



FORMAZIONE AL TARI L'ACADEMY PER FORMARE GLI ORAFI

di Paola Cacace

VII

Al Tari l'Academy per formare gli orafi

Un incubatore di idee e imprese per i giovani gioiellieri in un percorso di autoimprenditorialità. Mentore del progetto Giorgio Ventre della Federico II

di Paola Cacace

Un'Academy per formare gli orafi del futuro. La Tari Business Academy, incubatore di idee e imprese per i giovani gioiellieri in un percorso di autoimprenditorialità, è stata annunciata durante l'ultima edizione di Open, evento del Tari che ha registrato oltre 15mila presenze in 4 giorni di manifestazione che hanno anche visto la Mostra "Ornamenta", i gioielli della Campania da Pompei alla contemporaneità organizzata in collaborazione con il Parco Archeologico di Pompei e che è stata visitata domenica 7 anche dal ministro della Cultura Gennaro Sangiuliano.

Online da sabato 6 maggio la prima Call 4 Ideas di questo innovativo Hub dedicato all'innovazione. «L'ispirazione per questo vero avamposto delle competenze del futuro nasce dalla veloce evoluzione del mercato del lavoro - ha spiegato il presidente del Tari Vincenzo Giannotti - e dalla domanda crescente di nuove professionalità, in grado di supportare la forza delle aziende manifatturiere artigianali, punto di forza della economia del Paese e principalmente campana». Mentore del progetto, fortemente voluto dal presidente Vincenzo Giannotti, Giorgio Ventre, direttore scientifico Apple Developer Academy e promotore di un importante accordo con l'Università degli Studi di Napoli Federico II, con la quale a breve a quanto apre si apriranno su più fronti collaborazioni orientate a scambi di competenze, trasferimenti tecnologici e condivisione di progetti. Mentre partner del Tari nella fase di sviluppo del Progetto e della messa a punto del Modello operativo, è Campania New Steel, incubatore certificato promosso da Fondazione Idis - Città della Scienza e dall'Università degli Studi di Napoli Federico II. «Unire ricerca

e innovazione con eccellenze del territorio come l'arte orafa - ha commentato Ventre - può produrre risultati incredibili. Da qui l'idea di creare una Academy in cui si possano stimolare i giovani talenti a trovare i modi per usare i nuovi materiali e anche le nuove tecnologie per produrre gioielli unici nel loro genere».

La Call 4 Ideas della Tari Business Academy è rivolta a startup, spin-off, piccole e micro imprese o imprenditori, gruppi informali, studenti o persino gruppi di ricerca, interessati a presentare al mercato idee innovative che possano supportare le piccole aziende orafe, ma anche manifatturiere o di servizi del territorio, che desiderino cimentarsi in attività di carattere innovativo in linea con i settori topici, sebbene a volte non palesemente legati al comparto del gioiello, che vanno dall'organizzazione aziendale alla sostenibilità ambientale, dalla creatività alla digitalizzazione. «Il Tari si prepara quindi - ha detto Giannotti - a mettere in pista una poderosa iniezione di stimoli, idee, competenze e tecnologie, in grado di introdurre nuove sensibilità a più livelli alle Aziende del territorio, sul piano della organizzazione, della creatività, della comunicazione, della efficienza e, non ultimo, della sostenibilità. Una vera sfida, che però nasce da lontano, ovvero dalle prime esperienze del Tari Industriale, orientato al design e alla prototipazione



al servizio delle imprese, fin dal 1996». Una call alla quale rispondere entro il 25 giugno. Le idee selezionate potranno intraprendere il programma di formazione e accompagnamento che durerà 12 settimane durante le quali si confronteranno on esperti di discipline economiche, organizzati come di impresa, internazionalizzazione, comunicazione, finanziamenti. Farà seguito una fase di coworking e avviamento all'impresa di ben nove mesi durante i quali avranno accesso ai servizi del Tarì e potranno anche partecipare gratuitamente agli eventi espositiva. «D'altronde sempre più - ha concluso il presidente Giannotti - gli eventi fieristici rappresentano opportunità di confronto, crescita e nascita di opportunità di business, ma anche di relazione tra aziende e di apertura di nuove opportunità per il mercato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

