



Sei qui: Home > Alessandria

VicenzaOro, chiusa edizione da record, una settantina i valenzani: "Mercato di nuovo dinamico e forte"

Alessia Crivelli, presidente del gruppo aziende orafe di Confindustria Alessandria si sbilancia: "È stata un'edizione da record: la fiera ha ritrovato l'allestimento pre Covid"

PIERO BOTTINO
25 Gennaio 2023 | Aggiornato alle 19:42 | 2 minuti di lettura



ALESSANDRIA. La conferma di un mercato della gioielleria in crescita quasi tumultuosa l'ha data VicenzaOro, la fiera chiusasi ieri 24 gennaio che tradizionalmente apre la stagione delle kermesse.

Alessia Crivelli, presidente del gruppo aziende orafe di Confindustria Alessandria si sbilancia: «È stata un'edizione da record: la fiera ha ritrovato l'allestimento pre Covid, le creazioni sono tornate nelle vetrine degli stand personalizzati. Il mercato interno è dinamico e forte, c'è stata una bella accelerazione di quello estero».

I valenzani erano una settantina ma come sempre hanno rappresentato il blocco più significativo di un'esposizione che ha richiamato più di 1500 brand da 56 Paesi e 400 buyer da 60 Paesi. Le elaborazioni del Centro Studi Confindustria Moda per Federorafi diffuse a VicenzaOro indicano che l'export italiano del settore è in crescita del 27,2% nei primi nove mesi del 2022 sull'anno precedente e addirittura del 40% sul 2019: si attesta a 7 miliardi. Principali Paesi di destinazione: Stati Uniti, Svizzera, Emirati Arabi.

Ma come mai il settore della gioielleria e quindi del lusso non ha risentito della crisi pandemica, di quella bellica e in sostanza ha continuato a crescere? Marco Carniello, direttore del comparto gioielli e moda di Italian exhibition group, la società nata dall'integrazione tra Fiera di Vicenza e Rimini Fiera, ha elaborato una spiegazione basata anche su studi degli addetti ai lavori: «In primo luogo la pandemia ha limitato altre spese, da quelle per ristoranti, hotel, viaggi a quelle per i trasporti, tipo automobile o aereo. Poi questa crisi è stata affrontata dalla gente, forse ormai un po' assuefatta, con meno ansia rispetto a quella ad esempio del 2008. Di fronte alla guerra inoltre è scattata la sindrome Yolo, acronimo di You Only Live Once, cioè si vive una volta sola, o meglio del domani non v'è certezza. Infine la gioielleria da sempre è considerata l'asset class per eccellenza».

Valenza poi vive una sua particolare stagione in cui i brand locali e internazionali, grandi e piccoli, si stanno rendendo conto che crea gravi inconvenienti produrre lontano dal consumatore finale, visto che un mondo globalizzato e avviato verso l'assenza di guerre è ancora ben lontano.

E' dunque il momento di tenersi buona la manodopera locale e cercare di formarne altra. «Insieme a IEG, Federorafi ha dato il via, proprio in Fiera a Vicenza, alla prima giornata di orientamento per gli studenti - spiega Crivelli che di Federorafi è vice presidente con delega alla formazione -. Hanno partecipato in più di cento tra giovani delle medie e delle superiori e genitori. È stata l'occasione per presentare il settore orafico-gioiellero con otto figure professionali chiave che hanno raccontato il loro mestiere e il perché l'hanno scelto. Durante l'evento è stato visionato in anteprima il primo video di Skuola.net, altro importante progetto di orientamento che prenderà vita a giorni».

LEGGI I COMMENTI

© Riproduzione riservata

Video Del Giorno



Mirano al tank e lo mancano ma il danno è maggiore: il colpo fortunato della brigata ucraina

Leggi Anche

Al Comune di Ovada 11 nuovi assunti: ecco quali profili sono stati inseriti e altri ne sono previsti

Valenza celebra i 400 anni del Duomo: "Un anno di eventi per unire le persone"

Il vescovo di Tortona Guido Marini nella messa dedicata ai giornalisti: "Parole di verità e amore"

Consigli guida allo shopping dei Gruppi Gadi



SCEGLI QUELLO CHE FA PER TE Sodastream: il miglior gasatore per fare l'acqua frizzante in casa



SCEGLI LA PIU' ADATTA ALLE TUE ESIGENZE Le migliori friggitorie ad aria: confronto a 5

- CRONACA ESTERI SPORT
ECONOMIA POLITICA TORINO

- Scrivi alla redazione Contatti CMP
Pubblicità Cookie Policy Sede
Dati Societari Privacy Codice Etico