



FEDERORAFI

Il settore orafa-argentiero-gioielliero italiano

Nota congiunturale – Primi 9 mesi 2023



©Federorafi

Confindustria Federorafi

A CURA DEL CENTRO STUDI
CONFINDUSTRIA  MODA

L'ANDAMENTO DEL SETTORE ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERO (O-A-G) ITALIANO NEI PRIMI 9 MESI 2023

ABSTRACT

● Nel **terzo trimestre** ha trovato conferma, per il comparto dell'oreficeria, argenteria e gioielleria italiano, l'andamento favorevole che aveva caratterizzato la prima parte del 2023, seppure con ritmi di crescita decisamente meno sostenuti: +4,2% le vendite estero e +3,8% la raccolta ordini, con un aumento del fatturato, tra le aziende del campione di Associati interpellate, pari al +5,9% su luglio-settembre 2022.

● I dati cumulati riferiti ai **primi 9 mesi** dell'anno, elaborati per Federorafi dal Centro Studi di Confindustria Moda, evidenziano, anche a seguito delle dinamiche inflattive, un incremento a doppia cifra dell'export (+11,3%), assieme ad un consolidamento del saldo commerciale settoriale (salito a 6,01 miliardi di euro, +7,7%) e ad un aumento del fatturato pari al +8,1%.

Segnali di raffreddamento del ciclo congiunturale provengono però dai dati relativi ai volumi realizzati (l'indice Istat della produzione industriale registra un -1,8%) e dalle quantità esportate di gioielleria da indosso in oro, di gran lunga la voce merceologica più importante, solo in debole crescita nei KG (+0,9%).

● Le esportazioni si sono attestate a 8,01 miliardi di euro (operazioni di pura commercializzazione incluse), di cui 7,43 miliardi generati dalla gioielleria da indosso (+10,6%), con incrementi del +12,3% per quella in oro e una lieve flessione del -1,3% per quella in argento.

La Svizzera (1,2 miliardi di euro, +31,2% su gennaio-settembre 2022) occupa il primo posto in valore tra gli sbocchi esteri del comparto O-A-G, davanti agli USA (che malgrado il moderato +5,3% attuale restano il mercato in maggior espansione nell'ultimo quadriennio). In terza posizione la Francia (+15,8%, leader tra i clienti comunitari), davanti agli Emirati Arabi (-0,8%). I primi 4 paesi coprono assieme quasi la metà dell'export (49%). Battuta d'arresto ulteriore per le vendite in Russia (-52,5%), scesa al 67° posto.

● La Toscana (2,92 miliardi di euro, +8,2% sui primi 9 mesi 2022) si è confermata in testa alla graduatoria delle regioni esportatrici O-A-G, con una quota prossima al 35% del totale nazionale, davanti a Veneto (+1,6%) e Piemonte (-5,2%, per il crollo di Torino). Balzo della Lombardia (+65,9%), quarta, grazie alle strategie distributive adottate dalle grandi griffe internazionali del lusso (il 38% dell'export lombardo è destinato alla Svizzera, tradizionale hub logistico distributivo, con flussi triplicati su un anno addietro).

● La graduatoria delle province vede sempre al comando Arezzo (+4,1%), seguita da Vicenza (+2,7%) e Milano (+70%), che ha superato di poco Alessandria (+9,4%); quinta Firenze (+36,7%). Le due province del distretto campano di Napoli-Caserta, importanti dal punto di vista produttivo benché con una bassa propensione all'export, evidenziano invece nell'insieme un -1,5%.

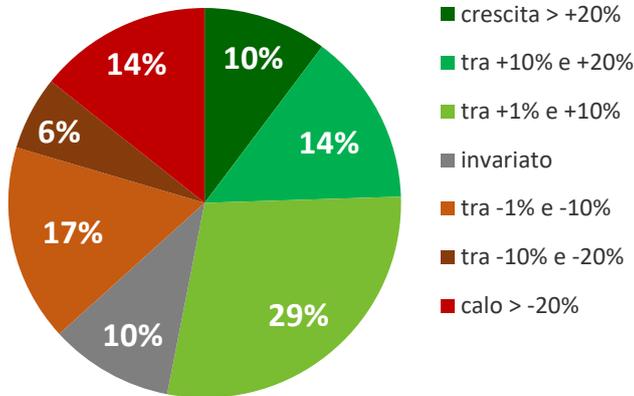
● In leggero calo il numero di imprese attive (sceso a 6.987 tra industria e artigianato, 51 in meno, vale a dire il -0,7%, a confronto con fine dicembre 2022 secondo Infocamere-Movimprese), con solo Piemonte e Lombardia in controtendenza tra le principali regioni (+9 e +3 imprese rispettivamente).

Nuova crescita nei livelli occupazionali, dopo la dinamica confortante del 2022: nei primi 9 mesi il numero di addetti ha registrato un aumento pari al +4,1%, salendo a 33.605.

● Le valutazioni preliminari sulla chiusura 2023 – prevedendo un'ulteriore decelerazione nel trimestre conclusivo – stimano un incremento del fatturato annuo settoriale compreso tra il +5% e il +7% sul 2022, quando si era attestato a 10,87 miliardi di euro: un altro anno positivo, dunque, dopo il vigoroso balzo post pandemia (seppur a ritmi meno brillanti del recente passato), caratterizzato dal picco raggiunto dal prezzo dell'oro. Incognita 2024, con il comparto chiamato ad affrontare le difficoltà di un quadro internazionale dominato da forte incertezza geopolitica ed economica.

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

1. Qual è stato l'andamento del FATTURATO nel TERZO TRIMESTRE 2023 (luglio-settembre) rispetto al medesimo periodo del 2022?



Nel terzo trimestre è proseguito il rallentamento dei ritmi di crescita, peraltro ampiamente previsto, innescatosi già a partire da aprile. Dopo l'aumento a due cifre che aveva caratterizzato la prima frazione (+11,3% tendenziale) e il +7,2% rilevato nella seconda, nel **trimestre luglio-settembre** le aziende del campione hanno sperimentato – contrariamente ad altri settori del Tessile Moda Accessorio italiano, interessati da dinamiche negative – un'ulteriore crescita del **fatturato**, sebbene più contenuta (+5,9%).

