



FEDERORAFI E IEG

L'industria orafa apre la caccia ai giovani: «In 5 anni 2 mila posti vuoti»

Roberta Bassan pag.10

PROGETTO NAZIONALE Presentata a Milano la "terapia d'urto" di Federorafi, Ieg e Skuola.net

Orafi a caccia di giovani E Vicenza tra 5 anni sarà senza 2 mila addetti

Fatturato +20,8% nel pre-consuntivo 2022, previsioni buone sul 2023
La presidente Piaserico: «Raccontiamo il settore con nuovi linguaggi»

Roberta Bassan
INVIATA A MILANO

●● Per l'industria orafa si apre una vera e propria caccia ai giovani. Entro 10 anni il 58% degli addetti (oltre uno su due) sarà andato in pensione. Solo nel distretto orafa di Vicenza si stima che nel giro di 5 anni mancheranno qualcosa come duemila addetti. E proprio ora che l'industria del gioiello, dopo le difficoltà legate alla pandemia, ha ritrovato tutto il suo splendore: 10,9 miliardi il fatturato nel pre-consuntivo nazionale di settore, in aumento del 20,8% sul 2021 e di quasi il 40% sul 2019, spiccato il volo l'export (+22,1%), con un imprenditore su due che si attende una crescita anche nel primo trimestre 2023, uno su tre

che prevede di assumere. E una fiera, Vicenzaoro, che a gennaio ha messo a segno il record di visitatori ed espositori in 70 anni di storia. Non cerca scusanti Claudia Piaserico, vicentina alla guida di Confindustria Federorafi. Parla a Milano a Palazzo Borromeo, nello show-room di Antonini, brand con un secolo di storia, oro-smeraldi-zaffiri blu-diamanti ad impreziosire le teche, affreschi alle pareti resistiti ai bombardamenti del 1943. Niente flash. «Non siamo stati attrattivi per nulla, per troppi anni ci siamo concentrati sul saper fare trascurando il saper comunicare».

Progetto Ma ora è una vera e propria "terapia d'urto" che parte, destinazione giovanis-

simi, raggiunti con i loro linguaggi, i siti che frequentano, gli youtuber che seguono. E c'è tanta Vicenza nella primogenitura del progetto nazionale presentato ieri frutto della collaborazione tra Federorafi a guida Piaserico, l'operatore fieristico Ieg che ha nel salone di Vicenzaoro uno dei suoi gioielli rappresentato ieri dal direttore Marco Carniello e Skuo-

la.net, fondata e diretta da Daniele Grassucci, qualcosa come un milione di giovani raggiunti giornalmente tra sito e social. E con il ruolo strategico di Confindustria Vicenza a "connettere" le varie realtà.

Tappe E si parte proprio da Vicenza che scorre tra stand della fiera, Basilica Palladia-



na e Rotonda nel video di Niko Gargiulo, un milione di visualizzazioni in pochi giorni. Qualcosa avrà seminato lo youtuber se è vero che, nel sondaggio realizzato da Skuola.net tra 3 mila studenti di medie e superiori i distretti orafi sono emeriti sconosciuti. Vicenza - che è tra i più importanti con 756 imprese e quasi 4.400 addetti (dati della Camera di commercio) e con tutti gli indicatori in crescita nell'ultimo trimestre (congiuntura di Confindustria Vicenza) - finisce nella loro percezione in coda a 4 città che non hanno neppure tradizioni orafe. Neppure considerati, parentesi, gli altri due distretti storici di Arezzo e Valenza. È un settore che deve sfatare pregiudizi. Si è iniziato a seminare a Vicenza con una giornata di orientamento in Fiera, si è proseguito con la mappatura di tutte le scuole con percorsi orafi (quasi 40 in 10 Regioni, 2 a Vicenza) grazie alla vicepresidente Crivelli, si è puntato sulle famiglie, ora si prosegue a "martellare" per avere futuro.

Professioni Sono professionalità d'oro che mancano e non solo perché hanno a che fare con i gioielli, ma perché sono introvabili. Si tratta di orefici, incassatori, incisori, gemmologi, pulitori, esperti in stampa 3d e in macchine a controllo numerico, designer. Ma anche ingegneri meccanici: serve precisione. «Nelle nostre aziende c'è sostenibilità, innovazione, tecnologie sofisticate - spiega Piaserico - in molti casi le stesse usate dal settore aerospaziale». Peccato che i giovani che vi lavorano si contino con il lanternino: appena il 13% ha meno di 29 anni.

Seminare La strada è tracciata e anche le tappe. Si sofferma su ognuna la presidente. A partire dall'orientamento di ragazzi (e genitori) e da una piattaforma per incrociare domanda e offerta. Per passare al progetto internazionale in via di definizione con Ice, Agenzia per la promozione all'estero, per portare influencer nelle aziende orafe e raccontarle. E ancora aumentare la reputazione del settore che ha vissuto in passato «crisi di instabilità e poca trasparenza»: già in agenda un incontro con la Guardia di Finanza sui temi della legalità, senza dimenticare il lato culturale che vede anche coinvolgere il mondo dell'opera. Urgente il ricambio, partita la semina. Ne va del futuro del settore. ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Servono incisori, gemmologi, pulitori, designer ma pure ingegneri «Da noi tecnologie aerospaziali»

Youtuber e influencer nelle aziende, video, piattaforme, orientamento e nuova reputazione



► 10 marzo 2023



Ieri Claudia Piaserico (Federorafi) tra Camiello (Ieg) e Grassucci (Skuola.net)