



**INDAGINE CONGIUNTURALE E STRUTTURALE SULLE IMPRESE
DEL COMPARTO ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERO IN ITALIA
E I SUOI PRINCIPALI DISTRETTI:
SCENARIO COMPETITIVO E IMPEGNO ESG**

2 settembre 2025



AREA STUDI
MEDIOBANCA

INDICE

Premessa

1. **Il comparto orafo-argentiero-gioielliero in Italia**
2. **I risultati dell'indagine congiunturale e strutturale dell'Area Studi Mediobanca con focus sulle tematiche ESG**
3. **Un confronto con gli altri settori manifatturieri del IV Capitalismo**



PREMESSA

L'industria orafa-argentera-gioielliera rappresenta uno dei comparti manifatturieri più rappresentativi del made in Italy, con una filiera altamente specializzata che integra tradizione artigianale, innovazione tecnologica e capacità produttiva. Il settore si articola in distretti industriali consolidati, tra cui spiccano Arezzo, Vicenza e Valenza (Al), che costituiscono poli di riferimento a livello europeo per la lavorazione di oro, argento, pietre preziose, coralli, cammei e materiali innovativi.

Nel gennaio 2025, l'Area Studi Mediobanca ha pubblicato la prima edizione dell'indagine sul settore oraf-argentiero-gioielliero in Italia*. Per arricchire questo studio, **a pochi giorni dall'apertura della manifestazione internazionale di Vicenzaoro (5 – 9 settembre 2025), l'Area Studi Mediobanca ha elaborato informazioni di tipo congiunturale, previsionale e strutturale sul settore**, raccolte attraverso un'indagine somministrata tra la metà di marzo e la fine di giugno. Il panel osservato **comprende le società di capitali con fatturato superiore ai 5 milioni di euro** e i risultati ottenuti sono stati analizzati sia a livello complessivo del comparto, sia – laddove possibile – con riferimento ai tre distretti produttivi sopra menzionati.

Ulteriori spunti e approfondimenti sono stati ricavati attraverso le analisi del **Centro Studi di Confindustria FEDERORAFI** e l'interrogazione delle banche dati di **Infocamere, ITC – International Trade Centre** e **Istat**.

1 - IL COMPARTO ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERO IN ITALIA*



* Questa sezione contiene anche le elaborazioni del Centro Studi di Confindustria FEDERORAFI

NUMERI CHIAVE DEL COMPARTO ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERO

€12,7mld

FATTURATO AGGREGATO 2024



22 anni

ETÀ MEDIA DELLE SOCIETÀ DI CAPITALI ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERE

- ◆ **Nel 2024 il settore orafino-argentario-gioielliero ha registrato un fatturato complessivo pari a 12,7 miliardi di euro**, con una crescita del +6,1% rispetto al 2023 che aveva chiuso con poco meno di 12 miliardi. Il tasso di propensione all'export del comparto supera il 90%*
- ◆ Considerando le sole società di capitali, nel 2023 il numero delle aziende attive è stato pari a poco meno di 1.850 unità. Nel 2024 esso è salito a circa 1.870 (+1,1%) e nel primo e secondo trimestre 2025 si è mantenuto pressoché stabile. Oltre la metà ha sede nei distretti di Arezzo, Valenza e Vicenza. **L'età media di queste imprese si attesta a 22 anni**, con le vicentine che si caratterizzano per una maggiore anzianità (26) seguite da quelle di Valenza (23) e di Arezzo (22). Le aziende delle aree residuali sono relativamente più giovani (20 anni)**

Numero di imprese orafino-argentario-gioielliere attive; 2023-2025, trimestri**



LE VENDITE OLTRECONFINE DEL SISTEMA ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERO: UN'ANALISI NAZIONALE E...

+41,4%

VARIAZIONE EXPORT DEL SISTEMA ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERO 24/23

- ◆ Nel corso del 2024 le dinamiche del commercio estero del settore orafino-argentario-gioielliero hanno continuato a seguire i trend emersi a partire dall'ultimo trimestre del 2023 e confermati durante tutto il primo semestre del 2024. **L'export ha mantenuto un andamento positivo registrando, a fine anno, una crescita pari al 41,4%**
- ◆ **Nei primi cinque mesi del 2025, l'export ha registrato un calo tendenziale del 15,2% (a/a)**, accentuando la flessione già osservata nel primo trimestre, quando la contrazione era stata del 9,1%. Sul risultato pesa l'arretramento della Turchia, che cede il -42,2%, mentre crescono le vendite estere di periodo dirette negli Emirati Arabi Uniti (+18,5%) e in Svizzera (+15,3%); l'export verso gli USA evidenzia una perdita del 18,9%



-15,2%

VARIAZIONE EXPORT DEL SISTEMA ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERO NEL PERIODO GENNAIO-MAGGIO 2025

Il commercio con l'estero del settore orafino-argentario-gioielliero: export per Paese di destinazione (Top 20, gennaio-maggio 2025)

	Mln. Euro	Var.%	Incidenza %
Mondo	5.880	-15,2	100,0
<i>di cui:</i>			
UE-27 post-Brexit	1.230	-6,2	20,9
Extra UE-27 post-Brexit	4.650	-17,3	79,1
Turchia	1.519	-42,2	25,8
Emirati Arabi Uniti	630	+18,5	10,7
Svizzera	603	+15,3	10,3
Stati Uniti	486	-18,9	8,3
Francia	385	-20,4	6,5
Irlanda	226	-26,8	3,8
Hong Kong	208	-3,7	3,5
Paesi Bassi	114	+62,3	1,9
Germania	112	+7,1	1,9
Regno Unito	106	+27,4	1,8
Panama	103	+23,4	1,7
Messico	96	-3,5	1,6
Spagna	88	+14,1	1,5
Canada	82	+71,8	1,4
Giappone	74	+16,4	1,3
Polonia	73	+44,9	1,2
Romania	73	+6,2	1,2
Cina	68	+20,6	1,2
Malaysia	67	+37,9	1,1
Israele	56	+16,5	1,0

...GLI AGGIORNAMENTI PIÙ RECENTI SUL COMMERCIO INTERNAZIONALE DEI PRINCIPALI DISTRETTI

75%≈

INCIDENZA DELL'EXPORT DEI 3 PRINCIPALI DISTRETTI ORAFI NEL 2024



+5%

VARIAZIONE EXPORT DEL DISTRETTO DI VICENZA NEL PRIMO TRIMESTRE 2025

- ◆ I tre distretti di **Arezzo, Vicenza e Valenza nel 2024 hanno coperto, nel loro insieme, il 75% circa dell'export nazionale**; in particolare, tra il 2023 e il 2024 Arezzo ha messo a segno una variazione delle vendite all'estero del +119,3%; Vicenza ha consuntivato un aumento del +14,9%, mentre Valenza ha ceduto l'1,8%
- ◆ **Nel primo trimestre 2025** (ultimo dato disponibile), **Vicenza ha registrato un aumento delle vendite oltreconfine del 5% rispetto allo stesso periodo del 2024**, mentre Valenza e Arezzo hanno subito una flessione pari, rispettivamente, al 14,4% e al 22,8%

**Il commercio con l'estero dei principali distretti orafi:
export per Paese di destinazione (Top 5, gennaio-marzo 2025)**

	Mln. Euro	Var.%	Incidenza %
AREZZO	1.424	-22,8	100,0
1 Turchia	658	-41,2	46,2
2 Emirati Arabi Uniti	209	+4,6	14,7
3 Stati Uniti	106	-9,1	7,4
4 Francia	76	+20,1	5,3
5 Hong Kong	54	+1,4	3,8
Resto del Mondo	321	+9,3	22,6
VALENZA (ALESSANDRIA)	416	-14,4	100,0
1 Irlanda	136	-25,6	32,7
2 Francia	49	-18,1	11,9
3 Stati Uniti	36	-21,3	8,8
4 Hong Kong	31	-32,2	7,4
5 Cina	25	+86,4	6,1
Resto del Mondo	139	+0,4	33,1
VICENZA	650	+5,0	100,0
1 Stati Uniti	108	+4,5	16,7
2 Emirati Arabi Uniti	99	+16,2	15,2
3 Turchia	41	-47,9	6,2
4 Sud Africa	38	+16,9	5,8
5 Malaysia	36	+40,9	5,6
Resto del Mondo	328	+11,6	50,5

