



13 maggio 2014

FIERA DI VICENZA: 17MILA PRESENZE DURANTE VICENZAORO SPRING E ORIGIN PASSION AND BELIEFS

Il Salone della gioielleria e oreficeria di maggio si è chiuso con 11mila presenze di cui il 40% stranieri. Grande successo per ORIGIN PASSION AND BELIEFS, che alla prima Edizione, ha contato 6mila presenze e oltre 700 buyer internazionali.

Con oltre **17mila presenze** dall'8 al 13 maggio Fiera di Vicenza si è trasformata nella **capitale mondiale** delle contaminazioni creative tra **gioiello** e universo **fashion** grazie a **VICENZAORO Spring**, nonché in un **laboratorio** innovativo dell'**accessorio moda** con la nuova capsule **ORIGIN PASSION AND BELIEFS**.

VICENZAORO Spring si conferma il punto di riferimento internazionale per il settore orafa e del gioiello. Nel corso di quattro giornate ricche di appuntamenti il Salone, in chiusura oggi martedì 13 maggio, ha registrato **oltre 11mila presenze**, un dato in linea con l'Edizione 2013, nonostante la riduzione di una giornata rispetto allo scorso anno (4 giorni invece che 5). **Gli operatori**, di cui oltre il **40% stranieri** provenienti da **100 Paesi**, hanno incontrato i **1400** brand dei **principali distretti orafi italiani** e le proposte espositive di aziende di oltre **30 Paesi esteri**. VICENZAORO Spring, dal tema "**Le nuove frontiere del gioiello**", ha esplorato i nuovi confini merceologici e valoriali del settore proponendosi come **Hub Internazionale** per clienti, operatori e media.

Grande successo per l'innovativo format di Fiera di Vicenza **ORIGIN PASSION AND BELIEFS**, laboratorio delle competenze e piattaforma d'interconnessione tra artigianalità, lusso e fashion, che dall'8 all'11 maggio ha registrato oltre **6mila presenze** di cui **oltre 700 buyer** internazionali, provenienti da **64 Paesi**, diversi per importanza strategica come **Cina, Emirati Arabi Uniti, Russia** e da tutta Europa, in particolare da **Germania, Austria, Gran Bretagna, Francia, e Spagna**.

L'atmosfera di **assoluta novità per tutta la filiera dell'accessorio moda** si è avvertita all'interno del nuovo padiglione 7 della Società vicentina – dalla creatività alla produzione, dal design alla vendita, dai materiali alla distribuzione. La capsule ha unito i **100 migliori stilisti emergenti** giunti a Vicenza da 38 diversi paesi (selezionati dalla piattaforma on line **Not Just a Label**), **oltre 60 super supplier** del più qualificato "**saper fare**" italiano che hanno potuto incontrare 150 selezionati buyer internazionali ospiti dell'evento. Un fertile network di **relazioni** tra **artigianato, gioiello e moda**, in termini di opportunità di business, esplorazioni di nuove mappe concettuali e ricerca di nuovi trend, accreditatosi come uno tra i più originali esperimenti di cross fertilization per la valorizzare del *made in Italy* nel mondo e delle nuove linee di stile.

Momento di respiro internazionale durante VICENZAORO Spring, lunedì 12 maggio la firma dell'accordo tra **Fiera di Vicenza** e il **Dubai World Trade Centre** per la costituzione della nuova Società "**DV Global Link**", che avrà i propri effetti operativi con l'organizzazione congiunta della **nuova Manifestazione VICENZAORO Dubai** gestita da Fiera di Vicenza, in programma dal 23 al 26 aprile 2015 a Dubai. Un super show dedicato all'oreficeria e alla gioielleria che diventerà il punto di riferimento per tutto il bacino dei paesi di lingua araba e russa, il Medio Oriente, l'Africa, e il Centro-Sud Est Asiatico.

