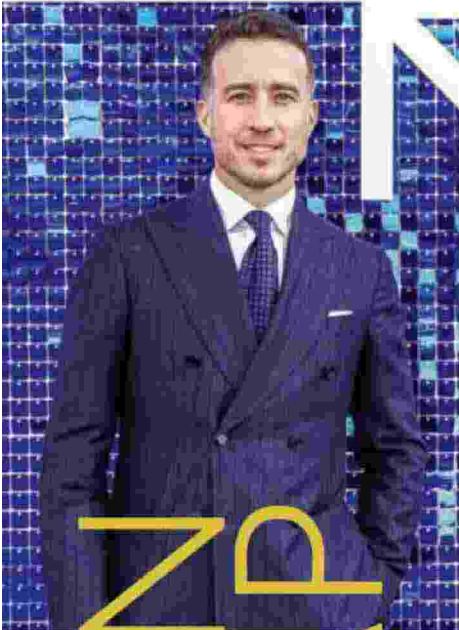


_education

Marco Carniello



Claudia Piaserico



Daniele Grassucci



Sembrano passati secoli da quando Gianni Rodari illustrava ai bambini l'importanza e la nobiltà del lavoro attraverso "gli odori" e "i colori" di quei mestieri - rigorosamente artigianali, con l'unica eccezione del medico - che evidentemente dovevano suonare del tutto familiari nonché desiderabili ai lettori degli anni Sessanta: imbianchino, fornaio, contadino, droghiere, operaio...

Sembrano, appunto, passati secoli, perché stando ai dati delle imprese e delle associazioni di categoria, agli occhi delle giovani generazioni e delle loro famiglie i mestieri artigianali hanno largamente perso fascino e attrattiva, tanto che praticamente tutti i settori manifatturieri del nostro Paese lamentano il problema della mancanza di manodopera.

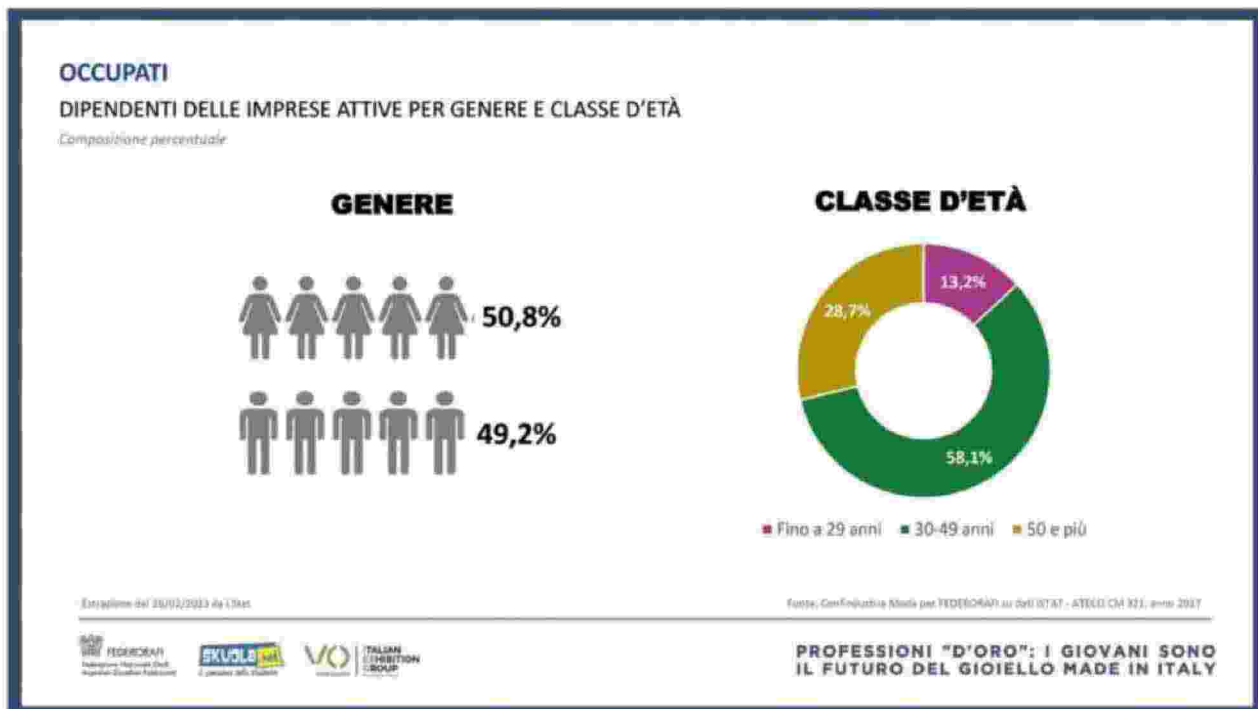
Del resto il disallineamento tra domanda e offerta è una delle grandi incognite che pesano sul mercato del lavoro in Italia, anche alla luce delle tre grandi transizioni - digitale, ambientale e demografica - che sono già in atto e che nei prossimi anni influenzeranno sempre più il contesto socioeconomico, con la sparizione di alcuni lavori, la nascita di altri, e la necessità di un rilevante ricambio generazionale (l'Italia è un Paese "vecchio", con la quota maggiore di ultrasessantacinquenni dell'Occidente). In questa situazione non facile (messa a fuoco dai dati del Sistema Informativo Excelsior, realizzati ed elaborati da Unioncamere e Anpal), anche per il settore dell'oreficeria-argenteria-gioielleria un fattore particolarmente rilevante riguarda appunto la mancanza di nuove leve.

