

Gioielli

Supplemento al numero odierno del Sole 24 Ore
Poste Italiane Sped. in A.P. - D.L. 353/2003
conv. L. 46/2004, articolo 1, comma 1, DCB Milano

Rapporti

Il Sole
24 ORE

21/05

2024

Aste e mostre

Gioielli sempre al centro di eventi per collezionisti, investitori e appassionati

Chiara Beghelli — a pagina 2

Scuole e retail

Crescono i corsi di formazione ad hoc, aumentano gli investimenti nei monomarca

Marta Casadei — a pagina 4



VETRINE DI ALTA GAMMA

Le novità più preziose (o curiose), curate dalla redazione del magazine HTSI, e due focus: il primo sui profumi gioiello, il secondo sui pezzi di design più sofisticati (a lato, anello di alta gioielleria di Chopard)

— pagg. 22-31

ILLUSTRAZIONE DI MARCO OGGIAN



Il segreto dei gioielli sta nella loro umanità

Crescita a due cifre. Nel 2023 i dati di Confindustria-Federorafi indicano un fatturato di quasi 12 miliardi, in aumento del 10,2% rispetto al 2022

Punti di forza. La storia degli ornamenti preziosi non ha eguali come mix di creatività e simbiosi tra saperi artigianali e utilizzo di materie ancestrali

Giulia Crivelli

Il fil rouge che lega le pagine, le storie e le immagini di questo Speciale Gioielli è che i numeri della gioielleria continuano a essere molto positivi. Un quadro veritiero innanzitutto per l'Italia, sia guardando alla filiera produttiva del nostro Paese – tra le poche al mondo ancora intatte, oltre che posizionata nel medio e alto di gamma – sia osservando i dati di mercato. Il comparto dell'oreficeria e gioielleria è stato il primo a risollevarsi con grande slancio dopo il Covid, chiudendo anche il 2023 con numeri record: il fatturato è salito del 10,2% a 11,97 miliardi di euro e nel-

l'attuale scenario di rallentamento economico globale, osservabile persino nel segmento dell'alta gamma che oggi è più difficile che in passato definire resiliente, la gioielleria ha prospettive meno incerte.

O meglio: le incognite geopolitiche valgono anche per la filiera e il mercato globale dei gioielli – come sottolineato nell'ultima nota del Centro Studi di Confindustria Federorafi – ma il settore ha punti di forza intrinseci che altri segmenti oggettivamente non hanno. In un mondo sempre più insicuro dal punto di vista economico, sociale e ambientale, un mondo nel quale è stato necessario creare neologismi come ecoansia, la natura dei

gioielli ha qualcosa di rassicurante. Primo, perché sono per definizione beni durevoli, che possono diventare oggetti da collezione e beni di investimento. La forza dei gioielli va cercata anche altrove: sono una delle forme di artigianato artistico più antiche, hanno radici molto più profonde dell'abbigliamento, ad esempio.

Restando al confronto con la moda (per il tessile varrebbe un discorso a parte), i gioielli sembrano immuni dal gioco dell'eterno ritorno che caratterizza le scelte del vestirsi per come le intendiamo dall'inizio del secolo scorso e soprattutto dal secondo dopoguerra. Sfolgiando un qualsiasi testo di storia della moda, si notano corsi

e ricorsi e persino gli stilisti più creativi e visionari sentono il bisogno di consultare archivi, soprattutto tessili. Si prenda invece un libro di storia della gioielleria e si noterà una varietà di materiali, tecniche, accostamenti, usi, simbologie e riferimenti culturali che la moda – per quanto importante come specchio della società – non eguaglia nemmeno da lontano. C'è poi un altro punto di forza dei gioielli, che spicca ancora di più da quando, poco più di un anno fa, il concetto di intelligenza artificiale generativa è entrato nel linguaggio di tutti i giorni, accrescendo, nella maggior parte delle persone, il senso di insicurezza e paura del futuro. Parliamo del ruolo che

l'ingegno e le mani sapienti delle persone hanno nel creare gioielli, dando vita a qualcosa di immortale. Un mix di capacità manuali e versatilità di pensiero creativo che l'IA non ha e forse non potrà mai avere. Altro aspetto di non poco conto è che la gioielleria usa materiali immortali quanto il prodotto finito. Materiali anzi ancestrali, se pensiamo al viaggio che pietre e metalli fanno per uscire dal sottosuolo e trasformarsi in gioielli.

Non si pensi però che la gioielleria rifiuti o rifugga dalla tecnologia in toto: l'innovazione digitale ha aiutato in primis la distribuzione e l'e-commerce ha abbattuto barriere all'entrata che hanno permesso a giovani creati-

vi e piccoli laboratori di farsi conoscere e vendere nel mondo, mentre una volta le porte delle gioiellerie restavano sbarrate a marchi o aziende orafe non famose. Sulle pietre create in laboratorio (tecnologia che peraltro esiste da decenni) si continuerà a discutere, mentre tutti riconoscono il valore aggiunto dei software che possono creare prototipi virtuali o disegnare a computer alcune incastature particolarmente complesse.

Per concludere: i gioielli sono e continueranno a essere legati alla nostra natura di umani, di noi esseri creativi, fatti di materia e non di bit e, non guasta, anche un po' vanesi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA