



Nota stampa

## VICENZAORO JANUARY, IEG: NEL 2024 INIZIANO I PROSSIMI 70 ANNI DEL GIOIELLO

- **Inaugurato oggi lo show internazionale dell'oro e del gioiello più longevo al mondo, sino a martedì 23 nel quartiere fieristico di Vicenza**
- **«Grazie al mix unico di creatività, tradizione, artigianalità, tecnologia e sostenibilità di Vicenzaoro il settore è leader nel mercato orafa mondiale», nel saluto del ministro Urso**
- **Oltre 1.300 brand espositori, 40% esteri, 600 i buyer internazionali ospitati, attesi visitatori da 130 Paesi**
- **Quinta edizione della ricerca Intesa Sanpaolo per Club degli Orafi: Italia primo esportatore europeo e quinto nel mondo**

[vicenzaoro.com](http://vicenzaoro.com)

*Vicenza, 19 gennaio 2024* – Inaugurata Vicenzaoro January – The Jewellery Boutique Show, apre la ricorrenza dei 70 anni di manifestazione orafa a Vicenza. **Da oggi sino a martedì 23 gennaio**, il salone internazionale di **Italian Exhibition Group** ospita nell'intero quartiere fieristico di Vicenza **oltre 1.300 brand** espositori **da 37 Paesi**. Non solo Made in Italy, il 40% dei padiglioni è occupato da espositori internazionali e **circa 600 i buyer ospitati da 72 Paesi** grazie al supporto della rete degli uffici ICE nel mondo e per l'evento che apre il calendario delle fiere dell'oro e del gioiello nel mondo. Vicenzaoro è luogo di networking globale, anteprime dei trend ed evento che coniuga innovazione, informazione e formazione per l'intera filiera orafa. Vicenzaoro January ha aperto i battenti assieme a T.Gold, il salone internazionale delle tecnologie e dei macchinari per l'oreficeria. Infine, il marketplace dedicato all'orologeria e alla gioielleria vintage di pregio VO Vintage (quest'ultimo è aperto al pubblico nel foyer della fiera, sino a lunedì 22). Il presidente IEG **Maurizio Renzo Ermeti**: «L'investimento di circa 60 milioni interamente autofinanziato, che parte con l'abbattimento della "chiocciola" per lasciare posto a un nuovo padiglione da 22 mila metri quadri, modificherà completamente il layout delle nostre manifestazioni. È il primo passo per i prossimi 70 anni».

Alla cerimonia inaugurale della manifestazione, che ha visto il conduttore radiofonico Matteo Caccia ripercorrere in un racconto ideale i 70 anni di fiere dell'oro vicentine, sono intervenuti **Maurizio Renzo Ermeti**, presidente Italian Exhibition Group, **Luca Zaia**, presidente della Regione Veneto, **Giacomo Possamai**, sindaco di Vicenza, **Matteo Zoppas**, presidente ICE Agenzia, **Andrea Nardin**, presidente della Provincia di Vicenza, **Claudia Piaserico**, presidente Federorafai. Messaggio del ministro delle Imprese e del Made in Italy **Adolfo Urso** (dichiarazioni in allegato).

### IL SETTORE ORAFO ITALIANO: NUOVE SFIDE IN UNO SCENARIO IN CONTINUO CAMBIAMENTO

Per il 2023, sale al 44% (dal 39% dell'edizione di giugno) la percentuale delle imprese del settore orafogioielliero che dichiara una crescita del fatturato. Mentre per il 2024, le attese degli operatori mostrano una maggior prudenza, soprattutto per le imprese più piccole; è invece il 50% delle imprese medio-grandi che si aspetta un fatturato in crescita. Se l'indice di produzione ISTAT evidenzia un progressivo rallentamento nel corso del 2023 che porta il dato dei primi 10 mesi a registrare un leggero calo (-1,4%), risulta comunque più contenuto rispetto al sistema moda (-6,6%). Nel 2022, l'Italia si è confermata il primo esportatore europeo del settore, con 8,2 miliardi di euro, ed il quinto a livello mondiale, con una quota pari al 10,1%, in netto miglioramento rispetto all'8,3% del 2019. Questo il quadro emerso dalla quinta edizione dell'inchiesta congiunturale "Il settore orafa italiano: nuove sfide in uno scenario in continuo cambiamento", realizzata da **Intesa Sanpaolo per Club degli Orafi** e presentata nella giornata di apertura di Vicenzaoro January.