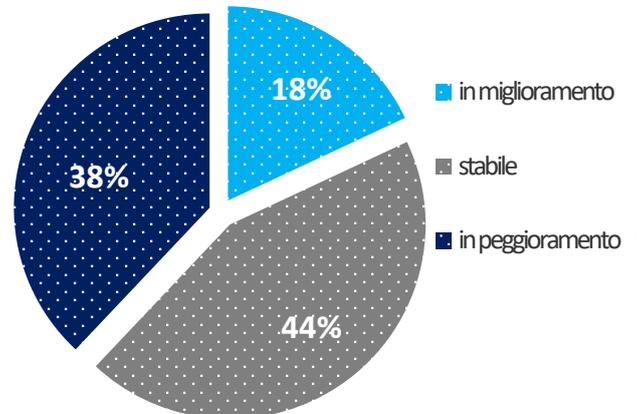
Malgrado la perdurante debolezza di molte importanti economie mondiali e il peggioramento nello scenario geopolitico dopo il precipitare degli eventi in Medio Oriente, il 53% degli associati contattati ha dichiarato un aumento delle vendite sull'analogo periodo di un anno addietro, benché per più della metà di loro l'incremento sia risultato inferiore al +10%. Il 37% è stato invece interessato da andamenti negativi del fatturato, con una quota non trascurabile (20%) di realtà che hanno riportato una contrazione superiore al -10%. Il restante 10% dei rispondenti ha indicato stabilità.

Alla luce di tali risultati, considerando il cumulato dei **primi 9 mesi dell'anno** il fatturato tra le imprese del panel è stimato – attraverso idonea ponderazione delle risposte con la dimensione aziendale – in crescita del **+8,1%**.

2. Valuti l'andamento degli ORDINI, in valore, nel TERZO TRIMESTRE 2023 (luglio-settembre) rispetto al medesimo periodo del 2022.

Con riferimento agli **ordinativi** raccolti nel terzo trimestre, la percentuale di aziende che hanno segnalato una dinamica favorevole si restringe ulteriormente (46%) sebbene resti la più frequente; il 15% del panel ha invece indicato stabilità, a fronte del 39% di segnalazioni di calo. In media, nel complesso, la variazione a valore della raccolta ordinativi del campione tra luglio e settembre risulta pari ad un modesto **+3,8%**. Anche il portafoglio ordini, dunque, pur restando in terreno positivo, appare decisamente meno brillante.

3. Come prevede sarà l'EVOLUZIONE CONGIUNTURALE del QUARTO TRIMESTRE 2023 rispetto al terzo trimestre 2023?



Relativamente al quarto trimestre (da poco iniziato al momento dell'indagine), il **sentiment** degli imprenditori conferma la frenata registrata a partire dalla primavera. Sale al 38% (era il 34% nella terza frazione) la quota di chi prospetta un peggioramento rispetto ai 3 mesi precedenti; il 44% confida in una stabilità delle condizioni di mercato, mentre la percentuale di quanti valutano l'evoluzione congiunturale «in miglioramento» si ferma al 18%.

4. COME PREVEDE SARA' il vostro FATTURATO 2023 (INTERO ANNO) rispetto al 2022?

Se il 2022 si era chiuso con una quota significativa di aziende O-A-G con fatturato in aumento sull'anno precedente (75%), il 2023 è stato caratterizzato da andamenti decisamente più disomogenei. Sono infatti in calo, seppur sempre maggioritarie (52% del panel), le imprese che prevedono a consuntivo annuo una crescita, a fronte di un 13% che si attende fatturato invariato rispetto al 2022 e di un 35% che teme invece una flessione. Le indicazioni preliminari raccolte fanno stimare ad oggi un incremento del **fatturato annuo** tra gli operatori intervistati in una forbice compresa **tra il +5% e il +7%**.

5. Come prevede sarà il NUMERO di DIPENDENTI della sua azienda a fine DICEMBRE 2023 rispetto a inizio anno?



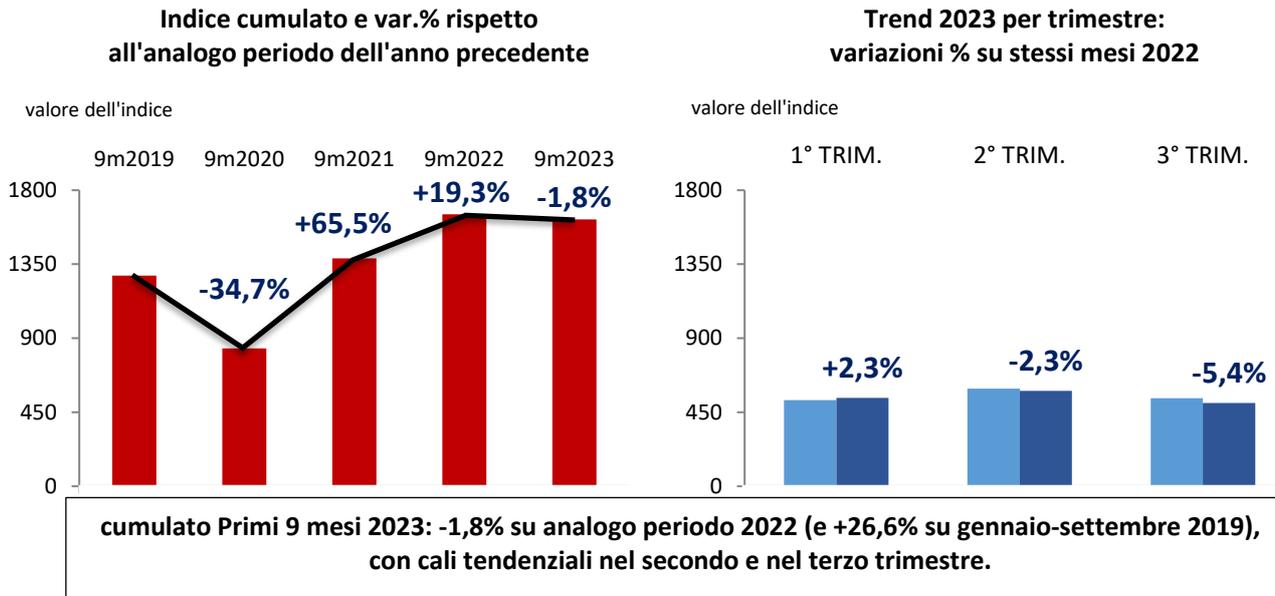
Sul fronte occupazionale (dove per l'intero settore i dati camerali risultano positivamente intonati) tra i rispondenti del campione non sono attesi a fine anno grossi mutamenti rispetto al trend di crescita evidenziato in corso d'anno: il 74% prevede infatti che il proprio organico resterà «invariato» rispetto a fine 2022. E' limitata al 7% la percentuale di chi prospetta una «diminuzione» nel numero dei dipendenti, mentre sono il 19% coloro che indicano un «aumento».

ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE

Indice mensile Istat della produzione industriale

voce Ateco CM32.1:

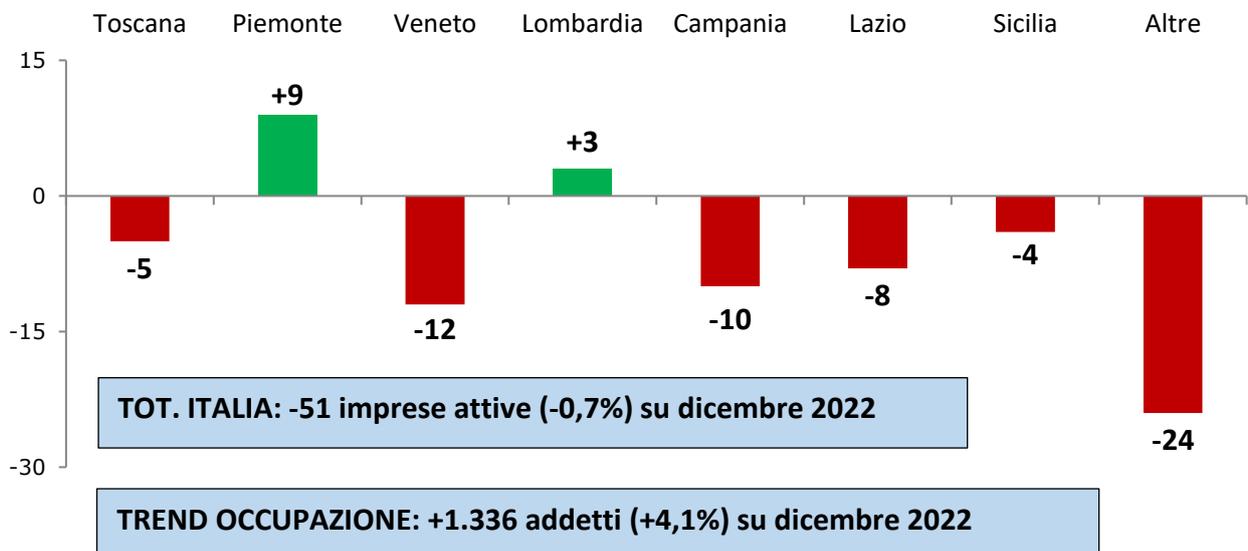
“Fabbricazione di gioielleria, bigiotteria e articoli connessi, lavorazione delle pietre preziose”, dati corretti per gli effetti di calendario. Base 2015=100.



Fonte: ISTAT; elaborazione Confindustria Moda del 18/12/2023

NATI-MORTALITA' AZIENDALE e OCCUPAZIONE

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

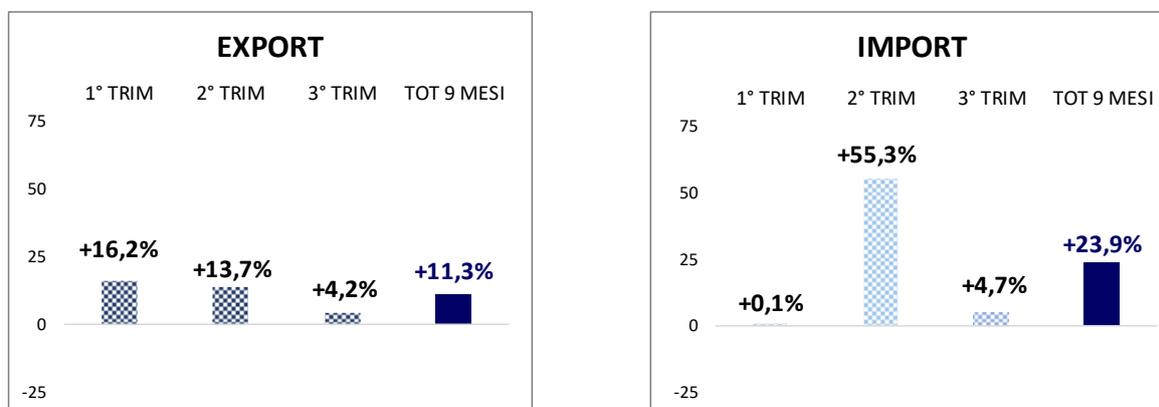


Fonte: Elaborazioni Confindustria Moda su dati Infocamere-Movimprese

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

Anche il terzo trimestre 2023 si è chiuso, come i due precedenti, con un incremento dell'export a confronto con gli stessi mesi 2022, seppure con un rallentamento evidente dei ritmi di crescita, dovuto sia al raffreddamento generalizzato dell'economia (e quindi della domanda) mondiale sia alla comparazione con valori assoluti 2022 non più penalizzati, grazie al rimbalzo post-Covid. Dopo gli aumenti a doppia cifra delle prime due frazioni (+16,2% e +13,7%), in luglio-settembre si è registrato un più moderato +4,2%: ancora una crescita, dunque, contrariamente ad altri settori del Tessile, Moda e Accessorio italiano che hanno chiuso il trimestre in terreno negativo.

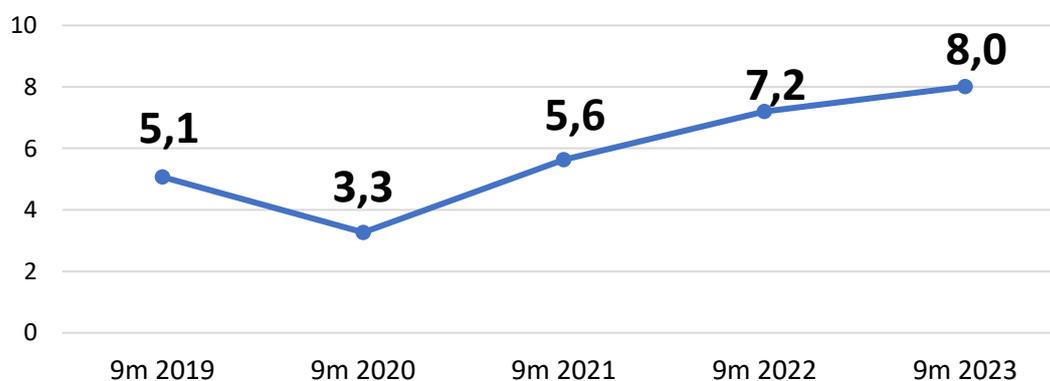
**Figura 1 – Export e Import del settore orafa-argentiero-gioielliero in valore¹:
andamento nei primi 9 mesi 2023 per trimestre (var.% tendenziale sul 2022)**



Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Passando ad esaminare il cumulato dei primi 9 mesi 2023, sono stati esportati beni O-A-G per 8,01 miliardi di euro (+11,3%, ovvero oltre 815 milioni in più, se paragonati a gennaio-settembre 2022). Tale valore è superiore del +58,1% rispetto ai 5,07 miliardi dello stesso periodo 2019 pre-Covid.