UN PUNTO SUL CAPITALE UMANO

51%

PRESENZA FEMMINILE SUL TOTALE DEGLI OCCUPATI



93%≈

PERSONALE ASSUNTO A TEMPO INDETERMINATO

- ◆ Considerando le sole società di capitali, il numero dei dipendenti nel 2024 è stato pari a poco meno di 19mila unità (+3,2% rispetto al 2023)
- ◆ **La presenza femminile rappresenta il 51% della forza lavoro** con notevoli differenze a seconda del distretto di appartenenza: a Vicenza la quota sale al 63%, a Valenza al 54%, nelle aree residuali al 55%, mentre ad Arezzo prevale la presenza maschile (60% uomini, 40% donne)
- ◆ **Il 93% circa delle risorse è assunto a tempo indeterminato** ed è prevalentemente impiegato con orario pieno di lavoro, senza significative differenze a seconda della localizzazione
- ◆ Guardando al comparto nella sua interezza, la qualifica più diffusa è quella operaia, che rappresenta il 64% della forza lavoro. Seguono le figure impiegatizie, con il 25% degli occupati e gli apprendisti con l'8%, mentre i quadri e dirigenti costituiscono una quota più contenuta, pari al 3%

2 - I RISULTATI DELL'INDAGINE CONGIUNTURALE E STRUTTURALE DELL'AREA STUDI MEDIOBANCA CON FOCUS SULLE TEMATICHE ESG*



* La pag. 16 riporta un'elaborazione del Centro Studi di Confindustria FEDERORAFI relativa all'imposizione dei dazi USA

IDENTIKIT DELLE AZIENDE DEL COMPARTO ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERO MONITORATE DALL'AREA STUDI MEDIUMBANCA

€10,8mld

FATTURATO AGGREGATO 2023



>53%

RAPPRESENTATIVITÀ DELLE RISPONDENTI SUL FATTURATO TOTALE

- ◆ Indagine su circa 250 aziende del comparto orafo-argentiero-gioielliero che coprono il 90% delle vendite totali*
- ◆ Fatturato aggregato: **10,8 miliardi di euro** nel 2023
- ◆ Forza lavoro: circa 14.800 risorse nel 2023
- ◆ Tasso di risposta ai questionari: hanno contribuito all'indagine 74 aziende rappresentative di oltre il **53% del fatturato totale del panel monitorato**

OLTRE IL 75% DELL'ECCELLENZA ORAFO-ARGENTIERA-GIOIELLIERA ITALIANA OPERA NEI 3 DISTRETTI PRODUTTIVI MAPPATI DALL'AREA STUDI MEOBANCA

77%

IMPRESE RISPONDENTI APPARTENENTI AI 3 DISTRETTI PRODUTTIVI MAPPATI DALL'AREA STUDI MEOBANCA

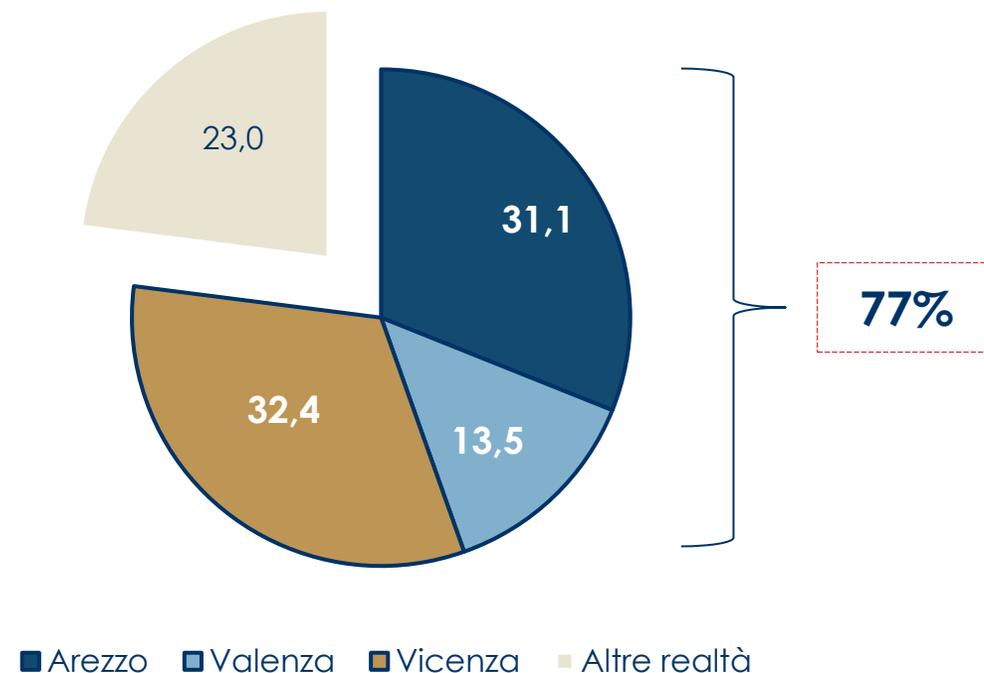


>55%

TASSO DI RAPPRESENTATIVITÀ DEL FATTURATO DELLE RISPONDENTI UBICATE NEI TRE CONTESTI DISTRETTUALI

- ◆ Il **77%** delle imprese rispondenti è ubicato all'interno di uno dei tre principali distretti produttivi del comparto orafa-argentario-gioielliero*
- ◆ Il 32,4% è localizzato nel distretto di **Vicenza** ed è rappresentativo del **63% del fatturato totale** delle imprese orafa-argentario-gioielliere dell'area vicentina monitorate dall'Area Studi Mediobanca
- ◆ Il 31,1% fa parte del distretto di **Arezzo** (copertura del fatturato totale pari al **55,2%**)
- ◆ Il 13,5% è radicato nel cuore produttivo di **Valenza** (redemption pari al **62,7% delle vendite totali**)
- ◆ Il restante 23% ha sede in altri territori italiani ed è rappresentativo del 33,9% del giro d'affari totale delle realtà diverse dai tre distretti principali

Localizzazione delle imprese rispondenti; in % del numero delle aziende



* Per approfondimenti circa l'individuazione delle aree distrettuali si veda [qui](#). Il distretto denominato «Orafo vicentino» nella mappatura dell'Area Studi Mediobanca, è qui identificato con il nome del territorio ossia Vicenza, mentre «Valenza Po» con Valenza. Dall'analisi sono escluse l'area campana, quella milanese e altri territori che, pur essendo specializzati nel comparto orafa-argentario-gioielliero, non rispettano i parametri previsti nella mappatura. Essi sono stati pertanto inclusi all'interno delle «altre realtà»

CRESCITA DECISA NEL 2024, MA CON RITMI DIVERSI TRA I DISTRETTI

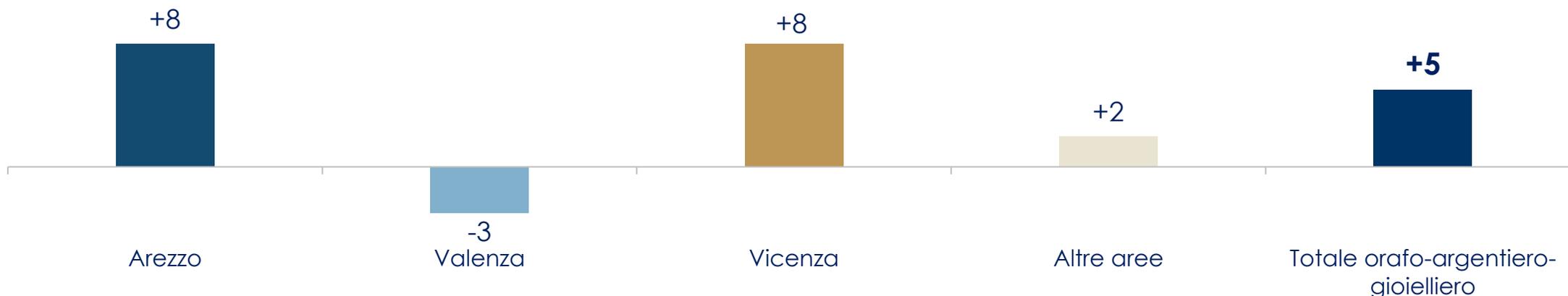


+5%

VARIAZIONE FATTURATO TOTALE 24/23 (VALORE MEDIANO)

- ◆ Le imprese del comparto orafo-argentiero-gioielliero con un giro d'affari superiore ai 5 milioni di euro dichiarano di aver chiuso il 2024 con fatturato totale in forte aumento (+19,2%). Il dato è influenzato da alcune variazioni eccezionali registrate da specifici operatori. Considerando il valore mediano, **l'incremento risulta pari al 5%**
- ◆ Si registrano dinamiche territoriali differenziate: il distretto di Valenza mostra un calo del 3%, mentre gli altri territori evidenziano una crescita, con Arezzo e Vicenza in testa (+8% ciascuno) e un incremento più contenuto nelle aree residuali (+2%)

Variazioni 2024/2023 del fatturato nominale; in % (valori mediani)



2025: L'INCERTEZZA FRENA GLI ENTUSIASMI...

