



nota stampa finale

VICENZAORO, STATI UNITI IN TESTA TRA I VISITATORI ESTERI DI GENNAIO

- **Farsura (IEG): «In vetta Regno Unito, India e Germania. Ai buyer tutta la filiera, alle imprese tutto per competere sui mercati»**
- **Grande successo per VO Vintage; T.Gold, si conferma leader per la tecnologia**
- **VO Awards, autentico apprezzamento per il debutto**

vicenzaoro.com | People, Product, Places

*Vicenza, 20 gennaio 2026 – Vicenzaoro January ha chiuso oggi l’edizione con gli Stati Uniti in testa ai visitatori esteri. La percentuale complessiva delle presenze straniere si attesta al **60% del totale**, in linea con l’edizione record del gennaio dello scorso anno. Accanto agli USA, in vetta Regno Unito, India e Germania. Il business hub di Italian Exhibition Group (IEG) conferma la sua capacità di selezionare le migliori aziende del made in Italy e internazionali lungo tutta la filiera dell’industria del gioiello, in un contesto segnato dall’instabilità del prezzo dei metalli preziosi e dalle tensioni sul commercio globale. Ulteriore leva strategica del successo, la collaborazione con ICE Agenzia, che ha portato oltre 560 buyer di alto profilo al salone del gioiello.*

LE ROTTE INTERNAZIONALI DI VICENZAORO

Tutta la community del gioiello si muove lungo le rotte internazionali per Vicenzaoro. Tra i 130 Paesi presenti, i mercati più in crescita, oltre agli Stati Uniti, si confermano **Turchia, India, Spagna, Francia, Regno Unito e Germania**, che insieme costituiscono i bacini principali per l’industria del gioiello. In particolare, gli Stati Uniti rappresentano **il 7%** della visitazione estera complessiva, confermandosi mercato strategico per l’offerta italiana e internazionale presente in fiera. Accanto ai mercati consolidati, emergono dinamiche di crescita significative in Paesi come **Serbia, Lituania e Kazakistan** che crescono complessivamente del **60%**. Performance significative si registrano anche in Asia con India (+40%) e Cina (+20%). In Europa occidentale, mercati maturi come Francia e Regno Unito crescono rispettivamente del 23% e 12% con segnali di ulteriore rafforzamento. Il quadro complessivo restituisce l’immagine di una manifestazione capace non solo di consolidare i mercati storici, ma anche di aprire nuove rotte di sviluppo.

DA T.GOLD A VO VINTAGE, PASSANDO PER I VO AWARDS E IL VIOFF

«Ancora una volta, Vicenzaoro ha promosso formazione, cultura d’impresa, informazione economica: così i buyer hanno trovato tutta la filiera, e le imprese tutte le esperienze abilitanti per competere sui mercati. Cinque anni fa, l’accento cadeva sulle potenzialità dei canali digitali per questa industry, oggi sull’ottimizzazione dei processi produttivi per bilanciare il costo delle materie prime. E questo è un esempio di quel che intendiamo con people, product, places», sottolinea **Matteo Farsura**, a capo delle fiere orafe di IEG.

Protagonisti, insieme a Vicenzaoro, la leadership indiscussa di **T.Gold** per le tecnologie, che da settembre debutterà nel perimetro del quartiere fieristico col completamento del nuovo padiglione, e lo straordinario successo di pubblico per **VO Vintage**, mostra mercato per l’orologio di secondo polso e la gioielleria d’epoca. Successo che si estende al debutto dei **VO Awards**, che hanno premiato tradizione manuale artigiana unita al design e capacità di utilizzare nuove leghe e materiali. Così come protagonista è stata **Cibjo**, la Confederazione internazionale dell’oreficeria, che ha già scelto Vicenza per il suo prossimo congresso mondiale a settembre 2026. Alta qualità che vive anche nel tessuto della città, durante i giorni di manifestazione, grazie al **ViOff**, il

fuori salone di Vicenzaoro in collaborazione con il Comune di Vicenza, che è stato aperto dal “Golden Talk” in fiera con oltre 650 studenti per conoscere le opportunità lavorative nel mondo dell'oreficeria e gioielleria.

IEG ringrazia tutti gli espositori che hanno contribuito al successo di Vicenzaoro January 2026 e tutti i partnerdi manifestazione: il **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale**, **ICE Agenzia**, **Confindustria Federorafi**, **Confartigianato Orafi**, **Confcommercio Federpreziosi**, **CNA Orafi**, **Club degli Orafi Italia**, **Confimi Industria** Categoria Orafa ed Argentiera, **Assogemme**, **Assocoral**, **AFEMO** – Associazione Fabbricanti Esportatori Macchinari per Oreficeria e le rappresentanze istituzionali di **Regione Sicilia** e **Regione Campania**. Contribuiscono all'agenda della manifestazione anche autorevoli realtà internazionali: **CIBJO** – Confederazione Mondiale della Gioielleria, **GJEPC India** - Gem and Jewellery Export Promotion Council, **HKJJA** - Hong Kong Jewellery & Jade Manufacturers Association, e **Francéclat** tra gli altri.

Vicenzaoro e **T.Gold** danno appuntamento alla community internazionale dal 4 all'8 settembre prossimi in un quartiere fieristico di Vicenza che si presenterà rinnovato, **VO Vintage** dal 4 al 7 settembre. La Jewellery Agenda di IEG prosegue con **Oroarezzo** dal 9 al 12 maggio, **SIJE** a Singapore dal 9 al 12 luglio e **JGTD** a Dubai dal 27 al 29 ottobre. E infine in autunno con il Valenza Gem Forum e il Summit del Gioiello Italiano di Arezzo.

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;

MEDIA AGENCY VICENZAORO JANUARY 2026: Adnkronos Comunicazione

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

Enrica Marrese: 320 8074750, 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 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