Figura 2 – Export italiano di beni O-A-G nei primi 9 mesi degli anni recenti (in miliardi di euro)



Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Il trend positivo dell'export ha interessato anche le quantità (esprese in KG) che hanno sperimentato un incremento complessivo del +31,7%.

¹ In Figura 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 riferiti invece a input di produzione. Lo stesso dicasi per le Figure 2 e 3 e per le Tabelle da 1 a 5 e di questo report.

Va però sottolineato che – sempre con riferimento alle quantità – la gioielleria da indosso in oro, a fronte di un aumento non trascurabile in valore, segna in termini di KG solo un modesto +0,9%. Sul versante dell'import, invece, dopo un avvio d'anno fiacco, nel secondo trimestre si è registrata un'impennata dei flussi in ingresso, seguita da una crescita moderata nel terzo (+4,7%) che ha portato i livelli dei primi 9 mesi a +23,9% sullo stesso periodo 2022: sono entrati in Italia beni per 2 miliardi di euro.

Tabella 1 – Il commercio con l'estero del settore orafa-argentiero-gioielliero: andamento nei primi 9 mesi degli anni recenti

Periodo	Export Mln. euro	Import Mln. euro	Saldo commerciale Mln. Euro
Primi 9 mesi 2019	5.068,2	1.482,2	3.586,0
Primi 9 mesi 2020	3.266,7	802,1	2.464,6
Primi 9 mesi 2021	5.634,6	1.360,1	4.274,5
Primi 9 mesi 2022	7.196,2	1.612,3	5.583,9
Primi 9 mesi 2023	8.011,5	1.997,4	6.014,2
variazione % 2023/2022	11,3	23,9	7,7
variazione % 2023/2019 (pre-Covid)	58,1	34,8	67,7

Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

A seguito di queste dinamiche, il saldo commerciale settoriale evidenzia un attivo pari a 6,01 miliardi di euro, con una crescita del +7,7% rispetto all'ottimo risultato di gennaio-settembre 2022.

La disaggregazione dell'**export** per merceologia presenta incrementi in valore per diverse voci.

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

Prodotti finiti	Export			Import			Saldo commerciale
	Gen-Set 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	Var.% 23/19	Gen-Set 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	Var.% 23/19	Gen-Set 2023 Mln. euro
Totale Gioielleria da indosso	7.433,9	10,6	57,8	1.745,9	23,9	35,7	5.688,0
<i>di cui:</i>							
Gioielleria da indosso in argento	637,6	-1,3	55,8	342,1	6,0	48,9	295,6
Gioielleria da indosso in oro	6.774,7	12,3	57,8	1.390,7	29,9	32,1	5.384,0
Gioielleria da indosso in metalli comuni placcati	21,6	-45,5	163,7	13,1	-15,9	235,4	8,5
Totale Oreficeria da arredo	71,2	7,4	5,8	18,7	51,5	54,2	52,5
<i>di cui:</i>							
Oreficeria da arredo in argento	29,4	6,9	44,0	5,1	54,3	70,8	24,3
Oreficeria da arredo in oro	33,7	19,4	36,3	12,6	45,6	70,0	21,0
Oreficeria da arredo in metalli comuni placcati	8,2	-23,3	-63,2	1,0	152,5	-40,5	7,1
Lavori in perle e pietre preziose	17,0	-3,2	-4,2	25,9	94,8	109,9	-8,9
Bigiotteria	442,9	21,7	83,6	195,9	13,0	17,8	247,0
Cinturini per orologi in metalli preziosi e/o placcati	46,5	66,6	52,3	10,9	155,4	133,5	35,6
Totale	8.011,5	11,3	58,1	1.997,4	23,9	34,8	6.014,2

Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

La gioielleria da indosso mostra globalmente un +10,6% in valore (con però un meno brillante +3,2% in termini di KG), trainata dalle produzioni in oro (salite a 6,77 miliardi di euro, +12,3%, con un decisamente contenuto +0,9% nei KG, come anticipato), che si confermano di gran lunga la tipologia principale, con una quota nei primi 9 mesi dell'anno pari all'84,6% sul totale valore. Una lieve diminuzione (-1,3%) ha interessato l'export delle produzioni in argento. Ancor più penalizzanti i risultati per la gioielleria da indosso realizzata in metalli comuni placcati che, dopo il forte aumento sperimentato 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 nel corso del 2023 un ridimensionamento, attestandosi a 21,6 milioni di euro (-45,5% su gennaio-settembre 2022).

Tra i prodotti dell'oreficeria da arredo, le cui vendite estere sono cresciute nel complesso del +7,4% a 71,2 milioni di euro, bene quelli realizzati in oro (+19,4%) o argento (+6,9%), ma pesante riduzione, come verificatosi per i beni da indosso, per gli articoli realizzati in metalli comuni placcati (-23,3%). Un incremento attorno al +21,7% ha interessato la bigiotteria, che ha sfiorato i 443 milioni di euro; è il secondo comparto per importanza in valore (con un'incidenza del 5,5% sul totale) dopo l'oreficeria/gioielleria da indosso; dinamiche ancora più premianti (+66,6%) si segnalano per i cinturini per orologi in metalli preziosi e/o placcati, saliti a 46,5 milioni di euro. I lavori in perle e pietre preziose, infine, cedono il -3,2% rispetto al 2022, attestandosi a 17 milioni di euro.

