

Le pietre, identità originale

Valenza è un unicum nazionale e ha anche il vantaggio logistico

Punti di forza Innanzitutto la varietà e la diversificazione dei servizi offerti



L'universo delle gemme. Il Distretto è un concentrato di competenze. Qui infatti molte pietre vengono lavorate direttamente sul metallo e i processi sono tutti tracciabili

DI **ENRICO SOZZETTI** PAGINE 10-14-15

«Ecco la dimostrazione dell'unione del Distretto e di quello che ci caratterizza: le pietre». Parole chiare. Pronunciate sul palco del Teatro sociale di Valenza. E che aprono il primo 'Valenza Gem Forum', incontro con ospiti di livello nazionale e internazionale, arrivato nella città dell'oro non a caso. Le pronuncia Alessia Crivelli, presidente del Gruppo Aov di Confindustria Alessandria e della Fondazione Mani Intelligenti, a fianco di Claudia Piaserico, presidente Confindustria Federorafi. L'incontro, moderato da Giulia Crivelli de Il Sole 24 Ore - Radio 24, è stato il primo appuntamento dedicato al distretto piemontese dell'alta gioielleria. Promosso da Mani Intelligenti, con la collaborazione di Italian Exhibition Group / Vicenzaoro, ha visto al centro degli interventi analisi e riflessioni su pietre preziose e diamanti, mercati, innovazione, lavoro e formazione. Ma innanzitutto ha visto protagonista il distretto orafa valenzano del

quale è stata presentata una fotografia in apertura. Non per niente è la stessa Alessia Crivelli a dare appuntamento al «Valenza Gem Forum del 2024». Valenza unisce pietre e oro, non a caso proprio nella città dell'oro si concentra il novanta per cento delle pietre preziose importate in Italia. La città è davvero un unicum per la presenza di fabbriche di gioiellerie, di taglierie e di commercianti di gemme. E adesso si sta finalmente assistendo alla presa d'atto, con legittimo orgoglio, di questa identità. Certo, appare legittimo il dubbio. Ma Valenza è davvero un caso unico a livello nazionale? «Si può davvero dire così» conferma Rocco Gay, membro del Direttivo del Gruppo Aov. Che quindi spiega: «Sono presenti sedici taglierie, sono poche altre quelle organizzate per la produzione al di fuori del Distretto (due a Roma, due a Forlì e un paio a Milano), insieme a decine di attività di commercio di gemme e diamanti e altrettante di venditori di gemme che visitano regolarmente il

distretto. Sono mediamente thailandesi e indiani, principalmente provenienti da Bangkok e Jaipur, oltre a brasiliani e singalesi, senza contare i commercianti italiani e i tedeschi di Idar - Oberstein». Parlare di punti di forza, unici va ricordato, si può finalmente parlare, senza più tema di smentita. «Direi che la varietà e la diversificazione dei servizi offerti, sia nella scelta delle gemme, sia nella loro lavorazione, sono i primi elementi che contraddistinguono Valenza, che è davvero un concentrato di competenze che copre ogni aspetto dell'arte orafa, compreso il commercio e il taglio delle gemme. C'è poi - aggiunge ancora Rocco Gay - il vantaggio logistico. Molte gemme vengono infatti lavorate direttamente sul metallo e in alcuni casi necessitano di avere accanto un incassatore». Se l'identità si sta rafforzando, c'è però ancora parecchio da fare, in particolare sul fronte pubblico (con la revisione del piano regolatore) e dei servizi, da quelli del trasporto a quelli specialistici per le imprese, in particolare le piccole e medie.

Distretto orafa gioielliero

Lo sviluppo del comparto e la strategia da consolidare con vari punti di forza

Sensibilità Entro il 2025, secondo alcuni studi, un terzo degli acquisti di gioielleria “sarà influenzato dal grado di sostenibilità dei marchi, scelta condivisa soprattutto dalle generazioni più giovani, più attente al tema”

DI **ENRICO SOZZETTI**

Solo apparentemente alcuni dei punti fermi della strategia di sviluppo del Distretto orafa gioielliero di Valenza possono sembrare ripetitivi. In realtà vanno analizzati come costante rafforzamento di un impegno che le aziende rinnovano ogni giorno, con un solo obiettivo: la crescita.

In questo senso vanno lette le parole di Alessia Crivelli, presidente del Gruppo Aziende Orafe Valenzane di Confindustria Alessandria, e vicepresidente nazionale di Confindustria Federorafi con delega alla Formazione: «È una nostra responsabilità aprirci al mondo dei giovani, mostrare le nostre realtà e l'evoluzione del mestiere affinché possano scoprire professionalità affini alle loro attitudini.

L'importanza della manualità è fondamentale come lo sono tutte le competenze più tecnologiche ed innovative. L'anno prossimo saremo ulteriormente impegnati su altri fronti sfidanti, dall'intelligenza artificiale alla sostenibilità e alle certificazioni». Tutti i dati - produzione, export, occupazione - sono positivi, però non basta. Occorre uno sforzo quotidiano,

è fondamentale saper analizzare con competenza il quadro geopolitico internazionale, cogliere i segnali più nascosti che arrivano dai mercati, utilizzare al meglio la tecnologia. Solo così sarà possibile rafforzare il trend positivo che ha contrassegnato anche il secondo trimestre del comparto dell'oreficeria, argenteria e gioielleria italiano, trainato dalle vendite estere (+14,2 per cento).

