



Home » [Aree Tematiche](#) » [Marketing Internazionale](#)

I Gioielli Italiani Fanno Impazzire il Mondo



Pubblicità

**SEI IN REGOLA
 CON LA FDA?**



#FOOD&BEVERAGE

 22 Gennaio 2020 | Categoria: [Marketing Internazionale](#)



Vedi anche

[Marketing Internazionale](#)



Estate 2018: 10 fiere italiane da non perdere

VicenzaOro January, fiera internazionale del gioiello in corso nella città veneta, mette in vetrina il meglio della produzione orafa italiana. Novità di prodotti, incontri B2B molti dei quali con buyers esteri, forum e approfondimenti esaltano il Made in Italy di qualità che, nonostante il rallentamento degli scambi internazionali, tiene in fatturati ed export.

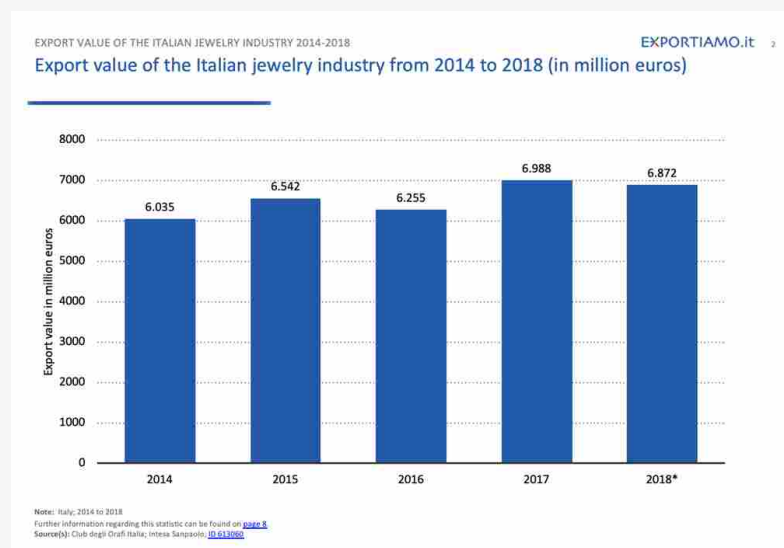
All'evento di [Italian Exhibition Group](#) che porta nel quartiere fieristico di Vicenza l'intera filiera del comparto orafa internazionale, il Centro Studi di [Confindustria Moda](#), in collaborazione con [Federorafi](#), hanno tracciato l'andamento dell'export, principale traino del settore manifatturiero italiano, nei primi sei mesi dell'anno 2019. Il settore vale quasi 7 miliardi di euro di export!

Come emerge dalle analisi elaborate per Federorafi dal Centro Studi di [Confindustria Moda](#) l'export del prezioso cresce nel primo semestre del +6,2%.

Dal punto di vista geografico, la Svizzera, primo sbocco per valore di export, assiste ad un cambio di passo: crescita nei primi 6 mesi del 2018, registra una flessione pari al -6,5%. Gli Emirati Arabi tornano interessati da una variazione in aumento, pari al +18,5%, positivi risultano anche Hong Kong (+4,8%) e Stati Uniti (+7,1%). Alle buone performance del 2018 nei sei mesi del 2019 si registra una contrazione dell'export destinato nel Regno Unito. In ambito UE, la Germania e la Spagna risultano entrambi favorevoli. Ancora in grande spolvero il Canada con un +66,3%, paese questo con il quale, si ricorda, è entrato in vigore il CETA, l'accordo di libero scambio (dazio "0").

