



Dati e numeri confermano forza e fascino del settore

Verso il 2024. Aziende, grandi gruppi e analisti cautamente ottimisti, grazie al valore intrinseco dei gioielli - Nel 2023 vola l'export italiano

Giulia Crivelli

I numeri sono importanti, anche se, in particolare parlando di gioielli, raccontano solo una parte della storia. Partiamo comunque dai numeri, che per il settore orafiero-gioielliero italiano sono ottimi: le rilevazioni di Confindustria Orafi prevedono per il 2023 un fatturato di circa 10 miliardi di euro, in aumento del 5% rispetto al 2022, un dato reso noto in occasione del Summit del gioiello italiano, appuntamento annuale dedicato alla filiera dell'oreficeria e gioielleria italiana, organizzato pochi giorni fa da Italian Exhibition Group (Ieg) ad Arezzo (si veda il Sole 24 Ore del 1° dicembre). Ancora più significativi i numeri del periodo gennaio-agosto elaborati per Federorafi dal centro studi di **Confindustria Moda** su dati Istat: il commercio con l'estero del settore orafiero-argentero-gioielliero ha superato i 7 miliardi di euro, in crescita del 12,8% rispetto ai primi otto mesi del 2022.

Positivi sono inoltre i dati delle aziende italiane e dei grandi gruppi, come raccontiamo in questo speciale, e, *last but not least*, c'è cauto ottimismo tra gli analisti, che prevedono per il settore hard luxury (gioielleria e orologeria), crescite a una cifra, ma superiori a quelle di altri segmenti.

Che nel secondo semestre ci sarebbe stato un rallentamento lo aveva anticipato già in ottobre Claudia Piaserico, presidente di Federorafi, in occasione della pubblicazione dei dati del periodo gennaio-giugno. Un rallentamento quasi fisiologico per un settore tornato ai livelli pre Covid

(oggi ampiamente superati) ben prima di altri. Basti pensare che le esportazioni dei primi otto mesi del 2023 (7,008 miliardi per la precisione) sono salite del 57,5% sullo stesso periodo del 2019, anno prima della pandemia, quando la cifra aveva sfiorato i 4,5 miliardi.

«I dati semestrali confermano le straordinarie capacità degli imprenditori orafi a performare ancora positivamente in un periodo in cui molti altri settori del made in Italy stanno soffrendo - aveva detto Claudia Piaserico in ottobre -. Ma, inevitabilmente, la seconda parte del 2023 sarà caratterizzata da una sensibile attenuazione dei ritmi di sviluppo». Una cautela necessaria, ma che potrebbe dimostrarsi fin esagerata, visti i primi segnali con i quali si è aperta la stagione natalizia. Se c'è una preoccupazione sul futuro a medio e lungo termine del settore, non è la forza delle imprese e la loro vocazione all'internazionalizzazione, bensì il ricambio generazionale. «Con il suo mix unico di creatività, heritage, artigianalità, tecnologia e sostenibilità, nel 2023 il settore orafiero-argentero-gioielliero italiano sta consolidando la propria leadership mondiale e speriamo possa essere sempre più attrattivo per le nuove generazioni - sottolinea oggi la presidente di Federorafi -. Ma è inutile nascondere la carenza di giovani e meno giovani che si vogliono avvicinare alla parte più manifatturiera del nostro comparto». Partendo da questa preoccupazione, a pagina 8 si parla proprio della possibile alleanza tra istituti professionali per la formazione di

orafi e le aziende, che possono creare un circolo virtuoso e "correggere" una visione del lavoro nel settore della gioielleria che, da molti anni, non corrisponde più alla realtà (si veda il reportage dalla fabbrica-modello di Bulgari di Valenza Po, a pagina 16).

Finito l'elenco dei numeri, è giusto chiedersi cosa continui ad affascinare chi compra o sogna di comprare gioielli. Certo, c'è il valore intrinseco di metalli e pietre preziose, quanto di più lontano dall'obsolescenza programmata di tanti altri beni personali, anche di lusso. Ma c'è molto altro, che spiega come la gioielleria superi, seppure di poco, il buon andamento dell'orologeria (si veda il Rapporto Orologi del 23 novembre). I gioielli comunicano un'idea di bellezza che sfiora l'eternità, come conferma il successo di pubblico di ogni mostra dedicata ai gioielli (e lo stesso vale per i libri), mentre quelle focalizzate sull'alta orologeria si rivolgono a una cerchia più ristretta di appassionati. Si va a una mostra di gioielli come si va a una di arte figurativa o scultura. E nell'epoca della digitalizzazione che tutto divora, del tempo accelerato che cancella anche i ricordi, i gioielli assomigliano a un'ancora che ci permette di vedere la bellezza del mondo e di capire di quanti piccoli grandi capolavori sono capaci le mani e i cuori delle persone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nei primi otto mesi dell'anno le esportazioni sono salite del 12,8% sul 2022 e del 57,5% rispetto al pre Covid



Più che il fisiologico rallentamento del secondo semestre, preoccupa il ricambio generazionale di artigiani orafi



166824

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ILLUSTRAZIONE DI LUCREZIA VIPERINA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

166824