L'analisi del Centro studi

L'analisi elaborata per Federorafi dal Centro Studi di **Confindustria Moda** ha evidenziato nella prima metà dell'anno, anche a seguito delle dinamiche inflattive, un incremento a doppia cifra dell'export (+15,3 per cento, nonostante la decelerazione del bimestre maggio - giugno), assieme a un consolidamento del saldo commerciale settoriale (+9,1 per cento) e a un aumento del fatturato pari al +9,2 per cento tra le aziende del campione degli associati intervistati. In lieve calo il numero di imprese attive, accompagnato però da una «positiva tenuta

dei livelli occupazionali (+1,5 per cento. Malgrado il previsto raffreddamento della crescita nella seconda parte dell'anno - di cui peraltro già si sono avuti chiari segnali nei dati della produzione industriale e delle quantità esportate di gioielleria 'da indosso' in oro - il sentiment appare «promettente con tre associati su quattro che ritengono di poter chiudere il 2023 migliorando (o almeno uguagliando) i risultati del 2022».

Dopo una prima frazione dell'anno caratterizzata da una crescita dell'export a due cifre (+16,6 per cento in valore), il secondo trimestre - aperto con un sensibile rallentamento delle vendite in aprile e maggio - ha registrato in giugno «un nuovo balzo considerevole della domanda estera, grazie al quale ha chiuso con un incremento del +14,2 per cento su aprile - giugno 2022».

Essenziale

“Aprirci al mondo dei giovani, mostrare le nostre realtà e l'evoluzione del mestiere”

Le esportazioni italiane sono salite globalmente del +15,3 per cento, superando i 5,55 miliardi di euro (operazioni di pura commercializzazione incluse). Tra le tipologie, cresce del +14,5 per cento in valore l'export della gioielleria 'da indosso' (con vendite di poco al di sotto dei 5,2 miliardi, nell'insieme) grazie a quella realizzata in oro

(+16,4 per cento) di gran lunga la voce merceologica principale (4,72 miliardi di euro, l'85 per cento sul totale); stabile invece (+0,6) quella in argento (428 milioni di euro). Andamento «decisamente premiante» per la bigiotteria, terza voce del comparto per valori assoluti dopo le due precedenti, salita nei primi 6 mesi a 304,4 milioni di euro (+28,9 per cento). Aumento complessivo del +10 in valore per l'oreficeria da arredo, mentre denotano un +65,5 i cinturini per orologi in metalli preziosi e/o placcati. In calo, invece, i lavori in perle e pietre preziose (-6,1 per cento).

La graduatoria dei distretti vede sempre al comando Arezzo (+5,6 per cento), seguita da Vicenza (+3,5), Alessandria (+11,3) che ha messo a segno un incremento significativo.

Per quanto concerne l'occupazione, infine, la prima metà dell'anno «si è chiusa con un lieve aumento che ha portato il numero di addetti a 32.746 unità tra industria e artigianato (con un saldo positivo pari a +477 lavoratori). In leggero calo, invece, il numero di

Quando la sinergia è tutto

Tutti i dati relativi a produzione, export, occupazione sono positivi all'insegna del segno 'più'. Occorre però un costante sforzo quotidiano, è fondamentale saper analizzare con competenza il quadro geopolitico internazionale, cogliere i segnali più nascosti che arrivano dai mercati, utilizzare al meglio la tecnologia. Solo così è possibile rafforzare il trend positivo che ha contrassegnato anche la prima metà dell'anno del comparto dell'oreficeria, argenteria e gioielleria italiano, trainato dalle vendite estere.

imprese attive, sceso a fine giugno a 6.977 (-61 unità rispetto al consuntivo 2022, -0,9 per cento), con il solo Piemonte in controtendenza tra le principali regioni (+8 imprese)».

Andamento dei marchi

Una fotografia di estremo interesse che può aiutare ad analizzare meglio alcuni trend interni del Distretto valenzano è stata presentata da Assogemme che ha diffuso un report McKinsey - Bof che ha esaminato lo stato della sostenibilità nell'industria dei preziosi. Entro il 2025, viene evidenziato, un terzo degli acquisti di gioielleria «sarà influenzato dal grado di sostenibilità dei

marchi, scelta condivisa soprattutto dalle generazioni più giovani, più attente al tema rispetto alle precedenti. Un'attenzione che potrebbe arrivare a mettere in secondo piano il dibattito sulla natura dei materiali preziosi e rendere dirimente, invece, il loro grado di trasparenza, tracciabilità, consumo di risorse, rispetto dei diritti umani, a prescindere dalle loro origini».

Peraltro, anche l'edizione di settembre di "VicenzaOro" ha confermato questo quadro con una curva di crescita congiunturale a due cifre per produzione e vendite del Made in Italy che fa del settore orafa - gioiellero il più performante nel sistema moda italiano.



Tendenza nazionale In leggero calo il numero di imprese attive con il solo Piemonte in controtendenza tra le principali regioni (archivio Petramundi)



Crescita. L'analisi elaborata per Federorafi dal Centro Studi di **Confindustria Moda** ha evidenziato un incremento a doppia cifra delle esportazioni (archivio Petramundi)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



166824