

AL VIA VICENZAORO

## Il gioiello italiano conquista gli inglesi

È il primo appuntamento mondiale del settore orafogioielliero e tra gli operatori c'è un diffuso ottimismo per il bilancio del 2018: VicenzaOro January 2019 apre domani alla Fiera di Vicenza, organizzato da Ieg (Italian Exhibition Group) e le aziende protagoniste fanno

il punto sullo stato di salute del comparto che vede consumi mondiali in crescita del 3% nel terzo trimestre con Cina, Usa, Emirati e Germania tra i Paesi più positivi, e la Gran Bretagna dove l'acquisto di gioielli made in Italy sale del 18,2%.

In Italia il consumo di prodotti in oro e di gioielli è stabile: lo testimoniano le vendite del Natale 2018, quando – secondo le stime – il 12,7% degli italiani ha acquistato preziosi, bijoux o orologi: una percentuale in linea con quella del 2017 (12,3%). Anche la composizione della distribuzione sui canali di acquisto resta stabile, con una leggera crescita delle gioiellerie tradizio-

nali rispetto ai centri commerciali a fronte del costante incremento degli acquisti online. Quanto alle esportazioni, il settore orafogioielliero si conferma strategico per l'industria manifatturiera del made in Italy con un saldo commerciale in avanzo per 3,17 miliardi nei primi tre trimestri del 2018.



**Novità.**  
 Pendente in oro rosa e madreperla della collezione Mattioli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