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

	Gen-Set 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	quota 2023 (%)	Var.% 23/19
Totale EXPORT	8.011,5	11,3	100,0	58,1
<i>di cui verso:</i>				
UE27 post-Brexit	2.062,6	11,3	25,7	75,0
Extra-UE27 post-Brexit	5.948,9	11,4	74,3	52,9
1 Svizzera	1.200,2	31,2	15,0	32,4
2 Stati Uniti	1.075,5	5,3	13,4	102,3
3 Francia	820,9	15,8	10,2	31,6
4 Emirati Arabi Uniti	820,7	-0,8	10,2	34,0
5 Turchia	574,8	58,9	7,2	202,1
6 Irlanda	471,7	21,8	5,9	5487,5
7 Hong Kong	397,1	13,7	5,0	-22,0
8 Germania	176,6	-6,4	2,2	41,1
9 Messico	159,8	35,1	2,0	130,3
10 Regno Unito	150,9	-17,8	1,9	-6,2
11 Sud Africa	146,4	-43,5	1,8	92,4
12 Repubblica dominicana	132,7	11,9	1,7	28,6
13 Spagna	127,2	4,0	1,6	30,4
14 Panama	101,9	4,1	1,3	43,6
15 Romania	100,1	24,2	1,2	66,5
16 Giappone	93,9	6,5	1,2	77,2
17 Canada	89,1	-4,8	1,1	10,1
18 Corea del Sud	89,0	51,1	1,1	297,1
19 Cina	78,7	17,4	1,0	268,3
20 Thailandia	78,4	65,5	1,0	157,7

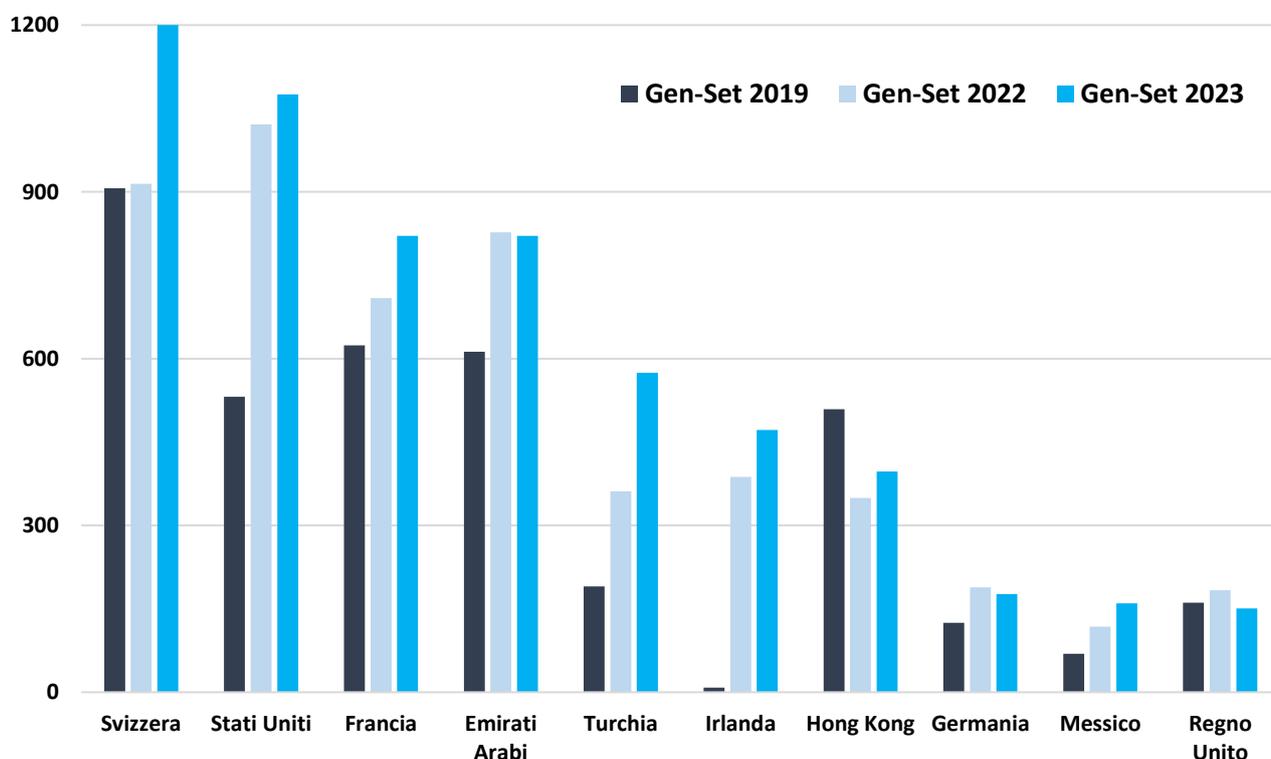
Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

L'analisi dell'export per destinazione evidenzia aumenti molto simili (nell'ordine del +11%) sia per gli sbocchi dell'Unione Europea che per quelli extra-UE27, che rappresentano ben il 74,3% del fatturato estero.

La Svizzera, con un +31,2% sui primi 9 mesi 2022, si è portata in vetta alla graduatoria delle destinazioni, scavalcando gli USA (cresciuti di un moderato +5,3%, che erano al primo posto a consuntivo 2022 e che costituiscono il mercato in maggior espansione nell'ultimo quadriennio). Francia (+15,8% e primo sbocco comunitario) ed Emirati Arabi (pressoché stabili, -0,8%) occupano la terza e quarta posizione. Assieme, queste quattro nazioni coprono praticamente la metà (49%) del totale export O-A-G in valore.

Nella top20 dei mercati solo quattro denotano un segno negativo (oltre agli Emirati Arabi) rispetto ai primi 9 mesi 2022: la Germania (-6,4%, in netto peggioramento nel terzo trimestre, chiuso con un -18,5% tendenziale, ottava), il Regno Unito (decimo, -17,8%), il Sud Africa (all'undicesimo posto, che perde ben il -43,5% dopo le performance brillanti degli anni recenti), e il Canada (-4,8%).

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



Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Sale al quinto posto la Turchia (574,8 milioni di euro, +58,9%), che ha scavalcato l'Irlanda (+21,8%), snodo logistico-commerciale del settore di recente avvio (nei primi 9 mesi 2019 gli operatori italiani vi esportavano beni per 8,4 milioni di euro, divenuti quasi 472 milioni nello stesso periodo 2023). Hong Kong (settimo, +13,7%) è l'unico mercato, assieme al Regno Unito, a presentare ancora un divario coi livelli pre-Covid: -22% il gap sui primi 9 mesi 2019 per l'hub asiatico; -6,2% per l'ex membro UE.

Per quanto riguarda il Far East, che mostra nell'insieme un incremento del +17,1% sui primi 9 mesi 2022, oltre al già citato Hong Kong figurano, nelle posizioni di coda della top20, altri quattro paesi: Giappone (sedicesimo, +6,5%, con però un preoccupante -14,8% nel terzo trimestre), che precede Sud Corea (diciottesimo, +51,1%), Cina (+17,4%, ripartita dopo la leggera contrazione registrata a consuntivo 2022) e Thailandia (+65,5%).

