



Proteggi il futuro del tuo brand
dalle minacce informatiche

cegid

SCARICA ORA LA GUIDA ↓



Nataliya Melnychuk per Unsplash

Oreficeria made in Italy, primo semestre in tenuta. Export a +14,2%

Di Giulia Sciola — 10 Ottobre 2023

Trend positivo anche nel secondo trimestre per il comparto dell'oreficeria, argenteria e gioielleria italiano, trainato dalle vendite estere (+14,2 per cento). L'analisi elaborata per **Federorafi** dal **Centro Studi di Confindustria Moda** evidenzia nella prima metà dell'anno, anche a seguito delle dinamiche inflattive, un incremento a doppia cifra dell'export (+15,3%, nonostante la decelerazione del bimestre maggio-giugno), insieme a un consolidamento del saldo commerciale settoriale (+9,1%) e a un aumento del fatturato pari al 9,2% tra le aziende del campione di associati intervistati. In lieve calo rispetto a dicembre il numero di imprese attive (-0,9%), accompagnato però da una positiva tenuta dei livelli occupazionali (+1,5%, dopo la dinamica confortante del 2022). È previsto 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.

Nel dettaglio, dopo una prima frazione dell'anno caratterizzata da una progressione dell'export a due cifre (+16,6% in valore), il secondo trimestre – apertosi con un sensibile rallentamento delle vendite in aprile e maggio (+0,8% sull'analogo bimestre 2022) – ha registrato in giugno un nuovo balzo considerevole della domanda estera, grazie al quale ha chiuso con un incremento del 14,2% su aprile-giugno 2022. Considerando il cumulato dei primi sei mesi, le esportazioni italiane del comparto sono salite globalmente del +15,3%, superando i 5,55 miliardi di euro. Tuttavia, la gioielleria da indosso in oro (la voce più significativa del comparto) ha chiuso, nonostante un incremento in valore, in terreno negativo in quantità.

Guardando ai diversi mercati, 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 per cento). Crollano invece ulteriormente, come conseguenza del conflitto in atto, le vendite in Russia (-68,1 per cento). 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 per cento). Balzo della Lombardia (+71,9%), quarta, grazie anche alle strategie distributive adottate dalle grandi griffe internazionali del lusso.

Il saldo commerciale settoriale resta largamente in attivo (4,1 miliardi di euro), con una crescita del 9,1% che consolida ulteriormente le performance di rilievo raggiunte nel corso del 2022. 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 semestre 2023. Quasi tre imprese su cinque (58%) hanno sperimentato una crescita dei ricavi su un anno addietro; per il 18% del panel l'incremento è stato superiore al 20 per cento. Relativamente ad aprile-giugno la stima del fatturato è pari al +7,2% (nel trimestre iniziale dell'anno era invece del +11,3 per cento).

Per quanto concerne l'occupazione, infine, la prima metà dell'anno si è chiusa con un lieve aumento (+1,5% su dicembre scorso, secondo la banca dati di Infocamere), che porta il numero di addetti a 32.746 unità tra industria e artigianato (con un saldo positivo pari a +477 lavoratori). In leggero calo, invece, il numero di imprese attive, sceso a fine giugno a 6.977 (-61 unità rispetto al consuntivo 2022, -0,9%).

Oltre alla già citata flessione nelle quantità esportate di beni di gioielleria da indosso in oro nei primi sei mesi, la riprova del rallentamento subito dai ritmi di attività lavorativa nel secondo trimestre dell'anno viene anche dall'indice Istat della produzione industriale, che misura la variazione nel tempo del volume fisico della produzione effettuata dall'industria: sia aprile che giugno hanno registrato diminuzioni tendenziali superiori al -4%, che hanno pregiudicato i risultati del trimestre (chiusosi con un -2,3% su aprile-giugno 2022). Grazie alla dinamica favorevole della frazione iniziale, il cumulato del primo semestre evidenzia tuttavia una tenuta sui livelli di un anno addietro (-0,1%), a differenza di molti altri settori manifatturieri italiani che già mostrano invece arretramenti significativi.

“I dati semestrali – ha commentato la presidente di **Confindustria Federorafi, Claudia Piaserico** – confermano le straordinarie capacità degli imprenditori orafi a performare ancora positivamente 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”.

“I trend di alcuni mercati – ha aggiunto Piaserico – certificano la correttezza delle strategie della federazione che con il mio mandato si sono oltremodo focalizzate su azioni ‘misurabili’ 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”.

