

## Vicenzaoro September: le presenze superano del 10% il 2019 pre-pandemico

Vicenzaoro September: le presenze superano del 10% il 2019 pre-pandemico

Di

Pubblicato il

13 set 2022

Il salone internazionale della gioielleria e dell'oreficeria Vicenzaoro chiude l'edizione di settembre 2022 superando i risultati di presenze pre-pandemici, con un +10% di visitatori complessivi rispetto al 2019; +20% quelli esteri. Oltre la metà delle presenze totali è stata internazionale (51%), da 124 paesi del mondo. Cresciuta anche l'affluenza B2C di appassionati e collezionisti, italiani e internazionali, dello spin-off VO Vintage, dedicato all'orologeria e gioielleria vintage di pregio.

Vicenzaoro

Nel dettaglio le provenienze estere alla fiera internazionale dell'oreficeria e gioielleria di Italian Exhibition Group vedono l'Europa come la più rappresentata, con in testa Spagna (7,3%), Francia (5,5%) e Germania (5,1%). Tra i Paesi extraeuropei al primo posto gli Stati Uniti (5,7% dei visitatori complessivi). Bene anche Turchia (3,3%) e per il Middle East in particolare Israele (2,5%) ed Emirati Arabi Uniti (2,3%). Tornano pure l'India (1,9%) e l'America Latina, con Messico, Colombia (entrambi all'1%) e Brasile (0,7%).

Numeri che fanno respirare ottimismo ai player di mercato (oltre 1.000 i brand espositori in fiera a Vicenza) e confermano la vivacità dell'export italiano, in crescita del +36,5% tra gennaio e maggio 2022, nella fotografia che a Vicenzaoro ha presentato Federorafi con le elaborazioni del Centro Studi di **Confindustria Moda** su dati Istat: gli Stati Uniti in prima posizione con +24,9% rispetto al medesimo periodo del 2021 (+115 milioni di euro, in valore assoluto), seguiti da Svizzera +31,4% e dagli Emirati Arabi con un +23,3%.

I contatti media totali hanno toccato, ad oggi, i 92 milioni lordi, dei quali 29 milioni raggiunti dalla stampa estera. Oltre 20 milioni le visualizzazioni (impressions) sui canali social di Vicenzaoro durante la manifestazione, mentre le visualizzazioni da parte degli operatori professionali dei profili espositori sulla piattaforma B2B The Jewellery Golden Cloud superano le 125mila.

Dati significativi, confermati dalle sensazioni degli espositori: "È stata un'edizione decisamente positiva contraddistinta da un'ottima affluenza e da un generale ottimismo", ha spiegato infatti Giacomo Pieroni, direttore commerciale e co-fondatore di Rue des Mille. "Oltre al mercato italiano, abbiamo incontrato buyer in particolare da Stati Uniti, Israele, Estonia, Montenegro, Grecia, Spagna. In linea generale, nonostante la pandemia, il settore ha tenuto molto bene e si è riscoperto forte".

"La presenza estera è stata per noi ottima, sia d'oltreoceano che dall'Europa, per potenziali e nuovi concessionari, con visite di qualità in linea con il nostro posizionamento e con quello che stiamo cercando. Abbiamo riscontrato anche interesse e propensione al futuro, tutte note positive", per Massimo Gismondi, CEO di Gismondi 1754.

È d'accordo anche Luca Stefanini, CEO di Roberto Demeglio, secondo cui "dopo la pandemia abbiamo registrato in fiera una completa inversione di tendenza, che ha visto un notevole aumento dell'interesse del pubblico internazionale. A livello commerciale è andata molto bene, con la presenza specialmente di clienti europei, ma anche dall'Australia e dall'America".

Vicenzaoro

"Per Faberge?, Vicenzaoro September 2022 è stato un evento di grande successo in termini commerciali, di visitatori e di stampa, nonostante un periodo complicato sotto il profilo socio-economico e politico", aggiunge Nico Clary, Head of Wholesale di Faberge?. "Siamo estremamente soddisfatti, perché abbiamo incontrato molti nostri partner e sviluppato nuovi contatti e relazioni da tutto il mondo, in un'edizione che è stata per noi palcoscenico per esibire il nostro objet d'art dedicato a Game of Thrones, pezzo unico al mondo presentato a Vicenzaoro per la prima volta in Europa".

Anche per Enzo Lazzerini, General Manager di Novecentonovantanove Firenze, si è "notato un incremento di pubblico internazionale da numerosi Paesi europei, ma non solo. Come nell'edizione dello scorso marzo 2022, siamo contenti di riscontrare un andamento positivo in questi giorni di fiera". La pensa così anche Federico Zonta, amministratore di D'orica: "Abbiamo ricevuto richieste da buyer provenienti da diversi Paesi, i quali hanno dimostrato di apprezzare l'autenticità del nostro prodotto e la nostra filosofia aziendale, dando spazio all'apertura di nuovi mercati interessanti".

In conclusione, "Questa edizione di Vicenzaoro September non ha soltanto confermato il trend positivo che caratterizza il settore negli ultimi due anni, ma è stata testimonianza di un ritmo in crescendo. Ciò che ha impressionato in questi cinque giorni è la qualità e l'alto profilo dei buyer provenienti da tutte le aree geografiche", ha assicurato Stefano Migliorini, proprietario di Migliorini Gioielli. "Oltre all'Europa, abbiamo consolidato e attivato relazioni con visitatori da USA, Giappone, Israele e tutto il Medio Oriente, mossi da grande entusiasmo e motivati nella ricerca della novità, elemento fondamentale per un'azienda come la nostra per testare il prodotto sui mercati strategici".

Vicenzaoro tornerà l'anno prossimo con l'edizione January, dal 20 al 24 gennaio 2023.

Copyright © 2022 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.

Tags :