

# SIMEONE

## il signore degli anelli

“Chi indossa un nostro gioiello potrà dire: ‘Questo è un pezzo unico’ e non è poco in un mondo dove tutto si riduce a ripetizione meccanica, con scadimento della qualità, e dove tutto sa più d’officina che di bottega orafa”.

A parlare così è **Giorgio Simeone**, classe 1940, titolare a **Matera** della **Bottega Orafa** omonima.

La sapiente combinazione dei materiali, l’esperienza di oltre un secolo di tradizione familiare spesa al servizio della qualità, l’unicità come connotato di un manufatto artigianale che in sé racchiude tutto l’amore e la dedizione nei confronti della propria professione, il lento e complesso processo che conduce alla concretizzazione di un’idea, la raffinatezza e l’accuratezza del disegno sono le caratteristiche di opere d’arte in formato mignon.

I temi e i motivi ricorrenti delle creazioni Simeone sono rose, grappoli d’uva, maschere, animali, foglie di acanto, crisalidi e farfalle, figure femminili, arabe fenici, forme geometriche e stilizzate che recano le impronte di antiche civiltà preistoriche e pre-romane, raffigurazioni di reperti archeologici della vicina **Magna Grecia**, tracce dell’arte dei maestri orafi veneziani, simboli di culture alternative definite “etniche” o “tribali”.

Temi, forme, tracce e simboli emergono dalla materia grezza rendendola preziosissima e rara, un gioiello d’altri tempi che anela a congiungersi alla modernità e all’innovazione attraverso lo studio e la ricerca.

Al maestro Simeone piace attribuire ad ognuna delle differenti tipologie di pietre che lavora e incastona nel metallo un sentimento, una virtù, una qualità o uno stato d’animo. Così il granato è il simbolo della fedeltà, l’ametista della sincerità, l’acquamarina del coraggio, il diamante della purezza, lo smeraldo dell’amore, la perla della salute, il ru-

bino della forza, i lapislazzuli dell’ottimismo, lo zaffiro della bontà, l’opale della fortuna, il topazio della tranquillità, il turchese dell’altruismo.

Giorgio Simeone, di padre materano e madre veneziana, aveva vent’anni quando lasciò **Venezia**, sede del suo apprendistato artistico e artigianale, per trasferirsi nella città dei **Sassi** e intraprendere il mestiere dei suoi avi. Allora, nel 1961, il maestro orafo era equiparato al ciabattino, all’arrotino, al falegname, e non gli si riconosceva l’estro creativo e la perizia tecnica dell’artista, ma l’attribuzione, due anni dopo, del Marchio



DI ALESSANDRA MONTEMURRO  
FOTO DI LEONARDO NELLA

“Prima Bottega Orafa a Matera” lascia presagire un futuro ben diverso.

Oggi, nonostante il nome sia garanzia di affidabilità, qualità ed esperienza, la bottega non rimane immune dal crollo dei consumi che da alcuni anni sta interessando il settore in Italia. Secondo **Federororafi** (Federazione Nazionale Orafi Gioiellieri Fabbricanti), per sbaragliare la concorrenza mondiale e la crisi delle esportazioni del **Made in Italy** si dovrebbe rinnovare l'attenzione su elementi quali la “perfezione tecnica”, il “design innovativo” e il “contenuto moda”. “Il settore orafa - spiega Simeone - sta vivendo una fase difficile, è uno di quegli ambiti che risente prima degli altri della crisi dei consumi. Anche noi, che fino a non molto tempo fa eravamo in otto, abbiamo dovuto mandar via alcuni dipendenti”.

Sono rimasti in quattro nel laboratorio orafa di cinquanta metri quadri in Vico Fomaci, dove si respira un'aria di metallo lavorato e sembra di essere sospesi in un pulviscolo di riflessi dorati e cangianti, pronti a svelare i segreti del mestiere.

Giorgio, la figlia **Giusy** di trentatré anni, la moglie **Angela**, specializzata nelle incisioni, e un collaboratore di nome **Emanuele Andrisani**, da ventiquattro anni al servizio dei Simeone, formano un team perfettamente organizzato, sempre a caccia di un'idea originale e soprattutto fattibile e realizzabile.

Oggetti antichi e moderni, vecchie foto, monumenti e opere d'arte sono le Muse ispiratrici dei tre orafi, ○



○ non cataloghi predisposti ad hoc, non i gusti e i trand del mercato, non la riproduzione in serie, non il “contenuto moda”.

“Quando penso a una spilla, a un ciondolo, a un paio di orecchini o a un cammeo - spiega Giusy, diplomata presso il Liceo Artistico - già immagino il prodotto finito, ottenuto realizzando quel tipo di materiale, quella particolare lavorazione, quella determinata tecnica. Appronto uno schizzo e poi ci riuniamo per discutere delle condizioni di fattibilità, dei costi, dei tempi”.

