

Link: <https://t24.ilsole24ore.com/art/arezzo-viviro-si-allea-con-le-gioiellerie-in-attesa-del-decollo>



3 DICEMBRE 2022

SEGUICI SU    



IL QUOTIDIANO ECONOMICO TOSCANO

 CERCA

 SALVATI  LOGIN/REGISTRATI

IMPRESA INNOVAZIONE FORMAZIONE-LAVORO FINANZA TERRITORIO RUBRICHE MULTIMEDIA CHI SIAMO

IMPRESA

CONDIVIDI



SALVA PER DOPO

Articoli Correlati

INDUSTRIA

**Ex Gkn, Borgomeo rilancia ma si dice pronto a farsi da parte**

Leggi tutto →  
IMPRESA

**Caro-bollette, Leone dà bonus di 600 euro ai dipendenti**


Leggi tutto →  
IMPRESA

**Toscana Aeroporti Handling passa a Alisud**

Leggi tutto →

# Arezzo, Vivi Oro si allea con le gioiellerie (in attesa del decollo)

**Summit del settore: il distretto orafo punta sul marchio collettivo, al quale hanno già aderito 100 aziende, per dare valore ai prodotti unbranded.**

02 DICEMBRE 2022  2 min read

Silvia Pieraccini





ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - T18

Sono già 100 le aziende del distretto orafa di Arezzo che hanno aderito al progetto **Vivi Oro**, promosso dalla Consulta orafa provinciale (Cna, Confartigianato, Confindustria) e sostenuto dalla Camera di commercio di Arezzo-Siena per rilanciare e dare valore alla gioielleria *unbranded* made in Italy. Finora è stato creato e registrato il marchio collettivo **Vivi Oro** ed è stato messo a punto il disciplinare di produzione. In vista ci sono intese con le Camere di commercio di altre province orafe che potrebbero essere interessate a utilizzarlo.

## Al via l'alleanza con le gioiellerie italiane

Nel frattempo il tassello strategico, quello dell'alleanza con la distribuzione al dettaglio (cioè con le circa 15mila gioiellerie italiane), è arrivato oggi, 2 dicembre, nel corso del Summit del gioiello italiano che si è tenuto ad Arezzo, organizzato dalla società fieristica leg. I promotori di **Vivi Oro** sono saliti sul palco insieme con i rappresentanti dell'associazione di dettaglianti **Federpreziosi**, che si è impegnata a promuovere un sondaggio tra i clienti – soprattutto tra i più giovani – per capire l'accoglienza che potrebbero riservare ai prodotti italiani.

## Lavorare sulla formazione per non perdere il 'saper fare'

In attesa del decollo di **Vivi Oro** sul mercato, il Summit del Gioiello è servito a fare il punto sullo stato di salute del settore che, dopo il brillante recupero del 2021, ha continuato a marciare nel 2022 e ora ha davanti uno scenario di incertezza per il contesto geopolitico e l'andamento dei consumi. Uno dei punti dolenti su cui è necessario lavorare è la formazione: "Una delle principali sfide – ha detto **Claudia Piaserico**, presidente di **Confindustria-Federorafi** – è trovare nuove formule per parlare al cuore dei consumatori finali, valorizzando la tradizione orafa made in Italy, ma anche ai giovani e alle loro famiglie, per suscitare il desiderio di far parte di questa grande filiera di eccellenza, scegliendo percorsi formativi che incontrino le necessità di un settore che ha sempre più bisogno di professionisti qualificati per poter continuare a crescere". La manodopera specializzata servirà soprattutto nei prossimi sette-otto anni, quando andranno in pensione molti lavoratori esperti. Per questo tutti i distretti sono chiamati a sviluppare i rapporti scuole-aziende e la trasmissione del sapere.

## Cartier produrrà sempre più gioielli ad Arezzo

Del resto nessun territorio può rischiare di perdere le competenze di filiera che, come avviene nella moda, stanno attirando le commesse dei grandi marchi. Particolarmente legato ad Arezzo è **Cartier**, presente al Summit con l'amministratore delegato di **Cartier Italia**, **Jacques Lemeray**, che ha sottolineato quanto è importante avere un distretto in cui ci sono tecnologie di qualità e ha annunciato l'intenzione di continuare a produrre sempre più la gioielleria in Italia.

AUTORE:  
*Silvia Pieraccini*

CONDIVIDI     