



nota stampa

## INAUGURATA OGGI VICENZAORO SEPTEMBER

- **Fino a martedì 9 in fiera il boutique show leader internazionale per oro e gioielli**
- **Il messaggio del presidente Zaia e del ministro Urso**
- **Il presidente Ermeti (IEG): «Edizione record per buyers ospitati. Vicenza sarà al centro del nostro network globale del gioiello»**
- **Al via anche VO Vintage: ingresso gratuito per gli appassionati di orologi e gioielli d'epoca**

[vicenzaoro.com](http://vicenzaoro.com) | *Crafting the Future*

Vicenza, 05 settembre 2025 - Al via oggi **Vicenzaoro September**. L'evento internazionale dedicato alla gioielleria, oreficeria e orologeria contemporanea di **Italian Exhibition Group** si è aperto con il saluto inviato dal presidente della Regione del Veneto **Luca Zaia** che ha sottolineato la centralità del distretto orafico berico per la crescita del territorio e di Vicenzaoro per lo sviluppo dell'intero comparto: «È l'occasione per fare sintesi intorno allo stato di salute del settore, creare nuove reti di contatti e dialogare su temi impellenti come lo sono l'intelligenza artificiale e le nuove dinamiche commerciali».

Per il ministro delle Imprese e del Made in Italy **Adolfo Urso**: «Vicenzaoro da oltre 70 anni rappresenta uno degli eventi più significativi della filiera. Il comparto orafico gioielliero e orologiero ha chiuso il 2024 con risultati incoraggianti dimostrando resilienza. Avete registrato un aumento di fatturato del 4,4%, l'export, toccando livelli storici con un valore di 13,7miliardi di euro. Il 2025 si è aperto con segnali di rallentamento dovuti soprattutto all'incertezza generata dai dazi USA. È tempo di lavorare per cercare sbocchi alternativi a quello statunitense, mercato da integrare e non sostituire per consolidare la nostra posizione internazionale»

Alla cerimonia di apertura, condotta dal direttore de Il Giornale di Vicenza Marino Smiderle sono intervenuti il sindaco di Vicenza **Giacomo Possamai**, il presidente della Provincia di Vicenza **Andrea Nardin**, il presidente di Federorafi Confindustria **Claudia Piaserico**, il presidente ICE Agenzia **Matteo Zoppas**, il vice direttore generale per la promozione del sistema paese e direttore centrale per l'internazionalizzazione economica del Ministero degli Esteri e della Cooperazione Internazionale **Fabrizio Lobasso**, e l'assessore allo Sviluppo Economico della Regione Veneto **Roberto Marcato (dichiarazioni in allegato)**.

**Fino a martedì 9**, il salone b2b di Italian Exhibition Group accoglie **1.200 brand** da **30 Paesi**, con una marcata partecipazione internazionale (40%) e **buyer** ospitati da **62 nazioni** grazie al programma di incoming di ICE Agenzia e del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. Lo *show dei trend* si caratterizza quest'anno anche per le oltre **30 ore di eventi** di approfondimento dedicati a tendenze, export, intelligenza artificiale e formazione, e la presentazione della *International Fine Jewellery Academy*.

### NOVITÀ DI PRODOTTO NELLA GIOIELLERIA

A Vicenzaoro September tante le novità di prodotto: cangianti pavè prendono le forme della natura, e poi l'uso del titanio assieme ai diamanti oppure corallo rosa, zaffiri rosa e gialli assieme a brillanti. E ancora pietre e madreperla su materiali innovativi come la fibra di carbonio; sino alla catena "perfetta" ispirata alla serie di Fibonacci e a un filo di perle composto in nove anni di ricerca del calibro perfetto, perla dopo perla.

### VO VINTAGE E VIOFF: MAESTRIA E LUSSO SENZA TEMPO, STORIA E CULTURA APERTI AL PUBBLICO

In contemporanea a Vicenzaoro, fino a lunedì 8 settembre, c'è **VO Vintage**: appassionati, esperti e collezionisti di orologi e gioielli vintage hanno la possibilità di scoprire creazioni rare, autentici tesori del

passato così come icone del secondo polso (Hall 8.1, ingresso gratuito su [www.vintage.com](http://www.vintage.com)). **Oltre 40 espositori selezionati** per il marketplace che propone anche una ricca agenda di talk ed eventi.

#### GLI APPUNTAMENTI DI DOMANI, SABATO 6 SETTEMBRE

Dalle 11 l'evento **Strategie e modelli di successo per il mondo della gioielleria in Cina**. Focus sul mercato del dragone al quale si guarda come opportunità straordinaria ma complessa per l'alta gioielleria italiana e le strategie commerciali da adottare. In contemporanea, va in scena **The Quantum Age: Jewellery and the Convergence of Cultural Transformations**. Il talk di Trendvision Jewellery + Forecasting, Osservatorio indipendente di Vicenzaoro by IEG diretto da Paola De Luca, affronta il tema del gioiello come artefatto culturale e tecnologico, linguaggio multidimensionale, simbolico, modulare, emozionale grazie all'apporto di importanti ospiti internazionali. Dalle 14, **Il futuro delle rotte dell'export: dati, tendenze e strumenti per internazionalizzare** curato da Club degli Orafi. Durante il convegno, i risultati di un sondaggio sulle strategie di internazionalizzazione e l'attrazione della clientela estera nel comparto orafa, le tendenze emergenti e le azioni già introdotte dalle aziende per rispondere alle nuove dinamiche geo-economiche; inoltre, gli strumenti messi in campo da ICE Agenzia a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese italiane. Dalle 16.30, si parlerà di **Made in Italy, venduto nel Regno Unito: valorizzare la provenienza e l'artigianalità per aumentare le vendite**.

#### PRESS CONTACT IEG / VICENZAORO SEPTEMBER 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](mailto:media@iegexpo.it);

#### TRADE PRESS CONTACT IEG

**Michela Moneta**, [michela.moneta@iegexpo.it](mailto:michela.moneta@iegexpo.it) trade press office coordinator jewellery & fashion division

#### MEDIA AGENCY VICENZAORO SEPTEMBER 2025: Adnkronos Comunicazione

Enrico Bellinelli: 334 5717790, [enrico.bellinelli.professional@adnkronos.com](mailto:enrico.bellinelli.professional@adnkronos.com)

Enrica Marrese: 320 8074750, [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

## VICENZAORO SEPTEMBER 2025: LE DICHIARAZIONI DEI RELATORI ALL'OPENING CEREMONY

**Maurizio Ermeti**, presidente di IEG: «Con oltre il 50% dei visitatori e il 40% degli espositori provenienti dall'estero questa manifestazione si conferma tra le fiere italiane più aperte al mondo. Questa edizione segna già un record di buyers ospitati. In un contesto geopolitico complesso, IEG resta al fianco delle aziende, con competenze e visione per affrontare le sfide globali. La prossima edizione di Vicenzaoro September si terrà con la ristrutturazione completata di questo bellissimo quartiere. Abbiamo avviato un investimento strategico da 60 milioni di euro che trasformerà il quartiere fieristico con l'obiettivo principale di rafforzare la centralità di questa manifestazione a livello internazionale. Stiamo costruendo intorno a Vicenzaoro un vero e proprio network globale del gioiello per rafforzare l'autorevolezza di espositori, dei partner e del Made in Italy».

**Giacomo Possamai**, sindaco di Vicenza: «Insieme a IEG stiamo investendo sia sull'hardware che sul software di Vicenzaoro. Da un lato l'hardware, con il nuovo padiglione ma anche la stazione dei treni che arriverà qui insieme ai lavori della TAV e tutti gli altri investimenti che ruotano attorno al quartiere fieristico. Su questo il Comune ha preso anche un impegno con IEG, ovvero quello di portare in Consiglio comunale un percorso urbanistico che ci consenta un riassetto del quartiere fieristico. E poi il software: nei giorni scorsi con il "The Vicenza Symposium" Vicenza è stata la capitale della tecnologia nella gioielleria e negli accessori della moda, con esperti da tutto il mondo e con tutti i più grandi gruppi a livello mondiale. Si allarga dunque sempre di più la rete che si sta costruendo attorno a Vicenza per rafforzare il ruolo internazionale della città»

**Andrea Nardin**, presidente della provincia di Vicenza «La riqualificazione della struttura fieristica rappresenta molto più di un investimento infrastrutturale: è un segnale concreto di fiducia nella capacità di Vicenza di attrarre, innovare e crescere. Questo intervento si colloca in un contesto territoriale in profonda trasformazione, dove i cantieri della TAV stanno ridisegnando la viabilità e la mobilità, aprendo nuove prospettive di connessione e sviluppo. La sinergia tra infrastrutture, imprese e istituzioni è la chiave per generare ricadute positive su tutto il tessuto provinciale. Vicenzaoro è il simbolo di un territorio che non si accontenta di conservare il proprio prestigio, ma che guarda avanti, con ambizione e visione».

