



Claudia Piaserico Punta Sulla Formazione

Eletta Presidente di Federorafi per il quadriennio 2021-2024, Claudia Piaserico punta sui giovani per una rinnovata attrattività del gioiello. Tra cultura e comunicazione

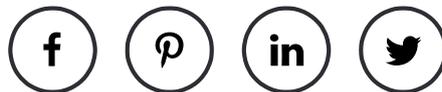
VENERDI, 10 SETTEMBRE 2021, BY FEDERICA FROSINI



CLAUDIA PIASERICO, PRESIDENT OF FEDERORAFI

«Ripartire da Vicenzaoro vuol dire moltissimo per il comparto e il concetto di questa edizione, **"The State of the Art"**, interpreta perfettamente lo spirito con il quale le aziende stanno portando avanti le loro attività di business. Essere qui è un segnale molto importante, è un messaggio di ripresa e di allineamento per un settore che sta ottenendo risultati positivi. Le aziende infatti, manifestando capacità di affrontare e di convivere con una situazione pandemica che nessuno avrebbe mai immaginato, hanno saputo strutturarsi in tempi rapidi per presentarsi sul mercato con nuovi sistemi e strumenti, trovando una propria strada nella digitalizzazione. Per quanto riguarda le priorità, tra i molti impegni che mi attendono in un momento storico di rilancio, **il nostro obiettivo è far tornare i giovani ad innamorarsi di questo mestiere e, di conseguenza, offrire loro gli strumenti per poterlo praticare.** Stiamo parlando di una parte importantissima della cultura italiana che rischia di perdersi e che, invece, ha ancora tanto da offrire alle nuove generazioni. Con i giovani dovremo valorizzare il saper fare italiano a tutti i livelli, dall'alta artigianalità al prodotto realizzato con le più moderne e sofisticate tecnologie, che continua a far sognare i consumatori di tutto il mondo. **Cultura, formazione e comunicazione:** sono queste le tre macro aree fondamentali per il rilancio e per le quali ho voluto deleghe specifiche. I ragazzi devono ritrovare la voglia e il desiderio di lavorare con noi e per questo è importante comunicare le diverse anime delle aziende orafe, dalla gioielleria all'oreficeria, a chi fa le leghe. L'Italia vanta eccellenti distretti orafi: perché cercare altrove chi potenzialmente abbiamo già in casa? Dobbiamo fare cultura sociale affinché le famiglie apprendano per prime ciò che il nostro mondo è in grado di offrire. Solo così riusciremo a far tornare le persone a sognare. Alla cultura e alla comunicazione si aggiunge poi il tema della legalità, della reputation aziendale, che non vuol dire solo rispetto delle normative interne, ma anche rispetto del sistema società. Dobbiamo far sì che i nostri prodotti si mantengano eccellenti nella loro manifattura, che si riempiano di nuovi contenuti e proseguano il percorso innovativo che hanno intrapreso da almeno 15 anni. Non solo nel loro apparire, ma anche lungo tutte le fasi della realizzazione: dalla materia prima fino alla gioielleria e, addirittura, al fine vita del prodotto. **Le nuove generazioni hanno richieste e pretese importanti: che un gioiello sia bellissimo, ricco di cultura e che sia un prodotto sano e responsabile verso le persone e l'ambiente.** Noi siamo in grado di rispettare tutte queste richieste e, credo, che si possa andare anche più in là».

Share this article:



Correlati