

COMUNICATO STAMPA

Presentata la sesta edizione dell'Inchiesta congiunturale Club degli Orazi Italia - Intesa Sanpaolo

- Il Club degli Orazi Italia e Intesa Sanpaolo hanno realizzato la sesta edizione dell'inchiesta congiunturale presso le più importanti aziende dell'industria orafa italiana, che completa e integra i risultati quantitativi sul settore e offre una view aggiornata sul sentiment degli operatori.
- Questa rilevazione è stata integrata anche con un questionario aggiuntivo dedicato al tema della sostenibilità per approfondire le misure attuate dalle aziende per promuovere le azioni ESG, garantire la tracciabilità delle materie prime e migliorare l'impatto ambientale e sociale delle loro attività.
- Complessivamente gli operatori hanno confermato le attese sul 2024: un terzo dei rispondenti prevede un aumento del fatturato (era il 28% nella rilevazione di dicembre). Queste evidenze risultano coerenti con la variazione dell'indice ISTAT di fatturato che nel primo semestre ha mostrato un incremento del 4%, in controtendenza rispetto al sistema moda che sconta una riduzione del -8%.
- Restano positive anche le prospettive per investire con il 29% del campione che dichiara investimenti in crescita rispetto al 2023. Si riducono i timori legati al costo del debito e al costo dell'energia, per effetto dell'introduzione di politiche monetarie più accomodanti e del progressivo rientro dei costi energetici.
- Gli investimenti risultano necessari per affrontare il contesto competitivo (indicato come fattore di spinta dal 42% del campione) e per cogliere l'evoluzione della domanda.
- Le imprese mostrano una buona attenzione verso i temi legati alla sostenibilità con un mix articolato di misure adottate che cresce con le dimensioni aziendali. La pratica più diffusa risulta la raccolta differenziata che interessa la quasi totalità del campione (77% per le imprese produttive, 95% delle imprese del commercio). Tra le imprese produttive è buona l'attenzione verso la riduzione degli imballaggi (59%) e di materiali pericolosi (55%) e alta la presenza di certificazioni specifiche (55%) tra le quali la più diffusa è la certificazione RJC. Tra le imprese del commercio più della metà del campione dichiara la presenza di misure per la riduzione del consumo di carta (57%) e per l'utilizzo di packaging sostenibile (52%).
- Più della metà del campione (57%) dichiara che i propri clienti hanno mostrato una crescita dell'interesse verso i temi della sostenibilità dopo il 2019. La sensibilità verso questi temi risulta particolarmente alta tra i giovani (76%).
- Sostenibilità non è solo ESG, ma anche uno strumento per innalzare la competitività delle imprese. Non è un caso che le imprese con certificazioni RJC siano più dinamiche e redditizie.

Vicenza, 6 Settembre 2024 – È stata presentata oggi, in un incontro ospitato da VicenzaOro, la sesta edizione dell'inchiesta congiunturale realizzata dal Club degli Orazi Italia, in collaborazione con il Research Department di Intesa Sanpaolo. I risultati dell'inchiesta offrono una visione aggiornata e originale degli operatori e permettono di integrare e completare le statistiche ufficiali del settore. Inoltre, questa edizione è stata integrata anche con un questionario aggiuntivo dedicato al tema della sostenibilità per approfondire le misure attuate dalle aziende per promuovere le azioni ESG, garantire la tracciabilità delle materie prime e migliorare l'impatto ambientale e sociale delle loro attività.

L'indagine congiunturale è stata realizzata tra maggio e giugno con l'obiettivo di raccogliere le attese sul 2024 in termini di fatturato, investimenti e di approfondire le sfide competitive che il comparto sta affrontando. Le

attese degli operatori confermano una tenuta del settore dopo i brillanti risultati dell'ultimo biennio: un terzo dei rispondenti prevede un incremento del fatturato (era il 28% nella rilevazione di fine 2023) con percentuali sostanzialmente allineate per classi dimensionali. Queste valutazioni risultano compatibili con i dati di sistema che nel primo semestre mostrano un andamento dell'indice di fatturato in crescita del +4,0% a prezzi correnti, in controtendenza rispetto al calo del sistema moda (-8,4%) e del manifatturiero (-3,4%).

L'elemento trainante resta la competitività sui mercati internazionali con crescite delle esportazioni particolarmente rilevanti: nel periodo gennaio-maggio il comparto ha raggiunto i 6,6 miliardi di euro di esportazioni di gioielli in preziosi, in crescita del +63,3% in valore e del 15,6% in quantità. Il mercato che spiega buona parte di questi incrementi è la Turchia (compresa bigiotteria e argenteria) dove l'export complessivamente è stato pari a 2,6 miliardi di euro. Questo risultato, oltre a riflettere il rafforzamento del ruolo di hub di questo mercato, può essere anche stato causato dal tentativo di contrastare gli effetti dell'elevata inflazione del Paese attraverso l'acquisto di oro.

La necessità di rispondere all'evoluzione della domanda e al mutamento del contesto competitivo risulta il traino alle scelte di investimento delle imprese: il 29% del campione ha indicato un valore degli investimenti in crescita rispetto all'anno precedente con punte del 42% tra le imprese più grandi. Per le aziende produttive rileva anche la necessità di introdurre nuova tecnologia (indicata dal 27% dei rispondenti), mentre le imprese commerciali sono spinte a investire dalla volontà di rafforzare la propria immagine (56%). Le prospettive per investire restano positive, grazie anche a condizioni monetarie che stanno divenendo maggiormente accomodanti.

