

I Nostri Servizi e la Nostra Gamma di Prodotti

Il Tarì: Una garanzia di qualità

Il Centro orafa Il Tarì si specializza nell'offerta di un'ampia gamma di competenze e servizi che rispondono alle esigenze di tutte le parti coinvolte. La struttura dei servizi segue un modello a piramide: parte dai servizi essenziali garantiti a tutti gli utenti del Centro e si estende verso l'offerta di servizi aggiuntivi su richiesta, sempre più specializzati. La sicurezza è un aspetto di primaria importanza per il Centro, il quale adotta sia misure attive che passive per proteggere le attività delle aziende ospitate, facilitandone gli scambi commerciali ed assicurando loro una logistica efficiente.

Il design e la gestione del Centro sono stati attentamente pianificati per soddisfare questi requisiti di sicurezza. Ad essi si aggiunge una stretta collaborazione con le istituzioni locali per prevenire e gestire ogni tipo di problematica.

Il Tarì: I Nostri Servizi

MARKETING E PROMOZIONE

Un team di professionisti si dedica alla creazione di strategie ed eventi personalizzati atti alla valorizzazione dell'identità e ad incrementare la reputazione del cliente.

FIERE ED EVENTI

Il Tarì offre un luogo ideale per i propri soci ed aziende ospiti per [organizzazione di eventi ad hoc per ogni necessità aziendale, contraddistinti dal marchio Tarì di assistenza e sicurezza.

ASSISTENZA TECNICA

Location dotate di tutte le funzionalità e tecnologie necessarie per garantire a tutte le aziende insediate la possibilità di svolgere con efficacia, continuità e sicurezza il proprio business.

SICUREZZA

La sicurezza è da sempre uno dei nostri servizi principali, e continua ad essere garantita tramite il regolamento dei controlli d'accesso riservati, e dalla vigilanza sulla circolazione interna.

RISTORAZIONE

Il Centro orafa offre ristorazione per soddisfare le esigenze specifiche delle oltre 400 aziende e dei più di 3500 visitatori che lo frequentano quotidianamente.

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Le aziende sono coinvolte in progetti di import/export, in collaborazione con l'ICE, quali programmi di incoming, partecipazione a fiere internazionali, ed il progetto Fiera 365.

Il Tarì offre al mondo orafa e, più di recente, al più ampio mondo imprenditoriale un sistema di competenze e servizi all'avanguardia, che spaziano dall'accoglienza alla organizzazione di conferenze ed eventi, al supporto per tutti gli aspetti della comunicazione e della logistica.

Tutti gli eventi sono progettati per enfatizzare l'identità aziendale, migliorandone la reputazione e visibilità attraverso varie modalità di comunicazione e promozione. Ad essi si aggiungono servizi quali segreteria organizzativa, prenotazioni alberghiere e di viaggio, ristorazione, assistenza tecnica, servizio di hostess, allestimenti per stand ed ambientazioni.

Le strategie di comunicazione sono innovative e dinamiche, superando i tradizionali limiti della pubblicità, ed esplorando ininterrottamente nuovi canali ed opportunità.

Il Centro orafa offre servizi di assistenza tecnica, manutenzione e ristorazione per soddisfare le esigenze specifiche delle oltre 400 aziende e dei più di 3.500 visitatori che lo frequentano quotidianamente. Tra i servizi offerti, c'è un sistema di assistenza diretta gestito tramite un portale dedicato che elabora le richieste di intervento in base alla loro importanza e urgenza e consente di monitorare gli interventi fino alla loro conclusione e verifica.

Grazie al suo ruolo nel territorio e alla partecipazione attiva alle attività associative, Il Tarì ha consolidato, come si è detto, una solida reputazione ed è diventato un punto di riferimento in molte occasioni che richiedono servizi all'avanguardia, formazione specializzata e sostegno all'innovazione.

A tal fine, il Centro orafa sta concentrando i suoi sforzi sulla creazione di una maggiore connessione con il territorio attraverso una sezione dedicata a servizi di design, progettazione e comunicazione rivolti al mondo esterno, con nuovi investimenti in questa direzione.