**Claudia Piaserico**, presidente Federorafi Confindustria in rappresentanza di tutte le associazioni nazionali del settore orafa: «Il lavoro di squadra e le sinergie costruite con tutte le associazioni del settore ci hanno premiato. Concludo un mandato dal bilancio positivo, durante il quale abbiamo rafforzato la reputazione del Made in Italy puntando su asset strategici: internazionalizzazione, innovazione, sostenibilità, cultura e legalità, formazione, promozione e marketing di filiera. I risultati ci dicono che, per affrontare le sfide presenti e future, è necessario continuare ad alimentare il contenuto e il valore del "Made in Italy", compendio di innovazione e artigianalità. Le incertezze geopolitiche preoccupano ma rappresentano ormai una costante. L'industria crescerà continuando a investire su queste direttrici condivise.»

**Matteo Zoppas**, presidente ICE: «Per il Made in Italy non crescere è un'eccezione. Le incertezze globali e le tensioni protezionistiche, tra tutte i dazi USA, hanno portato una diminuzione dell'export dell'oreficeria del 15% nei primi cinque mesi dell'anno, dopo un triennio di ottime performance e un 2024 con un +40%, in parte viziato dal caso Turchia. Nonostante ciò, le imprese del settore – che esportano oltre il 90% della produzione - dimostrano resilienza e visione, puntando su nuovi mercati e prodotti innovativi. Con i suoi oltre 90 uffici esteri, ICE e il Sistema Paese le supportano con strumenti concreti per l'internazionalizzazione, collaborando con partner associativi e fieristici, a partire da IEG, in stretto raccordo con il Ministero degli Affari Esteri, nel solco della diplomazia della

crescita. L'obiettivo export a 700 miliardi del ministro Tajani è ambizioso, ma raggiungibile, grazie proprio alla tenacia degli imprenditori. Da Vicenzaoro, facciamo un plauso alla resilienza delle aziende del comparto che, insieme all'infrastruttura del Sistema Paese, stanno raggiungendo traguardi importanti».

**Fabrizio Lobasso**, vicedirettore generale per la Promozione del Sistema Paese e Direttore Centrale per l'internazionalizzazione economica del Ministero degli Esteri e della Cooperazione Internazionale: «Le fiere sono uno strumento imprescindibile di internazionalizzazione e quindi una priorità assoluta per il MAECI: secondo AEFI, nel 2024 sono state realizzate 831 fiere cui hanno partecipato oltre 17 milioni di visitatori. Sono espressione diretta del tessuto nazionale orientato all'estero, con 5 filiere di riferimento (Agroalimentare, Edilizia-Arredo, Moda-Bellezza, Tecnologia e Tempo Libero), che insieme incidono per il 63% sulle esportazioni nazionali. In termini di indicatori di impatto, la partecipazione alle fiere genera un effetto moltiplicatore dell'1,6% sul fatturato delle aziende che vi partecipano».

**Roberto Marcato**, l'assessore allo Sviluppo economico Regione del Veneto: «Il comparto orafa conta in Veneto circa 1.200 imprese di cui 870 artigiane, con oltre 6.600 addetti; più della metà delle aziende è nel Vicentino dove lavora il 77% della forza lavoro del settore. Numeri che consolidano un export altrettanto significativo: se nel 2023 si erano registrate esportazioni per oltre 2,1 miliardi (+1,7% sul 2022), nel 2024 il distretto orafa di Vicenza ha esportato per quasi 2,5 miliardi (+14,9% sull'anno precedente) soprattutto verso Usa, Emirati e Turchia. In termini aggregati Vicenza rappresenta oltre il 20% del totale sull'export nazionale e il Veneto il 26%. In questo momento però guardiamo con preoccupazione all'aumento del costo della materia prima, all'instabilità politica in alcuni mercati storici per il Veneto, e ai dazi introdotti da Usa e Turchia. Sono criticità che toccano anche il mondo del lusso, ma che vanno affrontate differenziando i mercati di destinazione, e puntando maggiormente all'Europa».