Le imprese mostrano una buona attenzione verso i temi legati alla sostenibilità con un mix articolato di misure adottate che cresce con le dimensioni aziendali. La pratica più diffusa si conferma la raccolta differenziata che interessa la quasi totalità del campione (77% per le imprese produttive, 95% delle imprese del commercio). Per le imprese produttive è buona l'attenzione verso la riduzione degli imballaggi (59%) e di materiali pericolosi (55%) ed è alta la presenza di certificazioni specifiche (55%) tra le quali la più diffusa è la certificazione RJC. Nel commercio più della metà del campione dichiara la presenza di misure per la riduzione del consumo di carta (57%) e per l'utilizzo di packaging sostenibile (52%). Più della metà delle imprese del campione (57%) dichiara che i propri clienti hanno mostrato una crescita dell'interesse verso i temi della sostenibilità dopo il 2019. Tuttavia, la sensibilità verso questi temi, pur risultando particolarmente alta tra i giovani (76%), in generale non è ancora abbastanza sviluppata nella clientela (lo dichiara il 62% delle imprese). La percezione della sostenibilità varia poi da azienda ad azienda: una buona quota pensa che sia strategica per innalzare la competitività (il 50% di quelle orafe di produzione), un'altra parte crede che sia un costo aggiuntivo (32% sempre tra le imprese produttive). Da una nostra analisi dei dati di bilancio emergono in maniera chiara i ritorni per chi possiede certificazioni RJC: le imprese certificate evidenziano una miglior dinamica di crescita del fatturato (variazione mediana del fatturato tra 2022 e 2019 del 45% verso il 19% per il resto del campione), una redditività maggiore (differenza di circa 4 punti percentuali in termini di Ebitda margin), ma anche una produttività più elevata misurata in termini di valore aggiunto per addetto (68,8 migliaia di euro verso 43,7). Inoltre, il differenziale di redditività e produttività si è ampliato tra il 2019 e il 2022.

Cristina Squarcialupi, *Presidente del Club degli Orazi Italia* "L'indagine del sentiment degli imprenditori svolta tra giugno e luglio 2024 evidenzia come il settore continui a reggere bene, con un terzo dei rispondenti che si aspetta un'ulteriore crescita del fatturato rispetto all'anno precedente, nonostante la complessità dello scenario globale. Ci aspettiamo, per la seconda metà dell'anno, un atteggiamento forse più cauto ma senza drastici cambi di rotta. Il vero nodo resta il timore per un possibile calo della domanda, preoccupazione condivisa dai due terzi degli imprenditori. Interessante notare come, nonostante il prezzo dell'oro sia elevato e in continua crescita, questo non sembri spaventare particolarmente gli operatori. La propensione all'investimento rimane solida, soprattutto tra le aziende di grandi dimensioni, ma anche le realtà più piccole dimostrano una certa volontà di crescere in tal senso. La spinta è principalmente dettata dall'evoluzione della domanda, dalla pressione competitiva e dalla necessità di rafforzare la propria immagine. Per questa edizione abbiamo voluto mettere sotto i riflettori il tema della sostenibilità, chiedendo agli imprenditori la loro percezione sul tema. Non

sorprende che le aziende medio-grandi si sentano più coinvolte, con un numero medio di misure sostenibili adottate superiore a quello delle micro-piccole. Tuttavia, è preoccupante come molte aziende considerino ancora la sostenibilità un costo extra, e come la formazione su questo tema sia carente. Questo dimostra quanto sia fondamentale continuare a lavorare sulla comunicazione per far comprendere a tutta la catena del valore come la sostenibilità non sia solo una scelta etica, ma anche una strategia che porta a risultati positivi concreti. Per diffondere più ampiamente le pratiche ESG è essenziale però affrontare a livello sistemico la mancanza di standard, la mancanza di competenze e la complessità delle supply-chain. Solo così si potrà coinvolgere l'intera filiera e arrivare in modo positivo al cliente finale, che dimostra una crescente attenzione verso questi temi.

Sara Giusti, *Economista Research Department Intesa Sanpaolo* “Nell'anno in corso sta proseguendo il buon andamento del settore orafo italiano già rilevato negli anni precedenti: nel primo semestre del 2024 la crescita del fatturato si è attestata al 4,0% in controtendenza rispetto al sistema moda (-8,4%) e al manifatturiero italiano (-3,4%). Ancora una volta l'oreficeria italiana è stata premiata dalla sua alta competitività sui mercati esteri: con 6,6 miliardi di euro nel periodo gennaio-maggio l'export è cresciuto del +63,3% in valore e del 15,6% in quantità, supportato anche da fattori contingenti e probabilmente temporanei (come il balzo degli invii in Turchia). In prospettiva, pur in un contesto complesso e di elevata incertezza, il settore dovrebbe trarre beneficio dal progressivo rientro dell'inflazione, dal calo dei prezzi delle materie prime energetiche e dall'introduzione di politiche monetarie meno restrittive già avviate nell'area euro. Le imprese orafe sono pronte a cogliere le opportunità offerte dal mercato, anche attraverso più investimenti, diretti a introdurre tecnologia in azienda, rafforzare l'immagine aziendale, puntare sulla sostenibilità, con ritorni importanti in termini di competitività.”

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Intesa Sanpaolo - stampa@intesasampaolo.com

Club degli Orafi Italia – info@clubdegliorafi.org