

VicenzaOro January

Il salone internazionale dell'eccellenza orafa e gioielliera

39%

LE AZIENDE ORAFE CHE CERCANO PROFESSIONALITÀ INNOVATIVE



70%

LE IMPRESE DEL DISTRETTO CHE FANNO FORMAZIONE INTERNA



LA RICERCA. La Fondazione Cpv ha presentato i risultati dell'indagine sull'occupazione condotta su 200 realtà del distretto orafa vicentino



Tra gli appuntamenti più attesi dell'edizione 2019 di VicenzaOro January c'era la presentazione della ricerca sulle aziende orafe del distretto vicentino realizzata dalla Fondazione Centro produttività Veneto

Aziende orafe "a caccia" di giovani

Se il 37% avrà bisogno di figure con competenze tradizionali, il 39% cerca saldatori con il laser e tecnici della progettazione 3D

Maria Elena Bonacini

Aziende orafe a caccia di giovani, sia con competenze digitali che tradizionali. Ad affermarlo è una ricerca realizzata dalla Fondazione Centro Produttività Veneto su input della Regione e in collaborazione con il Tavolo intercategoriale orafa e Italian exhibition group. Lo studio è stato presentato ieri a VicenzaOro da Luca Romano, direttore di Local area network, insieme ad Alessandro Testolin, presidente del Cpv; Andrea Fabbian, del tavolo intercategoriale orafa e il suo presidente Onorio Zen; Santo Romano, in rappresentanza della Regione. L'assessore al lavoro e formazione Elena Donazzan ha inviato un videomessaggio, in cui ha evidenziato come questa ricerca «dia un quadro preciso e serve a fornire una formazione utile alle imprese». In apertura il presidente di Leg Lorenzo Cagno-

ni ha sottolineato come la formazione sia «un tema cruciale. Occuparci di fiera come intendiamo noi significa entrare in pieno titolo in un sistema di contenuti e rapporti con l'intera struttura economica. Oggi siamo protagonisti in questa relazione e potremmo considerare l'eventualità di un rapporto ancora più positivo e interno».

Secondo l'indagine, che ha analizzato 200 aziende del distretto vicentino, il 37,5% avrà bisogno di figure professionali tradizionali e questo si riscontra soprattutto tra quelle con più di nove addetti (63%) e nate dopo il 2010 (65,4%). In testa alle richieste ci sono gli assemblatori (26,8%) e le lustrasse (21,4%). Per quanto riguarda le figure innovative, il 39,3% delle imprese dichiara di averne bisogno e particolarmente richiesti sono i tecnici addetti alla progettazione 3D (37,5%), quelli per la saldatura laser (20,3%), i de-

Il Digital talk di Federpreziosi

Le gioiellerie con sito web hanno un fatturato più alto

«Un'azienda che non è presente in rete o nei social media, è un'azienda che comunica la propria assenza». Prende in prestito una citazione Steven Tranquilli, direttore di Federpreziosi Confcommercio, per sintetizzare l'importanza della presenza online ai negozianti presenti a VicenzaOro, durante uno dei Digital talk organizzati sul tema "Cambiare: chi, cosa, come".

Ma i negozi sono veramente in rete? A questo ha cercato di rispondere l'indagine realizzata per l'associazione da Format Research, che ha tracciato anche una panoramica del settore che conta oltre 15 mila gioiellerie e 36 mila addetti. E se tra chi ha acquistato gioielli il 76 per cento afferma di averlo fatto in una gioielleria su strada e il 40 per cento in una in un centro commerciale, il web ormai è complementare.

Tra i negozi, mentre il 64,1 per cento ritiene il web molto importante, per il 35,9 per

cento lo è poco. Tra i primi, per il 79% dei negozianti il web permette di raggiungere più clienti, per il 62% i consumatori guardano prima il web e poi vanno in negozio, per il 56% permette di comunicare più direttamente e comprendere le esigenze del cliente, per il 53% può generare profitti al negozio e per il 52% è il futuro. Al contrario i detrattori ritengono più importante il contatto diretto (70%), si considerano un business tradizionale che non ne ha bisogno (62%), è complicato (35%) o porterebbe svantaggi (32,5%).

«Oggi - spiega Tranquilli - il 68 per cento delle gioiellerie ha un sito e il 53 per cento e-commerce. In entrambi i casi la fascia media di ricavi è superiore a quella delle gioiellerie che non l'hanno e rispettivamente il 4,4 per cento e il 5 per cento superano i 10 milioni di euro. Questo, però, richiede un ottimo sito internet, che ti permetta di attrarre i clienti alla pari dei tuoi concorrenti più grandi». **M.E.B.**



Il futuro dei gioielli passa attraverso i giovani e il web

BELLE ARTI BELLAGIOIA

ARGENTO ITALIANO

Siamo presenti a **Vicenzaoro Pad. 2 Stand 233**

Quando l'ispirazione ai gioielli d'epoca più belli diventa eccellenza orafa di raro pregio e qualità.

BELLE ARTI srl CON IL MARCHIO DI SUCCESSO BELLAGIOIA, ESALTA L'ARTE DI ORO E ANCHE ARGENTO

BELLE ARTI srl di Vicenza, produttrice di gioielli-replica in argento di altissima qualità con marchio registrato **BELLAGIOIA**, nasce oltre 20 anni fa, e si specializza nella ricerca di pietre sintetiche e di metodi di fabbricazione sofisticati. Gianni Piazza, titolare unico di **BELLE ARTI** srl, appassionato di design e di produzione, abina l'ispirazione ai gioielli d'epoca più belli mai prodotti, alla tecnologia d'avanguardia. Il risultato è formidabile: ed i prodotti **BELLAGIOIA** vengono utilizzati in produzioni cinematografiche di grande successo, sui Red Carpets più prestigiosi, e si trovano già nei punti vendita specializzati nelle grandi città italiane ed in molti Paesi del Mondo.

BELLAGIOIA è prodotto in tiratura limitata poiché materiali sonori e costosi, e le manifatture sono altamente specializzate. Da qualche anno Gianni Piazza ha consolidato il concetto di gioiello-replica e bellezza femminile assoluta.

Prima con Lina Sands, sosia perfetta di Angelina Jolie, ora con Justine Mattera, splendida impersonator di Marilyn Monroe, **BellaGioia** cresce come design, glamour, divertimento e successo.

BELLE ARTI srl - Via del Progresso, 36/38 - Vicenza - Italy - Tel. 0444 564414 - Fax 0444 567508 - bellearti@belle-arti.it www.belle-arti.it - www.bellagioia.it - Instagram: bellagioia_diamondsimulants