Sono prevalentemente materani i clienti di Simeone, ma i residenti nelle

province limitrofe, e anche i romani e i milanesi si sono da alcuni anni aggiunti alla lista degli acquirenti “affezionati”.

Il signor Simeone, tuttavia, coltiva un sogno nel cassetto, e gli occhi gli si illuminano di una luce di speranza disillusa quando ne parla.

Gli piacerebbe realizzare, insieme ad altri artigiani del posto, una fiera annuale, uno *showroom* o una mostra permanente dei loro prodotti, una “vetrina” per il turista che ci visita, uno strumento che accresca e potenzi la visibilità del nostro territorio, delle nostre tradizioni e della nostra cultura in Italia e nel mondo.

Questo il motivo per cui, in assenza di un'associazione di orafi lucani che, a detta di Giorgio Simeone, potrebbe rappresentare efficacemente a livello nazionale gli interessi, le proposte e le idee più originali della nostra terra, il maestro aderisce al **Consorzio di Artigianato d'Arte e Merchandising Museale “Altobello Persio Matera”**, attualmente in fase di *stand-by* per il mancato sostegno delle istituzioni locali, e ad “Antichi sapori materani”, un sodalizio fra diverse realtà artigianali operanti nella città dei Sassi, che si propone di divulgare la cultura eno-gastronomica, la storia, l'arte e le tradizioni nostrane. ●





The wise mix of materials and the uniqueness are the features of an artisan handiwork that contains all the love and dedication to the profession; the refinement and the accuracy of the drawing are the characteristics of these works of art in a miniature format. The recurring themes and motifs in Simeone's creations are roses, bunches of grapes, masks, animals, acanthus, chrysalises and butterflies, female shapes, Phoenixes, geometrical and stylized shapes carrying the marks of ancient prehistoric and pre-Roman civilizations, representations of archaeological remains from the nearby Magna Graecia, traces of the art of the Venetian goldsmith masters, symbols of alternative cultures defined "tribal" or "ethnic".

Giorgio Simeone -father from Matera and mother from Venice- was twenty when he left Venice, the site of his artistic and artisan apprenticeship, to move to the town of Sassi and begin his job as a goldsmith. At that time, in 1961, the goldsmith master was equal to the shoemaker, the knife sharpener, the carpenter, and nobody acknowledged the artist's creative inspiration and technical skill, but the award, two years later, of the Brand "First Goldsmith Workshop in Matera", let him foresee a completely different future. Nowadays, even if that name is a guarantee of reliability, quality and experience, the workshop is not immune from the collapse of consumptions that has been affecting the sector in Italy over the last few years. According to Federorafì (Goldsmiths, Jewelers and Manufacturers National Federation), the way to defeat the world competitors and the crisis in the "Made in Italy" export should be renewing the care for elements such as the "technical perfection", the "innovative design" and the "fashion content".

"The goldsmith sector - Simeone explains - is going through a difficult phase. It is one of those domains that, before the others, feels the effects of the consumption crisis; even we, who were eight until a short time ago, had to lay some employees off and now we are only four left".

They are only four in the 50-square-metre goldsmith workshop in Vico Fornaci, where you breathe an air of processed metal and feel suspended in a dust of golden and iridescent reflections, ready to reveal the secrets of the profession.

Giorgio, his wife Angela, specialized in engraving, his 33-year-old daughter Giusy and a collaborator named Emanuele Andrisani who has been working with the Simeones for 24 years, form a perfectly organized team, always looking for an original and, above all, ... feasible idea.

The three goldsmiths' inspiring Muses are ancient and modern objects, old photos, monuments and works of art: they do not draw their inspiration from ad hoc prepared catalogues, tastes and trends of the market or serial reproduction or "fashion content".

The Simeone jewels are mainly bought by people from Matera, but, over the last few years, also residents in the surrounding provinces and people from Rome and Milan have joined the list of the "regular" customers.

However, Mr Simeone cultivates a long-held dream, and his eyes light up with a glow of disillusioned hope (sorry for the oxymoron!) when he talks about it. He would like to organize, together with other local craftsmen, a yearly fair, a showroom or a permanent exhibition of their products, a "shop window" for tourists. "A tool able to increase and strengthen the visibility of our territory and our traditions throughout Italy and all over the world".

This is the reason why, lacking an association of Lucanian goldsmiths that, in Giorgio Simeone's opinion, could effectively represent our land's interests, proposals and most original ideas on a national scale, the Maestro has joined the Consortium of Art Handicrafts and Museum Merchandising "Altobello Persio Matera", and "Antichi Saporì Materani", an association of different artisan enterprises working in the city of Sassi, which aims at spreading the local food and wine culture, history, art and traditions.