

Nasce VIVI ORO, il primo Brand collettivo italiano del gioiello



Raccontare l'oro attraverso storie ed emozioni. È con questo obiettivo che nasce VIVI ORO, il **primo brand collettivo italiano** che vuole unire tutti i protagonisti della **community del gioiello**.

La proposta viene alla luce nel contesto del **distretto aretino**, culla della tradizione orafa italiana, e ne custodisce tutta l'esperienza e l'estro creativo.

Il progetto – nato dalla volontà delle Associazioni di categoria aderenti alla Consulta Orafa di Arezzo e realizzato grazie al sostegno economico della **Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura di Arezzo-Siena** – vuole costituire **un luogo di incontro tra le eccellenze italiane del settore**, per **promuovere e valorizzare l'oreficeria Made in Italy**.

L'obiettivo è riportare il consumatore finale nelle oreficerie italiane per regalargli un'emozione e nello stesso tempo assicurare al pubblico un **elevato livello qualitativo dei prodotti orafi**. I gioielli da sempre rappresentano una parte attiva della nostra vita. Sono più di un semplice oggetto, perché regalano emozioni a chi li indossa, donano sensazioni importanti a chi lo regala. I gioielli entrano a far parte di ognuno di noi e coinvolgono il cuore. Ecco perché rappresentano gli oggetti che più amiamo ricevere o donare in momenti speciali della nostra vita per celebrare l'amore, la famiglia, l'amicizia.

VIVI ORO raccoglie l'eredità della tradizione orafa italiana, arrivata alle aziende di oggi attraversando numerose **innovazioni nelle tecniche produttive**, ma conservando sempre un **particolare carattere di unicità**.

Ed è proprio questa unicità che VIVI ORO vuole mettere in risalto, per portare (o spesso ri-portare) sempre più persone a conoscere e apprezzare il *sapere e saper fare* di questa antica arte.



Anticipato da una campagna di comunicazione dai toni freschi e divertenti, il concept del brand si sviluppa principalmente sui social, in particolare su Instagram, spazio perfetto per **raccontare l'oro in tutte le sue sfumature e in ogni contesto**: dall'arte alla quotidianità, dalla moda alle tecniche di lavorazione, passando anche per l'universo pop e cinematografico che permea l'immaginario dei più giovani ma non solo.

I riflettori, quindi, sono costantemente puntati sui caratteri distintivi di questo materiale prezioso: la sua eternità nel tempo, il suo valore, la tradizione orafa che si porta dietro, il legame con i momenti belli della vita e la sua capacità di **custodire i ricordi di intere generazioni**.

Ai **gioielli**, in particolare, è dato **un ruolo di primo piano nella vita delle persone** che li indossano. In questo contesto, l'esaltazione del materiale oro viene rafforzata ancora di più dall'incontro con le storie e le emozioni di ciascuno. È un continuo rimando di significati, una corrispondenza di realtà che si intrecciano.

E VIVI ORO è lì per raccontare questo legame.

“Le aziende del settore orafa e della gioielleria, in uno dei momenti più difficili della storia del nostro paese, quale è stato quello della emergenza pandemica, hanno saputo reagire con la caparbietà e la capacità di innovare che hanno più volte dimostrato. Come Camera di Commercio, intendiamo essere anche oggi al loro fianco e lo facciamo mettendo a disposizione il marchio collettivo “VIVI ORO”. Si tratta di un importante strumento di garanzia e di marketing, creato per accompagnare sui mercati nazionali ed esteri le produzioni di altissima qualità delle nostre aziende. Produzioni che sono frutto di un patrimonio fatto di tradizione, abilità tecniche, creatività e stile. Un patrimonio che vogliamo contribuire a preservare, sviluppare e appunto a promuovere” - *Massimo Guasconi, Presidente della Camera di Commercio di Arezzo-Siena.*

Il progetto Vivi Oro – dichiara Giordana Giordini, Presidente Sezione Oreficeria e Gioielleria di Confindustria Toscana Sud - nasce con l’obiettivo di avvicinare il settore della gioielleria ai giovani, tramite un linguaggio più vicino a loro come quello legato ai social. Le aziende orafe prima della pandemia erano poco digitalizzate rispetto ad altri settori, ma adesso hanno capito l’importanza della rete e stanno investendo sempre più nell’e-commerce e nel marketing digitale. L’oro infatti ha da sempre affascinato e trasmesso emozioni e tramite la campagna social che stiamo per lanciare vogliamo accrescere l’interesse e il coinvolgimento dei giovani affinché scoprano l’emozione dell’acquisto di un gioiello in oro. Il nostro settore ha una grande tradizione storica ma dobbiamo impegnarci tutti per essere al passo coi tempi e cogliere le immense opportunità che la rete offre”

Giordana Giordini, Presidente Sezione Oreficeria e Gioielleria di Confindustria Toscana Sud.

"L'Italia – dichiara il Presidente di Confartigianato Orafi, Luca Parrini - rappresenta da sempre il principale mercato sbocco della produzione dei piccoli laboratori orafi artigiani ed assorbe circa il 20% dell'oreficeria made in Italy.

Negli ultimi 10 anni tuttavia i consumi di gioielli sul mercato italiano si sono quasi dimezzati. Una delle principali cause è sicuramente la fortissima concorrenza dei prodotti ICT legati alla telefonia e degli oggetti di bigiotteria e accessori moda che vengono promossi attraverso l'utilizzo di massicce campagne pubblicitarie. Proprio da queste analisi è nata dalla Consulta orafa di Arezzo l'idea di una campagna di comunicazione destinata al grande pubblico dei consumatori italiani. Con il marchio collettivo "VIVI ORO", partendo da Arezzo, abbiamo l'ambizione di rilanciare l'immagine del gioiello made in Italy" - *Luca Parrini, Presidente nazionale Confartigianato Orafi e Associazione Orafi Confartigianato Imprese Arezzo.*

"La connessione tra il territorio di Arezzo e il mondo orafa è ormai storica – dichiara Mauro Benvenuto, Presidente degli Orafi CNA della Toscana e della Provincia di Arezzo. Anche se non vogliamo andare troppo indietro e ricordare la tradizione etrusca, c'è tutta la storia dal secondo Dopoguerra in poi a testimoniare questo legame. Con queste solide basi nel passato, possiamo guardare al presente con occhio lucido e aiutarci con i numeri per capire di cosa stiamo parlando.

I dati del terzo trimestre 2021 ci dicono che ad Arezzo sono attualmente attive 1161 imprese, contro le 514 di Vicenza e le 736 di Alessandria. Queste mille e più aziende danno lavoro a 7583 addetti e mi piace sottolineare la ripresa degli occupati che al quarto trimestre del 2020, nell'anno orribile dell'esplosione della pandemia, erano arrivati a 7541.

In netto recupero anche il nostro export, nei primi sei mesi di quest'anno le esportazioni di gioielleria ha sfiorato quota due miliardi.

Per questo crediamo che sia più che mai opportuno restare saldamente agganciati al treno della ripresa, ben vengano momenti di confronto come questo, ancora di più se tramite questi incontri riusciamo a elaborare strategie comuni per affrontare le sfide del mercato".

Mauro Benvenuto, Presidente CNA degli Orafi della Toscana e della Provincia di Arezzo.