Il conflitto tra Russia e Ucraina ha indotto nel 2022 un crollo dell'export verso questi due paesi (complessivamente -78,1%); nei primi 9 mesi 2023, mentre l'Ucraina evidenzia un rimbalzo (+26,9%, rimanendo comunque tuttora al di sotto del -19,5% sui primi 9 mesi 2021, prima della guerra), le vendite in Russia hanno subito un ulteriore forte arretramento (-52,5%), scendendo a 4,3 milioni (erano 42,4 nel gennaio-settembre del 2021 e 48,5 nei primi 9 mesi 2019), al 67° posto nella graduatoria delle destinazioni. I due mercati valgono ora assieme solo lo 0,1% dell'export italiano.

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

rank	Gen-Set 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	quota 2023 (%)	Var.% 23/19
58 Ucraina	6,2	26,9	0,1	87,9
67 Russia	4,3	-52,5	0,1	-91,2
TOTALE RUSSIA + UCRAINA	10,4	-24,6	0,1	-79,9

Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Passando invece alle **importazioni** per paese di origine, nei primi 9 mesi aumenti rilevanti sono stati registrati per i beni in arrivo dalla Francia e da Hong Kong (primo e terzo fornitore) che hanno visto rispettivamente raddoppiare e quasi quadruplicarne il valore. La Francia, in particolare, è cresciuta del +107% e detiene ora una quota superiore al 33%, davanti alla Svizzera (17,1% l'incidenza, con un +35,2% su gennaio-settembre 2022). La Cina, quarta, segna invece un +12,5%: nonostante pesi il 7,1% in valore, resta di gran lunga il primo fornitore in KG (33% del totale).

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

	Gen-Set 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	quota 2023 (%)	Var.% 23/19
Totale IMPORT	1.997,4	23,9	100,0	34,8
<i>di cui da:</i>				
UE27 post-Brexit	987,3	31,6	49,4	61,8
Extra-UE27 post-Brexit	1.010,1	17,2	50,6	15,8
1 Francia	660,6	107,0	33,1	114,9
2 Svizzera	342,1	35,2	17,1	-24,9
3 Hong Kong	151,6	273,9	7,6	413,2
4 Cina	141,6	12,5	7,1	40,1
5 Stati Uniti	91,5	24,1	4,6	90,7
6 Germania	88,0	-62,4	4,4	-40,0
7 Thailandia	71,2	23,5	3,6	96,3
8 Romania	64,7	31,6	3,2	46,6
9 India	47,9	-2,3	2,4	111,0
10 Turchia	43,6	15,9	2,2	72,2
11 Belgio	39,1	97,6	2,0	69,6
12 Indonesia	37,8	86,8	1,9	330,3
13 Irlanda	36,3	-7,0	1,8	41961,5
14 Spagna	23,9	31,3	1,2	59,2
15 Regno Unito	15,3	-4,5	0,8	-73,9
16 Austria	13,8	-7,1	0,7	-61,3
17 Paesi Bassi	13,6	87,4	0,7	176,1
18 Filippine	11,5	-1,4	0,6	13,4
19 Emirati Arabi Uniti	10,4	-78,9	0,5	239,3
20 Lussemburgo	9,9	410,2	0,5	8560,8

Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Analisi delle esportazioni O-A-G per regione e provincia nei primi 9 mesi 2023

Toscana, Veneto, Piemonte e Lombardia si sono confermate, in quest'ordine, ai primi 4 posti nella graduatoria delle regioni esportatrici italiane di beni di oreficeria-argenteria-gioielleria dei primi 9 mesi 2023 (stesse posizioni occupate sia a consuntivo 2022 che nei primi due trimestri dell'anno), coprendo ben il 97,2% delle vendite estere nazionali.

L'esame dei dati di interscambio diffusi da ISTAT – che a livello territoriale fanno riferimento all'aggregato Ateco CM32.1 che mostra nel periodo gennaio-settembre 2023 una crescita tendenziale pari al +11%, a 8,39 miliardi di euro – vede la Toscana saldamente al primo posto (con oltre 2,9 miliardi di euro, +8,2%, ovvero oltre 1/3 del totale Italia). La seconda regione, il Veneto, ha esportato beni per 1,93 miliardi, con un incremento contenuto rispetto a gennaio-settembre 2022 (+1,6%), precedendo Piemonte e Lombardia, entrambe di poco sopra 1,6 miliardi, che hanno evidenziato dinamiche opposte: in calo il Piemonte (-5,2%), frenato dal deciso arretramento di Torino (export quasi dimezzato); in cospicuo aumento la Lombardia (+66% circa), trainata da Milano. Irrisorie le quote delle restanti regioni, che nel complesso coprono il 2,8% del totale. L'export del Lazio, quinta, si è attestato a 73,9 milioni (+2,2%). La Campania, pur essendo la quinta in Italia per numero di imprese (531 a settembre 2023, concentrate per lo più a Napoli e Caserta) presenta una propensione all'export decisamente bassa: nei primi 9 mesi ha esportato beni O-A-G per 24 milioni di euro (-1,1%), settima nel ranking con una quota marginale (lo 0,3%) del totale nazionale.

**Tabella 6 – Esportazioni del settore orafa-argentiero-gioielliero per regione² (Top10):
primi 9 mesi 2023**

	Gen-Set 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	quota 2023 (%)	Var.% 23/19
Totale EXPORT ITALIA	8.394,8	11,0	100,0	52,9
di cui da:				
1 Toscana	2.918,1	8,2	34,8	73,6
2 Veneto	1.931,9	1,6	23,0	57,1
3 Piemonte	1.660,7	-5,2	19,8	-5,3
4 Lombardia	1.649,3	65,9	19,6	141,9
5 Lazio	73,9	2,2	0,9	54,1
6 Emilia-Romagna	44,9	11,8	0,5	100,6
7 Campania	24,0	-1,1	0,3	31,9
8 Liguria	20,3	-4,3	0,2	50,0
9 Abruzzo	15,4	462,2	0,2	386,3
10 Marche	14,6	-0,8	0,2	14,1
Altre regioni	41,8	-6,4	0,5	72,5

Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Anche nella graduatoria delle prime 7 province (che assieme realizzano il 92,8% dell'export O-A-G) compaiono gli stessi distretti presenti a consuntivo 2022, con due soli cambi di posizione: Milano ha scavalcato di pochissimo Alessandria al terzo posto; Torino è scesa al settimo (era quinta), superata da Firenze e Treviso. Le prime 20 province coprono addirittura il 98,4% del totale.

² Si ricorda che a livello territoriale i dati di import/export – diffusi da Istat con cadenza trimestrale – 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 differiscono, per questo motivo, da quelli nazionali – diffusi invece da Istat con cadenza mensile – elaborati sempre dal Centro Studi di Confindustria Moda per Federorafi: diversa è infatti la selezione delle voci merceologiche analizzate. 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.

