Gioielleria

LA FIRMA UFFICIALE

Da sinistra, Bernard Fornas, Ceo di Cartier, Daniela Colaiacovo, responsabile progetto Eurocantera e Giuseppe Colaiacovo, Ceo di Goldlake. L'accordo tra la maison di gioielleria e la Goldlake della famiglia di industriali umbri Colaiacovo si inserisce nel progetto di Corporate social responsibility di Cartier, che è stata una delle 13 aziende fondatrici dell'organizzazione no profit Responsible Jewellery Council, che oggi conta 130 membri

L'oro etico convince Cartier

Le miniere in Honduras di Goldlake riforniranno il brand francese

Giulia Crivelli

Un incontro di aziende, ma soprattutto di persone e di culture. Un'unità di vedute sui rapporti economici tra Occidente e paesi in via di sviluppo: tutto questo ha portato l'italiana Goldlake Group a un accordo per la fornitura di oro a Cartier, uno dei marchi di gioielliera più famosi al mondo. Non si tratta di oro qualsiasi: Goldlake Group, azienda nata nel 2003 che fa capo, tramite la Gold Holding, alla famiglia di industriali umbri Colaiacovo, estrae oro in Honduras. E lo fa in modo molto particolare, minimizzando l'impatto sull'ambiente e garantendo ai lavoratori le migliori condizioni possibili.

«Il business principale della mia famiglia è stato per molti anni il cemento – spiega Daniela Colaiacovo –. Mio padre Franco è il fondatore della Colacem, terzo gruppo italiano del settore. A prima vista questa avventura mineraria può sembrare strana, ma la verità è che i processi di estrazione dell'oro e della lavorazione del cemento hanno parecchie cose in comune. E che comunque qualsiasi attività industriale deve avere un suo quadro etico di riferimento: noi abbiamo cercato di replicare in Honduras lo stesso rispetto per l'ambiente, le persone e la loro salute che plasmano da sempre le nostre attività in Italia».

Il risultato è, appunto, un "oro etico": le conseguenze delle miniere sull'ambiente sono minime, l'attività dei minatori non ha niente a che vedere con la triste immagine del lavoro in miniera come occupazione logorante per la salute fisica e mentale.

«È molto difficile conquistare la fiducia di popoli che per anni sono stati sfruttati, a volte dai loro connazionali, a volte da noi stranieri – continua Daniela Colaiacovo, consigliere e responsabile del progetto Eurocantera, il braccio operativo di Goldlake Group –. Noi ci siamo riusciti anche con l'aiuto dell'arcivescovo di Tegucicalpa Oscar Andrès Rodriguez, presidente della Conferenza episcopale dell'Honduras, nominato cardinale da Giovanni Paolo II, instancabile paladino dei diritti degli honduregni. L'arcivescovo ha valutato con attenzione il nostro progetto e si è fatto garante della nostra buona fede e del nostro impegno presso il suo popolo».

«Non utilizzeremo l'oro Goldlake per una collezione particolare, né pensiamo di far sapere ai quattro venti di questa nuova iniziativa: l'accordo per l'oro etico provenente dall'Honduras è parte di un quadro molto più complesso di impegno e responsabilità verso le persone», spiega Pamela Caillens, direttore Csr (corporate social responsibility) di Cartier. L'impegno del marchio controllato dal gruppo Richemont è molteplice e riguarda l'intera supply chain: «Cinque anni fa siamo stati tra i 13 fondatori dell'organizzazione no profit Responsible Jewellery Council, a cui oggi appartengono 130 tra le più importanti aziende del mondo della filiera della gioielleria, tra le quali Goldlake – continua Pamela Caillens –. La cosa che ci ha affascinato e convinto del progetto così fortemente voluto dalla famiglia Colaiacovo è che non si tratta solo di un modo per aiutare una comunità dal punto di vista economico e sociale. È invece un business model valido, che oltre agli utili, incorpora la responsabilità verso il mondo in cui si opera. E questa è la stessa filosofia di Cartier».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sostenibile. A fianco, il processo di estrazione dell'oro nella miniera dell'Honduras e un anello-icona della maison Cartier, il Panthère, in oro, peridot, lacca nera e onice

In vetrina a Choice 1.400 eccellenze dell'oreficeria

Si apre oggi Vicenzaoro Choice, terzo e ultimo appuntamento del 2009 organizzato dal polo fieristico della città veneta per il mondo dell'oreficeria e della gioielleria. Fino a mercoledì prossimo Choice – fiera dedicata alla filiera della distribuzione, in tutte le sue formule più aggiornate – ospiterà 1.400 marchi distribuiti su 53mila metri quadrati.

Nel settembre 2008 la manifestazione aveva visto crescere del 40% i visitatori e anche per questa edizione c'è ottimismo sul numero di presenze.

