

Oro Verde

LA MANO FERMA impugna il bulino pneumatico, preciso come un bisturi, mentre lo sguardo, aiutato dal microscopio elettronico, si concentra sul punto esatto in cui incassare la pietra preziosa. Come un chirurgo, il giovane orafo dà forma all'anello B.Zero 1 Design Legend, quattro fasce in oro bianco 18 carati con pavé di diamanti. Mentre nella postazione a fianco, la collega studia sul tablet l'immagine della collana in oro rosa prima di cominciare a lavorarla. Nascono qui le creazioni che hanno reso celebre Bulgari: a Valenza Po, vicino ad Alessandria, uno dei principali distretti di arte orafa in Italia (circa 800 aziende e 4.700 addetti) insieme a quelli di Arezzo, Vicenza e al Tarì di Marcianise, nel Casertano, indeboliti dagli anni della crisi ma in prima linea sul fronte dell'export del made in Italy.

Bulgari, uno dei principali marchi globali del lusso, proprietà della multinazionale francese Lvmh (in crescita nel 2016 del 5 per cento rispetto all'anno precedente, con ricavi pari a 37,6 miliardi di euro), ha appena inaugurato la sua nuova manifattura ecosostenibile. «È stata una corsa contro il tempo ma ci siamo riusciti. E ne siamo molto orgogliosi», dice facendo gli onori di casa Nicolò Rapone, direttore Operations di Bulgari Gioielli e responsabile del progetto. Ci hanno messo solo diciotto mesi, un record, per realizzare il nuovo sito per la produzione di anelli, bracciali, orecchini delle linee B.Zero 1, Diva's dream, Bulgari-Bulgari, Serpenti, Parentesi, le più famose del marchio, prosecuzione ideale dell'attività dei designer della sede romana. Si tratta della manifattura di gioielli più importante d'Europa, 14 mila metri quadrati disegnati dallo studio di architettura bolognese Open Project, che accorpa i due precedenti stabilimenti di Valenza e Solonghella e oggi ospita 470 addetti impegnati in tutte le fasi della produzione: dalla creazione degli stampi con l'antica tecnica della fusione a cera persa, fino alla pulitura e alla lucidatura dei gioiel-



Bulgari apre a Valenza Po la sua nuova manifattura ecosostenibile. Cuore della produzione mondiale di gioielli

di Emanuele Coen

li, pronti per essere spediti nelle boutique di tutto il mondo. Nell'ultimo anno le vendite in Cina, Corea del Sud e Medio Oriente hanno registrato i maggiori tassi di crescita e, nel contesto negativo della domanda globale, nei primi 9 mesi del 2016 il valore delle esportazioni italiane di gioielli in oro, argento e altri metalli preziosi è stato di circa 4 miliardi di euro, in calo del 5 per cento rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente. Ma Bulgari cresce, in controtendenza. «Nel giorno di San Valentino, il 14 febbraio, in maniera inattesa abbiamo toccato il record di ricavi nella storia dell'azienda», gongola Jean-Christophe Babin, amministratore delegato di Bulgari Gioielli spa.