

**EVENTO AD AREZZO** Italian exhibition group ha curato il "Summit del gioiello italiano"

# Giovani, Federorafi lancia la "Rete della formazione"

Piaserico: «I ragazzi non sanno che il nostro settore si è innovato in tecnologia, ecologia e design: offriamo carriere e retribuzioni»

**Primo passo: un master in Marketing brand ambassador al Cuoia con il prof. Cappellari**

**Maria Elena Bonacini**  
AREZZO

●● Una "rete metropolitana della formazione" per creare i nuovi orafi. Con un primo corso al Cuoia. Ma prima di tutto far conoscere questo settore e ciò che può offrire a ragazzi e famiglie. È stato presentato ieri al primo "Summit del gioiello italiano" svoltosi ad Arezzo il nuovo progetto di Confindustria Federorafi legato a un argomento che da anni sta a cuore alla neopresidente, la vicentina Claudia Piaserico: i giovani e la formazione. Con lei sul palco una dei suoi vice, Alessia Crivelli, che ha illustrato l'iniziativa. L'evento, organizzato da Ieg Italian exhibition group in collaborazione con Arezzo fiere e congressi, Comune di Arezzo e Camera di commercio di Arezzo e Siena, è stata l'occasione, alla fine di un anno di ripartenza, per analizzare il momento e tracciare strategie per il futuro. E tra i progetti spicca quello sulla formazione: si va a inserire in un contesto nel quale le imprese cercano personale, ma i giovani sono poco orientati a intraprendere queste carriere, scoraggiati anche dalle famiglie. «Il nostro settore - sottolinea Piaserico - ha innovato da un punto di vista tecnologico, ecologico, del design, ma le persone non lo sanno. Ragazzi e famiglie hanno ancora l'immagi-

ne del sottoscala e dello sporco. E c'è anche un problema di cattiva reputazione sotto il profilo etico. Dobbiamo spiegare a famiglie e ragazzi che tutto ciò è cambiato, cosa facciamo, quali carriere offriamo e anche quali retribuzioni».

**Mappatura scuole** Il prossimo passo sarà mappare le scuole italiane, ognuna con le proprie specificità legate anche ai distretti, e metterle a sistema, creando percorsi lineari e di facile accesso. Ma anche valutare dove è possibile creare moduli legati al gioiello o inserire dei tecnici per offrire una formazione ad hoc. «Sul territorio italiano - sottolinea Crivelli - ci sono tante realtà che si occupano di formazione, ma non in maniera sinergica. L'immagine della metropolitana è appunto quella di una rete con punti di scambio. Serve una visione trasversale. I distretti hanno tutti una loro verticalità, ma possiamo creare un sistema con scambi di ragazzi e di docenti. Il Governo ci crede e i soldi ci sono». L'idea, appunto, è offrire percorsi lineari, che i ragazzi possano intraprendere come accade in ogni altra materia «facendo capire che non danno sbocchi solo nel laboratorio, ma anche nei mercati internazionali». L'idea di Federorafi è di fungere da "patrocinatore" promuovendo i corsi e mettendo a disposizione i propri imprenditori e professionisti per portare testimonianze e spiegare agli studenti le necessità delle aziende. Ma la collaborazione comprenderà anche alternanza o contratti di apprendistato. E il primo corso promosso nell'ambito del progetto sarà un master

in Marketing brand ambassador modulo gioiello, coordinato da Romano Cappellari: si svolgerà proprio al Cuoia.

**Vivi oro** Ieri è stata anche l'occasione per presentare un progetto nato ad Arezzo. "Vivi Oro" consiste in un marchio e in una campagna di comunicazione il cui obiettivo è creare un brand forte per il made in Italy, che vada a spingere il mercato interno, riavvicinando anche i giovani al mondo del gioiello. A raccontarlo Giordana Giordini, presidente di Federorafi Arezzo, in rappresentanza della Consulta orafa aretina, promotrice dell'iniziativa sostenuta dalla Camera di commercio, e Laura Inghirami di Donna Jewel. «Vogliamo comunicare ai giovani la bellezza di indossare e regalare un gioiello, usando il loro linguaggio. Il progetto è partito da Arezzo, ma speriamo che sia condiviso da tutti i distretti».

**Eventi** Non poteva mancare, ovviamente, un focus sulle prossime iniziative, che per Ieg saranno VicenzaOro a gennaio, il rilancio dopo due anni di OroArezzo a maggio, e Jgt Dubai a febbraio, «un appuntamento internazionale che caratterizzerà il nostro percorso e non andrà a discapito degli eventi italiani. La nostra presenza sui territori resterà salda», sottolinea l'ad Corrado Peraboni. E queste iniziative, potranno beneficiare dei fondi stanziati da Ice «che per il settore orafa saranno circa 10 milioni - sottolinea il direttore Roberto Luongo - per missioni internazionali, campagne sulla Gdo, piattaforme e-commerce e incoming dei top buyer internazionali a Vicenza e Arezzo».





*L'evento di presentazione del progetto di Federorafi ieri ad Arezzo e a destra la presidente nazionale, la vicentina Claudia Piaserico*

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