45%

IMPRESE CHE STIMANO UNA CRESCITA DELLE VENDITE NEL 2025



43%

IMPRESE CHE SI ATTENDONO UN CALO DEL FATTURATO NEL 2025

- ◆ Il 45% delle imprese rispondenti prevede un aumento del fatturato totale nel 2025, il 12% se lo attende stabile e il 43% prospetta un calo
- ◆ Sempre con riferimento al fatturato totale, si segnala una certa eterogeneità tra i distretti: Arezzo e Valenza risultano più ottimisti della media del comparto, con rispettivamente il 52% e il 50% delle aziende che attendono un incremento. Vicenza e le altre aree, invece, registrano percentuali più alte di decremento (46% e 41% vs 42% e 35% di aumento)

Aspettative sul fatturato 2025; in % delle rispondenti



...GEOPOLITICA E DAZI PREOCCUPANO L'OREFICERIA ITALIANA...

77,8%

IMPRESE IN APPRENSIONE PER IL CONTESTO GEOPOLITICO



61,9%

IMPRESE PREOCCUPATE PER LE POLITICHE PROTEZIONISTICHE



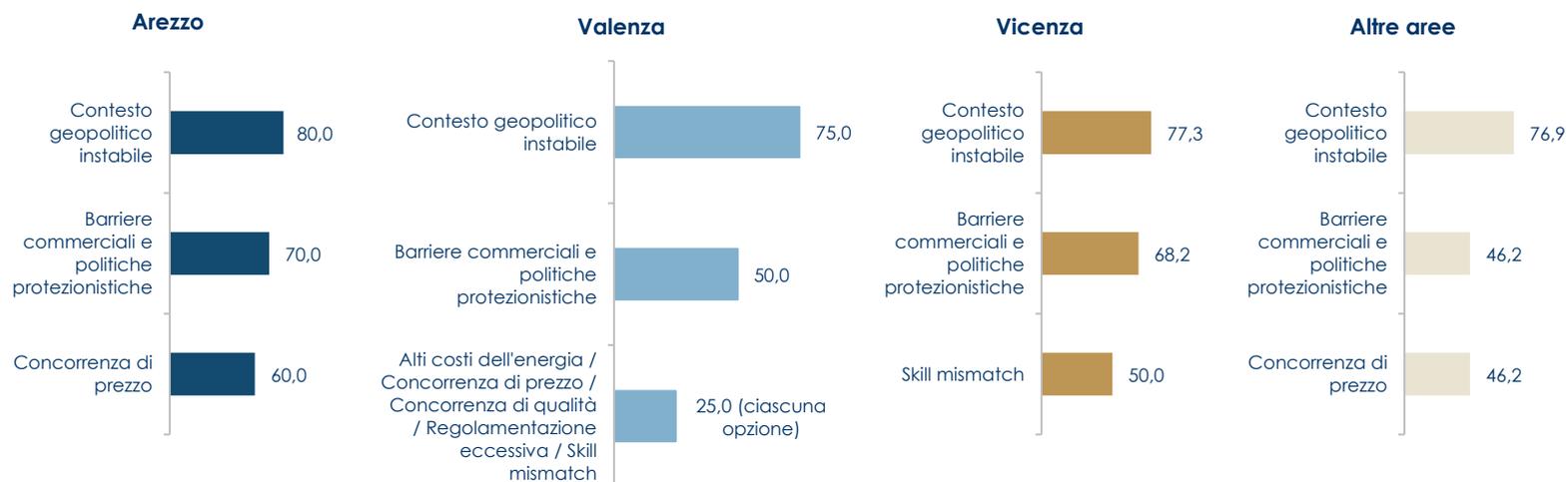
41,3%

IMPRESE CHE TEMONO LA CONCORRENZA DI PREZZO

- ◆ Il 77,8% delle aziende teme l'incertezza del contesto geopolitico
- ◆ La prospettiva di un'intensificazione delle politiche protezionistiche preoccupa il 61,9% delle imprese**
- ◆ L'inasprimento della concorrenza di prezzo è motivo di apprensione per il 41,3% delle aziende***
- ◆ Il caro energia rappresenta un'ulteriore complicazione per il 33,3% delle imprese, seguito dalle difficoltà di reperimento e trattenimento delle risorse umane e delle competenze (30,2%)
- ◆ I grafici in basso illustrano le principali sfide percepite dalle aziende, differenziate in base alla localizzazione: gli aspetti geopolitici si confermano la criticità predominante in tutti i contesti, mentre la questione dazi è particolarmente avvertita nel distretti di Arezzo e Vicenza (rispettivamente 70% e 68,2% delle risposte)

Principali sfide segnalate dalle aziende; in % delle rispondenti*

Totale orafa-argentiero-gioielliero



* Possibili risposte multiple

** Nel 2024 le esportazioni di gioielli in oro verso gli USA sono state pari a 1,4 miliardi di euro (9% del fatturato oltreconfine) e l'Italia rappresenta il secondo Paese di importazione degli Stati Uniti con una quota del 12% dopo l'India (22%). Segue a brevissima distanza la Francia (12%; elaborazioni Area Studi Mediobanca su ITC-International Trade Centre)

*** A titolo di raffronto, la concorrenza sulla qualità interessa solo il 9,5% delle imprese rispondenti

...CHE CERCA NUOVI MERCATI E VUOLE «CRESCERE»

