

# affaritaliani.it

Il primo quotidiano digitale, dal 1996

**CULTURE**

Platea, a Lodi il vento dell'Adda e l'arte di Mariateresa Sartori

**SPETTACOLI**

Sanremo, Alfa: "Da ligure A" un sogno che si realizza e un onore"

**SPETTACOLI**

Sanremo, The Kolors: Viviamo il palco con piA' consapevolezza

**POLITICA**

Iran, i funerali dei Guardiani delle rivoluzioni uccisi in raid

**NOTIZIARIO**
[torna alla lista](#)


22 gennaio 2024 - 10:48

## Gioielleria: Federorafi, 'fatturato ed export ancora positivi, ma aumenta la frenata'

Milano, 22 gen. (Adnkronos) - Sulla base dell'indagine congiunturale tra le aziende associate effettuata per Confindustria Federorafi dal centro studi di **Confindustria Moda**, 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 una importante frenata sebbene con fatturato ancora in positivo (+5,9%). 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%. 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%. 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%. I dati Istat sulla produttività dei primi 9 mesi segnalano un dato in negativo (-1,8%) rispetto allo stesso periodo del 2022 mentre sono confortanti quelli sull'occupazione che mantiene il trend positivo con un +4,1%, ovvero 1.336 addetti in più dal dicembre 2022. Sul fronte delle esportazioni, le elaborazioni sui dati Istat relativi ai primi 9 mesi del 2023 segnano un +11,3% oltrepassando la soglia degli 8 miliardi di euro, in calo rispetto al dato semestrale a causa del peggioramento delle performance del terzo trimestre 2023 (+4,2% rispetto al 13,7% del secondo trimestre ed al 16,2 del primo trimestre). I principali mercati di destinazione si confermano la Svizzera, gli USA e la Francia. Frenano la Germania, il Regno Unito, il Sud Africa e il Canada e continua l'emorragia verso la Russia e l'Ucraina (-24,6%). Arezzo, Vicenza e Alessandria con Milano sono i poli dove si concentrano i maggiori flussi in esportazione. "Le elaborazioni ci danno un

quadro riferito al 2023 di sostanziale buona tenuta del comparto -afferma Claudia Piaserico, presidente di Confindustria Federoraf- anche se, nelle valutazioni, dobbiamo tenere presente le quotazioni delle materie prime che nei mesi esaminati si sono mantenute a livelli più elevati rispetto all'identico periodo del 2022. Occorre infatti ricordare come il trend di oro, argento, platino e palladio, soprattutto in presenza di andamenti irregolari, possono destabilizzare il comparto, condizionando ad esempio le conferme d'ordine. Se a questa specifica caratteristica settoriale aggiungiamo il protrarsi della guerra Russo-Ucraina, la crisi mediorientale che vede coinvolto un Paese (Israele) molto presente nel sistema di approvvigionamento e di distribuzione del prodotto prezioso, nonché il difficile momento di alcune economie, come quella tedesca e le prossime presidenziali in Usa, il quadro prospettico dell'anno appena incominciato non si presenta sotto i migliori auspici. Molto confortante è sicuramente il dato sul buon andamento dell'occupazione che conferma la corretta visione strategica del Consiglio Federoraf che da oltre due anni ha investito tempo e risorse sulla formazione e sull'orientamento a partire dall'operazione con il portale Skuola.net". Per il 2024, prosegue la presidente di Confindustria Federoraf, "confidiamo, come sempre, sulle consolidate capacità dei nostri imprenditori di far fronte ai mutamenti del mercato anche anticipando le attese dei consumatori come è avvenuto con la sostenibilità dove le aziende italiane sono all'avanguardia a livello mondiale e, nonostante ciò, continuano ad investire su questo fronte anche grazie agli strumenti che la nostra federazione ha messo a disposizione come il recente corso di formazione sulle certificazioni Rjc". "A breve inoltre partirà la campagna di comunicazione istituzionale internazionale che stiamo mettendo a punto con Ice che darà ulteriore boost alle leve commerciali/promozionali già ben collaudate come quelle riguardanti gli accordi con la Gdo (oltre 500 aziende coinvolte), gli incoming selettivi presso le fiere italiane, la partecipazione ad alcune rilevanti fiere extra-Ue e l'avvio di uno studio comparato sulla distribuzione del prodotto orafico in 5 Paesi europei che ci fornirà nuovi elementi di analisi per provare a sviluppare un migliore modello di commercializzazione del gioiello made in Italy. La manifestazione Vicenzaoro January 2024 -conclude- è quindi il primo importante test".



## aiTV



**Ponza, disposto il fermo della Quirino: non sono navi ma pericolose carrette**

