

Prodotti/servizi

Qualità di prodotti e servizi

Nella definizione di prodotti e servizi erogati dal Centro orafò è inclusa la totalità delle competenze e delle attività de il Tarì, a beneficio di tutti gli stakeholders.

La piramide dei servizi prevede, alla base, l'erogazione di tutti i servizi essenziali, garantiti a tutti gli utenti del Centro. A questi si aggiungono con una specializzazione crescente i servizi a maggior valore aggiunto, disponibili su richiesta. In base alle motivazioni originarie legate alla nascita de il Tarì, vi è la sicurezza, attiva e passiva, a garanzia delle attività produttive delle aziende insediate, degli scambi e delle relazioni commerciali, delle spedizioni e della logistica. Sulla base di queste esigenze il Centro è stato progettato e viene gestito. L'insieme dei requisiti strutturali, di quelli tecnologici e, infine, di quelli riferiti al presidio fisico h24, fa sì che il Tarì abbia garantito ininterrottamente, nei suoi oltre 26 anni di attività, una piena ed efficace copertura delle esigenze di sicurezza. La stretta integrazione della struttura con le istituzioni del territorio, con le quali il Tarì si è reso promotore di numerosi tavoli di cooperazione, rappresenta sicuramente un ulteriore punto di forza nella esigenza di creare un tessuto collaborativo solido ed efficace, sia nella prevenzione che nella eventuale gestione di criticità.

Se da un lato la sicurezza rappresenta uno dei servizi primari richiesti a il Tarì, l'accoglienza e assistenza ne sono l'immediato contraltare. Qui, infatti, si gioca il tema della qualità, dell'affidabilità e della unicità del Modello organizzativo de il Tarì. In molti casi, anche la *reason why* per la quale, ancora oggi, la domanda di accesso agli spazi e uffici del Centro orafò è ancora elevata. Una grande attenzione è data all'accoglienza e alla relazione con il Cliente, a tutti i livelli. Il cliente che entra in contatto con il Tarì sa che sempre, in ogni momento della sua esperienza prima e dopo la visita, lo staff de il Tarì si preoccuperà di trasferirgli informazioni, indicazioni e facilitazioni per il suo arrivo e per il suo business.

Un tema particolarmente delicato e importante è poi quello dell'assistenza di carattere tecnico e manutentivo, cui si aggiunge la ristorazione. Il Tarì è una vera piccola città, che ospita quotidianamente oltre 3000 persone, e all'interno della quale hanno sede operativa circa 400 aziende.

Per ogni esigenza di carattere tecnico e di accoglienza, lo staff de il Tarì è costantemente a disposizione delle aziende insediate, per fornire assistenza diretta alle esigenze specifiche (organizzata attraverso un portale di servizio, che raccoglie le richieste di intervento e consente di gestirle in base a funzioni e priorità), oppure per indicare fornitori accreditati.

Tra i servizi a maggiore valore aggiunto il Tarì eroga quelli di promozione e comunicazione. Tutta la storia del Centro, dalla inaugurazione ad oggi, passa attraverso un'attenta attività di comunicazione, basata su una precisa strategia di accreditamento all'interno del Mondo orafò e presso le istituzioni. Fino al 2019 il Tarì ha redatto un proprio magazine semestrale, realizzato a cura di una redazione interna e inviato periodicamente ai principali stakeholders regionali e nazionali, come strumento di informazione e aggiornamento sulle attività e sui Progetti del Centro. Il Magazine documenta tutti gli eventi di rilievo svoltisi a il Tarì dal 2002 al 2019. Le attività di promozione proseguono oggi, indirizzate all'ampio mondo degli addetti ai lavori, attraverso l'uso integrato di tutti gli strumenti più avanzati della comunicazione digitale.

Il ruolo svolto dal il Tarì rispetto al territorio, la partecipazione attiva alle attività del mondo associativo e la credibilità conquistata negli anni ne fanno un naturale punto di riferimento in tutte le occasioni nelle quali sia utile contare sulla disponibilità di una struttura di prestigio, di servizi qualificati, di formazione specialistica e di stimoli per la innovazione. Questo è l'ambito di attività sul quale oggi il Tarì punta in modo particolare: aprire una sezione di propri spazi e attività al fine di creare una sempre maggiore connessione con il territorio. In quest'area ricadono i servizi di design, progettazione e comunicazione al servizio del mondo esterno. Nuovi investimenti sono oggi in corso in questa direzione.

L'apice delle attività di servizio descritte è rappresentata dal processo di internazionalizzazione. In questo caso il coinvolgimento delle aziende in progetti di internazionalizzazione, condivisi in gran parte con ICE Agenzia, sono molteplici. Passando da progetti di incoming, alla partecipazione collettiva a fiere internazionali, a percorsi di formazione in loco attraverso la organizzazione di giornate di confronto e webinar, per arrivare, infine, al progetto Fiera 365, che trasferisce sul piano digitale visibilità e opportunità di contatti con buyers internazionali, tutte queste iniziative sono ideate e gestite dallo staff Tarì a titolo gratuito, e contribuiscono al raggiungimento di una sempre maggiore attitudine alle relazioni internazionali da parte degli imprenditori.

