Professioni "D'Oro": i giovani sono il futuro del gioiello Made in Italy

Ancora una volta il settore orafo riesce ad essere innovativo coinvolgendo le nuove generazioni

by **desk11** — 9 Marzo 2023 in **Professioni** Tempo di lettura: 5 min lettura

AA 0

Condividi su Fac Condividi su Twi invialo invialo

Il settore manifatturiero orafo, argentiero, gioielliero e del corallo e cammeo sta superando positivamente le crisi del covid e delle tensioni sulle materie prime energetiche come dimostrano i più recenti dati elaborati dal Centro Studi di Confindustria Moda per Federorafi. L'export a novembre 2022 ha sfiorato i 9 miliardi di euro (8,98 milioni di euro) con un incremento del +22,1% sull'identico periodo del 2021 e del +40,6% sul "pre-covid (2019). Il dato è di grande rilevanza per un settore che esporta l'89,5% del proprio fatturato. In virtù di queste performance le stime sul fatturato a fine 2022 prevedono di raggiungere il record assoluto di 10,9 miliardi di euro. Nonostante un rallentamento negli ultimi mesi, tutti i paesi di destinazione registrano nei primi 11 mesi del 2022 un segno positivo a partire dagli USA (+13,9%), dalla Svizzera (+20,9%) e dagli EAU (+20,9%). Nei primi 15 Paesi di destinazione cala solo Hong Kong (-0,5%).

Gli eccellenti dati di andamento sono però a rischio per l'incapacità delle oltre 7100 imprese del settore di far fronte alle richieste dei mercati a causa dell'impossibilità di reperire manodopera specializzata. Il tema cruciale per il futuro del manifatturiero orafo Made in Italy è stato affrontato nella presentazione organizzata oggi a Milano da Confindustria Federorafi, con Italian Exhibition Group/Vicenzaoro e Skuola.net, per illustrare la "roadmap" del settore in tema di Orientamento e Formazione.

Il settore oggi occupa 30.619 persone (58% donne), le indagini congiunturali su un campione di aziende indicano il persistere di un sentiment positivo per il primo semestre 2023 sia per il fatturato che di occupati in quanto il 36% delle aziende intervistate ritengono che incrementeranno il numero dei propri dipendenti. In

Professioni "D'Oro": i giovani sono il futuro del gioiello Made in Italy

Sanità a rischio crack? Quici (CIMO-FESMED): «Servono più risorse, ma anche una riforma del fondo sanitario»

166824

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ragione di questi dati e anche degli importanti investimenti in ulteriori nuovi siti produttivi in Italia da parte di tutti i principali brand internazionali della gioielleria, le previsioni in termini occupazionali sono pertanto positive. In aggiunta, oltre il 50% degli occupati nel settore tra meno di 10 anni sarà in età pensionabile mentre solo il 13% degli occupati ha un'età inferiore ai 30 anni.

Quindi è rilevante il problema del "reclutamento" di nuovi occupati. Le scuole ad indirizzo orafe solo in questi ultimi anni si stanno rilanciando. La mappatura appena fatta a livello nazionale da Confindustria Federorafi indica che sono quasi 40 gli istituti che hanno ripreso a formare nell'ambito del comparto del prezioso ma gli studenti diplomati sono ancora insufficienti rispetto alla richiesta delle aziende. **Le esigenze di nuovi occupati e di occupati per ricambio generazionale nelle aziende nei prossimi 5 anni si possono stimare ad una percentuale che si avvicina all'8/10% del totale della forza lavoro attuale (3000)**.