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

Arezzo – che guida la graduatoria provinciale con 2,42 miliardi di euro nei primi 9 mesi (+4,1%, pari al 29% circa del totale nazionale – e Firenze (483 milioni, +36,7%) sono le due toscane.

Vicenza – seconda con 1,58 miliardi di euro (18,8% dell’export O-A-G), in leggero aumento (+2,7%) – e Treviso (con 239,6 milioni, in calo del -6,5%), sono le due venete.

Alessandria, quarta con 1,42 miliardi di euro (+9,4%), e Torino (scesa a 232,5 milioni, praticamente dimezzando l’export rispetto ad un anno addietro, -47,8%, in seguito al crollo dei flussi verso la Svizzera, -68,7%), quelle piemontesi.

La Lombardia conta invece, tra le 7 principali province esportatrici italiane, una sola presenza: quella di Milano, balzata al terzo posto (con 1,42 miliardi di euro e un’incidenza attorno al 17% del totale) in virtù del ruolo crescente nelle dinamiche logistiche-distributive settoriali. In particolare, da qui partono – analogamente ad altri comparti della moda italiana (calzaturiero e pelletteria, ad esempio) – molti dei flussi di beni O-A-G diretti in Svizzera, hub distributivo delle multinazionali del lusso, benché spesso siano prodotti in altre province. Nei primi 9 mesi 2023 l’export O-A-G di Milano è cresciuto del +70%, più che quadruplicando (+365,7%) i flussi diretti in Svizzera. Di queste “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 dei dati.

**Tabella 7 – Esportazioni del settore orafa-argentiero-gioielliero per provincia (Top20):
primi 9 mesi 2023**

	Gen-Set 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	quota 2023 (%)	Var.% 23/19
Totale EXPORT ITALIA	8.394,8	11,0	100,0	52,9
di cui da:				
1 Arezzo	2.418,1	4,1	28,8	55,1
2 Vicenza	1.576,7	2,7	18,8	56,6
3 Milano	1.422,7	70,0	16,9	151,1
4 Alessandria	1.421,4	9,4	16,9	-12,4
5 Firenze	483,1	36,7	5,8	323,8
6 Treviso	239,6	-6,5	2,9	65,7
7 Torino	232,5	-47,8	2,8	84,9
8 Varese	113,7	83,7	1,4	143,3
9 Padova	76,4	15,6	0,9	79,1
10 Roma	72,8	2,0	0,9	60,9
11 Lecco	59,5	9,2	0,7	34,7
12 Venezia	22,6	-25,2	0,3	25,2
13 Bologna	20,2	13,2	0,2	183,1
14 Genova	18,6	-1,4	0,2	58,6
15 Brescia	17,2	22,1	0,2	141,3
16 Napoli	16,2	-8,0	0,2	9,0
17 Como	15,6	50,1	0,2	334,7
18 Rovigo	11,8	30,9	0,1	397,8
19 Pisa	11,7	-38,7	0,1	127,0
20 Piacenza	11,5	37,5	0,1	283,3
Altre province	132,9	12,3	1,6	35,1

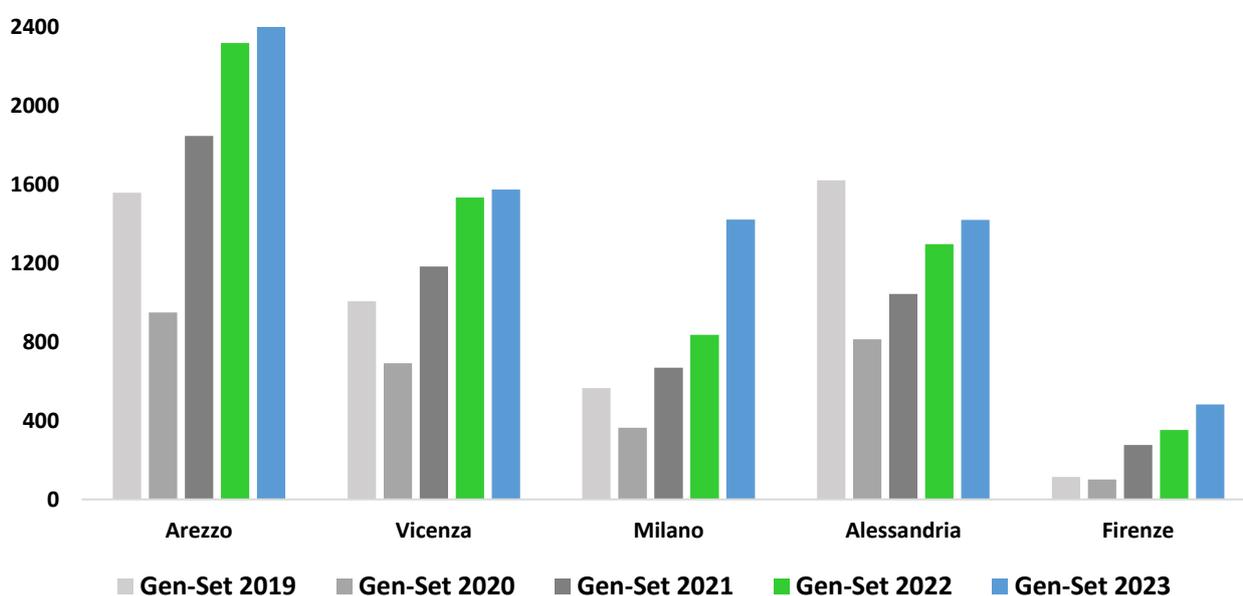
Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Tutte le province della top20 risultano abbondantemente sopra i livelli dei primi 9 mesi 2019 pre-Covid, con l'unica eccezione di Alessandria, che presenta ancora un gap del -12,4% rispetto ai valori di allora.

Milano, per le ragioni più sopra citate, è la provincia con l'espansione maggiore in termini assoluti sul 2022 (i flussi attuali verso l'estero superano di oltre 585 milioni di euro quelli di gennaio-settembre di un anno prima). Arezzo e di nuovo Milano sono quelle con la crescita maggiore nel raffronto col 2019 pre-pandemia (+860 milioni circa per entrambe).

Firenze, tra le principali, è invece quella che evidenzia l'incremento più elevato dell'export, dal 2019 ad oggi, in termini percentuali (+324%). Sia per Milano che per Firenze le leve di questi aumenti sono i flussi verso la Svizzera, cresciuti dal 2019 del +465% per Milano e di ben il +1098% per Firenze.

