

VicenzaOro, dall'estero il 40% dei visitatori

VicenzaOro conferma la sua vocazione internazionale e archivia l'edizione di settembre 2018 con oltre il 40% di visitatori esteri e un maggior numero di Paesi presenti in fiera, che salgono a 117. "Le presenze complessive di visitatori – spiega la nota ufficiale – rimangono in linea con quelle dell'edizione di settembre 2017, oltre 20 mila, nonostante la sovrapposizione con le festività ebraiche". Quanto alle nazionalità, crescono del 73% i visitatori provenienti dalla Cina (anche per effetto del calo dei dazi di importazione), mentre gli Stati Uniti segnano un +23 per cento. Stabili le presenze dagli Emirati Arabi Uniti e dai Paesi europei.

"Sono stati 1500 i buyer – spiega sempre il comunicato di Italian Exhibition Group, organizzatore di VicenzaOro – e oltre 140 i giornalisti invitati a Vicenza durante i 5 giorni di manifestazione, selezionati grazie alla collaborazione con il Ministero dello Sviluppo Economico, attraverso Ice Agenzia, e in stretto coordinamento con Confindustria Federorafi".

Gli organizzatori hanno precisato come la manifestazione sia stata "vissuta" anche attraverso i canali digitali, con un +52% di utenti unici al sito ufficiale e un "forte partecipazione e condivisione di contenuti da parte di blogger, influencer e instagrammer".

L'edizione ha riservato maggiore spazio agli orologi con The Watch Room, che ha ospitato le ultime collezioni e le anteprime di dodici brand indipendenti del segmento. Riscontro positivo anche per i Digital Talks, incontri dedicati ai temi dell'innovazione digitale. Infine è stato presentato il progetto T.Evolution – Jewellery Machinery & Technology, dedicato alle tecnologie e ai macchinari per l'oreficeria e la lavorazione dei preziosi che ha proposto, con un format di esposizione-formazione, un focus sulle tecnologie e sulle metodologie digitali che sempre più stanno interessando i processi di creazione del gioiello e organizzato in collaborazione con Centro Produttività Veneto (CPV).