Tra gli altri appuntamenti di rilievo, la **premiazione di Next Jeneration Jewellery Talent Contest**, il concorso per la valorizzazione del talento e la creatività dei designer italiani e stranieri under 30, promosso e organizzato da Fiera di Vicenza e dalla Facoltà di Design del Politecnico di Milano. Una giuria di esperti ha selezionato i vincitori tra oltre 140 creativi internazionali, chiamati ad incentrare i loro progetti sul tema de



FIERA DI VICENZA

VICENZAORO ✕ Spring

“Il gioiello sentimentale”. Ad aggiudicarsi il primo premio **Maria Celeste Sangermani**, con il progetto **"Hold Me"**. Secondo classificato il collier **"Net Mesh"** di **Annarita Cavaglià**. Terzo posto per **Alessandra Del Nero** con il gioiello **"Me"**.

Al profilo dei consumatori e alle tendenze del mercato è stata riservata l'area di **TRENDVISION Jewellery + Forecasting**, osservatorio permanente di Fiera di Vicenza dedicato alla previsione ed anticipazione dei trend del mondo gioiello a livello mondiale. Spazio d'incontro fisico e virtuale, TRENDVISION Jewellery + Forecasting ha offerto a buyer, espositori e designer incontri e seminari sulla situazione internazionale, tratteggiando i fenomeni socioculturali più rilevanti, le direzioni del mercato e del prodotto. VICENZAORO Spring ha, in particolare, rappresentato il palcoscenico per l'anteprima due **nuovi trend** per la **stagione 2015**, "Ancient Gold" e "Interlocking", che si aggiungono ad altri quattro megatrend presentati nel corso della Mostra di gennaio ("Essentialist", "Exoticist", "Romantic", "Digitalist"), e ha presentato una **overview** per la **stagione 2016**.

A conferma della forte componente di innovazione che contraddistingue il team di Fiera di Vicenza, a partire dal 2015 nelle sue edizioni Winter e Summer VICENZAORO si vestirà di un nuovo concept: **VICENZAORO The Boutique Show**, i cui allestimenti si sono resi visibili al pubblico in anteprima in occasione di questa edizione. Si tratta di **nuovo format di sviluppo strategico** delle Manifestazioni dedicate alla gioielleria, che permetterà di soddisfare le esigenze dinamiche della domanda internazionale del settore, garantendo una migliore interazione con l'offerta. Questa verrà riorganizzata in **comunità omogenee** di aziende accomunate per valori di riferimento, posizionamento, sistemi di organizzazione, tipologia di produzione ed immagine complessiva, in modo da facilitare il matching tra la produzione e la distribuzione.

A completamento del nuovo bouquet di offerta, in Italia, prodotto da Fiera di Vicenza per il settore dell'oro e del gioiello, è stato lanciato oggi 13 maggio ufficialmente il nuovo format espositivo dell'appuntamento primaverile, che dal 2015 caratterizzerà fortemente il concept della manifestazione. Al centro del riposizionamento, una forte identità italiana, vocata al bello e ben fatto come elemento valoriale di riferimento nei confronti della domanda internazionale di produzione, anche unbranded, di alta qualità. Questo nuovo format vedrà, in anteprima, la presentazione della propria immagine corporate in occasione di VICENZAORO Fall.

VICENZAORO Spring è stata anche occasione per celebrare il **30esimo anniversario** dalla nascita di **VIORO International Magazine**, la storica rivista di Fiera di Vicenza da tre decenni punto di riferimento per i protagonisti della gioielleria mondiale. Per l'occasione del trentennale, la Rivista è uscita con un'Edizione da collezione e un restyling del nome: **VO+**, due lettere che evocano il nickname con il quale VIORO è da sempre conosciuto dalla community del gioiello, con l'aggiunta di un "+", a significare la forte espansione del Magazine.

Agenzia Medialab – Ufficio Stampa

Contrà Canove, 15 – Vicenza - Tel. 0444 512550

Filippo Nani - 335 1019390

f.nani@agenziamedialab.com

Alessandro Amato - 392 7480967

a.amato@agenziamedialab.com

Matteo Russo – 347 9834881