61,5%

IMPRESE CHE INTENDONO ESPANDERSI IN NUOVI MERCATI



60%

IMPRESE CHE STANNO SVILUPPANDO NUOVI PRODOTTI E/O SERVIZI

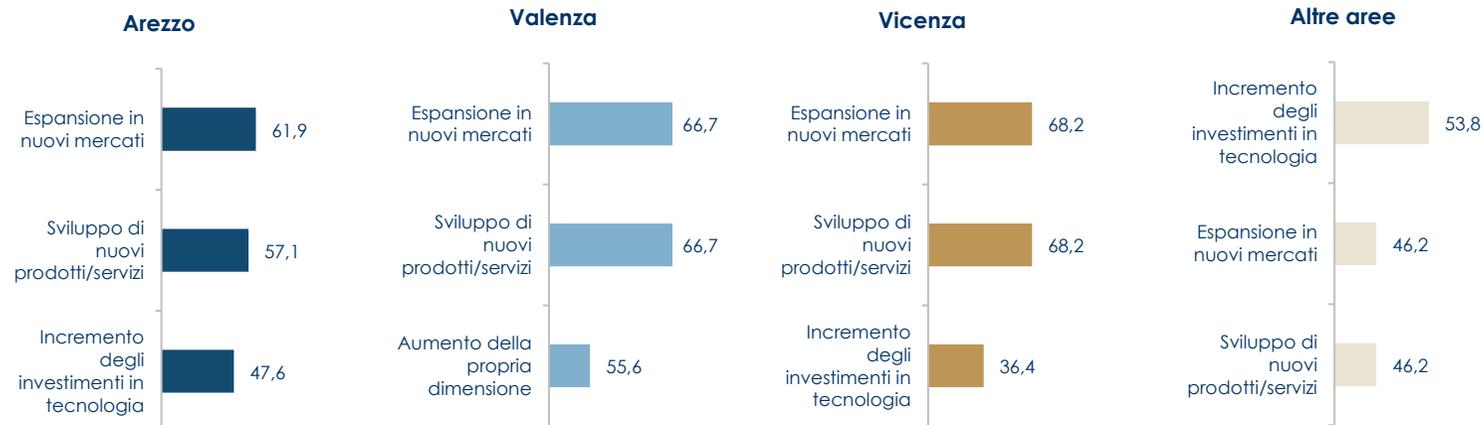


44,6%

IMPRESE CHE HANNO INCREMENTATO GLI INVESTIMENTI IN TECNOLOGIA

- ◆ Per rispondere alle criticità del contesto le imprese del comparto orafa-argentiero-gioielliero intendono intraprendere dei percorsi di crescita
- ◆ Il **61,5%** dichiara di volere espandere il proprio business in nuovi mercati; il **60%** prevede lo sviluppo di nuovi prodotti e/o servizi; mentre il **44,6%** ha in agenda un incremento degli investimenti in tecnologia
- ◆ Tra le altre leve segnalate rientrano l'aumento delle dimensioni aziendali (26,2%) e il ricorso a collaborazioni strategiche con altre aziende (23,2%)
- ◆ Le imprese dei distretti di Arezzo, Valenza e Vicenza manifestano il comune orientamento alla crescita oltre i confini nazionali (quote tra il 61,9% e il 68,2%), così come appare rilevante lo sviluppo di nuovi prodotti e/o servizi (57,1%-68,2%), mentre le aziende operanti nelle aree residuali ritengono prioritaria un'accelerazione degli investimenti in tecnologia (53,8%)

Principali leve per la crescita dei prossimi due anni; in % delle rispondenti*



L'IMPATTO DEI DAZI SUL SETTORE ORAFO A SEGUITO DELL'ACCORDO USA-UE DEL 27 LUGLIO 2025

-75%

EROSIONE DEL VALORE AGGIUNTO A SEGUITO DELL'IMPOSIZIONE DI DAZI ALLE PMI CHE PRODUCONO OREFICERIA PIÙ «ACCESSIBILE»

+20% ≈

AUMENTO DEL PREZZO DI VENDITA DEI PRODOTTI VENDUTI NEGLI STATI UNITI DA UNA PMI ORAFA PER GARANTIRE ADEGUATI MARGINI

- ◆ La maggioranza delle imprese del settore orafa-argentiero-gioielliero è costituita da piccole e medie imprese con produzioni unbranded caratterizzate da margini contenuti, soprattutto se rapportati al valore della materia prima impiegata nei monili
- ◆ In un gioiello la materia prima – ad esempio l'oro – può incidere fino all'80-90% del prezzo finale di vendita. Di conseguenza, il dazio doganale calcolato sull'intero valore (materia prima + valore aggiunto) impatta fortemente sui margini aziendali, limitando le risorse disponibili per investimenti, ricerca e sviluppo e capacità di remunerazione degli asset produttivi. Per queste ragioni, l'incremento delle tariffe doganali USA ha un rilevante effetto leva sui prezzi di vendita dei gioielli negli Stati Uniti, con rincari maggiori rispetto ad altri manufatti made in Italy
- ◆ **Sull'oreficeria più «accessibile» oltre Atlantico il nuovo dazio del 15% può quindi erodere fino al 75% del valore aggiunto di una PMI orafa italiana che dovrà intervenire in modo significativo sul prezzo di vendita (si stima del +20% circa) per garantire quei margini indispensabili per remunerare le proprie attività***. Questo aumento, aggravato dalle fluttuazioni del valore dell'oro e dal cambio euro/dollaro, risulta difficilmente sostenibile per il consumatore medio statunitense, da sempre estimatore del gioiello italiano, ma ora meno disposto a tollerare ulteriori rincari
- ◆ Per il futuro sarà dunque opportuno valutare se, e in che misura, si potranno (ri)aprire spazi di mercato negli Stati Uniti per il gioiello italiano, anche alla luce delle penalizzazioni daziarie previste per gli altri Paesi competitor dell'Italia (in primis India) e della capacità della produzione locale statunitense di soddisfare la domanda interna

N.B. – Elaborazioni Centro Studi di Confindustria FEDERORAFI

* Ad esempio, una catenina da 5 grammi di oro a 18kt che, in precedenza, veniva acquistata dal consumatore statunitense a circa 440 USD (al netto di altre tasse locali o federali e dei ricarichi della distribuzione), con l'imposizione dei nuovi dazi dovrebbe essere venduta ad almeno 525 USD per garantire all'impresa l'identico valore aggiunto «pre-aumenti»

CREDITO FACILE PER 6 IMPRESE ORAFE SU 10

59,1%

IMPRESE CHE NON HANNO PROBLEMI DI ACCESSO AL CREDITO



79%

IMPRESE CHE RICORRONO ALL'AUTOFINANZIAMENTO

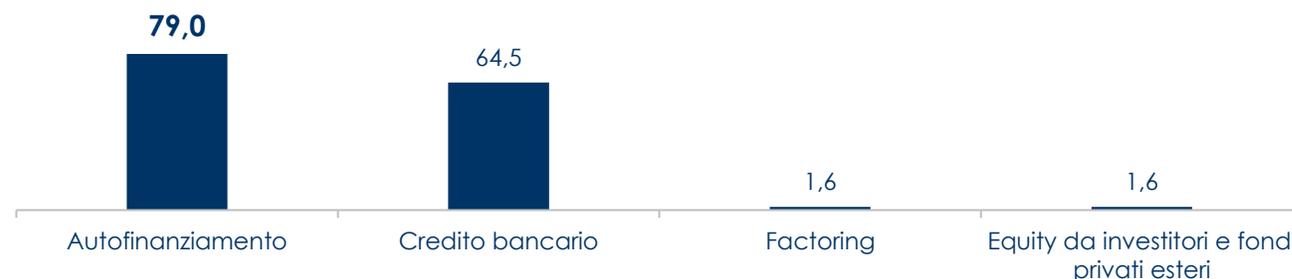
- ◆ Il 59,1% delle imprese del comparto orafa-argentario-gioielliero dichiara di non avere problemi di accesso al credito; il 18,2% ha incontrato invece difficoltà, mentre il 22,7% non ha fatto ricorso a finanziamenti

- ◆ Per il 79% delle imprese l'autofinanziamento rimane la principale fonte di finanziamento; il 64,5% ha fatto ricorso al credito bancario, mentre l'1,6% ha ottenuto liquidità attraverso il factoring o ha aperto il proprio capitale ad investitori e fondi privati esteri

Valutazione dell'accesso al credito; in % delle rispondenti



Principali fonti di finanziamento; in % delle rispondenti*



GOVERNANCE : CONSIGLI SNELLI E LEADERSHIP FAMILIARE

3 membri
COMPOSIZIONE DEI BOARD



85%

IMPRESE CHE AFFIDANO LA GESTIONE A UN MEMBRO DELLA FAMIGLIA PROPRIETARIA

- ◆ **I Consigli di Amministrazione sono asciutti e mediamente composti da 3 membri** (di cui il 22% rappresentato da donne); tale assetto rimane sostanzialmente invariato su tutto il territorio nazionale, senza significative variazioni legate alla localizzazione distrettuale
- ◆ **Nell'85% dei casi, la gestione dell'impresa è affidata a un membro della famiglia proprietaria**, mentre nel 15% la responsabilità esecutiva ricade su una figura esterna; solo nel distretto di Vicenza la quota di aziende con leadership familiare scende di poco al di sotto dell'80%
- ◆ Anche per le imprese del comparto orafo-argentiero-gioielliero, risulta di fondamentale importanza una pianificazione attenta e strutturata del passaggio generazionale. Questo processo dovrebbe essere accompagnato dall'inserimento di competenze esterne all'interno dei Consigli di Amministrazione, con l'obiettivo di assicurare continuità strategica, ma anche apertura all'innovazione e una visione manageriale capace di affrontare le sfide del mercato globale

SOSTENIBILITÀ D'IMPRESA: IL 61,5% DELLE IMPRESE PROMUOVE L'ESG, CON RISORSE PROPRIE...