Fiere ed iniziative commerciali

Strettamente collegata con l'intento di perseguire una politica di contenimento dei costi per le aziende consorziate, ma anche di dar vita a opportunità di business che superassero i limiti regionali, il Tarì ha sviluppato fin dalla sua inaugurazione un progetto di attività promozionali e di comunicazione aventi due obiettivi sinergici: creare opportunità di reddito per il Centro orafa, il cui fine potesse essere l'investimento successivo nella struttura, e ampliare le opportunità di visibilità e business per le aziende insediate.

Da queste premesse nasce nel 1998 il progetto delle fiere orafe, che oggi costituiscono un caposaldo delle attività del Centro orafa contribuendo in modo significativo al Bilancio de il Tarì e rafforzando l'immagine del Centro nel sistema orafa italiano ed internazionale.

Nel corso degli anni gli eventi organizzati da il Tarì, sempre arricchiti di appuntamenti di grande qualità, dedicati all'aggregazione dei partecipanti, all'accoglienza e alla conoscenza del territorio, sono stati numerosi, ed hanno seguito con un crescente successo il trend di sviluppo del Centro. Anche nel difficile periodo della pandemia, in virtù delle rigorose norme di sicurezza imposte, questi appuntamenti non hanno subito un grave arresto, e nel 2021 hanno già mostrato la ripresa della positiva tendenza di sempre.

Attualmente il calendario degli eventi fieristici de il Tarì prevede 3 appuntamenti annuali, ai quali si aggiungono ulteriori opportunità commerciali.

Certificazione delle Fiere

Le fiere di maggio e ottobre sono da molti anni sottoposte alla certificazione Accredia, in conformità alla norma ISO25639, rispondendo in questo modo ai parametri proposti dal Governo in chiave di regolamentazione degli eventi fieristici, e rientrano con questi requisiti nel calendario nazionale delle fiere certificate di rilievo internazionale, coordinato dalla Conferenza delle Regioni. Dopo l'interruzione del 2020, causata dalla incertezza del mercato fieristico dovuta alla pandemia, nel 2022 la procedura di certificazione è stata ripristinata.

Il protocollo di certificazione Isfcert (Istituto di certificazione dati statistici fieristici) prevede, in occasione di ogni

evento fieristico, la puntuale rilevazione del numero e della provenienza geografica delle aziende partecipanti in qualità di espositori (siano esse esterne che insediate), il numero delle visite e dei visitatori professionali e la loro provenienza, i mq espositivi occupati. Vengono riscontrati a campione le procedure e i titoli di ingresso, la corrispondenza degli espositori dichiarati con gli spazi espositivi occupati nonché i dati di ingresso.

Sostenibilità nella catena di fornitura

Anche nella definizione della catena di fornitura il Tarì adotta da sempre modalità rigorose di selezione. Tra queste, l'adozione di tutte le certificazioni richieste dalle normative vigenti, una procedura di gara trasparente e meticolosa, la sistematica verifica di prodotti e servizi acquistati, un'analisi periodica dell'offerta di mercato. La valutazione include un criterio relativo alla territorialità al fine di avvalorare una scelta di identificazione e promozione dell'economia e delle comunità locali. I fornitori campani oggi rappresentano, numericamente e in valore, circa il 74% del totale. In virtù dei nuovi obiettivi che la Società si prefigge, in futuro verrà adottata una politica di selezione dei fornitori che tenga conto di un'ulteriore sensibilità rispetto alle certificazioni legate a tematiche etiche e ambientali.

Fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative

1. Fornitori attivi, sia in Italia che all'Estero:

Fornitori attivi di beni, servizi e prestazioni lavorative	u.m.	2021	2020	2019
Italia	n.	595	550	659
Estero		34	16	16
Totale	n.	629	566	675

2. Suddivisione dei fornitori nelle aree geografiche di operatività dell'azienda:

Valore complessivo delle forniture di beni, servizi e prestazioni lavorative per area geografica	u.m.	2021	2020	2019	
Abruzzo	n.	1	3	4	
Calabria		1	1	2	
Campania		444	416	478	
Emilia-Romagna		5	3	7	
Friuli-Venezia Giulia		2	4	4	
Lazio		27	26	31	
Liguria		0	0	1	
Lombardia		52	52	67	
Marche		6	3	9	
Molise		0	1	0	
Piemonte		11	12	12	
Puglia		n.	6	4	6
Sardegna			0	1	1
Sicilia			7	3	6
Toscana			15	8	10
Trentino-Alto Adige			1	0	1
Umbria	1		0	1	
Veneto	16		13	19	
Totale	n.		595	550	659

Nota: il Tarì definisce come fornitori locali quelli con sede nella regione Campania. Il perimetro dei dati comprende il Tarì S.C.p.A., Tarì Marketing S.r.l., Tarì Service S.r.l. e T.H.S. Divisione Catering S.r.l..

