

Obiettivo: riaccendere la voglia di gioielli fra le nuove generazioni. Vivi Oro, potente campagna di comunicazione su web e social

Gli orafi creano brand collettivo per conquistare gli italiani

AREZZO

■ Riaccendere la scintilla tra gli italiani e l'oro. E' l'obiettivo di Vivi Oro, il primo brand collettivo nato per unire i produttori orafi. Una potente e incisiva promozione attraverso web e social per raggiungere giovani e famiglie del nostro Paese, l'Italia, che una volta acquistavano e si coccolavano gioielli per cerimo-

nie e tappe della vita, per scambiarsi oggetti unici segno d'amore, e poi poco alla volta hanno smesso di farlo. Buttandosi a capofitto in altri prodotti come i tecnologici. Sabato prossimo alla Borsa Merci di piazza Risorgimento ad Arezzo prima uscita pubblica di Vivi Oro, progetto nato dallo sforzo comune delle categorie.

→ a pagina 9 **Serafini**

E' il primo brand collettivo delle aziende orafe e usando un linguaggio moderno vuol riaccendere la voglia di gioielli, acquisti unici che conservano valore a distanza di tempo. Sabato presentazione

Vivi Oro scommette su web e social: distretto unito per il mercato italiano

di **Luca Serafini**

AREZZO

■ Riaccendere la scintilla tra gli italiani e l'oro. Quello ideato e creato dalle imprese aretine, con forme uniche e valore alto. E' l'obiettivo di Vivi Oro, il primo brand collettivo nato per unire i produttori orafi. Una potente e incisiva promozione attraverso web e social per raggiungere giovani e famiglie del nostro Paese, l'Italia, che una volta acquistavano e si coccolavano gioielli per cerimonie e tappe della vita, per scambiarsi oggetti unici segno d'amore, e poi poco alla volta hanno smesso di farlo. Buttandosi a capofitto in altri prodotti come i tecnologici. Sabato prossimo alla Borsa Merci di piazza Risorgimento ad Arezzo prima uscita pubblica di Vivi Oro, progetto nato dallo sforzo comune delle categorie, Associazione Industriali, Cna, Confartigianato, assieme alla **Camera di commercio**. Oreficeria Made in Italy per

l'Italy. Questa la sfida nuova, dopo che le imprese del settore (1.300 nel distretto) hanno fatto confluire le loro produzioni dove venivano richieste di più, all'estero. Ecco, Vivi Oro apre invece un dialogo diretto con il mercato interno, da decenni in sofferenza ma che merita attenzione maggiore. E una strategia mirata. Che solleciti e solletichi. Perché l'oro è oro. Ma anche l'argento, le pietre, la bigiotteria di classe con metalli non nobili hanno spazi. Fare di tutto e di più, con linguaggio e strumenti moderni per promuoversi in Italia. Ecco allora il sito internet di Vivi Oro, curatissimo, ma anche i profili Facebook e ovviamente Instagram. Una comunicazione che cerca contatti con tendenze e inclinazioni attuali. Una spinta forte per "fare incontrare le eccellenze del settore, per sostenere il loro antico lavoro e portare sempre più persone ad

apprezzare l'oro". La volontà delle Associazioni di categoria aderenti alla Consulta Orafa di Arezzo passa ora da una fase di adesione tra le imprese che innervano il territorio. Tutte invitate sabato alle 10.30 alla Borsa Merci a conoscere Vivi Oro. Ci saranno il presidente della **Camera di Commercio** Massimo Guasconi, il presidente pro tempore della Consulta orafa Luca Parrini (Confartigianato), Mauro Benvenuto (Cna), Giordana Giordini (Associazione Industriali), Laura Inghirami **founder** **Donna Jewel**, Pamela Salvato di Jam communication, Giovanni Pola di Great Pixel, Marco Randellini segreta-

rio generale della **Camera di Commercio**. Una iniziativa fresca che può fare centro visto come già si muove sui social con immagini e messaggi che invitano ad avvicinarsi al mondo orafa, presentando lavorazioni e prodotti. "Vogliamo propagare l'amore per l'oro tra le nuove generazioni", dice Benvenuto di Cna "risvegliare un interesse, dare consapevolezza che un gioiello acquistato o regalato è un manufatto con dietro una storia di creatività, design, abilità, un pezzo da mostrare e al quale affezionarsi. E che conserva il valore economico a distanza di anni. Il gioiello non è una bugia, tocca il cuore e, volendo monetizzare, restituisce i soldi investiti". Ieri il grammo è arrivato a 60,72 euro.



VIVI ORO
MADE IN ITALY

Chi siamo Storie Eccellenze Italiane Medi



Distretto orafa
Al progetto partecipano Industriali, Confartigianato, Cna e Camera di Commercio
Nelle foto Parrini (Consulta degli orafi), Benvenuto, Giordini, Guasconi
Sabato 12 marzo alla Borsa Merci presentazione di Vivi Oro alle imprese del settore

Artigiani e industriali insieme
Progetto con Camera di Commercio in corso le adesioni, attività iniziata

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3960