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



Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Passando all'esame dei paesi partner 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 21,2% delle esportazioni O-A-G provinciali), apparsi in controtendenza (-6,6% su gennaio-settembre 2022). La Turchia, grazie a un +57,4%, è risultato il secondo mercato nel periodo analizzato, precedendo gli USA, che registrano un +14,3%, e Hong Kong, crocevia per la moda e il lusso in Asia, che malgrado un +21,6% resta tuttora al di sotto del -21,7% su gennaio-settembre 2019. La Francia, quinta e in lieve contrazione (-2,4%), è il primo sbocco UE del distretto. In forte calo il Sud Africa, -61,3%, sceso in decima posizione (era settimo a consuntivo 2022).

Per Vicenza, invece, la prima nazione sono gli Stati Uniti (in flessione del -4,8%), che assorbono poco più di 1/5 dei flussi in uscita; seguono in graduatoria gli Emirati Arabi (+3%) e il Sud Africa (in arretramento del -18,5%). Analogamente ai flussi aretini, impennata delle esportazioni verso la Turchia (+57,2% rispetto ad un anno addietro), che precede la Romania (quinta, +32,7%), che ha scavalcato Hong Kong (+8,8%). Prosegue l'aumento in Messico, settimo (+29,8%).

L'export di Alessandria si concentra per quasi 1/3 in Irlanda – hub logistico-commerciale del settore per questa provincia, di recente avvio – che dopo i ritmi molto sostenuti del 2020 e 2021 e il consolidamento del 2022 (+5%) torna a crescere a due cifre (+23,3%). La Francia, secondo cliente, mostra un -9,7% (unico segno negativo tra le prime 5 destinazioni); trend favorevoli per Svizzera (+8,2%), USA (+13,8%) e Hong Kong (+6,4%), che la seguono in graduatoria.

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-settembre 2023**

	Gen-Set 2023 Mln. euro	Var.% 23/22	quota 2023 (%)	Var.% 23/19
AREZZO	2.418,1	4,1	100,0	55,1
principali destinazioni:				
1 Emirati Arabi Uniti	513,8	-6,6	21,2	23,6
2 Turchia	428,7	57,4	17,7	204,1
3 Stati Uniti	320,4	14,3	13,2	137,4
4 Hong Kong	183,6	21,6	7,6	-21,7
5 Francia	165,9	-2,4	6,9	70,0
Altri mercati	805,7	-10,3	33,3	50,5
VICENZA	1.576,7	2,7	100,0	56,6
principali destinazioni:				
1 Stati Uniti	344,1	-4,8	21,8	90,6
2 Emirati Arabi Uniti	226,8	3,0	14,4	69,9
3 Sud Africa	87,2	-18,5	5,5	68,2
4 Turchia	86,5	57,2	5,5	211,8
5 Romania	82,9	32,7	5,3	67,9
Altri mercati	749,2	2,7	47,5	32,8
ALESSANDRIA	1.421,4	9,4	100,0	-12,4
principali destinazioni:				
1 Irlanda	465,0	23,3	32,7	9621,2
2 Francia	212,8	-9,7	15,0	-47,6
3 Svizzera	145,8	8,2	10,3	-76,3
4 Stati Uniti	144,5	13,8	10,2	-22,3
5 Hong Kong	114,3	6,4	8,0	-4,9
Altri mercati	338,9	7,0	23,8	16,7
MILANO	1.422,7	70,0	100,0	151,1
principali destinazioni:				
1 Svizzera	510,1	365,7	35,9	464,7
2 Francia	346,3	66,0	24,3	393,2
3 Stati Uniti	105,9	-4,7	7,4	46,8
4 Hong Kong	49,1	65,5	3,5	5,6
5 Germania	40,2	15,3	2,8	7,5
Altri mercati	371,1	8,1	26,1	48,4
NAPOLI+CASERTA	23,1	-1,5	100,0	30,2
principali destinazioni:				
1 Stati Uniti	6,9	2,3	29,9	50,6
2 Emirati Arabi Uniti	2,0	106,5	8,8	126,8
3 Hong Kong	1,7	-32,1	7,4	-27,0
4 Giappone	1,3	-10,2	5,8	-16,3
5 Francia	1,2	-34,9	5,2	67,6
Altri mercati	9,9	0,5	42,8	30,6

Fonte: Confindustria Moda su dati ISTAT

Come anticipato, Milano presenta l'impennata dei flussi verso la Svizzera (+365,7%, a 510,1 milioni di euro), che diventa la prima destinazione assorbendo oltre 1/3 delle vendite estere della provincia. La Francia, altro tradizionale partner commerciale legato ai flussi delle multinazionali del lusso, mostra un +66%. Gli USA, terzo mercato, seguono a notevole distanza (106 milioni di euro nei primi 9 mesi, pari al 7,4% dell'export provinciale del periodo analizzato), evidenziando un decremento del -4,7%. Quarta posizione per Hong Kong, in sensibile miglioramento sul 2022 (+65,5%), seguito dalla Germania (+15,3%). Ragguardevole il balzo della Sud Corea, +250%, ora settima.

Il distretto che coinvolge Napoli e Caserta, infine, importante dal punto di vista produttivo benché le due province siano solo al 16° e al 23° posto nella graduatoria territoriale dell'export, dopo una buona partenza nei primi 3 mesi dell'anno (+16,4% tendenziale, considerando le due province assieme) ha subito nel secondo e terzo trimestre un'inversione di tendenza (-6,1% e -11,5%).

Tra i mercati esteri di sbocco primeggiano gli USA (+2,3% nei primi 9 mesi 2023 ma in netto rallentamento nella terza frazione, -32%), dove è diretto quasi il 30% dei flussi esteri distrettuali. Al secondo posto gli Emirati Arabi, in forte crescita (+106,5%), che precedono due paesi dell'Estremo Oriente (Hong Kong e Giappone) che dopo il marcato recupero del 2022, quando a consuntivo registravano aumenti superiori al +30%, nei primi 9 mesi 2023 risultano in frenata (-32,1% e -10,2% rispettivamente), restando decisamente al di sotto dei livelli 2019. Anche la Francia, quinto cliente, accusa una battuta d'arresto (-34,9%).

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 ottobre 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 dicembre 2023, all'indice mensile Istat della produzione industriale e alle elaborazioni di Infocamere-Movimprese.

Istat ha rilasciato, in data 16/11/2023, le cifre definitive revisionate relative all'Anno 2022, utilizzate nella stesura di questo documento; quelle 2023 sono invece provvisorie. A settembre 2023 Istat ha inoltre operato una rettifica nei dati di import del mese di marzo 2023, anch'essa qui considerata.

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.