

Gold Art (Tavanti) cresce tra tecnologia e sostenibilità

Arezzo

Export al 52%

Guido Furbesco

Due delfini che saltano e si sfiorano, uno di fronte all'altro, a evocare nelle forme del loro incontro le rotondità di un cuore. Simbolo di armonia e vicinanza profonda, di eleganza ed emozione, il logo di Tavanti racconta molto delle ragioni ideali che hanno ispirato la nascita di questi gioielli raffinati e discreti, facilmente indossabili. Preziosi oggetti quotidiani, rappresentano l'esito di una storia di successo e il frutto di un desiderio a lungo coltivato da Domenico Tavanti, fondatore nel 1978 del gruppo orafa Gold Art, polo di riferimento nell'ambito dei prodotti destinati ai grossisti e dei semilavorati. Il brand che porta il nome di famiglia è un omaggio alla sfera degli affetti più cari come pure all'expertise toscan-

na (Gold Art ha sede ad Arezzo); ma è anche il coronamento di una volontà cresciuta negli anni: rivolgersi direttamente al consumatore finale attraverso creazioni che fossero il manifesto più compiuto della propria visione estetica e stilistica.

Affidato alla direzione creativa di Fabrizio Falcinelli, il marchio si declina in sei collezioni che impiegano oro 18 kt, pietre naturali e preziose e diamanti. Come

spiega il marketing manager Lorenzo Tortoreti, «ogni linea ha la sua fisionomia: da Legami, tributo alle connessioni umane, a Giove, quella di maggiore successo, ispirata al più maestoso tra i pianeti. I prezzi vanno da mille euro in su. A gennaio, a Vicenza, verrà presentata la settima collezione: Brio, di fascia più bassa, pensata come un "entry level". Grazie al lavoro del nostro ufficio modellistico interno, siamo sempre in grado di offrire proposte nuove, spesso prese a modello dagli altri operatori».

Presente nei principali distretti orafi nazionali con uf-

fici a Milano, Vicenza e Caserta, Gold Art conta 115 dipendenti e nel 2024 ha raggiunto quota 62 milioni di euro di fatturato; il 52% è stato realizzato all'estero. Con l'ampliamento inaugurato lo scorso anno, lo stabilimento aretino copre ora un'area totale di circa 7.000 mq. Degna di nota l'attenzione alla sostenibilità: «Sul tetto abbiamo 3.000 mq di impianti fotovoltaici che soddisfano il 40% del fabbisogno aziendale – racconta Tortoreti –. Ricicliamo tutta l'acqua imple-

gata reintroducendola nel ciclo produttivo, oltre a usarla per produrre l'ossigeno e l'idrogeno necessari ai processi di saldatura. Infine, siamo membri del RJC (Responsible Jewellery Council), associazione internazionale senza scopo di lucro che raggruppa imprese impegnate a promuovere il rispetto dell'etica, dei diritti umani e dell'ambiente, adottando buone pratiche in modo trasparente su tutta la filiera produttiva». A emergere è il profilo di una solida realtà manifatturiera: «Il clima generale è segnato dall'incertezza, ma noi siamo fiduciosi. Abbiamo seminato bene, con lungimiranza, da una parte investendo nella tecnologia con la messa a punto di macchinari brevettati, dall'altra tutelando il patrimonio delle lavorazioni manuali. Un'eccellenza che ci rende unici».



Collezione Bonbon.

Anelli in oro 18 carati con pietre naturali e pavé di diamanti



Pannelli fotovoltaici, sistemi di riciclo dell'acqua e produzione di idrogeno utile per i processi di saldatura

© RIPRODUZIONE RISERVATA