Infine, l'apice delle attività offerte da Il Tarì, è rappresentato dall'internazionalizzazione, per cui il Centro agisce da piattaforma per la valorizzazione dell'import/export tramite iniziative varie che offrono visibilità ai soci e sono gestite a titolo gratuito dallo Staff de Il Tarì.

Fiere ed iniziative commerciali

Con l'intento di ridurre i costi per le aziende consorziate e di aprire nuove opportunità di business oltre i confini regionali, Il Tarì ha introdotto fin dall'esordio delle sue attività l'organizzazione di fiere di settore, dedicate alla gioielleria.

Queste iniziative sono finalizzate a generare entrate per il Centro orafa, che possono essere reinvestite per migliorare la struttura, e contemporaneamente a incrementare la visibilità e le opportunità di business per le aziende operanti al suo interno.

Dal 1998, le fiere orafe costituiscono una parte essenziale delle attività del Centro. Esse hanno contribuito in modo significativo al bilancio del Tarì e hanno consolidato la sua reputazione sia nel settore orafa italiano che a livello internazionale.

Negli anni, Il Tarì ha supportato questi eventi con l'organizzazione di numerose manifestazioni focalizzate sull'incontro e la connessione tra i partecipanti, sull'ospitalità e sulla scoperta del territorio. Queste iniziative hanno seguito l'evoluzione del Centro e hanno ottenuto sempre maggior successo nel tempo. Attualmente, il calendario fieristico del Tarì prevede tre eventi principali ogni anno, oltre ad altre opportunità commerciali che si presentano di volta in volta.

Da diverso tempo, Il Tarì ha integrato nel proprio approccio all'organizzazione delle fiere di gioielleria strategie orientate verso la sostenibilità, con un'attenzione particolare alle dimensioni ambientali e sociali. Questa impostazione è stata guidata da fattori di rilevanza come:

- ***Allestimenti***

L'adozione da parte de Il Tarì del criterio di stand preallestiti durante le proprie fiere ha consentito una significativa riduzione delle attività legate al trasporto, all'allestimento in loco e allo smontaggio e smaltimento degli stand espositivi.

- ***Comunicazione***

Dal 2019, il Tarì ha principalmente adottato materiali di comunicazione digitali per promuovere le sue fiere. Questa transizione ha portato a una significativa riduzione dei consumi di carta e delle emissioni associate alle spedizioni degli inviti (10.200 copie) e dei magazine (9.000 copie), i quali sono stati sostituiti con versioni digitali. Rimane ancora in uso, in misura residuale, la guida cartacea della manifestazione (2.000 copie) per soddisfare le esigenze degli stakeholder locali. Nel 2023 è stata limitata la segnaletica informativa tradizionale, a favore dell'adozione di totem digitali, offrendo ai partecipanti un'esperienza più dinamica e interattiva.

- ***Mobilità sostenibile***

Durante i quattro giorni di ciascuna fiera, Il Tarì offre un ampio servizio di trasporto gratuito per espositori e acquirenti, collegando l'aeroporto, gli hotel, le stazioni dell'alta velocità e il Centro. Nel corso del 2023, in ogni edizione della fiera, sono stati utilizzati sei autobus al giorno per sei collegamenti dall'aeroporto al Tarì e viceversa, e due collegamenti dagli hotel convenzionati a Napoli e Caserta, trasportando in totale 832 passeggeri al giorno, ed oltre 3.300 nei 4 giorni della programmazione. Questo ha comportato una significativa riduzione del traffico veicolare, equivalente a oltre 1100 automobili in ogni edizione.

Inoltre, per ciascun evento fieristico, l'organizzazione ha previsto un servizio di trasporto per i visitatori provenienti dalla Puglia (utilizzando due autobus con un totale di 70 passeggeri) e dalle Marche (con un autobus da 52 posti). Complessivamente, il numero di buyers ospitati nelle due edizioni delle fiere del 2023 è stato di 3.500 a maggio e di 4.800 ad ottobre.

- ***Fornitori Locali***

Durante ogni edizione della fiera, il Centro orafa Tarì si impegna a effettuare direttamente la prenotazione di ca 1.400 pernottamenti presso gli alberghi situati nella città di Caserta, incoraggiando al contempo un numero pari di prenotazioni da parte degli espositori. Durante tutto l'anno, l'organizzazione del Tarì promuove accordi speciali e convenzioni con gli alberghi, indirizzati ai clienti e agli utenti del Centro.

