



Settore ancora in salute Otto miliardi di export in 9 mesi

• **Crescita (+11,3%) nonostante il calo del terzo trimestre E Lucchetta (Confindustria Vicenza): «Anche il nostro distretto tira»**

Nove mesi di crescita, sia dell'export che dei fatturati. Sono certamente un'ottima premessa per l'apertura di Vicenzaoro i dati elaborati dal centro studi di Confindustria Moda e diffusi da Federorafi, che vedono le esportazioni gennaio-settembre 2023 superare gli 8 miliardi (+11,3%) e mantenersi positivi, nonostante il rallentamento nel terzo trimestre, ampiamente previsto (+4,2% rispetto al 13,7% del secondo trimestre e al 16,2% del primo). I mercati principali si confermano la Svizzera (15% del totale, con un +31,2% sullo stesso periodo del 2022), Stati Uniti (13,4%, +5,3%) e Francia (10,2% e +15,8%). Frenano invece Germania, Regno Unito, Sud Africa, Canada mentre continua l'emorragia verso Russia e Ucraina (-24,6%). Nello stesso periodo è poi cresciuto dell'8,1% il dato cumulato del fatturato delle imprese, sempre con un progressivo ridimensionamento, mentre la produttività ha subito un lieve calo (-1,8%) e l'occupazione ha registrato 1.336 addetti in più da dicembre 2022 (+4,1%). La maggior parte dell'export è concentrata nei tre principali distretti, Vicenza, Arezzo e Valenza e su quello "di casa" si focalizza Massimo Lucchetta, presidente degli orafi

di Confindustria Vicenza.

Vicenza tira

«Il distretto vicentino sta bene – afferma – e secondo i dati di Intesa Sanpaolo nei primi 9 mesi ha realizzato 1,6 miliardi di export, +2,7% rispetto allo stesso periodo del 2022. Il primo trimestre è stato più sfolgorante, mentre quelli successivi un po' meno, ma è comunque stato un 2023 buono. Il rallentamento verso fine anno è stato a macchia di leopardo, ma bisogna considerare che prima si correva tanto. Il settore, insomma, è ancora in salute». La frenata è stata, appunto, non generalizzata. «Questo può dipendere dalla tipologia di cliente, di prodotto, o dal fatto di aver magari puntato su un paese in difficoltà – analizza Lucchetta –. Poi c'è chi ha rallentato, ma prima stava correndo anche troppo, e quindi va bene così». Per quanto riguarda i mercati le prime posizioni non sono in discussione. «Gli Usa restano il primo mercato, nonostante un lieve calo (-4,8%), mentre sono aumentati gli Emirati Arabi Uniti (+3%), Hong Kong (+8,8%) e soprattutto la Turchia (+57,2%), che è un mercato di passaggio».

L'oro

Tra le problematiche che il settore ha dovuto affrontare negli ultimi mesi c'è anche l'impennata del prezzo dell'oro, arrivato ormai quasi stabilmente attorno ai 60 euro al grammo. «Il prezzo alto, chiaramente, non aiuta – afferma l'imprenditore – perché in un momento di margini già risicati il costo finale dei gioielli aumenta e mette in difficoltà la fascia media

della clientela, il cui potere di spesa risente anche dell'inflazione. Quello che ho notato negli anni, però, è che se il prezzo, come auspichiamo, si stabilizza, anche in alto, a un certo punto viene "soma-tizzato". La cosa peggiore, che blocca il settore, è la volatilità».

Cantiere

I lavori della fiera non lo spaventano, anche se gli anni di cantiere saranno impegnativi. «Era ora di eliminare la piramide. La preoccupazione è che ci saranno in contemporanea i lavori della fiera e quelli della Tav, che creeranno disagi. Dopo, però, avremo un quartiere degno della prima fiera al mondo e sarà più semplice per i clienti arrivare». Sensazioni per Vicenzaoro? «Le aspettative sono buone, tanti clienti stanno confermando la propria presenza e hanno preso appuntamento, quindi è un ottimo segnale».



Primi tre mesi sfolgoranti, poi si è proseguito in tono minore, ma è stato un anno buono

Massimo Lucchetta
Presidente orafi
Confindustria
Vicenza



Gioielleria Secondo i dati di Federorafi l'export ha superato gli 8 miliardi in 9 mesi (+11,3%)