

Nota Web n. 11/2022

12 Novembre 2022

## **“BOLOGNA PREZIOSA PARLAMI D’AMORE: IL DIAMANTE” IN VISTA DEL NATALE FEDERPREZIOSI CONFCOMMERCIO BOLOGNA COINVOLGE I GIOVANI NEL MONDO DEL GIOIELLO**

12 novembre 2022 – **Lucy in the sky with diamonds**. Chi non ha canticchiato almeno una volta il brano dei mitici Beatles alzi la mano! Difficile trovare qualcuno che non lo abbia fatto. In fondo questa è una delle tante storie d’amore in cui il diamante è protagonista con tutte le sue simbologie. Lo hanno fatto in passato anche **Marco Letizi** e **Ciro Paolillo** ne **“Le lacrime degli dei”** (Editore Rubbettino), che ci raccontano *“la storia segreta delle pietre che hanno fatto innamorare il mondo, attirandolo verso la loro bellezza come le Sirene con Ulisse, o offrendogli la loro dignità simbolica per consacrare un qualcosa di più profondo come una promessa di vita*



1

*insieme. La stessa parabola storica del diamante è figura dell’incontro tra la nostra infinita mancanza di armonia e la risposta della divinità che ci offre di colmarla. Il suo arrivo tra di noi dallo spazio, nell’incontro mitico tra le “lacrime degli dei” e il partus mirabilis della madre Terra, è l’imponente ouverture di una vicenda iniziata milioni di anni fa. Il bisogno di qualcosa che ci completi transcendendoci non inibisce, e anzi esalta, l’ansia e lo slancio verso un razionale intervento dell’uomo che accompagni e orienti l’opera della Natura”.* Una bella storia, efficacemente romanzata in maniera sapiente dagli autori, come tante altre legate alla gemma per eccellenza. Un semplice spunto che per una narrazione, al pari di quanto faranno gli operatori di **Federpreziosi Confcommercio Bologna** che, in vista del Natale e per avvicinare i giovani al mondo dei gioielli, dal 1° al 15 dicembre nell’ambito dell’iniziativa *“Bologna Preziosa parlami d’amore: il diamante”*, li coinvolgeranno in uno *story telling* che va oltre il semplice acquisto. Il negozio fisico che diventa ancora una volta un *touchpoint* di un percorso articolato che parte dai messaggi lanciati sui canali social, dalle locandine realizzate ad hoc da esporre nelle diverse attività commerciali del comparto, da una pubblicazione dedicata, e da interventi sulla stampa.