Durante gli eventi fieristici, presso le aree ristorative, vengono messi in evidenza e promossi i prodotti di alta qualità provenienti dal sistema agroalimentare locale.

- **Promozione cultura del territorio e giovani talenti**

Il Tarì da diverso tempo ha visto nelle fiere un'occasione preziosa per promuovere e diffondere la ricca cultura artistica del territorio e per diffondere tra i giovani una particolare attenzione nei confronti del patrimonio storico, attraverso conferenze e contest creativi.

Obiettivi per i prossimi anni

È in fase di studio una collaborazione con i principati atenei campani e con l'Università «La Sapienza» di Roma per avviare corsi di specializzazione sulla gemmologia investigativa, propedeutici alla realizzazione di un laboratorio gemmologico presso il Tarì

Certificazione delle fiere

In relazione alla organizzazione di fiere di settore b-to-b il Tarì opera in conformità con la normativa ISO 25639. Tale normativa certifica che i dati statistici relativi alle edizioni delle fiere siano elaborati secondo precisi standard dall'organizzatore, tramite un soggetto abilitato da ACCREDIA.

Il protocollo di certificazione Isfcert prevede la raccolta dettagliata dei dati su partecipanti espositori, sia esterni che interni, inclusi il numero e la provenienza geografica delle aziende partecipanti, insieme al numero di visite e visitatori professionali, i metri quadri espositivi occupati e gli eventi organizzati.

La procedura di certificazione comprende controlli a campione sulle procedure e sui titoli di ingresso, verifica della corrispondenza tra gli espositori dichiarati e gli spazi effettivamente occupati, e la raccolta di dati sugli ingressi, garantendo così la trasparenza e l'affidabilità delle informazioni riguardanti gli eventi fieristici.

Le fiere del Tarì sono riconosciute nel calendario nazionale delle fiere certificate di rilevanza internazionale, coordinato dalla Conferenza delle Regioni. Inoltre, per il 2024 è prevista l'iscrizione all'Associazione Esposizioni e fiere italiane (AEFI).

Supply Chain: Trasparenza e sostenibilità

Nella gestione della propria catena di approvvigionamento, il Centro segue procedure rigorose, sia nel rispetto delle normative vigenti, che del codice di condotta interno.

Grande attenzione è posta ad esempio sulle certificazioni necessarie a provare la tracciabilità e la sostenibilità dei fornitori, dei prodotti e servizi acquistati. Altri criteri vengono presi in considerazione nel processo di selezione quali ad esempio l'origine geografica dei fornitori, per cui il Centro tende a sostenere l'economia locale della regione Campania.

Di fatto, dei 384 fornitori utilizzati nell'arco del 2023, 349 sono italiani (oltre il 90% del totale), dei quali i soli fornitori campani sono oltre 260, rappresentando circa il 76% del totale.

Tuttavia, si rileva come al netto della marcata tutela del territorio e predilezione per i fornitori campani, il Centro abbia intrapreso un **processo di internazionalizzazione negli approvvigionamenti** tale per cui, nel triennio 2021-

2023, la percentuale di fornitori esteri sia aumentata dal 5% ad oltre il 10%.

Si riporta inoltre, come nel prossimo futuro la società abbia intenzione di mettere in atto politiche di selezione dei fornitori ancora più rigorose, aggiungendo fra i criteri di selezione parametri relativi alle certificazioni etiche ed ambientali a sostegno delle politiche ESG.

Questo approccio dimostra l'impegno de Il Tarì nel promuovere una catena di fornitura responsabile che sia competitiva da un punto di vista economico così come etico ed ambientale, e che possa contribuire positivamente all'ambiente circostante.

| Fornitori attivi di beni, servizi e prestazioni lavorative | u.m. | 2022 | 2021 | 2020 |
|--|-----------|------------|------------|------------|
| Italia | n. | 349 | 468 | 595 |
| Eestero | | 35 | 17 | 34 |
| Totale | n. | 448 | 485 | 692 |

Attualmente, Il processo di selezione dei fornitori è costituito dall'insieme di criteri quali la qualità, l'innovazione, ed il costo di beni e servizi, in linea con i valori designati dal Codice Etico aziendale.

Il Gruppo monitora costantemente i propri fornitori, con i quali stipula nuovi contratti esclusivamente qualora questi si dimostrino chiari ed equilibrati, evitando inoltre, ove possibile, situazioni di dipendenza.

La tabella qui sopra evidenzia chiaramente come la maggior parte degli acquisti del Gruppo avvengano attraverso fornitori basati sul territorio locale. Le ragioni dietro questa predilezione sono multiple e consistono nei vari vantaggi intrinseci tra cui:

Benefici di natura logistica: derivati dalla prossimità geografica con i fornitori, da cui derivano una gestione più efficiente e veloce delle forniture, ed una riduzione dei tempi di consegna e dei costi di trasporto.

Impatti economici indotti: per cui viene dato un sostegno direttamente ai fornitori locali, dinamizzando l'economia locale, creando opportunità di crescita per altre imprese, e contribuendo all'espansione dell'indotto economico della regione.

Sviluppo del territorio: Il supporto ai fornitori locali favorisce lo sviluppo e il benessere della comunità circostante, promuovendo l'occupazione e lo sviluppo di competenze specifiche nella regione.

Opportunità occupazionali: Optando per fornitori locali, il Gruppo può incentivare la creazione e il mantenimento di posti di lavoro nel territorio, migliorando così le condizioni di vita delle comunità.

Questa politica di acquisti mirati rappresenta un impegno del Tarì nel sostenere lo sviluppo sostenibile del territorio in cui opera, oltre a favorire relazioni commerciali più solide e vantaggiose con i fornitori locali.

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. | 2023 | 2022 | 2021 |
|--|------|------------|------------|------------|
| Abruzzo | n. | 2 | 1 | 3 |
| Calabria | | 1 | 1 | 1 |
| Campania | | 262 | 345 | 444 |
| Emilia-Romagna | | 6 | 4 | 5 |
| Friuli-Venezia Giulia | | 1 | 0 | 2 |
| Lazio | | 13 | 19 | 27 |
| Liguria | | 0 | 0 | 0 |
| Lombardia | | 29 | 48 | 53 |
| Marche | | 4 | 5 | 9 |
| Molise | | 1 | 1 | 0 |
| Piemonte | | 5 | 10 | 11 |
| Puglia | | 1 | 4 | 6 |
| Sardegna | | 0 | 0 | 0 |
| Sicilia | | 1 | 4 | 7 |
| Toscana | | 8 | 11 | 15 |
| Trentino-Alto Adige | | 1 | 2 | 1 |
| Umbria | | 0 | 1 | 1 |
| Veneto | | 14 | 12 | 16 |
| Totale | n. | 349 | 468 | 599 |

Il Tarì predilige da sempre la scelta di fornitori che rispondano a pieno ai requisiti di competenza, qualità, idoneità, economicità e affidabilità richiesti, con l'obiettivo di rappresentare l'economia della Regione Campania. In questo contesto, attraverso ulteriori iniziative volte a promuovere le eccellenze locali, si privilegia l'importanza dell'introduzione del valore culturale nel processo di selezione dei fornitori. Inoltre, il Gruppo privilegia in particolar modo, le imprese fornitrici locali di dimensioni più contenute e si impegna attivamente nella promozione di una cultura basata su pratiche sostenibili, ponendo l'accento su comportamenti e aziende che dimostrino virtuosità negli ambiti ambientali, sociali e di governance. I fornitori sono altresì incoraggiati a conformarsi ai rigidi parametri di sostenibilità introdotti dall'organizzazione Tarì.

Il Gruppo, conducendo responsabilmente la gestione dei servizi comuni del Centro, a vantaggio di tutti gli stakeholder, esercita un monitoraggio continuo sulle buone pratiche adottate dalle aziende insediate e da loro fornitori che realizzino attività all'interno dei loro moduli.

L'organizzazione Tarì segnala il rischio che vengano generati impatti negativi causati dalla condotta disattenta delle aziende stesse a discapito della collettività, e interviene direttamente laddove possibile limitandone gli effetti.