La cerimonia di inaugurazione ufficiale è prevista per le ore 12: oltre a Dino Menarin e Domenico Girardi, rispettivamente presidente e direttore generale di Vicenzaoro, parteciperanno Adolfo Urso, ministro allo Sviluppo economico con delega al Commercio estero, Mario Boselli, presidente della Camera della moda (partner dell'evento), e Achille Variati, sindaco di Vicenza. Al saluto inaugurale seguirà il 17° Premio per le tesi di laurea sull'oreficeria promosso dagli imprenditori orafi vicentini aderenti all'Associazione industriali, ideata per promuovere il legame tra il mondo accademico e le aziende della gioielleria. Riproposta anche quest'anno la parte più "fashion" di Choice, rappresentata da Glamroom, lo spazio dove i preziosi si "avvicinano" alle esigenze della moda, dell'arte e del design. Una sempre più forte e produttiva alleanza creativa, testimoniata dalla presenza di Marta Marzotto, che per l'occasione presenterà le sue collezioni di gioielli.

In occasione di Vicenzaoro Choice, Radiocor, l'agenzia di stampa del Gruppo 24 Ore, ha realizzato una newsletter in collaborazione con Banca Etruria che verrà distribuita a tutti gli espositori e visitatori nei cinque giorni di fiera. Tra i focus della newslettter, il tema del rialzo dell quotazioni dell'oro, destinato a proseguire nei prossimi mesi, il marketing e la creatività (con un'intervista a Sergio Cielo, presidente ci Cielo Venezia 1270) e dell'export, con un intervento di Gianni Gori, presidente del gruppo aretino Graziella, e di Roberto Coin, alla guida dell'omonima azienda.

Da segnalare infine le numerose mostre, come *Gold Expressions 2009*, a cura di Fiera di Vicenza e World Gold Council e *Design Time. New inspiring creations*, sempre a cura di Fiera di Vicenza e di Ador, Associazione Designer Orafi.

G.Cr.

© RIPRODUZIONE RISERVA

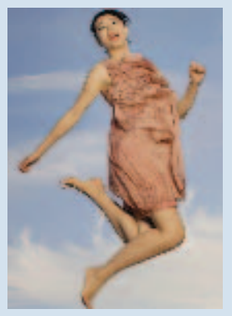
Twist. Collana Morellato con perle bianche e nere

BREVI

Da moda e design

LE PRIME PENNE FIRMATE VHERNIER

Vhernier aggiunge un nuovo tassello al suo mondo di gioielleria di design: gli strumenti di scrittura, iniziando con un roller e una penna a sfera (*nella foto*). Realizzate in oro rosa, ebano e madreperla Tahiti, le due penne sono prodotte in edizione limitata e numerata in, rispettivamente, 500 e mille esemplari. *www.vhernier.it*



VENEZIA: DI ORIGLIA LA FOTO PIÙ «COOL»

La giuria di Film.it ha assegnato ieri a Venezia il premio «Photocool by Film.it» a Franco Origlia per il ritratto dell'attrice cingalese Huang Lu (qui sopra, *© Franco Origlia 6.Jaeger le Coultre Venice Movie Stars Photography Award - Premio Photocool by FILM.IT*). L'attrice è la protagonista del film *Ahasin Wetei* (*Between Two World*) del regista Vimukthi Jayasundata, in concorso alla 66esima Mostra del cinema di Venezia.

Milano Unica

Segnali di fiducia nel tessile In aumento i buyer stranieri

Cristina Jucker

Meno dell'anno scorso ma più di febbraio. Sia le aziende che sono risultate presenti (12.500) sia soprattutto gli ospiti stranieri, cresciuti del 2,5%. Con i confezionisti di Cina e Hong Kong aumentati anche rispetto a settembre 2008. E con la presenza di prodotti nuovi, innovativi, frutto di quegli investimenti in ricerca indispensabili per mantenere la leadership italiana. Alla fine Milano Unica, la fiera del tessile promossa da Ideacomo, Ideabiella, Moda In e Shirt Avenue, ha chiuso ieri i battenti con 24mila presenze e un risultato soddisfacente. Anche considerando la congiuntura tutt'altro che brillante: nel primo trimestre dell'anno, secondo i dati forniti ieri dal centro studi di Smi, il fatturato del tessile italiano è in calo del 32,6% e la raccolta ordini, secondo un campione di aziende associate a Smi, accusa una riduzione del 29,5%. A rendere difficile la situazione contribuisce la frenata dell'export di tessuti che, nel periodo gennaio-aprile 2009, ha registrato un -30,3% (-27,2% in Europa e -34,2% fuori dal Vecchio continente, con una punta di -53,5% per gli Usa).

«Fino alla settimana scorsa la stagione accusava un ritardo drammatico – spiega Pier Luigi Loro Piana, presidente di Milano Unica –, ora un po' di ordini sono arrivati, i segnali sono meno negativi. Certo, ci vorrà tempo per parlare di vera ripresa».

