



Alla fiera 1.200 espositori da 34 paesi. Oltreconfine le vendite del settore aumentano del 39%

## Vicenzaoro brilla con l'estero

### Giro d'affari in crescita del 10% nel primo semestre 2023

DI MATTEO RIZZI

Vicenza è d'oro. Da ieri fino a martedì prossimo, Vicenzaoro apre le sue porte nel quartiere fieristico: a fare da traino è l'internazionalità. Sono oltre 1.200 i brand espositori provenienti da 34 paesi (coprono il 40% della superficie espositiva in fiera), con 400 buyer esteri invitati da 69 paesi, in particolare da Stati Uniti, Medio Oriente e Cina, grazie al programma attivato con il ministero degli esteri e l'Agenzia Ice. Tra le tendenze di stile: gioielli genderfluid, geometrie pop, simboli e lettere da indossare.

Continua così il trend positivo dell'export per il settore orfo-gioielliero italiano. Nei primi cinque mesi dell'anno, secondo i dati elaborati per Federoraf dal Centro studi di Confindustria Moda, le vendite estere sono salite globalmente del 9,3%, per un valore di 4,36 miliardi di euro, con gli Stati

Uniti ancora primo mercato per 583 milioni di euro di valore. Nel frattempo, il Club degli Orafi Italia ha presentato a Vicenzaoro l'indagine realizzata in collaborazione con la Direzione studi e ricerche di Intesa Sanpaolo che ha aggiornato su base semestrale la variazione del fatturato di settore a un +10,2%. Si riscontra un sentimento positivo tra gli operatori intervistati, con il 39% che pre-

vede un incremento del fatturato (percentuale allineata al 44% rilevato a fine 2022), a dimostrazione della stabilità delle aspettative. Invece, la revisione più significativa ha riguardato il mercato interno da parte delle imprese di minori dimensioni: dal 36%, che prevedeva una crescita nella rilevazione di dicembre, la percentuale scende al 23%. Mentre le attese sono state riviste

al rialzo dalle imprese medio-grandi in riferimento ai mercati esteri, passando dal 61% al 67%.

Tra i brand presenti al salone di Italian Exhibition Group (Ieg) le creazioni di Damiani, Roberto Coin con le sue collezioni colorate, la bottega valenzana con Crivelli, Palmiero, Luca Carati, la vicentina Fope con la sua tecnologia brevettata di piccole molle che rendono le catene a maglia d'oro flessibili, la fiorentina Annamaria Cammilli. E ancora Roberto De Meglio e il gruppo genovese Gismondi 1754.

Spazio anche agli orologi. VO'Clock Privé è il salotto dedicato all'alta orologeria e alla cultura orologiera che, da domani fino a domenica, riunirà per la seconda edizione i brand più ricercati e il pubblico di appassionati e collezionisti, offrendo un programma di incontri e corsi tecnici.

Ma non ci sono solo espositori a Vicenza, gli operatori troveranno anche un calendario di eventi con le voci principali





dell'industria. Dalla presentazione, oggi, del nuovo Trendbook 2025+ curato da Trendvision Jewellery + Forecasting, l'Osservatorio indipendente di Ieg diretto da **Paola De Luca**, alle case history di brand emergenti o di gioiellerie indipendenti sino al tema della formazione per le nuove generazioni che si vogliono avvicinare all'arte orafa. Si parlerà anche dell'impatto dell'intelligenza artificiale sul design e sull'industria e della sostenibilità.

La manifestazione vede la partecipazione di tutte le voci del settore, istituzioni e associazioni di categoria, da Confindustria Federorafafi, Confartigianato orafi, Confcommercio Federpreziosi, Cna orafi, Confimi Industria categoria orafa e argentiera fino ad Assogemme, Assocoral, Afemo (Associazione fabbricanti esportatori macchinari per oreficeria) e Cibjo, che contribuiscono all'agenda della manifestazione e ai talk in programma.

— © Riproduzione riservata — ■



**Usa, Medio Oriente e Cina i principali mercati di riferimento**