Secondo i dati di **Confindustria Moda** per Federorafi presentati in conferenza stampa lo scorso Marzo, nel 2021 le 7100 imprese del comparto impiegavano circa 31 mila addetti, di cui solo il 13,2% sotto i trent'anni e quasi il 29% sopra i 50. Si stima che nel corso dei prossimi 5 anni il settore avrà necessità di 3000 nuove assunzioni, a fronte sia dei pensionamenti sia dei nuovi posti di lavoro che si verranno a creare, viste le prospettive positive per il settore. Superato lo shock della pandemia, infatti, il

La mancanza di giovani da formare e inserire nei team aziendali mette a rischio il futuro stesso del settore orafa. Associazioni, enti, scuole e imprese varano progetti e iniziative per avvicinare le nuove generazioni al mondo dei preziosi

by Antonella Garello

THE GOLDEN ROADMAP



comparto mostra una rinnovata dinamicità e un buono stato di salute: sulla base delle prime indicazioni relative alla chiusura del 2022, il fatturato del settore O-A-G avrebbe toccato i 10,9 miliardi di euro, con un +20,8% sul 2021. Intervistati nel corso delle prime fiere di settore dell'anno, VicenzaOro e Inhorgenta, molti imprenditori hanno lamentato proprio la difficoltà - se non l'impossibilità! - di fare fronte all'aumento degli ordini a causa della mancanza di manodopera: i giovani del Duemila, a differenza dei loro coetanei degli anni Sessanta, non sono in sintonia con lavori pratici e manuali e inoltre poco o nulla sanno delle professioni legate al mondo della gioielleria, che appare loro lontano ed estraneo. «Il settore - ha sottolineato nel corso dell'incontro di Marzo la presidente di Confindustria Federorafi Claudia Piaserico - ha sempre puntato sulla propria concretezza, sul "saper fare", ma ha evidentemente trascurato la comunicazione mirata alle nuove generazioni. Oggi orientamento e formazione sono cruciali per il futuro dell'intero comparto». Associazioni, imprese, scuole si stanno conseguentemente impegnando a "studiare" le nuovissime generazioni, la maniera migliore per avvicinarle e informarle, e mettere a punto i percorsi formativi più utili e attrattivi, mentre Academy dedicate creano "ponti" tra scuole e aziende. In questo contesto merita particolare attenzione per il suo approccio globale e innovativo il progetto formativo "Professioni d'Oro", messo a punto da Confindustria Federorafi in collaborazione col portale skoola.net (che quotidianamente raggiunge oltre un milione di studenti, dialogando anche con le famiglie e il corpo docente). Puntando su comunicazione e informazione, "Professioni d'Oro" intende