61,5%

IMPRESE CHE HANNO AVVIATO UN'ATTIVITÀ DI SENSIBILIZZAZIONE SULL'ESG



67,5%

IMPRESE CHE ADOTTANO L'ESG PER OTTENERE RISPARMI ENERGETICI



65%

IMPRESE GUIDATE DA LEADER SENSIBILI ALLE TEMATICHE ESG

- ◆ Il **61,5%** delle imprese rispondenti **dichiara di aver avviato un'attività di sensibilizzazione rispetto alle tematiche ESG**; per il distretto di Valenza si segnala una quota nettamente superiore (77,8%), mentre Arezzo (60%), Vicenza (59,1%) e le aree residuali (57,1%) mostrano percentuali inferiori alla media nazionale
- ◆ La promozione delle tematiche ESG è fortemente legata a motivazioni di carattere operativo e interno. Secondo i dati raccolti, **le principali spinte derivano dalla ricerca di efficienza energetica e risparmi (67,5%) e dalla visione dell'imprenditore o del top management (65%)**. Rilevanti anche le pressioni provenienti dall'esterno: dall'adeguamento alla normativa ambientale (60%) al miglioramento reputazionale (50%) fino alle richieste del mercato (40%). In posizione nettamente arretrata l'accesso al mercato dei capitali (17,5%)
- ◆ Tutte le aziende rispondenti hanno dichiarato di autofinanziare, in tutto o in parte, i propri progetti ESG. Una quota limitata ha fatto ricorso a strumenti di supporto esterni: il 10% ha beneficiato di linee di credito agevolate o di fondi statali/regionali legati alla sostenibilità, mentre l'8% circa ha avuto accesso a finanziamenti europei*

Principali motivazioni di promozione delle tematiche ESG; in % delle rispondenti*



...E CON UN OCCHIO DI RIGUARDO VERSO LE TEMATICHE AMBIENTALI...

70%

IMPRESE IMPEGNATE NELLA GESTIONE RESPONSABILE DELLE CATENE DI APPROVVIGIONAMENTO

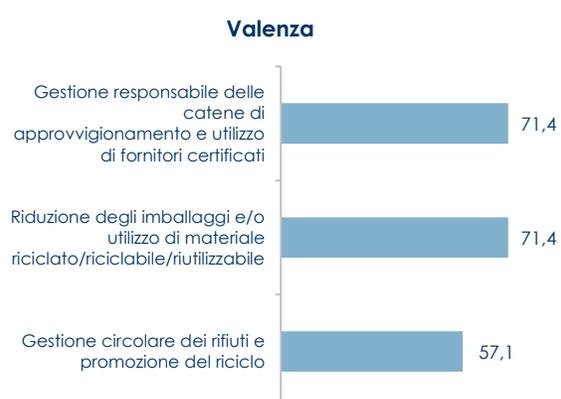


33,3%

IMPRESE CHE INCONTRANO DIFFICOLTÀ BUROCRATICHE NELL'AVVIO DELLE STRATEGIE AMBIENTALI

- ◆ **Il 70% delle imprese dichiara di essere attivamente impegnato nella gestione responsabile delle proprie catene di approvvigionamento.** Parallelamente, oltre due terzi degli operatori del settore mostrano attenzione verso la riduzione dell'utilizzo di fonti fossili, il ricorso a energie rinnovabili, la gestione virtuosa dei rifiuti e la promozione di pratiche di riciclo
- ◆ Le iniziative a tutela dell'ambiente variano in funzione della localizzazione distrettuale, come evidenziato dai grafici sottostanti
- ◆ **Il principale ostacolo per l'avvio di una strategia ambientale è rappresentato dalle difficoltà burocratiche lamentate dal 33,3% degli operatori del settore**

Principali iniziative di sostenibilità ambientale; in % delle rispondenti*



... MA QUASI IL 60% NON DIVULGA IL PROPRIO IMPEGNO ESG

<20%

IMPRESE CON RATING/SCORING ESG



59,1%

IMPRESE CHE NON COMUNICANO I RISULTATI ESG

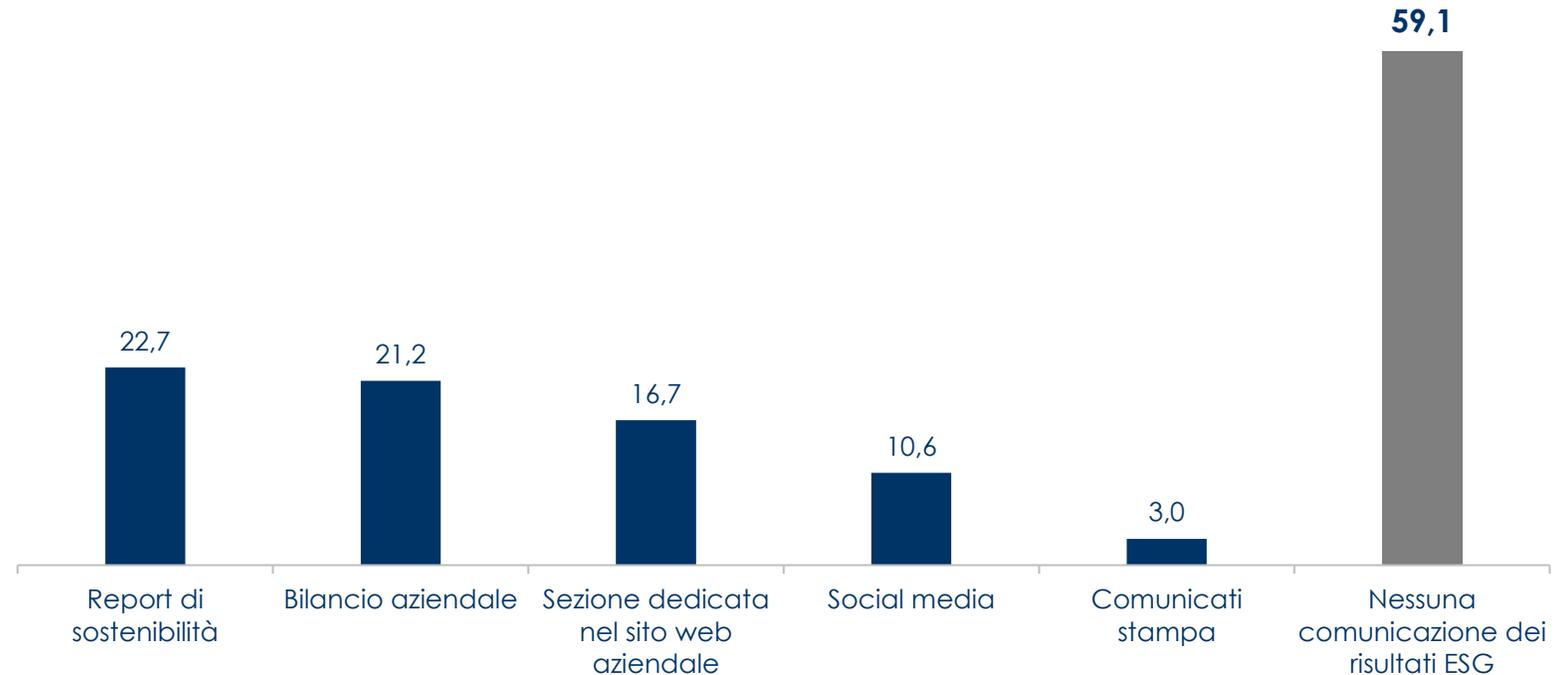


23,6%

IMPRESE CHE AFFIDANO LA GESTIONE DELLE TEMATICHE ESG A UN MANAGER CON FUNZIONI NON SPECIFICHE

- ◆ **Meno del 20% delle aziende si è sottoposto a valutazione delle performance di sostenibilità mediante assegnazione di rating e/o scoring ESG**
- ◆ Il principale strumento adottato per la rendicontazione delle tematiche ESG è rappresentato dal Report di sostenibilità (22,7%), seguito dall'integrazione di informazioni ESG all'interno del bilancio aziendale (21,2%) e dalla pubblicazione di contenuti dedicati sul sito istituzionale (16,7%). Tuttavia, **una quota significativa di aziende, pari al 59,1%, non adotta alcuna modalità strutturata per la comunicazione delle iniziative ESG intraprese**
- ◆ **La responsabilità della gestione delle tematiche ESG è principalmente affidata a un manager con funzioni non specifiche (23,6%),** mentre nel 20% dei casi la figura responsabile è il proprietario o un socio o un azionista*. Marginale la presenza di responsabili con competenze specifiche ESG (10,9%)
- ◆ I risultati delle analisi sopra riportate si confermano validi su scala nazionale, senza evidenze di differenziazioni geografiche significative

Principali canali di comunicazione dei risultati ESG; in % delle rispondenti*



IL CONTRIBUTO DEL COMPARTO ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERO ALLA TRANSIZIONE ECOLOGICA...

