



nota stampa n.3

## VICENZAORO JANUARY, PRIMA VETRINA INTERNAZIONALE PER I TOP BRAND

- Oltre 1.300 espositori su tutta la filiera: il salone di IEG conferma la leadership globale
- Alta gioielleria *made in Italy* e internazionale protagonista nella community ICON
- Dalla Cina all'Ucraina: le novità della Design Room, per uno sguardo contemporaneo
- Farsura (IEG): «Conto alla rovescia per il nuovo padiglione, business ancora più efficace»

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

Vicenza, 16 – 20 gennaio 2026 – Prima vetrina per l'alta gioielleria nel calendario fieristico internazionale, **Vicenzaoro January** segna l'ennesimo sold out con **oltre 1.300 brand** espositori in fiera **dal 16 al 20 gennaio**. Inizia così il conto alla rovescia che porterà il salone internazionale di Italian Exhibition Group a svelare il nuovo volto del suo quartiere fieristico vicentino nel settembre del prossimo anno. «Questa è l'ultima edizione transitoria – commenta **Matteo Farsura**, a capo delle fiere orafe di IEG – il nuovo padiglione centrale in via di completamento darà a Vicenzaoro la nuova casa che questa industry merita».

### LEADERSHIP INTERNAZIONALE DI SETTORE

Piattaforma globale di business, networking e formazione, Vicenzaoro spicca nel panorama internazionale per la sua formula distintiva: il *Jewellery Boutique Show* con una offerta al mercato che spazia dai macchinari e tecnologie per la produzione, ai semilavorati, alle gemme e ai diamanti sino al prodotto finito, dall'oreficeria all'alta gioielleria con i **brand iconici** del *made in Italy* e internazionali. Tutta la filiera, sotto lo stesso tetto. «Come un negoziante rinnova la propria boutique senza cambiarne il DNA, così Vicenzaoro, dopo questa edizione di gennaio, si prepara a esprimere al meglio la sua leadership internazionale con i nuovi spazi del quartiere fieristico di Vicenza per un'esperienza business ancora più efficace e di altissimo livello. E cresceranno non solo i metri quadri, ma la qualità della proposta formativa, grazie ai nostri partner nazionali e quelli internazionali come CIBJO che a gennaio ci permette di avere ospite Martin Rapaport. Sino a iniziative come i VO Award che premiano tanto la bellezza del gioiello, quanto artigianalità e sostenibilità della filiera, in linea con i valori delle nuove generazioni», continua **Farsura**.

### VICENZAORO JANUARY, PRIMA VETRINA PER I TOP BRAND

Vicenzaoro January, prima vetrina internazionale per i brand dell'alta gioielleria *made in Italy*. Nella community ICON si vedono le collezioni di **Roberto Coin** che porta in scena un'eleganza senza tempo, fatta di dettagli preziosi e simboli nascosti, mentre **Damiani** rinnova la tradizione della maestria orafa che trasforma ogni creazione in una storia di famiglia e di luce. **Crivelli** esplora la purezza delle forme con collezioni dalle linee essenziali e nude, **Fope** distilla il lusso in un linguaggio minimal e sofisticato, dove comfort e ricerca tecnica coincidono. Le architetture morbide di **Cammilli** sembrano scolpite dalla luce, **Roberto Demeglio** reinterpreta il gioiello come oggetto in movimento e versatile. **Leo Pizzo** traduce la natura in poesia preziosa, **Nanis** modella l'oro seguendo il ritmo morbido delle forme organiche. Intorno a questo nucleo italiano dialogano la precisione visionaria della tedesca **Schreiner** e la forza simbolica della spagnola **Carrera y Carrera**. Insieme alla presenza di **Morellato Group**, il cui respiro industriale testimonia la solidità e la capacità di innovazione dell'intero settore.

## SGUARDO CONTEMPORANEO, LE NOVITÀ 2026 NELLA *DESIGN ROOM*

The Design Room è il cuore creativo della community “Icon”: riunisce designer e brand che sperimentano linguaggi nuovi per l'alta gioielleria contemporanea. Cinque le new entry. La valenzana **New Italian Art** con radici familiari nell'arte della gioielleria che risalgono all'inizio del secolo scorso e sensibilità ai nuovi linguaggi del gioiello. **Vitale Jewelry**, di Abano Terme, è un brand fondato dal gioielliere e gemmologo Riccardo Vitale: grande attenzione alle pietre preziose naturali, valorizzate in creazioni uniche, veri gioielli *su misura*. La pluripremiata designer tedesca **Annelie Fröhling**, che intreccia rigore tedesco e sensibilità maturata nel panorama orafa italiano. Dalla Cina proviene il collettivo della **Scuola di Design di Pechino**, espressione delle nuove ricerche sul gioiello d'autore asiatico, tra sperimentazione materica e linguaggi interdisciplinari. Dall'Ucraina, infine, **Lobortas Classic Jewelry House** porta oltre trent'anni di alta gioielleria artistica e un primato mondiale: l'anello “Swan Princess”, ornato da 2.525 diamanti, riconosciuto dal Guinness World Records come il gioiello con più diamanti al mondo.

### PRESS CONTACT IEG / VICENZAORO JANUARY 2026:

head of media relation Corporate communication: **Elisabetta Vitali**; press office manager: **Marco Forcellini, Pier Francesco Bellini**; press office coordinator: **Luca Paganin**; press office specialist: **Mirko Malgieri**; press office assistant: **Julia Andreatta**  
[media@iegexpo.it](mailto:media@iegexpo.it);

trade press office coordinator jewellery & fashion: **Michela Moneta**

### MEDIA AGENCY VICENZAORO JANUARY 2026: Adnkronos Comunicazione Enrico

**Bellinelli**: 334 571 7790, [enrico.bellinelli.professional@adnkronos.com](mailto:enrico.bellinelli.professional@adnkronos.com)

**Enrica Marrese**: 320 807 4750, [enrica.marrese@adnkronos.com](mailto:enrica.marrese@adnkronos.com)



## 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, Arabia Saudita, 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 - gioielliere, 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