fornire ai ragazzi della scuola secondaria una visione corretta del settore e un quadro realistico dei relativi mestieri. Una sezione dedicata nel portale skoola.net, di facilissimo accesso appena entrati nel sito, "parla" ai ragazzi col loro linguaggio, attraverso l'immediatezza di un video che il popolarissimo YouTuber Nikolais ha girato a VicenzaOro (un secondo video è in programmazione) e tabelle che evidenziano le professioni più richieste dal settore con tutte le relative informazioni: descrizione concreta del mestiere, titoli di studio richiesti, retribuzione media lorda, elenco aggiornato della quarantina di istituti di vario grado, pubblici e privati, censiti da Federorafi che offrono in Italia percorsi formativi dedicati al mondo orafico. Daniele Grassucci, founder e direttore Skuola.net, ha illustrato nell'incontro stampa di Marzo i risultati di una ricerca intesa a comprendere l'atteggiamento dei ragazzi rispetto alle professioni tecnico-pratiche e a quelle orafe in particolare. «I mestieri artigianali non godono della considerazione delle giovani generazioni per svariate ragioni. Ci sono ovviamente quelle che riguardano la sfera delle attitudini o degli interessi personali, ma è emerso anche una sorta di stigma sociale: una percentuale non trascurabile di ragazzi considera che i mestieri pratici non siano abbastanza riconosciuti a livello sociale, che siano svolti da persone di genere o livello sociale differente dal loro, e ritiene anche che una scelta professionale di questo tipo non sarebbe approvata dai genitori. È su queste motivazioni che si può intervenire, informando correttamente i giovani sullo stato reale del settore, sulle sue ottime prospettive occupazionali, sulle figure e professionalità richieste, sulla considerazione che il Made in

Italy gode in tutto il mondo».

«In realtà il settore richiede ormai anche professioni ben più articolate e complesse che in passato - ha confermato Claudia Piaserico - come ingegneri gestionali, tecnici meccanici, specialisti di marketing e produzione, oppure ingegneri metallurgici... I giovanissimi delle generazioni Z e Alpha hanno una visione spesso obsoleta del nostro comparto e la collaborazione con skoola.net è sicuramente una preziosa risorsa per correggerla».

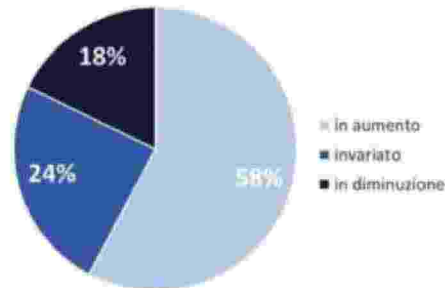
Il progetto si avvale anche della partnership di IEG - Italian Exhibition Group, tra i principali operatori mondiali del settore fiere e congressi, organizzatore di manifestazioni orafe di primissimo piano come VicenzaOro, Oroarezzo, JGT Dubai, SJE Singapore. Marco Carniello, Global Exhibition Director Jewellery & Fashion di IEG, ha ricordato l'impegno del Gruppo per promuovere la cultura di settore. «Avvicinare i giovani e i giovanissimi al mondo orafico è una assoluta priorità - ha sottolineato - e IEG ha messo a punto una serie di iniziative in questo senso. Per esempio sono moltissime le scuole coinvolte nelle manifestazioni di Vicenza e Arezzo: tra l'altro durante VicenzaOro gli studenti dello IED Torino vengono coinvolti come *cool hunter*, lanciando così preziosi segnali alle aziende. Voglio anche ricordare l'Open Day nazionale organizzato in collaborazione con la Fondazione Mani Intelligenti, le tante attività dedicate ai bambini durante il VIOFF (Vicenzaoro Fuori Fiera), i laboratori per famiglie e scuole del Museo del Gioiello di Vicenza che IEG supporta da anni, testimoniando concretamente la propria vicinanza al territorio, alle aziende e all'insieme di un comparto che rappresenta un'eccellenza tutta italiana».

