

VicenzaOro September

Oggi la penultima giornata del salone internazionale

L'AZIENDA. La maison D'Orica ha lanciato il nuovo marchio Treasure

La seta riscoperta diventa modello di produrre etico

Il titolare Giampaolo Zonta: «Abbiamo ricreato un settore che nel Veneto era stato importante, ma che era scomparso. Può aprire tante opportunità»

Maria Elena Biondi

Responsabilità sociale come stile di vita. Per D'Orica-Milano questa ha significato anche la decisione di non accentrarsi per i propri clienti di una sola seta, ma di provenienza italiana: la produzione filata in modo etico. Dopo quattro anni, calata su D'Orica ha lanciato il nuovo marchio Treasure sotto la basilica palladiana, in colla abbinata con la gioielleria Soprana. Un luogo non casuale, come spiega Giampaolo Zonta, titolare dell'azienda da insieme alla moglie Daniela, anima creativa e "muse" di Treasure: «I monumenti del Palladio avevano a loro volta, che ne rappresentava il 70 per cento degli introiti del nostro business e che ha finanziato il nostro primo anno di vita: un anno che abbiamo fatto rimanere in Veneto, come famiglia felice. Una storia arricchita in pochi ma intensi anni, partendo dall'idea di Daniela Zonta di creare gioielli dall'eco-etica non solo l'oro, ma anche il tessuto».

Scartato il cachemire, bello ma inadatto d'inverno, l'idea di optare per la seta. Con un "ma". La produzione in Italia non esisteva più: «mentre Zonta - quindi abbiamo pensato di far riportare la produzione e di farlo in modo etico, visto che i problemi che avevano portato alla morte del settore erano legati all'ambiente». Da qui era partito un lavoro intenso, cercando i tucchi, trovati al Cor di Padova, addebiatando una filanda e soprattutto trovando

persone che conoscano ancora le antiche lavorazioni. E così erano nati i primi perli in seta e ora, che non avevano avuto subito il risultato sperato, «i clienti che acquistano i nostri gioielli non non li avevano capiti» - continua l'imprenditore - e molti pensavano che avessimo mollato. Invece ci siamo dedicati, inventando dei importanti, senza guardare al business plan ma con tanta passione e con quella porta aperta, affidandosi e a tornare a VicenzaOro con il nuovo marchio, un grido che parte dal lago di D'Orica, che ci sta aprendo molte nuove opportunità nel mondo, come anche in Italia. In omaggio il nostro filocomente trasmette ai portuali, delle nuove "note della seta". L'idea, del resto, è che la seta etica non è un lusso, ma una necessità. «Ci piacerebbe contagiare la filanda, farla portare da loro e da noi. Non si tornerai ai livelli



Da noi la responsabilità sociale d'impresa è nata mettendo al centro le persone
IL GIORNALE DI VICENZA
25 SETTEMBRE 2018

della Serenità mia, ma anche con molto meno, quanti progetti di lavoro potrebbero sorgere? Senza questo obiettivo, forse avremmo parlato prima col marchio, ma è così giusta».

Considerazioni che non sorprendono se non guardiamo le radici dell'azienda. «Per noi la responsabilità sociale è nata 29 anni fa con D'Orica - racconta - e non fide di mettere al centro le persone. Distribuiamo gli utili aziendali da quando cominciamo a parlare la nuova fabbrica nel 2002 è stata costruita interamente in base. A perché ci teniamo all'ambiente e al benessere delle persone. La conclusione è: «Non è stata decisa perché fosse al centro rispetto a tutti i collaboratori, tanto che noi siamo tra i più fortunati». E questa attenzione riguarda anche gli orari di lavoro, alle 22 persone, la metà delle quali sono donne, abbiamo 17 orari di lavoro diversi, con la massima flessibilità per venire incontro alle esigenze di tutti. Lavoriamo quattro giorni e meno a settimana, ma anche a il lunedì mattina ed essendo poi un'azienda veramente produttiva. Il prossimo obiettivo, ormai a portata di mano, è la certificazione come B-corp o attività benefica. «Dovremmo ottenerla entro fine anno e saremo la prima azienda ora in Europa e la prima tra le italiane».

Il programma

INCONTRO TECNICO

Mercoledì dedicato agli argomenti tecnici. Incontro con VicenzaOro September, che nella penultima giornata si focalizza su un super attento agli incontri rivolti ai professionisti del settore, in particolare gemmologi e addetti alla progettazione e al marketing.

Alle 11 alla Vo Square sarà allestito il "Precious metal jewelry focus", curato da Metale Focus, con un report che sarà distribuito ai partecipanti.

Continuano poi i Gem Talks dedicati alle pietre preziose e segretati dell'Arte gemmologica italiana in collaborazione con Clapi, Borsa di diamanti e Associazione Italiana Gemmologi. Alle 14.30 alla Gem Square nella Hall 11 si parlerà quindi della gioielleria con Valentina Gagliardi e alla



15.15 della parte d'incasso con Anna Biondi di Milano e Anna Camilli di Origine Company. Al pomeriggio 17.30 si parlerà della seta con i produttori di macchinari di Confeset e gli enti di collaborazione con la

fondazione Veneto produttività Centro di ricerca e sviluppo tecnologico strumento per l'innovazione. Alle 18 si parlerà quindi del settore Cnr per il settore del tessile, alle 18.22 di Orica - la seta digitale 3D su macchinari pagella alle 14.30 di Himpago - il nuovo piano per il tessile 6.0 dedicato alla gioielleria.

Per concludere la serata, che si terrà alle 18.30, ci sarà il 2018 piazzale Open e il VicenzaOro Happy Hour. a.s.s.



Si chiude la mercoledì in fiera il salone internazionale del comparto orafa e gioielleria. GIUSEPPE DIAMANTI

La Fotodelgiorno



Pesavento Awards incorona le "Donne valori"

L'APPUNTAMENTO. Domenica, al Teatro comunale dei tre arciducati, spiccioli sono stati assegnati i Pesavento Awards, premio che riconosce i valori importanti. Per l'arte e la cultura si è stata premiata Emanuela Bonetti (Biodiversity) per la sua istituzione di Villa di Longo per la "valorizzazione del territorio" la sorella Barbara e Deborah Mandorini per l'adattamento realizzato nella casa Arcati per la "Società civile". Erika Lagella, per la gestione del teatro comunale.