69%

QUOTA DI IMPRESE CHE HANNO RIDOTTO I VOLUMI TOTALI DI ACQUA CONSUMATA TRA IL 2023 E IL 2024



≈ 50%

DIMINUIZIONE DELLA QUANTITÀ DI RIFIUTI PERICOLOSI TRA IL 2023 E IL 2024



45%

QUOTA DI IMPRESE CHE HANNO INCREMENTATO I MATERIALI DI RICICLO E LE MATERIE PRIME SECONDE NEL PROCESSO PRODUTTIVO TRA IL 2023 E IL 2024

- ◆ Il **69%** delle aziende del comparto orafino-argento-gioielliero ha dichiarato di aver **ridotto il volume totale di acqua nei processi produttivi tra il 2023 e il 2024***
- ◆ Circa il **50%** delle imprese ha registrato una diminuzione nella produzione di rifiuti pericolosi*
- ◆ Il **45%** delle rispondenti ha **aumentato l'impiego di materiali riciclati e di "materie prime seconde"** all'interno del ciclo produttivo*

... CON AMPI MARGINI DI MIGLIORAMENTO PER L'USO DELLE RINNOVABILI

18,2%

IMPRESE IL CUI UTILIZZO DI ENERGIA OTTENUTA DA FONTI RINNOVABILI SUPERA L'80% DEL TOTALE DI ENERGIA CONSUMATA

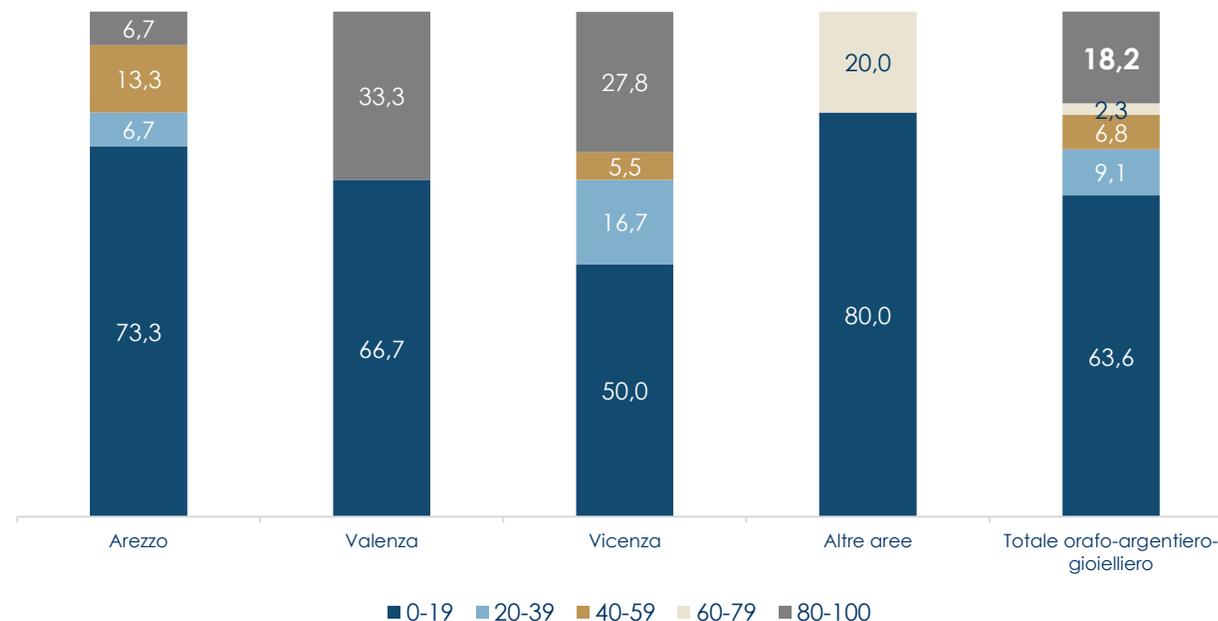


14%

QUOTA MEDIA DI ENERGIA AUTOPRODOTTA

- ◆ Nonostante l'impegno dichiarato nella riduzione di fonti fossili e nel ricorso a quelle alternative*, **solo per il 18,2% delle imprese l'utilizzo di energia ottenuta da fonti rinnovabili** (proprie o di terzi) **incide per una quota superiore all'80% del totale di energia consumata nel 2024**; la maggior parte degli operatori, fa un uso ancora limitato di risorse alternative: il 63,6% non supera il 20%
- ◆ A livello distrettuale, Arezzo è il territorio con la distribuzione più variegata: sebbene il 73,3% delle aziende consumi solo tra lo 0-19% di energia rinnovabile, una parte significativa (13,3%) raggiunge il 40-59%, segno che alcune realtà stanno investendo nella sostenibilità; Valenza e Vicenza mostrano la maggiore concentrazione nella fascia più bassa (0-19%), rispettivamente con il 66,7% e il 50,0%, ma registrano una quota di imprese anche nella fascia più alta pari al 33,3% e al 27,8% dei rispettivi totali
- ◆ Bassa anche **la quota di energia autoprodotta che, in media, non supera il 14%** di quella consumata

Incidenza della quota di energia ottenuta da fonti rinnovabili sul totale di quella consumata; 2024, range, in % delle rispondenti del singolo territorio



OBIETTIVO NET-ZERO 2050: IL PUNTO SUL COMPARTO ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERO

33,9%

IMPRESE IMPEGNATE NELLA DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI DI RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