## LE TENDENZE DEL GIOIELLO SECONDO TRENDAVISION

**Trendvision**, l'osservatorio indipendente di Italian Exhibition Group curato da Paola De Luca, individua cinque tendenze che caratterizzano le collezioni presenti a Vicenzaoro January 2024. "**Urban Essentials**", che celebra l'essenziale e mescola materiali industriali come il titanio o la ceramica con dettagli raffinati e minimalisti ispirati all'architettura urbana e gender neutral. Le opzioni di stile includono pezzi trasformabili, orecchini con parti rimovibili e bracciali a strati. La tavolozza di colori neutri in nero, bianco, grigio canna di fucile e toni metallici profondi consente combinazioni personalizzate. "**Craftcore**" è la riconnessione con il passato, il "tesoro di famiglia", dai camei alle monete all'insegna del repechage mescolato con il design. "**Naturadelic**", incarna l'audace fusione del mondo naturale con l'estetica psichedelica: natura fusa a colori vibranti, forme organiche e materiali innovativi. La libertà assoluta di interpretazione dello stile personale è una questione di "**Storystyling**": l'arte di combinare e sovrapporre gioielli in modi non convenzionali, che racconta storie distinte e riflette la personalità di chi li indossa. Le catene ben si prestano a creare gioielli stratificati in modi creativi. Infine, la "**Patternology**", con tavolozze di colori contrastanti, stilizzate grafiche e pattern caratterizzati da forme geometriche semplici e sofisticate che riecheggiano geometrie e fascino vintage, come l'intramontabile Art Déco o le vibrazioni retro-futuristiche degli anni '70.

## TOP BRAND A VICENZAORO JANUARY

Per l'alto di gamma, nelle vetrine di Vicenzaoro, i luxury brand dei **distretti orafi italiani** insieme al meglio della produzione europea con numerose **aziende da Germania, Francia e Spagna**. **Damiani, Roberto Coin, Crivelli, FOPE**, che abbina la tecnologia brevettata per rendere le catene d'oro flessibili con chiusure nascoste tra i diamanti. Per la prima volta a Vicenzaoro, i gioielli scultura di **Vhernier**. E ancora: **Annamaria Cammilli, Roberto De Meglio, Palmiero, Chantecler, Gismondi 1754**. Per le internazionali: le tedesche **Schreiner Fine Jewellery, Hans Krieger, Giloy, Breuning, Niessing, Jörg Heinz e Heinz Mayer**, le spagnole **Dámaso Martínez, Carrera y Carrera e Facet**, per arrivare alle creazioni delle francesi **Akillis e Djula**, dell'australiana **Autore** o di **Fabergé**.

## PRESS CONTACT IEG/VICENZAORO

head of media relation & corporate communication: Elisabetta Vitali; press office manager: Marco Forcellini; international press office coordinator: Silvia Giorgi; press office specialist: Luca Paganin, Mirko Malgieri. [media@iegexpo.it](mailto:media@iegexpo.it)

trade press office coordinator Jewellery & Fashion Division: Michela Moneta

## MEDIA AGENCY VICENZAORO: MY PR Lab T. +39 0444.512550

Filippo Nani, [filippo.nani@myprlab.it](mailto:filippo.nani@myprlab.it); Enrico Bellinelli, +39 392 7480967, [enrico.bellinelli@myprlab.it](mailto:enrico.bellinelli@myprlab.it); Giulia Lucchini, +39 348 7853679, [giulia.lucchini@myprlab.it](mailto:giulia.lucchini@myprlab.it); Francesca Magnanini, +39 338 6910347, [francesca.magnanini@myprlab.it](mailto:francesca.magnanini@myprlab.it)



## FOCUS ON

Italian Exhibition Group S.p.A., società con azioni quotate su Euronext Milan, mercato regolamentato organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A., ha maturato negli anni, con le strutture di Rimini e Vicenza, una leadership domestica nell'organizzazione di eventi fieristici e congressuali e ha sviluppato attività estere - anche attraverso joint-ventures con organizzatori globali o locali, come ad esempio negli Stati Uniti, Emirati Arabi Uniti, Cina, Messico, Germania, Singapore, Brasile - che l'hanno posizionata tra i principali operatori europei del settore.

Il presente comunicato stampa contiene elementi previsionali e stime che riflettono le attuali opinioni del management ("forward-looking statements") specie per quanto riguarda performance gestionali future, realizzazione di investimenti, andamento dei flussi di cassa ed evoluzione della struttura finanziaria. I forward-looking statements hanno per loro natura una componente di rischio ed incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi futuri. I risultati effettivi potranno differire anche in misura significativa rispetto a quelli annunciati, in relazione a una pluralità di fattori tra cui, a solo titolo esemplificativo: andamento del mercato della ristorazione fuori casa e dei flussi turistici in Italia, andamento del mercato orafa - gioielliero, andamento del mercato della green economy; evoluzione del prezzo delle materie prime; condizioni macroeconomiche generali; fattori geopolitici ed evoluzioni del quadro normativo. Le informazioni contenute nel presente comunicato, inoltre, non pretendono di essere complete, né sono state verificate da terze parti indipendenti. Le proiezioni, le stime e gli obiettivi qui presentati si basano sulle informazioni a disposizione della Società alla data del presente comunicato