

COMUNICATO STAMPA

IL SETTORE ORAFO ITALIANO: DALLE MATERIE PRIME AL MERCATO INTERNO

16 - 17 gennaio 2026

- Resta complesso il contesto competitivo con l'acuirsi delle tensioni geopolitiche e la crescente incertezza nei mercati internazionali. Questi elementi condizionano fortemente l'andamento delle quotazioni dell'oro il cui prezzo è aumentato del 23% nel 2024 e di un ulteriore 37% nel 2025
- Effetti rilevanti dall'evoluzione del prezzo sulla domanda mondiale di gioielli in oro che nei primi nove mesi si è attestata a 1.095 tonnellate (-18%), con riduzioni generalizzate nei principali mercati e in particolare in Cina e India con cali nell'ordine del 25%
- Il fatturato del settore orafa e bigiotteria, dopo le importanti crescite degli ultimi anni, inizia a mostrare una flessione che nei primi dieci mesi del 2025 è stata pari al -5,1% a fronte di un calo del -12,8% della produzione
- Nei primi nove mesi del 2025, il settore orafa italiano ha registrato esportazioni di gioielli in oro per circa 8,1 miliardi di euro, segnando un calo di 1,7 miliardi rispetto al 2024 (-16,9% in valore e -29,4% in quantità). L'export italiano risente della riduzione delle vendite verso la Turchia, dopo l'incremento straordinario del 2024: senza considerare questo elemento, si sarebbe rilevata una crescita in valore del 3,6%.
- La decima edizione dell'indagine congiunta Club degli Orafi Italia – Intesa Sanpaolo ha permesso di cogliere la visione diretta degli operatori, anticipando le attese per l'anno in corso. Le aspettative per il fatturato 2026 mostrano attese di crescita per un'impresa su cinque.
- Le imprese mostrano un'elevata propensione a investire con il 30% che dichiara un aumento degli investimenti rispetto al 2025: è significativo osservare come questo orientamento sia confermato anche tra le imprese di dimensioni minori. A guidare gli investimenti sono soprattutto le opportunità sull'evoluzione della domanda sia nazionale, sia estera
- La difficoltà più sentita dalle imprese del settore riguarda i costi delle materie prime che sono stati indicati dal 62% del campione (a giugno era il 52%); seguono il peggioramento della domanda interna (51%) e la minor presenza di consumatori alto-spendenti (43%)
- Diventa sempre più rilevante leggere il settore come un unico elemento, integrando la componente produttiva e distributiva: nella filiera dell'oreficeria italiana che può contare su circa 76 mila addetti, circa la metà è occupata nel commercio al dettaglio
- Resta contenuta la dimensione media delle imprese del dettaglio italiano (2,8 addetti per impresa in Italia vs 3,5 per la media UE27), ma risulta rilevante il peso che il nostro paese esprime con la presenza del 24% del totale imprese europee e del 19% degli addetti.
- Oltre al controllo dei costi delle materie prime, le principali sfide del mercato interno consistono nel saper sfruttare le opportunità offerte dalla domanda, valorizzando i flussi turistici e puntando a raggiungere la fascia di clientela con maggiore capacità di spesa.

Vicenza, 16-17 gennaio 2026. Si sono svolti all'interno di VicenzaOro due appuntamenti organizzati dal Club degli Orafi Italia in collaborazione con Intesa Sanpaolo per approfondire il contesto competitivo della filiera orafa italiana a partire dallo scenario macroeconomico, all'andamento del settore fino alla fase distributiva. I due appuntamenti sono stati moderati da **Laura Biason**, Direttore Generale del Club degli Orafi Italia, e sono stati dedicati all'andamento del settore letto sia attraverso le statistiche ufficiali, sia attraverso le attese degli operatori raccolte nella decima indagine congiunturale realizzata con il coinvolgimento delle aziende orafe italiane. Gli approfondimenti sono stati presentati da **Daniela Corsini**, Senior Economist responsabile della ricerca sulle commodity del Research Department di Intesa Sanpaolo che ha proposto una lettura dello scenario macroeconomico e dei riflessi che può avere sui prezzi dei preziosi e, a seguire, **Sara Giusti**, Economista del Research Department di Intesa Sanpaolo che ha presentato i dati sul settore orafa italiano evidenziando anche le prospettive e le sfide principali che le imprese dovranno affrontare. Inoltre, nel secondo appuntamento è stata condivisa un'analisi sulla struttura e sui driver che guidano il comparto del commercio al dettaglio e gli esiti di un'analisi sociologica dello stato del retail italiano. Queste valutazioni sono state ulteriormente arricchite e completate dai risultati dell'analisi del sentiment degli imprenditori del comparto, commentati da **Augusto Ungarelli**, Delegato Centro Studi Club degli Orafi Italia e Past President Lombardi – Vendorafa e Club degli Orafi Italia, e, a seguire, dall'intervento di **Luca Benvenuti**, CFO di Unoaerre Industries SpA e Amministratore Delegato di Chimet SpA. La giornata del sabato ha invece visto la presentazione degli esiti della ricerca sul retail da parte di **Claudio de' Nobili**, Responsabile Marketing e Distribuzione Maurizio de' Nobili srl, e il commento del Presidente Federpreziosi Confcommercio e Amministratore Delegato Gioielleria San Marco, **Stefano Andreis**.

