

Link: <https://www.ilsole24ore.com/art/il-distretto-arezzo-guarda-futuro-il-progetto-vivi-oro-AEP8lhVB>

Moda Economia e finanza



In evidenza Festival Economia Trento Lab24, visual e mappe I nostri podcast In edicola con Il Sole

24+

Abbonati

Accedi

I NOSTRI VIDEO



Venezia, due mostre celebrano l'olfatto e la filiera dei profumi



Iraq, decine di ricoverati in ospedale a causa di una tempes... sabbia



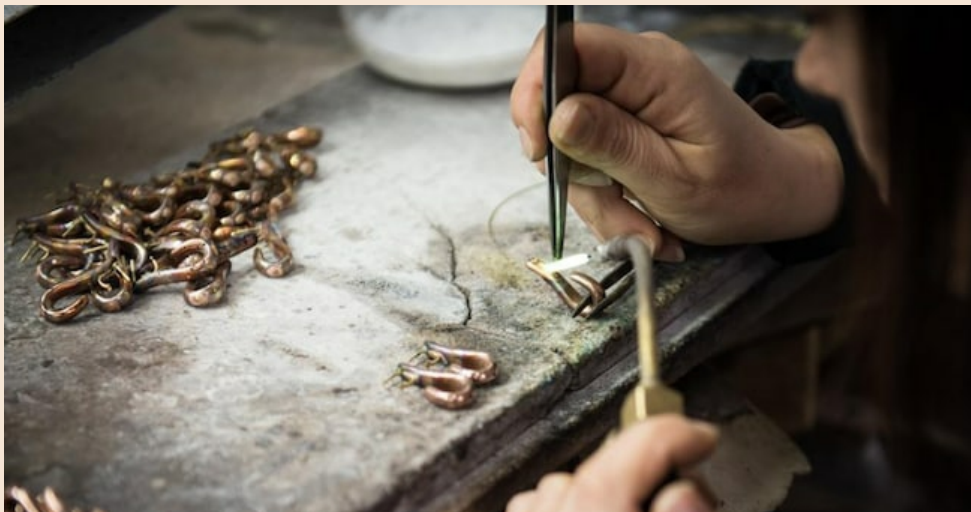
Indonesia, tragedia a Giava: bus turistico fuori strada, 14 morti

Servizio | **Industria orafa**

Il distretto di Arezzo guarda al futuro con il progetto Vivi Oro

La piattaforma digitale racconta e valorizza le eccellenze del territorio, per attrarre i clienti più giovani e portarli nei negozi fisici. Nel territorio 1.200 aziende ed export a +73,5% nel 2021

di Chiara Beghelli
16 maggio 2022



▲ Fase di saldatura nel laboratorio di Alunno & Marcantoni, azienda orafa nata nel 1982 ad Arezzo



I punti chiave



- [Un progetto di filiera per far tornare il piacere di andare in gioielleria](#)
- [I numeri del primo distretto europeo del gioiello](#)
- [Quando «piccolo è bello»: più flessibilità e contatti](#)



Ascolta la versione audio dell'articolo

3' di lettura

Pubblicità

Le ultime di 24+

24

Nato, così Putin sta rilanciando un'alleanza in crisi d'identità
di Ugo Tramballi

Perché la minimum tax globale rischia di partire male e in ritardo
di Alessandro Galimberti

Bonus 200 euro anti-inflazione per 32,5 milioni di italiani: beneficiari e interventi
di Valentina Melis

Un distretto con almeno duemila anni d'esperienza: è un caso unico al mondo quello dell'oreficeria di Arezzo, territorio dove il prezioso metallo si lavora sin dall'epoca degli Etruschi. Una storia passata attraverso i fasti del Rinascimento e le trasformazioni industriali, e che ha appena aperto un nuovo capitolo, totalmente proiettato nel futuro, con il progetto Vivi Oro, una piattaforma digitale nata per valorizzare le eccellenze orafe del territorio. Un distretto che è il primo in Europa, generando da solo quasi un terzo dell'export dell'intera industria orafa italiana (nel 2021 pari a 2,6 miliardi di euro), con 1.200 aziende e 13mila persone, considerando anche l'indotto.

