

Federorafi cresce nell'export (+70,6%)

Secondo quanto comunicato dall'ente dopo un'indagine Istat, nel periodo da gennaio a settembre del 2021 il comparto ha registrato esportazioni per 5,58 miliardi di euro, con un aumento di 2,3 miliardi di euro rispetto al corrispondente periodo del 2020. Un sorpasso da più di cinque miliardi. Questo il risultato di una ricerca del Centro studi di **Confindustria moda** su dati Istat per Federorafi, che testimonia come il comparto orafa, nelle esportazioni verso l'estero, abbia superato il 2020 nei mesi da gennaio a settembre 2021. Nel dettaglio, nel periodo preso



in analisi l'export del settore orafa-argentiero-gioielliero ha registrato nei primi nove mesi del 2021 un incremento del +70,6% per un totale di 5,57 miliardi di euro. In termini assoluti, l'export dei primi nove mesi del 2021 supera di oltre 2,3 miliardi di euro il periodo gennaio-settembre 2020. Mentre per quello che riguarda il periodo pre-pandemico, a confronto con il gennaio-settembre 2019, l'export guadagna quasi 506 milioni (+10,0%). Del resto, le vendite estere del solo mese di settembre eccedono del +42,1%, ovvero 224,8 milioni di euro, quelle del settembre 2019. A livello geografico, nei primi nove mesi del 2021 gli Stati Uniti mantengono il primato con un aumento del +93,6% rispetto al medesimo periodo del 2020, raggiungendo così un'incidenza del 15,7% sul totale. Al secondo posto, la Svizzera è cresciuta del +62,2%, mentre in terza posizione gli Emirati Arabi del +135,5%. Guadagna la quarta posizione la Francia, interessata da un aumento del +44,1%. Nel periodo in esame salgono del +40,9% anche le vendite dirette ad Hong Kong, sesta destinazione, mentre la Cina sperimenta una variazione del +208,9%. Di contro, nell'ambito dei top market, restano riflessive nel cumulato a nove mesi le esportazioni in Regno Unito. Nel caso del Giappone, che nel primo semestre del 2021 aveva ceduto il -6,4%, si rileva un'inversione di tendenza che vede l'export aumentare del +5,0% nei nove mesi, grazie in particolare ad una dinamica del +31,4% registrata nel corso del terzo trimestre rispetto al medesimo periodo del 2020. Anche in riferimento ai dati pre-Covid, il trend risulta positivo su diversi mercati di interesse anche rispetto allo stesso periodo con particolare riferimento agli USA (+64,6%) e agli EAU (+7,9%) mentre sono ancora sotto i livelli 2019 la Svizzera, la Francia e Hong Kong. Infine, la dinamica distrettuale è lo specchio di quella nazionale con buone performances da Arezzo e da Vicenza con riferimento soprattutto all'area degli Emirati Arabi Uniti e agli Stati Uniti, mentre Valenza non ha ancora recuperato il gap sul 2019 (-36,2%). Claudia Piaserico, presidente di Federorafi, ha spiegato: «I dati elaborati dal nostro Centro studi mi inducono ad essere sicuramente ottimista anche sulla chiusura del 2021 ma decisamente cauta per il 2022. La recrudescenza pandemica con il ripristino delle restrizioni nazionali ed internazionali, che ha portato ad esempio allo slittamento a marzo di VicenzaOro January (vedere MFF del 30/12/2021), nonché il fortissimo incremento dei costi delle commodities. Anche l'incertezza sulla stabilità delle quotazioni delle materie prime preziose, in uno scenario di crescita dell'inflazione, andrà a ripercuotersi sulle performance delle aziende manifatturiere orafe». «Stiamo infatti elaborando, anche all'interno di **Confindustria moda**, una strategia unica di approccio al sistema della formazione tecnico-professionale a tutti i livelli. Con Maeci e Ice tra qualche settimana lanceremo un innovativo progetto di promozione commerciale in Usa oltre al proseguimento delle iniziative con la GdO per l'area asiatica», ha precisato Piaserico, «focus sul Giappone per accordi con la locale GdO e sulla Cina, anche rispetto ad Hong Kong, per una prima azione settoriale nell'ambito delle-commerce senza dimenticare la possibilità di una presenza fisica come è avvenuto in questi ultimi 4 anni con la partecipazione di Federorafi al China International Import Expo di Shanghai. Siamo infine aprendo un nuovo fronte di promozione verso la Russia». (riproduzione riservata)