Sintesi della ricerca

Metalli preziosi nell'era Trump: la rivincita degli "hard assets"

Il tema centrale per il settore nell'attuale contesto riguarda l'andamento delle quotazioni delle materie prime: sia nel 2025 che nelle prime settimane di contrattazione del 2026, oro e argento hanno registrato nuovi record di prezzo. Sono diversi i fattori che determinano questi andamenti: l'aspettativa di una politica monetaria statunitense più espansiva, complice la prossima nomina di un nuovo presidente della Federal Reserve; la forte domanda di metalli preziosi da parte degli investitori finanziari, sia alla ricerca di strumenti di protezione, sia all'inseguimento di un trend di mercato positivo; l'inasprimento dei rischi geopolitici a seguito dell'intervento statunitense in Venezuela, delle rivolte popolari in Iran e dell'intensificazione degli attacchi a infrastrutture energetiche in Ucraina e Russia. Dato l'attuale scenario, è probabile che i prezzi dei metalli preziosi possano continuare a crescere nel primo trimestre, per poi consolidare su livelli inferiori nei mesi successivi. Le valutazioni sottostanti allo scenario che è stato presentato per l'oro, stimano un prezzo medio di 4.600 dollari l'oncia nei primi mesi dell'anno e un prezzo medio di 4.275 per l'intero 2026. Argento, platino e palladio dovrebbero seguire le stesse dinamiche dell'oro, anch'essi influenzati dalle stesse dinamiche speculative

Andamento e prospettive del settore orafa italiano

Dopo i buoni risultati degli ultimi anni, durante i primi dieci mesi del 2025, anche l'indice di fatturato nel settore della gioielleria e bigiotteria è passato in negativo, registrando una diminuzione del 5,1%. Nello stesso periodo, la produzione ha subito un calo più marcato, pari al 12,8%. La forbice tra questi indicatori continua ad aumentare; al netto dell'effetto del prezzo dell'oro, ciò segnala anche una decelerazione in parte naturale, successiva al picco raggiunto negli anni passati. Questo andamento si colloca in un contesto internazionale che sconta un calo della domanda mondiale di gioielli in oro che nei primi nove mesi del 2025 si è attestata a 1.095 tonnellate con un calo di oltre 240 tonnellate rispetto al corrispondente periodo del 2024 (-18,2%), condizionata dall'elevata crescita del prezzo dell'oro. La contrazione della domanda è visibile in tutti i principali mercati con punte superiori al -25% per India e Cina che rappresentano più della metà della domanda globale.

