



Ciabatti: diversificare il rischio in un mondo sempre più incerto

La presidente di Federorafi: frenata generale ma noi teniamo

di GAIA PAPI

AMMINISTRATORE appassionato di Italpreziosi e presidente nazionale di Federorafi di Confindustria, Luciana Ciabatti dà uno spaccato della situazione del comparto orafino.

Gold Italy parte con ottimismo, i dati dicono che l'oro aretino torna positivo nel secondo trimestre...

«I dati elaborati per Federorafi dall'ufficio studi di Confindustria Moda confermano che nel periodo gennaio-giugno 2018, a fronte di una frenata generale delle nostre esportazioni (-2,7%), solo il distretto aretino ha tenuto (+0,2%). Quindi bene per Arezzo ma meno bene, purtroppo, per gli altri poli orafi. Il dato di Arezzo è ancor più significativo in quanto siamo riusciti ad assorbire il continuo calo delle nostre esportazioni verso gli EAU grazie all'incremento di esportazioni verso altri paesi (Francia, Turchia, Hong Kong). Questo testimonia come le aziende aretine, ma non solo, stiano adottando finalmente strategie per diversificare i mercati di sbocco per diventare meno dipendenti da una singola area. Le tensioni internazionali tra Cina e Usa, l'im-

prevedibilità della Russia, le difficoltà in Turchia sono segnali di quanto sia, oggi più di ieri, estremamente difficile orientarsi e prevedere, spesso anche nel breve periodo, gli sviluppi e le potenzialità di un determinato mercato. Per le aziende, soprattutto Pmi o artigiane come quelle del settore che rappresento, diventa sempre più

vitale avere il supporto e l'accompagnamento delle associazioni e delle nostro sistema paese, Ice Agenzia in primis, ed è quello che stiamo facendo con risultati misurabili come quelli ottenuti con gli accordi con la GdO Usa».

Criticità ma anche opportunità...

«Sì, grazie alla recente riduzione

dei dazi verso la Cina e l'incremento di quasi del +70% delle performances della nostra gioielleria in Canada. Nel 2019 entrerà in vigore anche l'accordo con il Giappone da cui attendiamo miglioramenti nelle nostre capacità esportative. Una strada, quella dell'azzeramento dei dazi, che il nostro Governo e l'Ue devono assolutamente continuare a percor-

rere per completare gli accordi con altre aree (Usa, Mercosur, Cina, India...)».

In questo quadro cosa rappresenta Gold Italy?

«Il sistema fieristico in generale vive un momento di grande difficoltà. Troppe fiere, spesso molto costose, meno tempo e risorse per gli spostamenti dei buyer internazionali, il consolidamento dell'e-commerce sono ormai realtà. Occorre quindi saper differenziare e selezionare gli strumenti per l'internazionalizzazione, comprese le fiere ricercando quelle che possano dare un reale valore aggiunto alla presenza del prodotto dell'azienda. Il valore aggiunto lo garantisce la qualità e non la quantità, dei buyer presenti. Occorre quindi un'offerta fieristica sempre più specializzata, mirata e con una chiara identità. In questa dire-

zione Gold Italy si presenta con le carte in regola per rappresentare una importante piattaforma per valorizzare il gioiello "made in Italy" non solo aretino».

Quali sono le sfide che Arezzo si pone con Gold Italy?

«Quella di differenziarsi e di crearsi una chiara identità e una leva è quella di continuare a legare un evento fieristico a un distretto produttivo importante».



«La carta giusta in un momento duro per le fiere»

«Il sistema fieristico in generale vive un momento di grande difficoltà, ma Gold Italy ha tutte le carte in regola per rappresentare una importante piattaforma per valorizzare il gioiello "made in Italy" non solo aretino. Il valore aggiunto lo garantisce la qualità e non la quantità, dei buyer».



CIABATTI Lucia, presidente nazionale di Federorafi di Confindustria