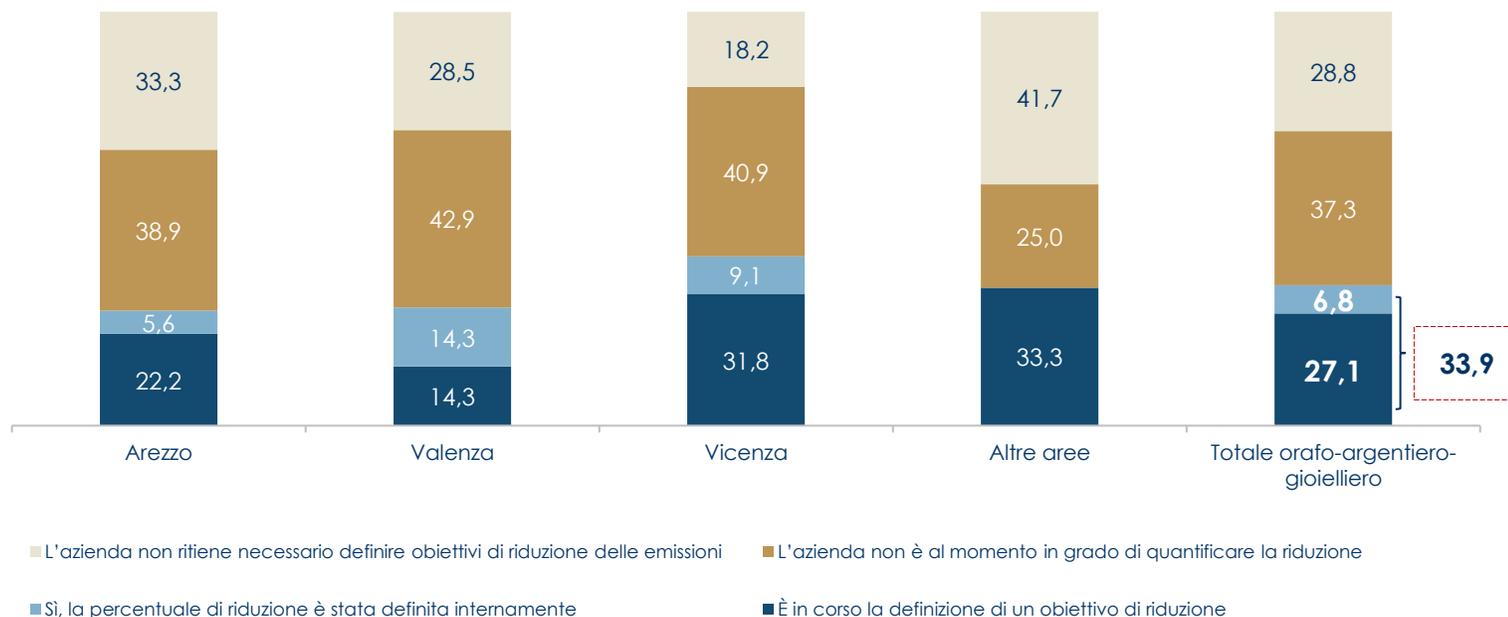


45%

IMPRESE CHE REPUTANO POSSIBILE ARRIVARE AL NET-ZERO ENTRO IL 2050

- ◆ Gli Stati membri dell'UE mirano alla neutralità climatica entro il 2050. L'obiettivo di riduzione e successivo annullamento delle emissioni di gas serra e dell'impronta ambientale è infatti fondamentale per contrastare il cambiamento climatico
- ◆ **Attualmente, il 33,9% delle imprese ha avviato un percorso strutturato per la definizione dei propri obiettivi di riduzione delle emissioni.** In particolare, il 27,1% è in fase di elaborazione, mentre il 6,8% ha già stabilito tali obiettivi, sebbene esclusivamente a livello interno. Per il distretto vicentino si segnala una quota superiore alla media nazionale, pari al 40,9% (31,8% in corso, 9,1% già determinato)
- ◆ Di contro, il 37,3% delle imprese dichiara di non essere ancora in grado di quantificare il potenziale decremento delle proprie emissioni e il 28,8% non ritiene al momento necessario intraprendere attività in tal senso
- ◆ **Tuttavia, solo il 45% delle aziende reputa che sia possibile raggiungere le "Emissioni Zero" entro il 2050,** mentre il 55% non si dichiara al momento fiducioso in tal senso

Definizione degli obiettivi di riduzione delle emissioni; in % delle rispondenti



3 - UN CONFRONTO CON GLI ALTRI SETTORI MANIFATTURIERI DEL IV CAPITALISMO



ASPETTATIVE 2025: ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERO VS ALTRI SETTORI

58%

IMPRESE DEL IV CAPITALISMO CHE STIMANO UNA CRESCITA DELLE VENDITE NEL 2025

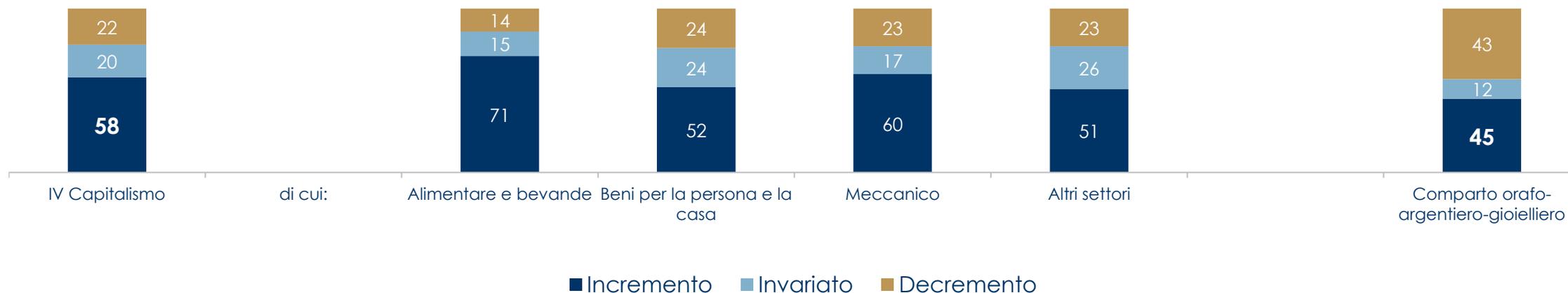


45%

IMPRESE ORAFE CHE STIMANO UNA CRESCITA DELLE VENDITE NEL 2025

- ◆ Si riportano, a titolo di raffronto, alcuni risultati dell'indagine congiunturale e strutturale sulle aziende del cosiddetto IV Capitalismo, ossia la fascia dimensionale intermedia a controllo italiano, prevalentemente familiare, del comparto manifatturiero nazionale compresa tra le piccole aziende e i grandi gruppi (vale a dire medie e medio-grandi imprese)*
- ◆ **La quota di aziende orafe fiduciose in un aumento delle vendite totali è inferiore rispetto a quella riferita alle imprese del IV Capitalismo nel loro insieme (45% vs 58%)** e anche con riguardo ai singoli macro-comparti

Aspettative sul fatturato 2025; in % delle rispondenti



SFIDE: IL MIX NON CAMBIA, IL LIVELLO DI PREOCCUPAZIONE SÌ

67,9%

CONCORRENZA DI PREZZO: PRINCIPALE PREOCCUPAZIONE AVVERTITA DALLE IMPRESE DEL IV CAPITALISMO

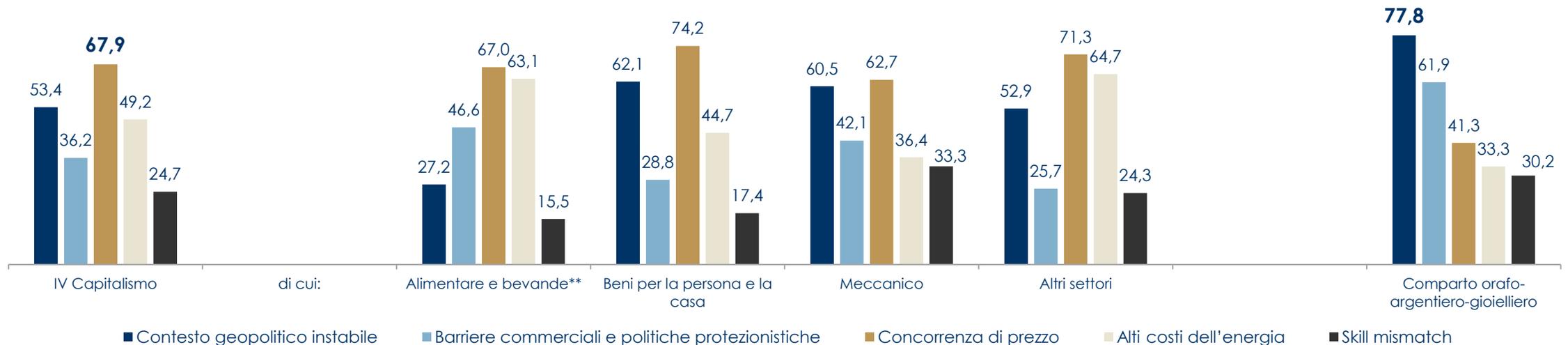


77,8%

CONTESTO GEOPOLITICO INSTABILE: PRINCIPALE PREOCCUPAZIONE AVVERTITA DALLE IMPRESE DEL COMPARTO ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERO

- ◆ Nel confronto con le aziende del **IV Capitalismo** non cambiano le sfide maggiormente avvertite dalle imprese; tuttavia la graduatoria differisce significativamente: **al primo posto** delle preoccupazioni di queste ultime **si trova la concorrenza di prezzo percepita dal 67,9% delle aziende**, mentre **le imprese del comparto orafa temono maggiormente il contesto geopolitico instabile (77,8% delle rispondenti)**
- ◆ La concorrenza di prezzo è la principale preoccupazione di tutti i macrosettori che compongono il panel del IV Capitalismo, mentre ricopre la terza posizione per le imprese orafe (41,3%)

Principali sfide segnalate dalle aziende; in % delle rispondenti*



* Possibili risposte multiple; ordinamento in base ai risultati del comparto orafa-argentario-gioielliero

** Nel comparto alimentare, nella Top 5 delle sfide rientrerebbe la concorrenza sulla qualità attenzionata dal 27,2% delle aziende; lo skill mismatch è in posizione relativamente arretrata rispetto ad altre criticità, ma viene qui riportata per un confronto omogeneo

