

{Inside Jewelry}

L'INTERVISTA

L'UNIONE FA LA FORZA

Ivan Scalfarotto, sottosegretario allo Sviluppo Economico, parla degli accordi e dei progetti per superare gli storici individualismi del settore

DI SONIA SBOLZANI

Il sottosegretario allo Sviluppo Economico Ivan Scalfarotto, confermato dal premier Gentiloni nel suo ruolo (con deleghe per le politiche di internazionalizzazione e promozione degli scambi e del commercio estero, delle iniziative per favorire l'attrazione degli investimenti e dell'Ice), è diventato una sorta di crocevia delle dinamiche nazionali del lusso. Innanzitutto Scalfarotto ha tenuto a battesimo quel recente accordo tra Arezzo Fiere&Congressi da un lato e dall'altro Fiera di Vicenza e Rimini Fiera, inteso a superare ogni particolarismo in vista della costituzione di un ente organizzatore unico per gli eventi della gioielleria tricolore, in grado finalmente di "fare massa critica" e sviluppare sinergie. D'ora in poi infatti competono a questa nuova realtà il coordinamento del calendario fieristico settoriale e la gestione autonoma delle tre edizioni di VicenzaOro, di OroArezzo e Gold Italy, così come il varo di una piattaforma che rappresenti l'intera galassia orafa nazionale. «Si tratta di un'operazione di grande intelligenza e di grande visione strategica che avvantaggia non solo le parti dell'accordo, ma il sistema Italia - ha commentato Ivan Scalfarotto - Noi abbiamo capacità incontrastate a livello planetario e spesso non facciamo giustizia alle nostre doti perché troppo presi nella competizione domestica, in un momento in cui l'unica competizione che conta è quella internazionale. L'accordo tra Vicenza, Rimini e Arezzo mette la nostra gioielleria, che è la migliore, nella condizione di sbaragliare la concorrenza. E questo anche nell'interesse dei territori che non si sono attaccati al campanile, ma hanno saputo mettere a sistema tutti i loro punti di forza a vantaggio dei territori e dell'intero sistema Paese». Infatti l'oreficeria-gioielleria italiana, che conta circa 10mila imprese e 40 mila addetti, con un fatturato 2015 di oltre 7 miliardi di euro, un export di 6,5 miliardi, un saldo commerciale positivo di 4,2 miliardi, anche nel 2016, seppur in una congiuntura critica a livello globale, ha macinato performance di tutto rispetto grazie al driver dell'export (ben due terzi della produzione nazionale di preziosi). Questo spirito unitario è forse frutto anche dell'effetto-contagio del



Anello della nuova collezione Margherita di Damiani in oro rosa, diamanti brown e ametista. In basso Ivan Scalfarotto. ■ A ring from the recent Margherita collection by Damiani in rose gold, brown diamonds and amethyst. Below Ivan Scalfarotto

settore moda, in cui da qualche tempo è in corso un ampio processo di aggregazione di manifestazioni: si pensi, solo per richiamare un esempio recente, alla prima edizione del salone TheOneMilano (dal 24 al 27 Febbraio), nato dalla sinergia tra Mifur (pellicceria e pelletteria) e Mipap (prêt à porter femminile d'alta gamma). E poi il sottosegretario Scalfarotto, subentrando a Carlo Calenda, è diventato il capofila del Comitato della Moda e dell'Accessorio Italiani, concepito per definire le linee-guida dello sviluppo internazionale del Made in Italy manifatturiero d'eccellenza, al quale sono stati chiamati a partecipare tutti i protagonisti del panorama fashion, orafi compresi (in primis il mondo fieristico e Federorafi in qualità di socio della Federazione Italiana Accessorio Moda e Persona). Gli sforzi unanimi sono volti al traguardo della "super fashion week" di Settembre, in cui è previsto lo svolgimento in contemporanea di sfilate e super-eventi tesi a promuovere il meglio del Belpaese. Scalfarotto ha spiegato che tra i punti chiave dell'intesa vi è «il rafforzamento del sistema delle sfilate soprattutto per la donna, il coordinamento e la razionalizzazione di tutto il polo fieristico di settore e il coinvolgimento delle istituzioni e degli enti che hanno interesse a promuovere Milano, a partire dal Comune, anche mediante l'organizzazione di eventi aperti che valorizzino la città e le sue infrastrutture». Alla base di tutto vi è la necessità improrogabile, in un contesto transazionale sempre più competitivo, di unire le forze e non disperdere le risorse dell'italico "saper fare, unione di bellezza e disciplina imprenditoriale", dove competenze, innovazione, cura continua del cliente fanno sì che il lusso sia «un settore fondamentale che ci rappresenta e richiama la nostra identità, storica e futura» ha puntualizzato il sottosegretario. Infine, merita un cenno lo studio in corso da parte dei tecnici del Ministero dello Sviluppo Economico di un'etichetta di tracciabilità di quanto fabbricato in Italia (nel rispetto delle norme dell'UE). «Il made in Italy resta una delle priorità del Governo e quest'anno abbiamo stanziato altri 100 milioni di euro circa nell'ambito del piano straordinario del made in Italy» ha concluso Scalfarotto, che ha anche tenuto a battesimo la



In questa pagina, qui accanto: una collana in oro giallo con frange di **Unoaerre**. ■ On this page, aside: a necklace by **Unoaerre** made of yellow gold, embellished by a tassel element.