*“Come ho potuto riscontrare a Vicenzaoro September – afferma il **Presidente di Italian Exhibition Group Lorenzo Cagnoni** - c'è grande fermento nel settore. La crescita dell'export si concretizza tangibilmente anche con l'incremento di brand e operatori esteri nelle fiere italiane di settore, a partire da Vicenzaoro e OroArezzo”. “I 1300 brand presenti nel quartiere fieristico vicentino – continua Cagnoni - hanno portato a una crescita del **10% di operatori esteri in arrivo da 117 paesi del mondo**, in linea con il trend già positivo delle ultime due edizioni di Vicenzaoro. Complessivamente la crescita degli operatori esteri è stata guidata dal **Middle East (+23%)**, dal **Nord America (+22%)**, dalla **Russia e Ucraina (+19%)** e dall'**Asia (+18%)** con un particolare incremento del **Giappone (+43%)**. L'Europa, che rimane il bacino di operatori più numeroso a Vicenzaoro (pesa il 59%), - conclude Cagnoni - è rimasto stabile con segnali di particolare positività da **Portogallo (+51%)**, **Romania (+28%)** e **Austria (+9%)**”.*

Con riferimento ai maggiori distretti del settore, Alessandria registra una crescita delle vendite estere pari al +10,1%. Similmente Arezzo segna un +11,4%. In crescita risulta anche Vicenza, che evidenzia un aumento del +3,4%, concorrendo al 18,6% del totale. Circa le top destination dei principali distretti italiani, la Svizzera risulta primo sbocco per Alessandria e per Milano (tuttavia in calo). **Gli Emirati Arabi Uniti si qualificano come primo mercato per Arezzo e come secondo per Vicenza. Gli Stati Uniti** si confermano partner d'elezione per la maggior parte dei distretti esaminati.



La fiera si conferma fulcro essenziale per lo sviluppo estero: *“I Clienti - spiega **Patrizia Cecchi, Exhibitions Italy Director di IEG** - ci riconoscono il ruolo di piattaforma di business per le relazioni internazionali. Non solo*

lavoriamo millimetricamente alla profilazione dei buyers ma li portiamo dove c'è l'identità delle nostre aziende. Identità di territorio storica culturale e sociale. Questa è in estrema sintesi la promozione del Made in Italy e in questo abbiamo un partner d'eccellenza come ICE - Agenzia. Così come d'eccellenza nella valorizzazione del territorio sul pubblico internazionale è il Comune di Vicenza".

L'ICE scende in campo anche a sostegno delle giovani piccole e medio imprese ad alto tasso di innovazione con il progetto Start Up & Carats. L'obiettivo è quello di connettere tutti gli attori della filiera orafa con le Start Up più dinamiche. A Vicenzaoro January un'intera area presso la Hall 2.2 è stata dedicata all'esposizione e presentazione di nuove realtà innovative. Dalle lavorazioni alla distribuzione, passando per le tecnologie e il prodotto finito, tutti gli espositori hanno la possibilità di attingere all'expertise di giovani imprese, nate sia per rispondere a esigenze specifiche del mondo orafa, ma soprattutto provenienti da altri settori. Il progetto vuole così supportare l'evoluzione e lo sviluppo del settore orafa e gioielliero, all'insegna di tre parole d'ordine: contaminazione, innovazione e creatività.

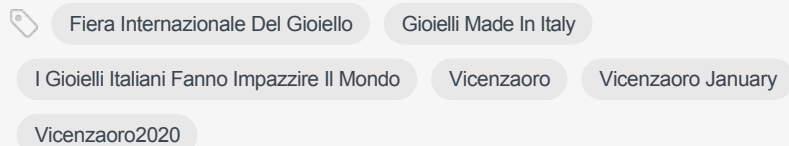
Tra le Start Up più dinamiche c'è [Doralia](#), marketplace italiano pensato per l'alta gioielleria ed in grado di collegare artigiani italiani e consumatori finali esteri senza intermediari; è una delle cento Start Up più innovative selezionate dal [Global Start Up Program](#), bando promosso dal ministero dello Sviluppo Economico e dall'ICE.

[Lumi Industries](#), è invece un'altra Start Up italiana nata nel 2014 grazie al crowdfunding internazionale fondata da Davide Marin e Manuela Pipino, che ha come obiettivo quello di offrire i vantaggi e la flessibilità della stampa 3D.

Per il settore della gioielleria si aprono nuove sfide internazionali ma siamo sicuri che i produttori italiani sapranno intercettare i nuovi trend, catturando un numero sempre maggiore di estimatori finali.

Fonte: a cura della Redazione di Exportiamo, redazione@exportiamo.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Pubblicità

Il tuo Digital Export Manager
a partire da
€ 900/mese