Secondo Claudia Piaserico, Presidente Confindustria Federorafi: "*Di fronte a questi dati, ognuno deve fare la propria parte: le Istituzioni come le imprese. Oltre ovviamente a politiche attive per permettere un'inversione di tendenza del tasso di (scarsa) natalità dell'Italia, le Istituzioni devono dare dignità ed autorevolezza agli Istituti Professionali Tecnici che continuano a garantire tassi di inserimento nel mondo del lavoro vicini al 100% ma non sono in grado di attrarre giovani in numero sufficiente per un paese manifatturiero come l'Italia. Il nostro sistema scolastico esprime un decimo di diplomati tecnici rispetto alla Germania. Occorre inoltre uno sforzo formativo ed informativo dei dirigenti scolastici, dei docenti e degli orientatori, a partire dalla scuola secondaria, per acquisire tutti gli elementi e tutte le informazioni utili da trasferire agli studenti valorizzando le tante opportunità in termini professionali e di retribuzione che anche il settore del prezioso può offrire. Parallelamente il sistema delle imprese deve essere più aperto e comunicare meglio. Proprio su questo fronte si concentrano le iniziative che stiamo portando avanti attraverso l'impegno in prima persona della sottoscritta e della Vice Presidente con delega alla Formazione, Alessia Crivelli. In sinergia con le sezioni delle nostre Territoriali di Alessandria, Arezzo, Campania e Vicenza, abbiamo realizzato per la prima volta in Italia la "mappatura" delle scuole/istituti con percorsi orafi, identificandone quasi 40 in 10 Regioni. Abbiamo anche definito i profili professionali più ricercati (n.d.r. orefice, incassatore, incisore, gemmologo, pulitore, esperto in stampa 3D, esperto in macchine a controllo numerico, designer, digital media specialist…) e organizzato la prima giornata di Orientamento durante Vicenzaoro. A breve attiveremo anche una piattaforma per favorire il matching tra domanda e offerta. Ma la parte più rilevante, per i risultati che ci attendiamo, è quella riguardante la comunicazione. Il settore che rappresento per molti anni ha preferito concentrarsi sul saper fare trascurando il saper comunicare e, spesso, purtroppo, è stato additato come un comparto "blindato" e poco trasparente. Ma oggi la realtà è ben diversa con aziende all'avanguardia in materia di sostenibilità, con i più alti standard di confort dell'ambiente di lavoro e con grandi prospettive di affermazione a livello mondiale. Dobbiamo quindi alzare il livello del sentire comune sul settore in termini di credibilità e di autorevolezza. Questa è la sfida che abbiamo raccolto e affrontato attraverso due linee di azione. La prima è una importante campagna istituzionale di "influencer marketing" che stiamo approntando con il MAECI e l'Agenzia ICE al fine di comunicare le valenze del saper fare e dell'heritage tradizionale e tecnologico del prezioso che sono un unicum a livello internazionale, ottenendo così un doppio risultato: promozione del gioiello Made*

Valle dei Laghi in festa per la prima manifestazione enologica dell'anno

"Educare per prevenire: strategie di contrasto al bullismo e al cyberbullismo"

Loretta Goggi: ritorna con quattro prime serate su Rai 1, la regina della tv italiana

Ecco i radioligandi, i 'Giustizieri' delle cellule tumorali

dillo a corriere quotidiano

166824

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

in Italy e attrattività delle nostre imprese per i giovani di altri paesi. Contemporaneamente, in collaborazione con Vicenzaoro, abbiamo avviato la partnership con Skuola.net per dialogare con gli studenti con il loro stesso linguaggio e con le loro stesse metriche e con i professori e le famiglie affinché si rendano conto di quanto sia interessante e performante il settore per la crescita e l'appagamento personale di ogni ragazzo. La landing page, il sondaggio, il videoblog e gli altri strumenti che sono previsti in questa partnership sono certa che faranno fare un salto in avanti al settore prezioso nel percepito dei nostri ragazzi e delle loro famiglie. Il percorso è lungo e non privo di difficoltà ma lavorare con i giovani e per i giovani rappresenta l'unico futuro per l'imprenditoria orafa italiana."

