

DAI GEMMOLOGI AGLI INCISORI

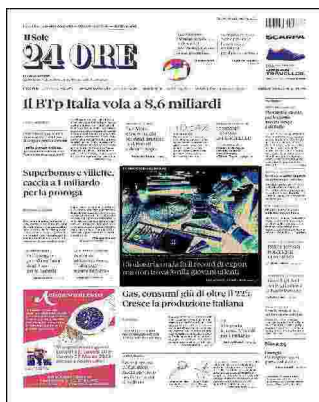
ADOBE STOCK



Mani d'oro. La professionalità degli orafi, un bene sempre più prezioso, ma difficile da trovare sul mercato del lavoro

L'industria orafa fa il record di export ma non trova 3mila giovani talenti

Giulia Crivelli e Claudio Tucci — a pag. 16



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

166824

Industria orafa a caccia di addetti «Mancano 3mila professionisti»

Occupazione

La presidente di Federorafi Claudia Piaserico: «Occorre raccontare meglio il settore»

L'associazione coinvolgerà le scuole superiori e inviterà influencer nelle aziende

Giulia Crivelli
Claudio Tucci

Le aziende italiane del gioiello sono a caccia di talenti. Nei prossimi cinque anni, tra nuovi inserimenti e turnover, ci sarà bisogno di almeno 3mila giovani, pari 10% dell'attuale forza lavoro. Ma i ragazzi diplomati in uscita dai circa 40 istituti (professionali statali, regionali, Its) che formano nell'ambito del comparto sparsi per l'Italia sono molti meno. Da qui il rischio, sempre più concreto, che tante aziende del settore orafogioielliero (oltre 7.100) non riescano a trovare i profili che cercano e proprio in un periodo caratterizzato da forte crescita della domanda di preziosi made in Italy e un export a livelli record. Si va a caccia di gemmologi, incisori, smaltatori, ma anche di manager della qualità e ingegneri gestionali.

Nel 2022 l'export del settore ha sfiorato i 9 miliardi, 1 miliardo in più

rispetto al 2021, e il fatturato 2022 è stimato in 10,9 miliardi, con una crescita di oltre il 20% sull'anno precedente. Anche il sentiment per i primi mesi dell'anno è di fiducia: il 47% delle imprese del gioiello prevede un fatturato in crescita (il 39% lo stima invariato, solo il 14% in flessione) e più di un datore di lavoro su tre (36%) ha in previsione di incrementare i dipendenti.

«Abbiamo bisogno di giovani talenti e di far conoscere a loro e ai loro familiari i nostri mestieri e le moderne fabbriche del 2023 che li accoglieranno»: è l'appello che Claudia Piaserico, presidente di Confindustria Federorafi, anticipa al Sole 24 Ore e che lancerà oggi a Milano nel corso di una iniziativa per illustrare il maxi piano di comunicazione e orientamento che l'associazione, assieme a istituzioni e player della formazione, farà partire nelle prossime settimane. Il mondo del gioiello e le opportunità che offre sono semisconosciuti, spiega Claudia Piaserico, imprenditrice e manager del settore da oltre 20 anni: «Abbiamo svolto un workshop presso una scuola primaria di Vicenza: su 90 studenti di quinta solo uno sapeva che Vicenza è tra i principali distretti italiani del gioiello e solo una famiglia che, sempre a Vicenza, esiste un museo del gioiello». Un museo straordinario, aggiungiamo, che durante i giorni di VicenzaOro, la manifestazione di settore che si tiene due volte all'anno nel locale quartiere fieristico, viene

visitato anche dai buyer provenienti da tutto il mondo. «Nelle nostre imprese c'è sostenibilità, innovazione, futuro: anche questo, all'esterno, si conosce poco. Utilizziamo tecnologie sofisticate, le stesse, in molti casi, che usa il settore aerospaziale», aggiunge Piaserico. Di qui la necessità di cambiare rotta e mentalità. Anche perché più della metà degli occupati del settore (il 58% sono donne) tra meno di 10 anni sarà in età pensionabile e solo il 13% degli attuali occupati ha meno di 30 anni.

Le iniziative che metterà in campo Confindustria Federorafi si muovono in più direzioni. In primis, si vuole far conoscere a studenti e famiglie l'offerta formativa: «Tra un mesetto pubblicheremo sul nostro sito una mappa dei circa 40 istituti legati al comparto per far crescere le iscrizioni - conclude la presidente -. Stiamo anche collaborando con una agenzia per il lavoro per incrociare domanda e offerta. Sul fronte della reputazione lavoriamo su legalità, con iniziative di sensibilizzazione e cultura. Con Skuola.net parleremo direttamente ai ragazzi e con il loro linguaggio e vorremmo far entrare influencer di fama internazionale nelle nostre aziende. Insomma, vogliamo far tornare i giovani ad innamorarsi del nostro mestiere. Se non ci riusciamo rischiamo di perdere una fetta importantissima della cultura del nostro Paese, che è anche un volano economico e di immagine».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tra le figure più cercate, gemmologi, incisori e smaltatori, che potranno coniugare manualità e tecnologia



Distretto di Valenza. Lavorazioni di gioielli Bulgari: la manifattura dell'azienda in Piemonte è la più grande del settore in Europa ed è in fase di espansione. Quando sarà completata sarà la più grande manifattura di gioielli di alta gamma al mondo