made in Italy" attraverso la strategia dell'influencer marketing. Questo solo per citare 4 delle 8 aree progettuali che Confindustria Federoraf, grazie all'impegno della mia squadra di presidenza e con la collaborazione dei territori di Arezzo, della Campania, di Valenza e di Vicenza, sta portando avanti dallo scorso anno e che nei prossimi mesi sarà in grado di presentare ulteriori nuove iniziative a beneficio delle imprese italiane e dell'oreficeria, dell'argenteria, della gioielleria e del cammeo e corallo made in Italy».

**S** secondo i dati elaborati per Federoraf dal Centro Studi di Confindustria Moda l'avvio del 2023 è stato favorevole per il comparto dell'oreficeria, argenteria e gioielleria italiana: cresce il fatturato (+11,3%), trainato dall'export (che registra incrementi superiori al 10% sia in valore che in chilogrammi); arresta la corsa l'import; si consolida il saldo commerciale. La produzione fisica rallenta, ma resta positiva, nei primi tre mesi. 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. «I dati relativi al primo trimestre 2023 e la parallela indagine congiunturale confermano le indicazioni che avevo formulato nei mesi scorsi», commenta Claudia Piaserico, Presidente di Confindustria Federoraf. «Il comparto all'inizio del 2023 ha continuato a ben performare grazie, come sempre, al traino dell'export (+16,7%). Una