

Federorafi

La gioielleria corre ma prime spie di frenata

• Nei primi 6 mesi 2023 superati a livello nazionale 5,5 miliardi di export (+15,3%) e oltre 1 miliardo Vicenza Ora calo di ordini

ROBERTA BASSAN

La gioielleria corre ma le spie di frenata iniziano ad accendersi. Emerge dall'indagine di Federorafi (con il polo vicentino tra i più rilevanti), elaborata dal Centro studi di **Confindustria Moda** sul primo semestre 2023. Dai primi sei mesi emerge un aumento complessivo dell'export del +15,3%, superando i 5,55 miliardi. Ma è nelle previsioni per il terzo trimestre che gli imprenditori vedono «una brusca decelerazione» del giro d'affari, confermato da una raccolta ordini nel secondo trimestre «decisamente meno brillante».

La spinta

Vede comunque il bicchiere mezzo pieno la presidente di Federorafi, la vicentina Claudia Piaserico: «I dati semestrali - analizza - confermano le straordinarie capacità degli imprenditori orafi su prestazioni ancora positive in un periodo in cui molti altri settori del made in Italy stanno soffrendo ma, inevitabilmente, la seconda parte del 2023 sarà caratterizzata da una sensibile attenuazione dei ritmi di sviluppo. Uno scenario d'altro canto prevedibile, vista l'incertezza nel panorama economico mondiale, con segni di debolezza in molte importanti economie e un conflitto ancora in corso a più di un anno e mezzo dall'inizio e un altro appena deflagrato in Medio Oriente».



Gioielleria Dati positivi dall'analisi semestrale del comparto, ma in prospettiva pesa il calo di ordini

Previsioni

Le imprese si attendono una «brusca decelerazione» nel terzo trimestre e a fine anno

Incertezza

Piaserico: «Economie deboli e conflitti, ma strategie anche con leg/Vicenza oro»



Federorafi La presidente Claudia Piaserico

te. I trend di alcuni mercati certificano la correttezza delle nostre strategie focalizzate su azioni «misurabili» per l'internazionalizzazione come quelle con la Gdo in Usa, Francia e Gran Bretagna, su progettualità innovative per studiare l'evoluzione dei flussi distributivi in Europa e sulla comunicazione con il prossimo avvio di una campagna di «influencer marketing». Anche la tenuta dei livelli occupazionali conforta sulla bontà di operazioni originali come quella che, con il supporto di leg/Vicenzaoro,

abbiamo attivato con il portale Skuola.net dove, ad esempio, i due video blog collaterali in pochi mesi hanno raggiunto sui diversi social quasi 2 milioni di visualizzazioni. Il settore riesce a consolidare la propria leadership mondiale e ad essere attrattivo per le nuove generazioni anche se continua la preoccupante carenza di giovani e meno giovani nelle professioni manifatturiere».

La tenuta

Se le previsioni indicano un fine d'anno in calo, il consum-

tivo parla però di tenuta. Nel semestre, come detto, il comparto registra il balzo export (+15,3% nonostante la frenata del bimestre maggio-giugno), assieme ad un consolidamento del saldo commerciale (+9,1%) e ad un aumento del fatturato (+9,2%). In lieve calo rispetto a dicembre il numero di imprese attive (-0,9%), accompagnato però da una positiva tenuta dei livelli occupazionali (+1,5%). Quanto all'export il secondo trimestre tiene a +14,2%. La Toscana (+13,5%) si conferma nei primi sei mesi in testa alle regioni esportatrici, davanti al Veneto (+1,9%). Al comando Arezzo (+5,6%), seguita da Vicenza (oltre un miliardo, +3,5%). C'è però una preoccupazione: la gioielleria da indosso in oro - la voce più significativa del comparto - ha chiuso, nonostante un incremento in valore, a -7,6% in quantità. Una spia che, accanto a ordini meno brillanti (+3,9% nel secondo trimestre) fa presagire il calo.