Dopo il livello record raggiunto nel 2024, nei mercati internazionali il settore orafa italiano ha scontato la “normalizzazione” delle esportazioni verso la Turchia. Nel periodo gennaio-settembre le esportazioni italiane di gioielli in oro sono state pari a 8,1 miliardi di euro con un calo del -16,9% in valore e del -29,4% in quantità; al netto del contributo della Turchia, nel periodo gennaio-settembre 2025 si sarebbe registrato un leggero incremento in valore (+3,6%) e un calo più contenuto in quantità (-19,4%). Tra i diversi mercati di sbocco, nonostante il forte ridimensionamento (-52,4%), la Turchia resta il primo mercato di destinazione per le esportazioni con una quota nel 2025 del 12% in quantità e del 21% in valore, mentre tra le altre destinazioni si evidenziano gli Emirati Arabi Uniti che presentano una crescita del 13,7% e la Svizzera che, grazie al balzo del 20,2% rappresenta il secondo mercato nel 2025. Al contrario, il calo più significativo nell'export riguarda gli Stati Uniti: nei primi nove mesi del 2025, le esportazioni verso questo paese sono state pari a 664 milioni di euro, registrando una diminuzione di 140 milioni rispetto al 2024 (-17%). I dati a livello territoriale, disponibili per oreficeria e bigiotteria, mostrano una crescita per il distretto di Valenza (19%) e Vicenza (6%), a fronte di un calo severo per Arezzo (-32%), maggiormente legato al mercato turco che aveva portato l'export del distretto a un raddoppio nel valore delle esportazioni nel 2024. Se si considerano gli andamenti dei distretti, al netto del contributo della Turchia, il totale delle tre province passerebbe in positivo (da -16% a +8%) con un effetto più rilevante per il distretto toscano che mostrerebbe una sostanziale tenuta delle esportazioni (-1%). Complessivamente nel periodo gennaio-settembre i tre distretti hanno realizzato esportazioni per 7,2 miliardi di euro con un calo di 1,3 miliardi di euro imputabile principalmente al minor export verso la Turchia.

La lettura della congiuntura attraverso le attese delle imprese

La decima edizione dell'indagine sulle imprese del settore orafa italiano offre una prima panoramica sulle prospettive per il 2026, resa possibile dall'ampio coinvolgimento delle aziende partecipanti, che garantisce una buona rappresentatività dell'intera filiera. In termini di fatturato, un'impresa su cinque ha dichiarato attese di aumento del fatturato rispetto al 2025 con una visione più positiva per le imprese più grandi dove la quota sale al 36%. Queste indicazioni devono essere contestualizzate in un settore che è stato caratterizzato da forti crescite del fatturato negli anni recenti; quindi, anche una lettura di stabilità assume una valenza più rilevante. Ulteriore elemento a sostegno della competitività del comparto è l'elevata propensione agli investimenti: il 30% delle imprese ha indicato un aumento degli investimenti rispetto all'anno precedente con percentuali simili tra le imprese medio-grandi e le realtà di dimensioni minori. Questo aspetto può evidenziare come le imprese abbiano identificato l'importanza di sostenere le proprie attività in un momento così complesso che richiede un maggior dinamismo e capacità di risposta su diversi fronti come i processi di internazionalizzazione, l'innovazione, la sostenibilità. Non a caso gli elementi che guidano maggiormente le scelte di investimento sono legati all'evoluzione della domanda interna (48%), di quella estera (32%), ma anche il rafforzamento dell'immagine (31%).

Le preoccupazioni maggiori sono legate al livello e andamento dei costi delle materie prime (62%, era al 52% nell'edizione di giugno 2025) e a seguire più della metà del campione (51%) ha indicato il peggioramento della domanda interna. Il tema dei dazi americani è stato indicato dal 17% delle imprese (si sale al 35% per le imprese di produzione); a tal proposito, le aziende interessate da questa criticità individuano come potenziale risposta la ricerca di nuovi clienti in altri mercati (indicata dal 30% delle imprese attive sul mercato americano) a conferma ancora una volta dell'elevata resistenza del settore di fronte ai condizionamenti del contesto.

Settore orafa: le caratteristiche e le prospettive del mercato nazionale

In un contesto internazionale così volatile e complesso, diventa sempre più rilevante leggere il settore come un unico elemento, integrando la componente produttiva e distributiva: nella filiera dell'oreficeria italiana che può contare su circa 76 mila addetti, la metà è occupata nel commercio. Si tratta di realtà di dimensione ancora contenuta, soprattutto nel confronto europeo: in Italia la dimensione media è di 2,8 addetti per impresa a fronte di una media dei paesi UE 27 che si attesta a 3,5 addetti per impresa. Il settore del commercio al dettaglio è significativamente influenzato dalle trasformazioni che stanno interessando il processo di acquisto, oltre che da un'evoluzione della domanda, la quale risente anche delle recenti variazioni nei prezzi dei beni preziosi.