Secondo Daniele Grassucci, Founder e Direttore di Skuola.net: "*Nel Paese del Made in Italy molte famiglie da tempo hanno smesso di scommettere sui mestieri tecnico-pratici, portando ad una scarsità di capitale umano che invece è il valore aggiunto e non imitabile dei nostri settori di eccellenza come quello orafo-gioielliero. Una situazione aggravata dall'orientamento "a tranci grossi" che viene svolto in molte scuole medie, che indicano gli istituti tecnici e professionali agli studenti meno performanti dal punto di vista accademico. Fortunatamente ci sono ancora ragazzi e ragazze – quasi 1 studente su 3 delle scuole secondarie – che sarebbero interessati a seguire queste strade e, più in generale, a lavorare nel settore del gioiello Made in Italy. Magari non conoscendolo al meglio il settore in termini di professionalità e distretti. Ma ci sono. Ed è per questo che è fondamentale per tutta filiera raccontarsi agli studenti e alle loro famiglie nei luoghi, come Skuola.net e i social network, che loro frequentano quotidianamente*".

Afferma Marco Carniello, Global Exhibition Director Jewellery & Fashion di Italian Exhibition Group, operatore fieristico che promuove la formazione in tutti i comparti in cui opera, e con il salone internazionale della gioielleria Vicenzaoro è partner strategico di Confindustria Federorafi e Skuola.net per questo progetto strutturato e di ampio respiro: *"I giovani rappresentano il futuro della gioielleria. Il nostro impegno per lo sviluppo e l'internazionalizzazione del settore, e in particolare delle eccellenze del Made in Italy, non si esprime solo attraverso le opportunità di business generate dai nostri saloni (oltre alle due edizioni annuali di Vicenzaoro a gennaio e settembre, gli eventi ad Arezzo come Oroarezzo e il Summit del Gioiello Italiano, JGT a Dubai e la recente acquisizione SIJE a Singapore), ma anche promuovendo la cultura di settore e attivandoci come piattaforma di informazione, formazione e networking. Un riferimento per l'intera industry, capace di mettere in contatto la community e generare relazioni positive tra aziende, operatori, mercati, istituzioni, media e nuove generazioni per dare energia al circolo virtuoso del gioiello italiano. Dai laboratori al Museo del Gioiello di Vicenza alle attività per famiglie nell'ambito del VIOFF (il fuori fiera di Vicenzaoro), fino ai progetti di comunicazione che coinvolgono gli studenti delle scuole superiori e i master di design post diploma, siamo in prima linea, felici di poter essere con questa iniziativa un moltiplicatore di opportunità per tutti i player del nostro comparto, ad iniziare proprio dagli orafi di domani".*

"Ancora una volta il settore orafo, vessillo tradizionale del Made in Italy, riesce ad essere massimamente innovativo coinvolgendo le nuove generazioni" sottolinea il Ministro delle Imprese e Made in Italy Adolfo Urso rispondendo con una nota all'invito agli organizzatori. *"Il vostro settore affascina per numerosi motivi e ogni*

166824

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

evento promozionale e fieristico è indispensabile per sostenere il settore nella sua costante espansione" continua, ricordando il fermento dell'ultima edizione di Vicenzaoro dello scorso gennaio che ha inaugurato in presenza

Tags: gioiello giovani made in italy professioni d'oro

Condividi Tweet Condividi Invia

Altri Articoli

Formazione professionale: l'Italia sotto la media europea

7 MARZO 2023

Confcommercio Sicilia verso la creazione di Confprofessioni per tutelare le libere professioni anche non ordinistiche

6 MARZO 2023

Un nuovo approccio zen al lavoro, il trend del 2023: più benessere e meno stress, per vivere al meglio le ore trascorse in ufficio

2 MARZO 2023

1 lavoratore su 2 non è soddisfatto del proprio impiego: le aziende non riescono a creare ambienti funzionali, mancano di innovazione

2 MARZO 2023

Settimana corta solo 4 giorni di lavoro, ma siamo veramente pronti?

24 FEBBRAIO 2023

Corriere Quotidiano – Giornale Nazionale di informazione online la cui testata giornalistica è registrata presso il Tribunale di Milano al n° 53 del 4/3/2015 | Direzione e Redazione – info@corrierequotidiano.it | Tutti i diritti sono riservati | Concessionaria per la Pubblicità **Pubbli1** – Direzione Pubblicità: **Pubbli1** - Developed by **Net pc solution - Adriano Giallongo** – Informativa Privacy – Informativa Cookies |

Privacy - Termini

166824

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.