In basso: orecchini della collezione Ipanema di **Nanis** in oro giallo inciso a mano con diamanti e acquamarina. ■ At the bottom of the page: a pair of earrings from the Ipanema collection by **Nanis** in hand engraved yellow gold with diamonds and aquamarine.

nascita di Confindustria Moda, in cui confluirà tutta la filiera italiana del settore, con Smi-Sistema Moda Italia, Aimpes (pelletteria), Aip (pellicceria), Anfao (occhialeria), Assocalzaturifici e Federorafì.

■ Ivan Scalfarotto, the Undersecretary to the Economic Development, confirmed in his role by the Prime Minister Gentiloni (with delegations to policies concerning internationalisation and the promotion of exchanges and foreign trade, as well as initiatives to attract investments and ICE) has become a sort of crossroad for domestic dynamics related to luxury. First of all Scalfarotto promoted that recent agreement between Arezzo Fiere&Congressi on the one hand and Fiera di Vicenza and Rimini Fiera on the other, signed with the aim of overcoming any particularism in view of the establishment of a single organizer for the events of Italian jewellery, finally able to "unite" and develop synergies. In fact, from now on, this new reality is entrusted with the coordination of the exhibition calendar for the whole sector, as well as with the autonomous management of the three editions of VicenzaOro, of OroArezzo and Gold Italy, as well as the launch of a platform that could represent the whole national goldsmith world. "It is a highly clever initiative characterised by a strategic vision benefiting not only the parties involved in the agreement, but the Italian system as a whole", Ivan Scalfarotto commented: «We have undisputed capacities on a global level and we often underestimate our talents being too involved in the domestic competition, in a period when the only competition which counts is the international one.

The agreement between Vicenza, Rimini and Arezzo put our jewellery, which is the best, in the position for outdoing competitors. And this also for the interest of those territories that did not choose to cut themselves off, but were able to organise their own strengths to the benefit of both territories and the country as a whole. In fact, the Italian goldsmith-jewellery, including about 10,000 companies and employing 40,000 people with a turnover for 2015 of over 7 billion Euros, exports for 6.5 billion euros, a positive trade balance equal

to 4.2 billion, even in 2016, despite a depression phase on a global level, continued to perform well also thanks to the export (two third of the domestic production of precious items). This unitary spirit is may be due to the effect-contagion of the fashion business where a wide process aimed at aggregating various events has been taking place for some time: just think of the first edition of TheOneMilano (24 to 27 February), developed from the synergy between Mifur (fur and leather) and Mipap (high range women prêt à porter), to mention a recent example. And then Scalfarotto, replacing Carlo Calenda, has become the head of the Committee of Italian Fashion and Accessories, established to set the guidelines for the international development of the excellence manufacturing Made in Italy, involving all the players in the fashion world, goldsmiths included (first the exhibition world and Federorafì as member of the Italian Federation of Fashion and Personal Accessories). The joint efforts are aimed at the "super fashion week" in September with a new format implying the simultaneous organisation of fashion shows and super events to promote the best from Italy. Scalfarotto has explained that among

the key points of the agreement there is «the strengthening of fashion shows, mainly for women, the coordination and rationalisation of the whole fair pole of the sector and the involvement of institutions and bodies having an interest in promoting Milan, starting from the Municipality, also through the organization of open events able to valorise the city». Behind this there is the need, in an increasingly competitive transnational contest, to join forces avoiding to waste the resources of the Italian "know how, combination of beauty and entrepreneurial discipline" where expertise, innovation and continuous care for the customer make sure that luxury is «a critical sector we are represented by and that refers to our historical and future identity» the Undersecretary points out, underlying the revolutionary extent of the Fashion Table. Finally, we should mention the ongoing research by the technicians of the Ministry of the Economic Development on a label meant to trace what manufactured in Italy (in compliance with the standards of the EU): a long awaited disposition by the Italian luxury manufacturers. «Made in Italy remains a priority for the Government and this year we have allocated 100 million Euros within the extraordinary plan for Made in Italy» Scalfarotto concluded. He also launched the creation of Confindustria Moda, where the supply chain with Smi-Sistema Moda Italia, Aimpes (fur), Aip (leather), Anfao (eyewear), Assocalzaturifici and Federorafì will join together.

nise their own both territories le». In fact, the Italian goldsmith-jewellery, including about 10,000 companies and employing 40,000 people with a turnover for 2015 of over 7 billion Euros, exports for 6.5 billion euros, a positive trade balance equal