Un progetto di filiera per far tornare il piacere di andare in gioielleria

«Vivi Oro vuole sottolineare la vitalità delle nostre aziende - dice Luca Parrini, imprenditore, presidente nazionale degli orafi di Confartigianato e della Consulta Orafa aretina - promuovendo le loro storie e i loro prodotti, per rilanciare il mercato interno e attrarre una nuova fascia di consumatori, più giovane, e far riscoprire loro il gusto di acquistare un gioiello, ed entrare in gioielleria». Vivi Oro, che oggi conta circa 45 aziende aderenti, ha preso forma circa un anno fa, grazie anche al supporto alla Camera di Commercio: «Muoviamo i passi da Arezzo, ma speriamo di estenderci a livello nazionale, collaborando con gli altri distretti», dice Parrini.

Publicità
Loading...

24





▲ Un'immagine della campagna di Vivi Oro

Le aziende possono aderire gratuitamente a Vivi Oro, che fornirà anche i link ai negozi dove acquistare i loro prodotti: «Non abbiamo un marchio, forse in futuro, né un e-commerce - prosegue Parrini -. Ci interessa far tornare il piacere di scoprire da vicino un oggetto emozionale come un gioiello. Vogliamo coinvolgere più aziende possibile, per fare massa critica e poi poter chiedere forme di sostegno alle istituzioni, visto che vogliamo crescere e far crescere l'Italia».

I numeri del primo distretto europeo del gioiello

Ad Arezzo si è appena conclusa con ottimi numeri la nuova edizione della fiera OroArezzo, finalmente in presenza dopo il picco della pandemia, dopo un 2021 molto buono per il distretto: secondo l'ultimo report Federorafi, lo scorso anno l'export di Arezzo è cresciuto del 73,5%, dunque più della media dei distretti, pari a +58,1%. «Gli ultimi dati sono positivi, ma andrebbero depurati dall'impennata del prezzo del metallo - nota Perrini -. In tempi di crisi ci ha salvato l'affidabilità delle nostre aziende, comprovata nel tempo, i rapporti con i clienti, che riconoscono la "mano" di chi produce».

Consigli24

I migliori consigli sulle offerte Amazon su tecnologia, moda, casa e tempo libero

Scopri di più →



▲ Un'immagine di Oro Arezzo

Quando «piccolo è bello»: più flessibilità e contatti

Parrini è in controtendenza sul tema delle dimensioni delle aziende del made in Italy, di solito tacciate di essere troppo piccole per poter affrontare le sfide dell'innovazione e dei mercati globali: «In realtà le dimensioni ridotte ci hanno aiutato - nota -. c'è più flessibilità nel ridimensionare le produzioni, per esempio, rispetto ai grandi». È il distretto, rappresentato da Vivi Oro, a tenere unite le parti e a renderle più

forti insieme: «In pochi km quadrati abbiamo tutta la filiera, dalla galvanica alla spedizione. E ogni passaggio vanta una qualità altissima, caratteristica unica al mondo. Anche per questo stanno rientrando delle produzioni prima collocate all'estero, come quella di catene a metraggio, e a trainarci è anche il numero di manifatture di moda che hanno investito nel nostro territorio negli ultimi anni. Certo, servirebbero anche più investimenti pubblici, soprattutto in infrastrutture, se consideriamo che per noi l'aeroporto di riferimento è Roma Fiumicino».

Ma il sistema resta solido, da millenni, e dall'inizio del mese si è dotato anche di un nuovo sistema finanziario (messo a punto da Confindustria Toscana Sud, Banca Cambiano 1884 e Fondazione Valdichiana Promozione) che consentirà di supportare il prestito d'uso d'oro con la garanzia del Fondo Europeo per gli Investimenti.

Riproduzione riservata ©

Consigli24: idee per lo shopping

[Scopri tutte le offerte →](#)

Ogni volta che viene fatto un acquisto attraverso uno dei link, Il Sole 24 Ore riceve una commissione ma per l'utente non c'è alcuna variazione del prezzo finale e tutti i link all'acquisto sono accuratamente vagliati e rimandano a piattaforme sicure di acquisto online

ARGOMENTI [distretto](#) [Arezzo](#) [Vivi Oro](#) [Confindustria](#) [FEI](#)

Per approfondire

OroArezzo archivia l'edizione della ripartenza. Boom di buyer da nuovi mercati

24

Le aziende orafe italiane: «Efficienza, creatività, formazione: così investiamo per superare i rischi del conflitto»

24

Chiara Beghelli

Redattore

[@chiarabeghelli](#) [Email](#)

Espandi ▾

loading...

Brand connect