

Gioielleria, i numeri del settore: primo semestre in tenuta ma si prevede un calo alla fine del 2023

11 ottobre 2023

La presidente Confindustria Federorafi, Piaserico: “Avremo attenuazione dei ritmi di sviluppo per incertezza nell’economia mondiale e due conflitti in corso”

Le vendite estere trainano il settore italiano dell’oreficeria, argenteria e gioielleria italiano. L’analisi elaborata per Federorafi dal Centro Studi di Confindustria Moda evidenzia, infatti, un andamento positivo anche nel secondo trimestre: +14,2%. L’andamento, dunque, è stato un po’ sinusoidale, fino a raggiungere una sua stabilità: primo spezzone dell’anno con crescita dell’export a due cifre (+16,6%), rallentamento delle vendite tra aprile e maggio (+0,8% rispetto allo stesso bimestre del 2022), nuovo scatto di crescita della domanda estera a giugno, fino alla chiusura del trimestre in forte crescita con il dato confortante del +14,2% rispetto allo stesso trimestre dell’anno precedente.



Claudia Piaserico Presidente Confindustria Federorafi

Nel primo semestre del 2023, il fatturato tende ad aumentare:

quasi tre imprese su cinque (58%) hanno sperimentato una crescita dei ricavi rispetto all’anno precedente e per il 18% del panel l’incremento è stato superiore al +20%. **Relativamente ad aprile-giugno la stima del fatturato è pari al +7,2%** (nel trimestre iniziale dell’anno era invece del +11,3%). Dall’indagine di mercato che ha coinvolto un campione di associati intervistati emergono ulteriori dati: nella prima metà dell’anno, nonostante la flessione registrata nel periodo maggio-giugno, **c’è stato incremento dell’export (+15,3%)**, superando i 5,55 miliardi di euro. In aggiunta, l’analisi rileva un consolidamento del saldo commerciale settoriale (+9,1%, cioè 4,1 miliardi di euro) e l’aumento del fatturato (+9,2%). Va sottolineato, però, che la gioielleria da indosso in oro, che è la voce più importante del comparto, ha sì chiuso con un incremento in valore ma ha anche fatto registrare, di contro, una negatività in quantità, cioè -7,6% nei KG.

È previsto però un raffreddamento della crescita nella seconda parte dell’anno

di cui peraltro già si sono avuti chiari segnali nei dati della produzione industriale e delle quantità esportate di gioielleria da indosso in oro.

*“I dati semestrali confermano le straordinarie capacità degli imprenditori orafi e l’ottima performance, nonostante il periodo delicato, nel quale molti altri settori del Made in Italy stanno soffrendo – spiega la Presidente di Confindustria Federorafi, **Claudia Piaserico** – È inevitabile, però, che la seconda parte del 2023 sia caratterizzata da una sensibile attenuazione dei ritmi di sviluppo. Lo scenario è ampiamente prevedibile, in considerazione dell’incertezza attuale nel panorama economico mondiale, con segni di debolezza in molte importanti economie. Teniamo conto anche di un conflitto ancora in corso a più di un anno e mezzo dall’inizio e di un altro appena deflagrato in Medio Oriente”.*



L’analisi elaborata per Federorafi dal Centro Studi di Confindustria Moda fornisce due ulteriori dati sui quali riflettere e il secondo dato compensa il primo: **le imprese attive rispetto a dicembre hanno subito un lieve calo** (-0,9%, cioè 6.977 fino a giugno, -61 unità rispetto al consuntivo 2022) e solo il Piemonte è in controtendenza tra le principali regioni (+8 imprese); i livelli occupazionali conservano una buona tenuta (+1,5% su dicembre scorso, secondo la banca dati di Infocamere). Il numero di addetti è 32.746 tra industria e artigianato con saldo positivo +477 lavoratori.

“La tenuta dei livelli occupazionali conferma la bontà delle strategie messe in atto dalla federazione durante il mio mandato – dice Piaserico – Con il supporto di IEG/Vicenzaoro abbiamo attivato con il portale [Skuola.net](https://www.skoola.net) dove, ad esempio, i due Vblog collaterali VALORE e EREDITA’ in pochi mesi hanno raggiunto sui diversi strumenti social quasi 2 milioni di visualizzazioni. Quindi il settore, con il suo mix unico di creatività, heritage, artigianalità, tecnologia e sostenibilità, riesce a consolidare la propria leadership mondiale e ad essere altamente attrattivo per le nuove generazioni, sebbene resti preoccupante la carenza di giovani e meno giovani che vogliono avvicinarsi alle professioni manifatturiere”. La **Svizzera** (+52,5% su gennaio-giugno dello scorso anno) sale al primo posto in valore tra gli sbocchi esteri del settore, superando gli USA (che malgrado un moderato +3,7% restano il mercato in maggior espansione nell’ultimo quadriennio). Al terzo posto la **Francia** (+9,8%, leader tra i clienti comunitari), davanti agli **Emirati Arabi** (+0,3%). Crollano invece ulteriormente, come conseguenza del conflitto in atto, le vendite in **Russia** (-68,1%). In **Italia**, la Toscana (+13,5%) si è confermata nel primo semestre in testa alla graduatoria delle regioni esportatrici, con una quota pari al 35% del totale nazionale, davanti a Veneto (+1,9%) e Piemonte (-0,6%). Balzo della Lombardia (+71,9%), quarta, grazie anche alle strategie distributive adottate dalle grandi griffe internazionali del lusso. La graduatoria delle province vede sempre al comando Arezzo (+5,6%), seguita da Vicenza (+3,5%), Alessandria (+11,3%), Milano (+74%) e Firenze (+68,2%). 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 +11,3%. *“Abbiamo scelto azioni misurabili – conclude Piaserico – per l’internazionalizzazione come quelle con la Grande Distribuzione Organizzata in USA, in Francia e in Gran Bretagna, su progettualità innovative per studiare l’evoluzione dei flussi distributivi in Europa e sulla comunicazione con il prossimo avvio (2024) di una campagna istituzionale di influencer marketing per sostenere la domanda in alcuni mercati di riferimento”.*