HUESERS - 072

OCCUPAZIONE «O-A-G» al 31 DICEMBRE 2022
NUMERO DI ADDETTI A DICEMBRE 2022 RISPETTO A INIZIO ANNO
Composizione percentuale su totale rispondenti

Ben il **58%** del campione «O-A-G» ha indicato un **aumento nei livelli occupazionali a fine 2022 rispetto a 12 mesi prima.**

Per il **24%** il numero dei dipendenti è rimasto **invariato**, mentre il residuale **18%** ha dichiarato un **calo.**


O-A-G: orologiaio - argentiere - gioielliere
Fonte: Confindustria Moda per FEDERORAFI - Integna Ripeta Congiunzinate, febbraio 2023

PROFESSIONI "D'ORO": I GIOVANI SONO IL FUTURO DEL GIOIELLO MADE IN ITALY

The lack of young people to be trained and included in the company teams is putting at risk the future of the jewellery sector. Organisations, bodies, schools and companies are launching projects and initiatives to bring the new generations closer to the world of jewellery

Centuries seem to have passed since when Gianni Rodari taught children the importance and nobility of work through "the scents" and "colours" of those jobs, which were rigorously crafts, except for the doctor, that must have sounded familiar and desirable to the readers of the sixties: painter, baker, farmer, grocer, construction worker... Indeed, centuries seem to have passed, because according to the data of companies and trade associations, in the eyes of the younger generations and their families, crafts have largely lost their charm and appeal, so much so that all the manufacturing sectors of our country complain about the problem of the lack of manpower. After all, the mismatch between supply and demand is one of the unknowns that weigh on the labour market in Italy. We must consider this in light of the three great transitions, digital, environmental and demographic,

that are already in place and that will increasingly influence the socio-economic context, with the disappearance of some jobs, the creation of others, and the need for a significant generational change (Italy is an "old" country, with the largest share of over-65s in the West). In this difficult situation, brought into focus by data from the Sistema Informativo Excelsior (Excelsior Information System), created and processed by Unioncamere and Anpal, a particularly significant factor also concerns the lack of new recruits for the goldsmith-silverware-jewellery sector. According to data from **Confindustria Moda** for Federorafi presented at the press conference last March, in 2021 the 7,100 companies in the sector employed around 31,000 workers, of which only 13.2% were under thirty and almost 29% were over 50. It is estimated that over the next 5 years the sector will need 3,000 new hires, due to both retirements and the new jobs that will be created, given the positive prospects for the sector. After the shock of the pandemic, in fact, the sector shows renewed dynamism and a good state of health; based on the first indications relating to the closure of 2022, the turnover of the gold-silver-jewellery sector would have reached 10.9 billion euros, with a +20.8% on 2021. When interviewed during the first trade fairs of the year, VicenzaOro and Inborgenta, many entrepreneurs complained about the difficulty, if not the impossibility, to cope with the increase in orders due to the lack of manpower: the young people of the 2000s, unlike their peers in the 1960s, are not in tune with practical and manual jobs and also know little or nothing about the professions linked to the world of jewellery, which appears distant and foreign to them. During the March meeting the president of Confindustria Federorafi Claudia Piaserico underlined that "the sector has always focused on its concreteness, on "know-how", but has clearly neglected communication aimed at the new generations. Today orientation and training are crucial for the future of the entire industry". Organisations, companies and schools are consequently undertaking to "study" the very new generations, the best way to approach and inform them, and to develop the most useful and attractive training courses, while

dedicated academies create "bridges" between schools and companies. In this context, the "Professioni d'Oro" training project, developed by Confindustria Federorafi in collaboration with the skoola.net portal (which reaches over one million students every day, and also dialogues with the families and the teachers) deserves special attention for its global and innovative approach.