Tra i beni di lusso, sta acquisendo sempre più peso la quota di acquisti generata dai consumatori alto-spendenti che secondo le stime di Altagamma rappresentano circa la metà degli acquisti del comparto. In riferimento al mercato italiano si sta assistendo a una maggior concentrazione della ricchezza con una crescente polarizzazione, mentre nel contesto internazionale la quota di popolazione con patrimonio elevato è cresciuta di circa il 3% nel 2024. Un fattore che contribuisce a generare questo tipo di domanda è rappresentato dal settore turistico: in Italia, nel 2025, si è registrato un lieve incremento delle presenze totali (+2,1% nei primi undici mesi), determinato dalla stabilità della componente nazionale e da una crescita del 4,1% delle presenze internazionali. Il commercio di oreficeria in Italia si trova oggi ad affrontare sfide decisive, tra l'aumento dei costi delle materie prime, la pressione competitiva internazionale e la necessità di riposizionare l'offerta valorizzando qualità, servizio e nuovi flussi di domanda.

I due eventi hanno confermato la capacità di reazione del sistema orafico italiano. Pur navigando in acque agitate, con prezzi dell'oro volatili, geopolitica instabile, mercato nord-americano frammentato e polarizzazione della domanda interna, il settore mantiene dinamismo e consapevolezza strategica. La sfida del 2026 rimane chiara: coniugare la protezione del patrimonio manifatturiero italiano con l'innovazione e la sostenibilità, diversificando i mercati di sbocco e consolidando una filiera integrata dove produzione e distribuzione operano in sinergia. Il successo dipenderà dalla capacità delle imprese di trasformare la volatilità in opportunità di riposizionamento competitivo

Vicenza, 16-17 gennaio 2026

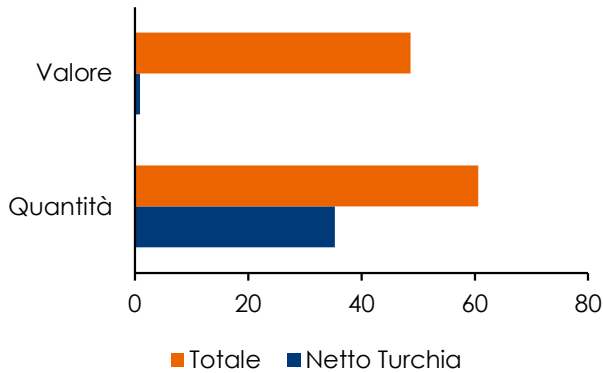
Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Intesa Sanpaolo - stampa@intesasanpaolo.com

Club degli Orafi Italia – info@clubdegliorafi.org

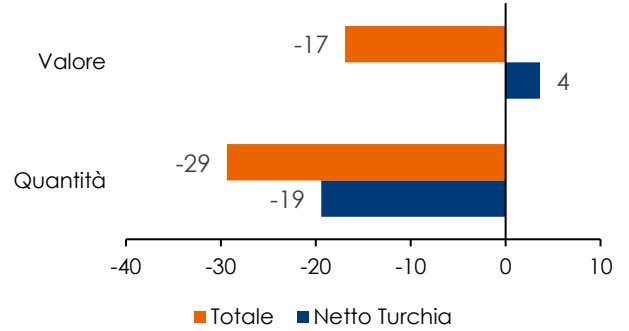
Le presentazioni condivise durante gli eventi saranno disponibili sul sito del Club degli Orafi Italia

Fig. 1 – Andamento delle esportazioni di gioielli in oro (2024 vs 2023; var. %)



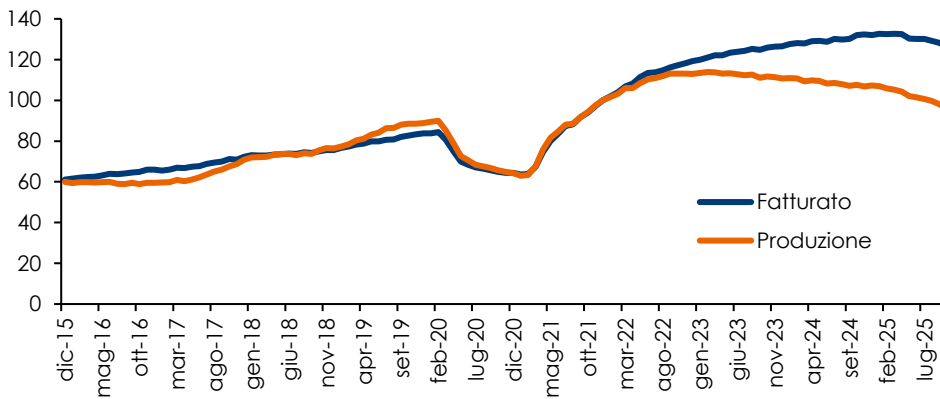
Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Fig. 2 – Andamento delle esportazioni di gioielli in oro (gennaio-settembre 2025 vs gennaio-settembre 2024; var. %)



