

di Antonella Matarrese

Certo, l'obiettivo è sempre il business ma dal volto gentile, con un occhio attento al fatturato e un altro al capitale umano. Perché le imprese sono fatte dagli uomini e le imprese che si occupano di sogno, di bellezza, di oggetti preziosi sono fatte da uomini il cui capitale intrinseco è nella manualità artigianale e nella sensibilità estetica.

Si potrebbe riassumere in questi termini il pensiero di Silvia Damiani, la vicepresidente del gruppo di gioielli di lusso fondato nel 1934 dal padre Damiano Grassi Damiani, a sua volta figlio di Enrico, un orafo artigiano già fornitore per l'allora casa reale. E in questa ottica, per così dire rinascimentale, si colloca l'ultima iniziativa del Gruppo che ha appena acquisito l'ex Palafiere di Valenza. «Tutto è cominciato, con mio nonno, in questa cittadina piemontese, quasi 100 anni fa, che rappresenta il più importante distretto di alta gioielleria al mondo» spiega Silvia Damiani. «Io e i miei fratelli abbiamo deciso di investire nella rinascita di questi 12 mila metri quadrati, abbandonati da anni, per farli diventare un polo produttivo d'avanguardia e quindi una vetrina internazionale per la manifattura d'eccellenza italiana».

Come lo definirebbe il vostro, uno spirito campanilistico patriottico?

Io sono orgogliosa di essere italiana ma a parte questo ho imparato da mio padre a credere nelle persone e nella storia dei luoghi. Valenza custodisce un patrimonio unico al mondo che, per noi, è doveroso preservare. Per questo abbiamo fatto un notevole investimento sul territorio, importante sia per continuare a creare occupazione sia per attirare in questo distretto esperti di gioielleria, designer, commercianti, celebrities per vedere come nascono i gioielli Damiani e quelli degli artigiani orafi della zona.

Che cos'altro ha imparato da suo



NEL NOME DEL PADRE

Primogenita di una famiglia che da tre generazioni crea e produce gioielli da sogno, **Silvia Grassi Damiani** racconta i nuovi progetti del Gruppo, sulla scia dell'insegnamento paterno.

TERZA GENERAZIONE

Silvia Grassi Damiani è la primogenita della famiglia. Lei è la vicepresidente del Gruppo come suo fratello Giorgio, mentre Guido è il presidente.

padre?

In realtà, lui ci ha insegnato tutto, anzi era ossessionato dalla necessità di trasferirci conoscenze, competenze, segreti sulle pietre preziose. Mio padre era rimasto orfano molto presto e si era ritrovato a gestire il laboratorio di suo padre dal nulla, compresi i debiti. Quindi era ansioso di renderci partecipi di tutto ciò che riguardava l'azienda, e meno male, perché purtroppo anche lui è morto giovane, in un incidente stradale.

Crede che avesse un presentimento?

No, non credo, semplicemente aveva fretta di fare le cose, per indole non ha mai rimandato nulla. Diventare il figlio unico di una madre vedova gli ha regalato un forte principio di realtà e un bisogno di concretezza enorme. Mia madre ci raccontava sempre che quando si erano sposati lui le aveva detto: «Ora facciamo un bel viaggio di nozze e poi ci mettiamo al lavoro perché dobbiamo portare a termine un sacco di cose». E così è stato, hanno lavorato insieme per tutta la vita. Con molta passione.

A proposito di affari e passione, lo scorso agosto avete fatto un aumento di capitale nell'azienda Venini?

Sì, abbiamo effettuato un aumento di capitale di 4 milioni di euro, sottoscritto interamente da noi, dalla famiglia Damiani, per la Venini della quale, nel 2016, abbiamo acquisito la quota di maggioranza che oggi arriva a oltre l'89 per cento delle quote azionarie. E, potrà sembrare noiosa ma anche in questo caso c'è lo zampino di mio padre che era un collezionista di vasi Venini e un appassionato di vetri di Murano. È un'arte straordinaria

supportata da una competenza artigianale che non ha uguali al mondo, i maestri vetrai si tramandano di generazione in generazione un mestiere che rasenta la magia e che, se non preservato, potrebbe scomparire.

I gioielli, i vetri ... ma ci sono giovani acquirenti in grado di capire e apprezzare il lavoro che c'è dietro?

Per fortuna, dalla nostra esperienza, i giovani vogliono la qualità perché sanno riconoscerla. Certo, i ragazzi hanno budget più ridotti ma da noi per esempio, nella collezione Icon si possono trovare anelli a partire da 800 euro con meno pietre ma con un livello di rifinitura altissimo.

Chi acquista più gioielli, le donne occidentali o quelle asiatiche?

Le indiane sono storicamente abituate a ornarsi con molti gioielli e continuano a farlo, le cinesi invece compravano oro e giade non tanto per adornarsi ma per il loro valore intrinseco. Anche le giapponesi sono da sempre appassionate di perle e meno esperte di gioielli. Però in pochissimo tempo tali abitudini culturali sono state modificate da un'occidentalizzazione dei costumi e del gusto che ha aperto la strada a uno shopping diverso. Lo si è visto con i diamanti, un tempo amati solo dalle occidentali, e ora desiderati da tutte, soprattutto se di design italiano. Se proprio c'è una differenza sta nel fatto che le italiane amano ancora farsi regalare un gioiello, le donne asiatiche, quelle in carriera, invece se lo regalano da sole.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Trasparenze Dall'alto, croce in diamanti e smeraldi della collezione Belle Epoque di Damiani. Sopra, nella fornace di Murano dove nascono i vasi Venini, maison acquisita nel 2016. Sotto, groupage di ragni in oro e diamanti.

