Il polo orafico campano conquista gli Usa creazioni d'autore sbarcano a Las Vegas

L'INIZIATIVA SOSTENUTA DALL'AGENZIA ITA-ICE CRESCITA RECORD NEGLI ULTIMI CINQUE ANNI

LE ECCELLENZE

Nando Santonastaso

Un anno fa sembrava a dir poco complicato persino pensarci. Poi ci si sono messi anche i dazi a raffreddare gli entusiasmi. E invece no, il neonato Distretto orafico campano, costituito nell'aprile 2024 attorno al Tari di Marcianise, a Oromare, al Borgo Orefici di Napoli e al polo del corallo di Torre del Greco, sbarcherà tra poche settimane a Las Vegas dove si svolge ogni anno la più grande e prestigiosa fiera di settore degli Stati Uniti. Sarà una sorta di battesimo mondiale, organizzato dall'agenzia Ita-Ice, dopo il debutto europeo lo scorso anno alla Fiera internazionale di Vicenza e successivamente a un evento a Monaco di Baviera promosso dalla Camera di commercio di Caserta. Nell'agenda del D.Or., peraltro, figura anche un'altra imminente tappa europea: il 2 giugno prossimo i gioielli del distretto sfileranno all'Ambasciata italiana di LAia, in Olanda, in occasione della Festa della Repubblica. Niente male, decisamente, per un progetto voluto e sostenuto dalla Regione Campania sulla falsariga del distretto aerospaziale, con la partecipazione di Confindustria Caserta, Federpreziosi Campania Confcommercio, CNA e Assocoral, e che già può contare sulla collaborazione attiva dell'Università della Campania Luigi Vanvitelli. A Las Vegas, oltre tutto, il "Brand Campania" della gioielleria e dell'oreficeria di qualità, cresciuto negli ultimi 5 anni in media del 7,3%, con 650 poli produttivi concentrati per lo più tra le province di Napoli e di Caserta, e 1.400 al dettaglio (il 15% del totale nazionale) sarà quasi di casa. Nel senso che sono proprio gli Stati Uniti, con oltre 10 milioni in valore, il principale Paese esportatore delle aziende che hanno dato vita al Distretto. «La promozione del Made in Italy all'estero andrà avanti comunque, in attesa di capire come si evolverà il nuovo scenario commerciale, perché le nostre aziende hanno dovunque una riconoscibilità significativa», spiega Matteo Masini dell'Ice all'incontro di ieri al Tari per festeggiare il primo anno del Distretto campano e guardare al futuro, con tutta la prudenza necessaria. «Ma soprattutto con la consapevolezza che la sfida della qualità assoluta deve restare il valore aggiunto del nostro settore, sia pure senza dimenticare il peso dell'innovazione tecnologica e della sostenibilità», osserva Vincenzo Giannotti, primo presidente del Distretto e alla guida anche del Tari.

APPEAL GLOBALE

Las Vegas per dimostrare non solo la competitività del made in Campania (e dunque del Sud) anche in un settore che resiste bene anche alle congiunture economiche più sfavorevoli (Il 24% delle spese in gioielleria sono effettuate da turisti non solo europei ma anche americani, giapponesi, cinesi e arabi). È proprio la sfida dell'internazionalizzazione in cima agli obiettivi a breve e medio termine di artigiani, imprenditori e distributori campani: lo dimostra in modo chiaro il risultato di una survey organizzata dal Gruppo Intesa Sanpaolo per capire quali fossero le priorità degli operatori del Distretto. Tra «supporto alla partecipazione delle fiere (39,6%), ricerca mercati target (26,3%) e organizzazione di missioni commerciali (23,7%)» si concentra la stragrande maggioranza delle risposte. È la conferma del salto di qualità del sistema Campania e del Sud nel suo complesso, sostenuto non a caso a suon di miliardi da Intesa Sanpaolo, prontissima a cogliere opportunità strategiche come le Zes prima e la Zes unica dopo e a puntare senza esitazioni sulle pmi manifatturiere meridionali, come ricorda Giuseppe Nargi, direttore regionale di Campania, Calabria e Sicilia. Ma la storia del Distretto orafico è anche la dimostrazione, dice l'assessore regionale Antonio Marchiello, vero artefice del progetto, di «una capacità di visione finalizzata a promuovere le eccellenze del territorio, mettendole insieme per accrescere la loro competitività in Italia e all'estero». È accaduto oltre che per il Dac e per il Distretto orafico anche per il Distretto della moda, e accadrà, anticipa Marchiello, tra poco pure per il Distretto dei panificatori, altro esempio assoluto di qualità nel settore agroalimentare che organizzato in filiera è destinato a numeri altrettanto grandi. Il cambio di paradigma continua...

© RIPRODUZIONE RISERVATA