Consola, intanto, l'interesse dimostrato a Milano Unica dai responsabili degli acquisti dei confezionisti cinesi e di Hong Kong. Un mercato che si sta rivelando sempre più interessante per il tessile italiano: «Si tratta di clienti che servono soprattutto il mercato interno – spiega Loro Piana – e in parte minore marchi europei e americani. Molti di loro hanno anche catene di negozi e distribuiscono direttamente i loro marchi. La fascia degli abiti prodotti in Cina con tessuti importati si sta sviluppando molto, in particolare nel settore dell'abbigliamento maschile: per i tessuti Loro Piana la Cina è ormai diventata il terzo mercato». Anche Silvio Albini, presidente di Shirt Avenue (la fiera dei tessuti per camiceria) è soddisfatto: il numero delle visite è aumentato, ma soprattutto è migliorata la qualità della clientela. Una conferma che Milano Unica si pone come rassegna dell'eccellenza europea.

Un segnale forte, quanto alla riuscita della fiera, è poi venuto dal Governo, con la presenza di Silvio Berlusconi all'inaugurazione. Ma anche dall'attenzione manifestata dagli addetti ai lavori alla sfilata dei giovani talenti On Stage. Un momento di incontro tra creatività e tessuti che si è rivelato di grande successo, tanto che verrà ripetuto tutti gli anni, nell'edizione di settembre. Mentre la prossima edizione è fissata per la terza settimana di febbraio, sempre al Portello, cioè a Fieramilanocity.

Ora c'è da sperare che non solo il Governo mantenga le promesse ma, sottolinea Loro Piana, si attivi per evitare che ai primi segnali di ripresa vengano rialzati i tassi di interesse bancari. «Abbiamo bisogno che il costo del denaro resti basso – spiega – per poter investire in risorse umane e in tecnologia. Far ripartire gli investimenti è assolutamente necessario per le aziende». Mentre un'altra minaccia alla ripresa incombe all'orizzonte: il dollaro debole. «Come si fa a rianimare l'export con un euro così forte e un dollaro già arrivato a 1,45 (che poi si trascina anche altre monete, compresa quella cinese)? In questa situazione finirà che gli europei compreranno merci importate dall'estero e quando arriverà la ripresa i soldi finiranno alle imprese manifatturiere dei paesi con valuta debole».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In passerella. Un abito del giovane stilista Emilio de la Morena, che ha partecipato alla sfilata On Stage, organizzata per la prima volta da Milano Unica

BARCLAYS

Obbligazioni Scudo 2 anni.

Il tuo capitale cresce in fretta.

Le nuove Obbligazioni Barclays Scudo 2 anni nascono da 300 anni di esperienza e conoscenza del mercato, per **soddisfare l'esigenza di un investimento a breve termine con rimborso integrale del capitale**. L'importo minimo per l'investimento è di 1.000 Euro.

Le Obbligazioni Barclays Scudo 2 anni sono quotate in Borsa Italiana presso il Mercato Telematico delle Obbligazioni (MOT): l'investimento può essere effettuato presso la tua banca o **direttamente in una filiale di Barclays Italia**.

Per maggiori informazioni:
www.barclays.it (sezione Investimenti).

BARCLAYS SCUDO 2 ANNI

3%

Scadenza 2 anni (7 settembre 2011), cedola annuale lorda fissa del **3%** (2,625% netto)*.

codice ISIN IT0006706300

*Alle Obbligazioni Barclays Scudo è applicabile una tassazione pari al 12,5%. Il trattamento fiscale dipende dalla situazione individuale di ciascun investitore e non è possibile prevedere eventuali modifiche all'attuale regime fiscale che possano incidere, anche sensibilmente, sul rendimento netto dell'investimento. Prima di procedere all'investimento si invitano i soggetti interessati a consultare i propri consulenti fiscali, legali e finanziari e a leggere attentamente il prospetto di base, il relativo supplemento e le pertinenti condizioni definitive - ed in particolare i fattori di rischio ivi contenuti - predisposte ai fini della quotazione delle Obbligazioni Barclays Scudo, reperibili sul sito web www.barcap.com/financialinformation/italy, nonché la documentazione e le informazioni di volta in volta disponibili ai sensi della vigente normativa applicabile.
Il rendimento lordo di un Titolo di Stato ad una scadenza simile è 1,65% (BTP 4,25% 09/2011, dati al 27 agosto 2009).
Il presente annuncio è un messaggio pubblicitario con finalità promozionale e non costituisce un'offerta o una sollecitazione all'investimento nelle Obbligazioni Barclays Scudo.

OGGI ON LINE

Luxury24.it

www.luxury24.it

METE

All'Hotel Balarte di Modica stanze-installazioni

Un design hotel nella campagna modicana. L'Hotel Balarte (*nella foto*) offre stanze con installazioni di designer e giovani artisti chiamati a creare ambienti con oggetti che non abbiano come priorità solo il comfort ma anche nuove forme e identità.

NAUTICA

A Imperia il raduno dei motor yacht d'epoca e classici

I PIÙ LETTI

1] Il Lido celebra i corti di moda
2] Tom Ford da stilista a regista
3] Animal farm