RISPOSTE: LA VIA COMUNE È LA RICERCA DI NUOVI MERCATI

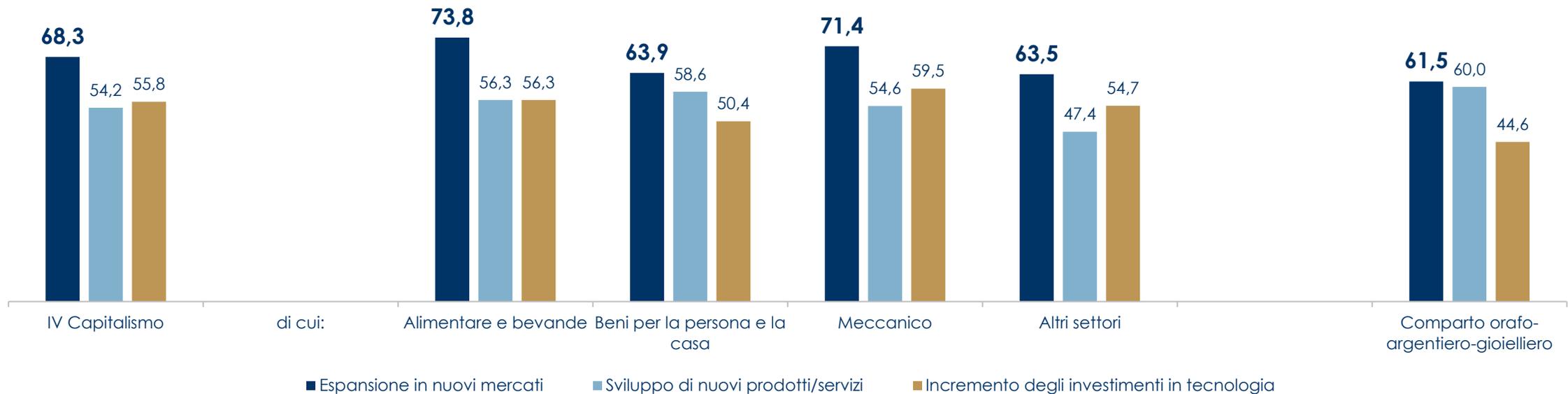


>60%

IMPRESE DI TUTTI I COMPARTI CHE INTENDONO ESPANDERSI IN NUOVI MERCATI

- ◆ Per rispondere alle criticità del contesto, le imprese intendono intraprendere percorsi di crescita. **La volontà di espandere il business in nuovi mercati accomuna tutti i comparti con risposte che superano il 60%** (oltre il 70% per alimentare-bevande e meccanico)
- ◆ La seconda leva per la crescita dei prossimi anni è rappresentata dallo sviluppo di nuovi prodotti/servizi per il comparto orafa (60%) e i beni per la persona e la casa (58,6%), mentre per le imprese del IV Capitalismo risulta prioritario l'incremento degli investimenti in tecnologia (55,8%); tale approccio si riscontra anche nel meccanico e negli altri settori, mentre nell'alimentare le due opzioni registrano un pari merito

Principali leve per la crescita dei prossimi due anni; in % delle rispondenti*



INIZIATIVE ESG E RIDUZIONE DELLE EMISSIONI: IMPEGNO PRESENTE (MA SOTTO LA MEDIA)

82,5% vs 61,5%

IMPRESE CHE HANNO AVVIATO UN'ATTIVITÀ DI SENSIBILIZZAZIONE SULL'ESG:
IV CAPITALISMO VS COMPARTO ORAFO



52,7% vs 33,9%

IMPRESE IMPEGNATE NELLA DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI DI RIDUZIONE DELLE
EMISSIONI: IV CAPITALISMO VS COMPARTO ORAFO

- ◆ La tabella seguente evidenzia alcuni aspetti legati all'adozione delle tematiche ESG nei diversi settori produttivi. Sebbene anche il comparto orafa-argentero-gioielliero mostri segnali di attivazione, il livello di coinvolgimento risulta inferiore rispetto ad altri ambiti
- ◆ Nel dettaglio, **il 61,5% delle imprese orafe ha avviato un'attività di sensibilizzazione ESG, contro l'82,5% delle aziende appartenenti al IV Capitalismo; il divario si amplia ulteriormente quando si analizza la definizione di obiettivi di riduzione delle emissioni, con solo il 33,9% delle imprese orafe coinvolte, rispetto al 52,7% del IV Capitalismo**
- ◆ Sul fronte della neutralità climatica entro il 2050, le difficoltà sono trasversali: oltre la metà delle imprese, sia nel comparto orafa che nel IV Capitalismo, considera questo obiettivo ancora lontano

Attivazione di iniziative ESG*	IV Capitalismo	di cui:	Alimentare e bevande	Beni per la persona e la casa	Meccanico	Altri settori	Comparto orafa-argentero-gioielliero
Si	82,5		87,3	80,7	78,1	87,9	61,5
No	17,5		12,7	19,3	21,9	12,1	38,5
Definizione degli obiettivi di riduzione delle emissioni*	IV Capitalismo	di cui:	Alimentare e bevande	Beni per la persona e la casa	Meccanico	Altri settori	Comparto orafa-argentero-gioielliero
Si	52,7		59,5	52,3	46,6	58,9	33,9
No	47,3		40,5	47,7	53,4	41,1	66,1
Raggiungimento della neutralità climatica entro il 2050*	IV Capitalismo	di cui:	Alimentare e bevande	Beni per la persona e la casa	Meccanico	Altri settori	Comparto orafa-argentero-gioielliero
Si	41,9		42,5	41,8	42,9	40,0	45,0
No	58,1		57,5	58,2	57,1	60,0	55,0

IL COMPARTO ORAFO-ARGENTIERO-GIOIELLIERO «BRILLA» PER L'EQUITÀ DI GENERE

28% vs 72%

PRESENZA FEMMINILE VS QUELLA MASCHILE SUL TOTALE DEGLI OCCUPATI NELLA MANIFATTURA

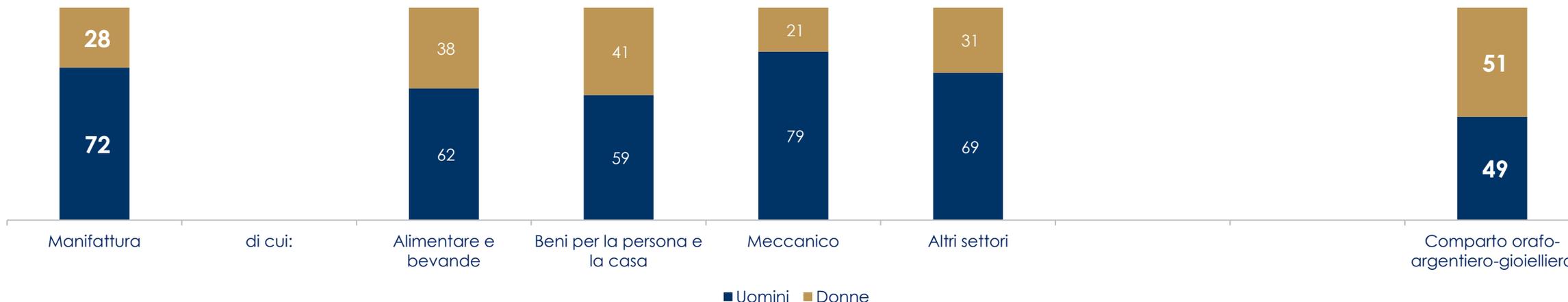


51% vs 49%

PRESENZA FEMMINILE VS QUELLA MASCHILE SUL TOTALE DEGLI OCCUPATI NEL COMPARTO ORAFO- ARGENTIERO-GIOIELLIERO

- ◆ **Il comparto orafa-argentiero-gioielliero italiano si caratterizza per la quasi parità di genere** nella composizione del suo Capitale Umano (**51% donne, 49% uomini**). Questo equilibrio lo distingue dagli altri settori industriali, dove la presenza maschile è molto più marcata
- ◆ **Nel complesso delle aziende manifatturiere al netto del comparto orafa**, infatti, **l'occupazione femminile si attesta al 28%** del totale (**maschile al 72%**), con variazioni significative tra i diversi ambiti: nei beni per la persona e la casa le quote rosa raggiungono il 41%*, mentre si fermano al 38% nell'alimentare, al 31% negli altri settori e scendono al 21% nel meccanico

Composizione del Capitale Umano; in % delle rispondenti



Il presente documento è stato redatto dall'Area Studi Mediobanca. La riproduzione e/o la diffusione parziale o totale dei dati e delle informazioni ivi presenti è consentita esclusivamente mediante citazione della fonte:

Area Studi Mediobanca, *Indagine congiunturale e strutturale sulle imprese del comparto orafino-argentiero-gioielliero in Italia e i suoi principali distretti: scenario competitivo e impegno ESG*, 2 settembre 2025



AREA STUDI
MEDIOBANCA

www.areastudimediobanca.com

