Il costo dell'argento

«Il prezzo vola, ma noi restiamo fedeli al metallo prezioso»

di **Enrica Roddolo**

«Il valore del Made in Italy in gioielleria è inestimabile, all'estero è riconosciuto come garanzia di qualità, sensibilità artistica, grande storia del nostro artigianato orafo», dice Massimo Carraro, rispondendo al *Corriere* da Francoforte. Tre anni fa l'acquisizione della tedesca Christ, primo gruppo di gioielleria in Germania. «E al nuovo Terminal 3 di Francoforte abbiamo appena inaugurato il nuovo negozio Christ con la magia di Venezia, nella storia, nell'heritage del nostro brand sin dal 1930, in vetrina — continua Carraro —. Dal nuovo terminal per i voli internazionali, specie verso Asia e Medio Oriente, Morellato con la sua tradizione offrirà tutta la sua cultura italiana della bellezza, ai viaggiatori globali».

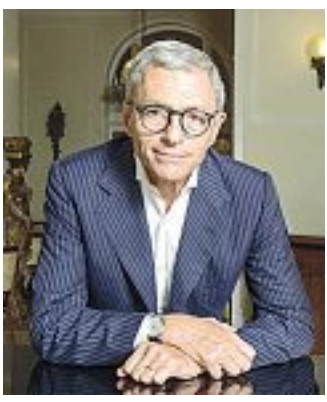
E il successo della gioielleria Morellato, Carraro lo spiega con la fedeltà proprio alle sue radici. «Siamo rimasti sempre fedeli ai nostri valori, a partire dalle materie prime preziose con le quali realizziamo i nostri gioielli: all'argento, materia nobile e simbolo della tradizione italiana», spiega l'imprenditore. Così nella nuova collezione Venezia, realizzata in argento 925, ecco linee classiche, volumi morbidi con pietre cateye, nelle sfumature di rosa e azzurro, che richiamano i colori del cielo che si riflettono sull'acqua della Laguna. E ancora l'argento è al cuore della collezione Nobile e della collezione Luminosa in argento riciclato, con forme che esaltano una raffinatezza contemporanea.

Collier, bracciali, anelli e orecchini in argento della collezione Venezia

«L'argento sostenibile, con finitura silver o impreziosito dalla placcatura oro 18 carati, è irrinunciabile per i gioielli Morellato», aggiunge Carraro. Anche in un momento storico in cui l'argento ha raggiunto quotazioni impegnative per le maison orafe, Morellato ha fatto la scelta di non cercare compromessi facili, vantaggiosi?

«Restiamo fedeli alla nostra storia e al nostro impegno a impiegare l'argento per i nostri gioielli, e i consumatori credo riconoscano il valore dei nostri prodotti». Specie in un momento geopoliticamente complesso? «Sì, forse proprio perché viviamo tempi difficili, la gioielleria si rivela particolarmente resiliente».

Il resto lo fa il successo dell'intuizione avuta proprio da Carraro, ormai molti anni fa, nei '90, di un claim storico: «Gioielli da vivere».



Massimo Carraro, presidente gruppo Morellato , e la collezione Tesori

Quanto è attuale quello slogan? «Siamo stati forse i primi a pensare ai gioielli come qualcosa da indossare in ogni occasione, gioielli appunto da vivere. Moderni, contemporanei eppure forti della nostra tradizione orafa. Che per Morellato è quella di Venezia. Siamo nati proprio nel cuore della Serenissima, sotto la torre dell'orologio a San Marco nel 1930 dove ancora oggi si affacciano le nostre vetrine».

Made in Italy della gioielleria, da preservare come quello della moda al quale è dedicato anche un «tavolo della moda» al ministero delle Imprese e Made in Italy? «Il nostro Made in Italy dei preziosi ha una storia più antica della moda, ed è una tradizione riconosciuta nel mondo come dimostra il successo internazionale del brand Morellato. Un tavolo della moda anche per la gioielleria, sì sposo l'idea».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Massimo Carraro di Morellato «I clienti ne riconoscono il valore, la gioielleria è resiliente»

VkVSlyMjNDdjNTVhOTY1ZTRlOS00Y2IzLWEzZTMtYTA5NDcyN2UyMDMwIyMjYzdkMjYzZjUtZmY0Ni00OWRhLThjZDMtZmRmNjdhMjgyYjg3IyMjMjAyNi0wNC0yNVQwNzo1NTowMSMjI1ZFUg==