

Overview

Valenza, crescita slow per l'alta gioielleria

Il distretto evidenzia un recupero inferiore rispetto alle altre aree produttive. Sentiment comunque positivo, con il contributo dell'export extra Ue. **Andrea Guolo**

Con oltre 700 aziende in attività e circa 4.500 addetti in forze, il comparto del gioiello di Valenza Po ha espresso nel 2021 la propria capacità di ripartire dopo un anno di evidente difficoltà. Secondo le elaborazioni effettuate dal Centro studi di **Confindustria moda** per **Federorafi** su dati Istat, l'export annuale della provincia di Alessandria, terza in Italia per valore esportato di settore pari a quasi 1,5 miliardi di euro, è cresciuto del 24%, un balzo importante ma molto più contenuto se paragonato con quello di Arezzo (+73%) e Vicenza (+57%), distretti legati a tipologie produttive diverse da quelle di Valenza, focalizzata sui gioielli con pietre incastonate e dal valore medio più elevato. Sicuramente, ad Arezzo e a Vicenza, il risultato è stato favorito dal ricorso all'oro come bene rifugio, mentre su Valenza hanno pesato le limitazioni imposte agli spostamenti internazionali che favorivano gli acquisti emozionali del turismo alto spendente. Da questo punto di vista, lo scoppio della guerra in Ucraina e le conseguenti sanzioni impo-



Francesco Barberis

ste alla Russia appaiono come un ostacolo aggiuntivo. «Secondo un'interpretazione restrittiva delle regolamentazioni attuali, non possiamo vendere né sul mercato russo né ai consumatori russi. Questo non ha senso, perché finisce per colpire l'economia italiana, non quella russa», ha dichiarato a **MFF** **Francesco Barberis**, past president della sezione orafi di Confindustria Alessandria e ad dell'azienda **Carlo Barberis**. Ad ogni modo, le sensazioni dei produttori valenzani continuano a essere positive. «Il fatturato medio dovrebbe essere in linea con quello dello scorso anno. Ci sono tante nubi all'orizzonte, ma c'è una ricerca del gioiello di alta manifattura da parte dei consumatori, anche come forma di investimento», ha precisato Barberis. Tra i mercati brillano sia gli Stati Uniti sia l'area mediorientale, dove il rafforzamento del dollaro contribuisce al rilancio della gioielleria made in Italy. Qualche preoccupazione in più è legata, com'è naturale, all'area asiatica, dove la chiusura dell'hub di Hong Kong ha fatto svanire tanto potenziale di business. (riproduzione riservata)

