



**La provenienza**  
È argento che non arriva solo dal mondo della gioielleria, ma anche della tecnologia

di **Enrica Roddolo**

«**M**orellato è un'avventura antica, nata a Venezia nel 1930 nel salotto di Piazza San Marco, dove ancora oggi c'è il nostro flagship. Ma l'anima del brand ha saputo in quasi un secolo di storia assecondare i tempi e le sfide del contemporaneo, a partire da quella della sostenibilità», racconta Francesca Ginocchio, nel board della società capogruppo Morellato e dal 2020 global marketing advisor del Gruppo Morellato fondato e guidato da Massimo Carraro. E la «sfida della sostenibilità», per Morellato vuol dire nel 2024 «argento sostenibile — continua la manager —. Morellato utilizzerà esclusivamente argento 925 sostenibile: dalla primavera tutte le collezioni del mondo Precious del brand sono realizzate in argento proveniente da fonti di riciclo».

Se l'oro sostenibile, di recupero, riciclato, è ormai un trend costante degli ultimi anni nella gioielleria che insegue un percorso green, l'argento era rimasto fanalino di coda del settore. Eppure è un materiale che può essere «riciclato, raffinato, lavorato e riutilizzato all'infinito, mantenendo intatte le caratteristiche di preziosità e la qualità elevata», assicura Ginocchio.

**Da dove viene l'argento che Morellato impiega per creare i nuovi gioielli in vetrina questa primavera?**

«È argento che ci procuriamo da fonti terze, fonti di filiera 100% sostenibile perché è metallo prezioso certificato da RJC, il Responsible Jewellery Council. E non necessariamente arriva dal mondo della gioielleria, ma anche dal mondo della tecnologia e da altre industrie estranee al mondo dei gioielli, oppure da scarti di lavorazione dei bijoux. L'abilità di Morellato sta nel ridare vita nuova a questo metallo. E ovviamente anche i fornitori scelti dall'azienda garantiscono elevati standard di trasparenza in tema di attenzione alla sostenibilità: dalla condotta etica alle pratiche a tutela dell'ambiente, dal controllo sulla provenienza dei materiali alla sicurezza sul lavoro e al rispetto dei diritti umani».

**L'argento utilizzato da Morellato è infatti certificato e conforme agli standard COP, Code of Practices previsti da RJC, la più importante organizzazione mondiale nella definizione e nel controllo dei criteri di sostenibilità per la gioielleria e l'orologeria.**

«Ecco perché la Collezione



Alcuni pezzi della nuova collezione Morellato «Tesori» in argento riciclato e cubic zirconia (creato in laboratorio) dal taglio a goccia e nelle sfumature del giallo e dell'azzurro

# Argent riciclato

Tesori rappresenta una scelta sostenibile, consapevole e responsabile — aggiunge Ginocchio —. In modo coerente con la vocazione green del brand le proposte di gioielleria della collezione abbinano all'argento sostenibile i cubic zirconia, con taglio a goccia o con pietre che disegnano dei fiori, protagonisti in tutte le sfumature dell'azzurro, colore di tendenza dell'estate 2024, che ornano collane, anelli, orecchini e bracciali. E si alternano a nuance più accese come il verde, il rosso e il blu intenso e tonalità tenui e attuali che vanno dal giallo topazio, al celeste e al rosa».

Già da un anno Morellato aveva introdotto l'utilizzo del-



La manager Francesca Ginocchio



L'ambassador Giulia Salemi

l'argento riciclato con il lancio della collezione Essenza, «ma se dodici mesi fa quella era la nostra prima collezione in argento di recupero, adesso tutta la collezione in argento dei gioielli Morellato, e ormai oltre il 50% delle vendite di gioielli del brand, è appunto nel metallo dai riflessi siderali».

**Morellato non è nuova a scelte green, come il progetto Live Diamond pioniere in Italia dei diamanti lab grown, fatti «crescere» alla lettera in laboratorio montati con oro riciclato. Ma come viene percepito dai consumatori lo sforzo sostenibile del brand?**

«La sorpresa è che se la svolta green è stata subito condivisa dai consumatori

giovani molto sensibili al tema ambientale, anche i clienti più maturi apprezzano oggi l'opzione verde. E a proposito di giovani la nuova ambassador del brand, l'influencer Giulia Salemi, che sarà anche il volto della campagna per la primavera-estate firmata dai The Morelli Brothers Luca e Alessandro Morelli, è molto vicina a questa sensibilità proprio per una questione generazionale».

Morellato con la sua nuova ambassador si schiera anche al fianco dei nuovi talenti della comunicazione artistica, con #MorellatoNextTalent. Con l'obiettivo di sostenere lo *youth empowerment*, Morellato offre ai giovani professionisti o aspiranti tali la possibilità di avvicinarsi al mondo del lavoro, attraverso un'esperienza formativa a 360 gradi.

I talent selezionati potranno infatti seguire il processo creativo della nuova campagna.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Dalla primavera, tutte le collezioni di gioielli Morellato useranno il metallo prezioso solo nella versione sostenibile**  
**Francesca Ginocchio racconta il perché di una svolta**