



nota stampa n.8

VICENZAORO JANUARY, INAUGURATO OGGI IL SALONE DI IEG

- Lo show internazionale dell'oro e del gioiello di Italian Exhibition Group in fiera sino a martedì 21
- «Molto importante la proiezione che Vicenzaoro ha per il futuro», così il viceministro Valentini
- Oltre 1.300 brand espositori, 40% esteri, 515 buyer internazionali ospitati in partnership con ICE Agenzia, attesi visitatori da 130 Paesi
- Sesta edizione della ricerca Intesa Sanpaolo per Club degli Orafi Italia: al centro il passaggio generazionale per il futuro del settore

vicenzaoro.com | *Crafting the Future*

Vicenza, 17 gennaio 2025 – Con un messaggio forte di tutela della gioielleria e oreficeria *made in Italy*, si è aperta stamane l'edizione di gennaio di **Vicenzaoro**, il salone internazionale b2b di **Italian Exhibition Group** nel quartiere fieristico del capoluogo berico sino a martedì prossimo. «Molto importante la proiezione che Vicenzaoro ha per il futuro», ha dichiarato il viceministro per le Imprese e il Made in Italy **Valentino Valentini** nel suo intervento.

Vicenzaoro nel 2025 indica un percorso per costruire il futuro dell'industry e lo fa assieme agli stakeholder di riferimento. Il **Club degli Orafi** e **Intesa Sanpaolo**, in occasione del ventennale della loro collaborazione, propongono un doppio appuntamento di approfondimento. Nel giorno di apertura della manifestazione, oltre all'analisi sull'andamento del settore, il dibattito si concentrerà sul tema del passaggio generazionale, mentre sabato 18 l'incontro sarà dedicato alla crescita mondiale e ai prezzi dei preziosi, con un focus particolare sulle prospettive del mercato americano. Per dare continuità alle maestranze, con skuela.net e Vioff, il fuori salone di Vicenzaoro, ha aperto la giornata con un incontro tra le voci rappresentative della filiera italiana e i ragazzi delle scuole nel teatro Palladio in Fiera.

OPENING CEREMONY

Design e manifattura, tratti caratteristici della qualità unica italiana: temi protagonisti della cerimonia di apertura, intitolata al "Made in Italy e la sua tutela. La legalità nel settore orafico come elemento imprescindibile di sviluppo". Dopo i saluti istituzionali di Maurizio Ermeti, presidente di Italian Exhibition Group e di Luca Zaia, presidente della Regione Veneto, del sindaco di Vicenza Giacomo Possamai, Andrea Nardin, presidente Provincia di Vicenza, ne hanno discusso Claudia Piaserico, in rappresentanza di tutte le associazioni nazionali del settore orafico, Matteo Zoppas, presidente ICE Agenzia e il generale Bruno Bartoloni, Comandante del Comando Tutela Economia e Finanza Guardia di Finanza. (*Dichiarazioni nell'allegato*).

VICENZAORO, PIATTAFORMA PER IL MADE IN ITALY SUI MERCATI ESTERI

La manifestazione è nuovamente sold-out di oltre 1.300 espositori, con il 60% di brand italiani e il 40% esteri da 30 Paesi, prevalentemente da Turchia, Hong Kong, India, Thailandia, Germania. Caratteristica dell'edizione invernale è il salone b2b dedicato a tecnologie e macchinari per l'oreficeria T.Gold, con 170 aziende espositrici da 16 Paesi per un 40% di provenienza estera, con Germania, Turchia, Svizzera, Stati Uniti e Regno Unito tra i Paesi più rappresentati.

LE TECNOLOGIE D'AVANGUARDIA: 170 AZIENDE INTERNAZIONALI A T.GOLD

In contemporanea a Vicenzaoro si tiene **T.Gold**, salone b2b leader mondiale per le tecnologie e i macchinari per l'oreficeria, con **170 aziende espositrici da 16 Paesi per un 40% di provenienza estera**, con Germania, Turchia, Svizzera, Stati Uniti e Regno Unito tra i Paesi più rappresentati.

VICENZAORO JANUARY, LE TENDENZE DI STILE

La Nuova Era della Gioielleria 2025 segna un momento di trasformazione nel design dei gioielli, dove l'innovazione si fonde con l'espressione personale. Con i consumatori sempre più desiderosi di riflettere la propria identità unica attraverso i gioielli, le direzioni di questa stagione abbracciano l'individualità, la modernità e l'arte di raccontare storie. Quattro le tendenze di stile presenti a Vicenzaoro

January: **Rebeluxe** esplora un'estetica ribelle ma raffinata. Catene audaci e massicce abbinare a punte e borchie donano ai gioielli un tocco industriale, mentre molteplici orecchini creano "ear parties" che sfidano le convenzioni tradizionali. Un vero revival soft punk. **Naturama**, unisce bellezza organica, tecnologia all'avanguardia e sostenibilità. Motivi floreali delicati e geometrie leggere in materiali come il titanio evidenziano la fusione tra natura e innovazione celebrano materiali eco-compatibili e produzione etica, dai colori vibranti.

In **Retro Glam**, il glamour del passato incontra l'innovazione del futuro. Ispirata all'Art Déco, questa tendenza reinterpreta forme geometriche nette e linee architettoniche eleganti con materiali moderni. Oro giallo lucido, perle e pietre dure riportano in auge l'opulenza vintage. **Refined Essence** cattura l'essenza della leggerezza e della fluidità: delicati motivi tridimensionali, linee eleganti e silhouette circolari, questa tendenza incarna il perfetto equilibrio tra minimalismo e raffinatezza. I diamanti aggiungono un tocco di luce per esaltare i design puliti, trasformando questi gioielli ariosi in *must-have* moderni per il lusso quotidiano.



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.

PRESS CONTACT IEG / VO VINTAGE 2025:

head of media relation & corporate communication: Elisabetta Vitali; **press office manager:** Marco Forcellini, Pier Francesco Bellini; **press office coordinator:** Luca Paganin; **international press office coordinator:** Silvia Giorgi; **press office specialist:** Mirko Malgieri media@iegexpo.it;

MEDIA AGENCY VO VINTAGE 2025: Adnkronos Comunicazione

Bruno Rizzotti: 393 9521436, bruno.rizzotti@adnkronos.com;

Enrico Bellinelli: 334 5717790, enrico.bellinelli.professional@adnkronos.com;

Fabio Valli: 344 1281966, fabio.valli@adnkronos.com;

Alessandra Paladini: 331 907 89 81, alessandra.paladini@adnkronos.com

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 orafo - 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