Focusing on communication and information, "Professioni d'Oro" intends to provide secondary school children with a correct vision of the sector and a realistic picture of the related professions. A dedicated section in the skoola.net portal, very easy to access as soon as you enter the site, "speaks" to young people with their own language. This was done through the immediacy of a video that the very popular YouTuber Nikolais shot at VicenzaOro (a second video is being planned). There are also tables highlighting the professions most in demand in the sector with all the related information: concrete description of the jobs, qualifications required, average gross salary, updated list of the forty institutions of various levels, public and private, surveyed by Federorafi which offer in Italy training courses dedicated to the jewellery world. In the March press meeting Daniele Grassucci, founder and director of skoola.net, illustrated the results of a research aimed at understanding the attitude of young people with respect to the technical-practical professions and jewellery-goldware in particular: "Crafts are not taken into account by the younger generations for various reasons. There are obviously those that concern aptitudes or personal interests, but a sort of social stigma has also emerged: a non-negligible percentage of young people think that practical jobs are not sufficiently recognized at a social level, that they are carried out by people of a different gender or social level different from theirs, and they also believe that a career choice of this type would not be approved by the parents. We can intervene on these motivations, correctly informing young people about the real state of the sector, its excellent employment prospects, the figures and professionalism required, and on the great consideration that Made in Italy enjoys all over the world". Claudia Piaserico confirmed that "actually,

education

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

LA COMUNICAZIONE: VALORI E CONCRETEZZA



Infographic titled 'I mestieri più richiesti' showing various professions in the jewelry sector with descriptions and icons.

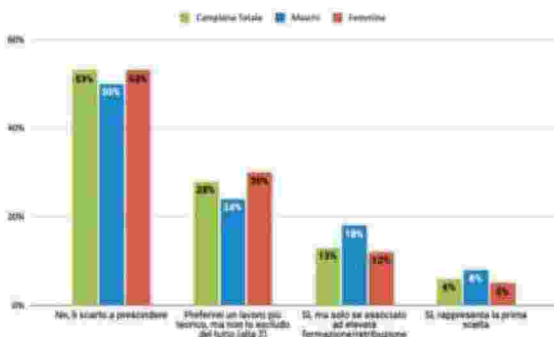
L'industria orafa e gioielliera italiana in numeri



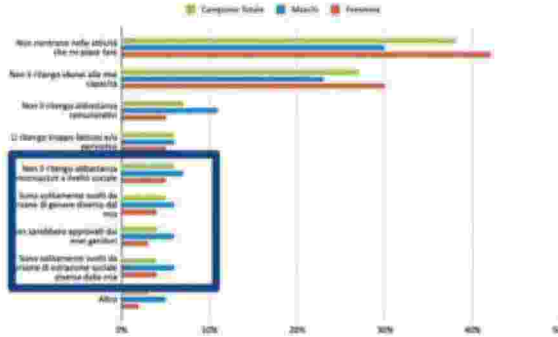
PROFESSIONI "D'ORO": I GIOVANI SONO IL FUTURO DEL GIOIELLO MADE IN ITALY

PROFESSIONI TECNICO PRATICHE: COSA NE PENSANO RAGAZZI E RAGAZZE?

INTERESSANO?



PERCHÉ NO?



PROFESSIONI "D'ORO": I GIOVANI SONO IL FUTURO DEL GIOIELLO MADE IN ITALY

the sector now also requires far more articulated and complex professions than in the past, such as management engineers, mechanical technicians, marketing and production specialists, metallurgical engineers... The vision that young people of the generations Z and Alpha have of our sector is often obsolete and the collaboration with skuola.net is certainly a valuable resource to correct it'. The project also counts on the partnership of IEG - Italian Exhibition Group, one of the main world operators in the trade fair and congress sector, organizer of top-level goldsmith events such as

VicenzaOro, Oroarezzo, JGT Dubai, SJE Singapore. Marco Carniello, IEG's Jewellery & Fashion Global Exhibition Director, recalled the Group's commitment to promoting the sector's culture.

"Bringing young and very young people closer to the jewellery world is an absolute priority - he underlined - and IEG has developed a series of initiatives in this direction. For example, many schools are involved in the events in Vicenza and Arezzo: among other things, during VicenzaOro the students of the IED Turin are involved as cool hunters, sending important information to companies. I also would like to mention

the national Open Day organized in collaboration with the Mani Intelligenti Foundation, the many activities dedicated to children during VIOFF (Vicenzaoro Fuori Fiera), the workshops for families and schools of the Vicenza Jewellery Museum that IEG has been supporting for years, concretely testifying its closeness to the territory, to the companies and to the whole sector that represents an all-Italian excellence".

the golden roadmap