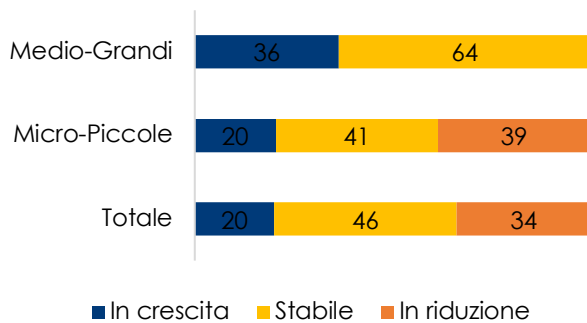
Nota: HS 711319 Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Fig. 3 – Evoluzione di produzione e fatturato del settore gioielleria e bigiotteria (2021=100; medie mobili a 12 mesi)



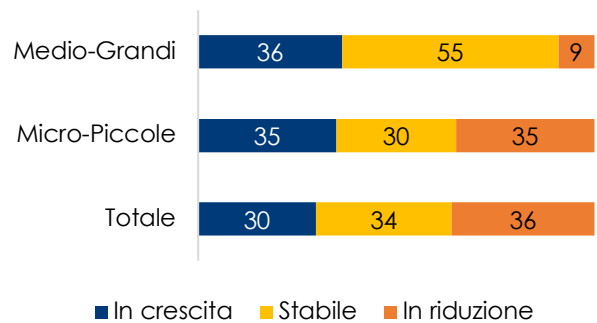
Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Fig. 4 – Attese degli operatori su fatturato 2026 per classe dimensionale (%)



Nota: il dato totale comprende anche le risposte delle imprese che non hanno dichiarato la classe di fatturato Fonte: indagine «Club Orazi» – Intesa Sanpaolo edizione dicembre 2025

Fig. 5 – Attese degli operatori su investimenti 2026 per classe dimensionale (%)



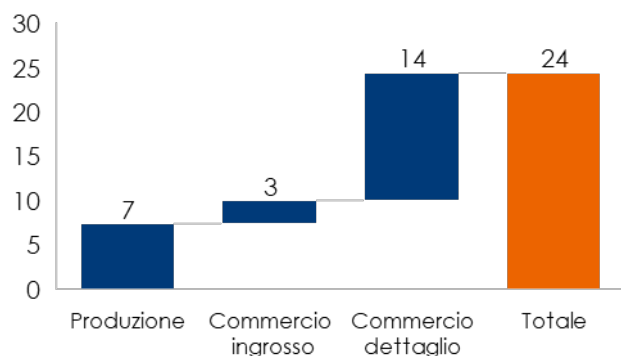
Nota: il dato totale comprende anche le risposte delle imprese che non hanno dichiarato la classe di fatturato Fonte: indagine «Club Orazi» – Intesa Sanpaolo edizione dicembre 2025

Fig. 6 – Le principali difficoltà che le imprese stanno affrontando (%; possibili più risposte)



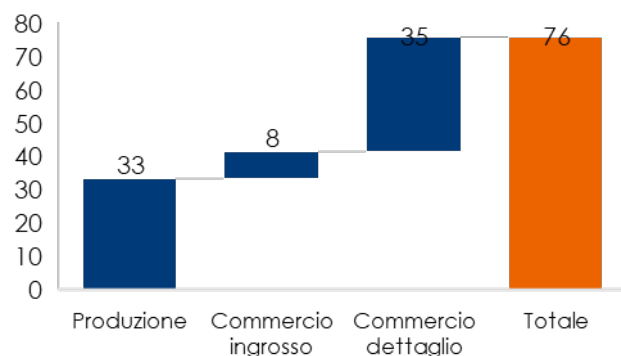
Nota: sono state indicate le difficoltà indicate da almeno il 10% di risposte Fonte: indagine congiunturale Club degli Orazi e Intesa Sanpaolo edizione dicembre 2025

Fig. 7 – Unità locali della filiera orafa italiana (migliaia; 2023)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Fig. 8 – Addetti medi della filiera orafa italiana (migliaia; 2023)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat