

nota stampa n.1

IEG: VICENZAORO SEPTEMBER 2025, BRILLA TUTTA LA FILIERA

* **Dal 5 al 9 settembre con 1.200 espositori è ancora sold-out per lo *show dei trend* di Italian Exhibition Group**
* **Nuovo *Jewellery Trendbook* dell’Osservatorio Trendvision Jewellery + Forecasting**
* **Ampliamento del quartiere a settembre: in via di conclusione la nuova costruzione al grezzo. Cantiere sempre “a impatto zero” per i visitatori**
* **VO Vintage torna con una seconda edizione dopo il successo di gennaio**

vicenzaoro.com | *Crafting The Future*

*Vicenza, 5-9 settembre 2025* – «Brillerà tutta la filiera del gioiello e dell’oreficeria a Vicenzaoro, **dal 5 al 9 settembre**», l’annuncio di **Matteo Farsura, global exhibition manager della jewellery & fashion division di Italian Exhibition Group (IEG)**. Infatti, il quartiere fieristico vicentino si apre a **1.200 brand** espositori da **30 Paesi: un nuovo sold-out** per l’edizione di settembre dell’evento leader su scala globale di settore e manifestazione più longeva nel panorama fieristico mondiale con oltre 70 anni di storia. In parallelo, per il pubblico di appassionati e collezionisti di gioielli e orologi che hanno segnato le epoche, un’inedita seconda edizione nell’anno in corso di **VO Vintage**, salone nel salone a ingresso gratutio. Per i *retailer*, l’offerta del **Palakiss**, area di vendita sul pronto, ma non solo. «Vicenzaoro September – aggiunge **Farsura** –, è anticipato, quest’anno da **The Vicenza Symposium**, evento dedicato all’evoluzione prettamente tecnologica del settore, in **Basilica Palladiana dal 2 al 4 settembre**. Una conferma per la business community internazionale che conosce il nostro appuntamento come lo *show dei trend*». Vicenzaoro, infatti, risponde alla domanda di novità e anticipazioni di gusto e design per l’annata successiva anche con il nuovo **The Jewellery Trendbook 2027+** realizzato dall’Osservatorio indipendente di IEG/Vicenzaoro **Trendvision Jewellery + Forecasting**.

# I DISTRETTI ESPOSITIVI DI VICENZAORO

Italian Exhibition Group interpreta gli orientamenti del mercato con nuovi brand e adattando l’offerta espositiva di VO sull’intera filiera del gioiello: dai luxury brand di **Icon** alla manifattura orafa e componenti e semilavorati di **Creation**, sino al packaging di **Expression**. **Look** ospita la gioielleria dei brand più di tendenza, segmento interessante per per i *retailer* per il riassortimento in vista delle festività invernali, cui VO aggiunge una vetrina dedicata ai marchi emergenti, che espongono nella **Glamroom**. Altra community nei riflettori di VO è **Essence**, che raccoglie gli espositori di diamanti, pietre preziose e altre gemme. IEG abbina agli espositori che le commercializzano anche le tecnologie dei gemmologi, dei laboratori di analisi e la ricercatezza dei maestri tagliatori in una vera e propria filiera nella filiera. **Time**, infine, è la community b2b nata nel 2022, che ospita le proposte dell’orologeria contemporanea e gli accessori, con una costante crescita e integrazione nella piazza business di VO mirata sui distributori nazionali e internazionali. A settembre sono **oltre 40 i brand presenti in** fiera.

# AMPLIAMENTO DEL QUARTIERE: PIENO RISPETTO DEL CRONOPROGRAMMA

Al centro del quartiere fieristico vicentino di IEG proseguono i lavori nel cantiere “a impatto zero” per il **nuovo padiglione da 22 mila metri quadri** progettato dallo **Studio GMP di Amburgo**. Vicenzaoro September 2025 segna la metà del cronoprogramma che porterà alla consegna operativa del nuovo manufatto per l’edizione di settembre del 2026. Cantiere “a impatto zero”, poiché la nuova e ottimizzata “navigabilità” interna tra padiglioni e ampliamenti temporanei su *tre temporary hall* gira “ad anello” attorno al lavoro di ampliamento della fiera di Vicenza. Per aziende, buyer e visitatori della nuova edizione di Vicenzaoro, la possibilità di ammirare dall’esterno.

# IL CENTRO FIORISCE CON LA NUOVA EDIZIONE DI VIOFF

# Il capoluogo berico si prepara a rifiorire con “Golden Bloom”, la 14ª edizione di VIOFF – il Fuori Fiera di Vicenzaoro, organizzato in collaborazione con il Comune di Vicenza dal 5 al 7 settembre. Un evento che trasformerà il centro storico in un palcoscenico diffuso di arte, design, musica e cultura, in dialogo con il mondo del gioiello e con tutta la comunità. Installazioni floreali, spazi rigenerati, esperienze immersive e iniziative solidali racconteranno una città che rifiorisce nel segno della bellezza, della salute e della creatività.

# PARTNER NAZIONALI E INTERNAZIONALI

Partner strategici di VO sono MAECI e Agenzia ICE per l’attività di incoming di buyers dai mercati chiave. Partner internazionali sono CIBJO – Confederazione Mondiale della Gioielleria, GJEPC India - Gem and Jewellery Export Promotion Council, HKJJA - Hong Kong Jewellery & Jade Manufacturers Association, Francéclat. Partner nazionali: Confindustria Federorafi, Confartigianato Orafi, Confcommercio Federpreziosi, CNA Orafi, Club degli Orafi Italia, Confimi Industria Categoria Orafa ed Argentiera, Assogemme, Assocoral, AFEMO – Associazione Fabbricanti Esportatori Macchinari per Oreficeria. Rappresentanze istituzionali: Regione Sicilia e Regione Campania.



**PRESS CONTACT IEG / VICENZAORO SEPTEMBER 2025:**

**head of media relation & corporate communication**: Elisabetta Vitali; **press office manager**: Marco Forcellini, Pier Francesco Bellini; **press office coordinator**: Luca Paganin; **international press office coordinator**: Silvia Giorgi; **press office specialist**: Mirko Malgieri [media@iegexpo.it;](mailto:media@iegexpo.it)

**MEDIA AGENCY VICENZAORO SEPTEMBER 2025: Adnkronos Comunicazione**

Enrico Bellinelli: 334 5717790, [enrico.bellinelli.professional@adnkronos.com](mailto:enrico.bellinelli.professional@adnkronos.com)

Enrica Marrese: 320 8074750, [enrica.marrese@adnkronos.com](mailto:enrica.marrese@adnkronos.com)

Il presente comunicato stampa contiene elementi previsionali e stime che riflettono le attuali opinioni del management (“forward-looking statements”) specie per quanto riguarda performance gestionali future, realizzazione di investimenti, andamento dei flussi di cassa ed evoluzione della struttura finanziaria. I forward-looking statements hanno per loro natura una componente di rischio ed incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi futuri. I risultati effettivi potranno differire anche in misura significativa rispetto a quelli annunciati, in relazione a una pluralità di fattori tra cui, a solo titolo esemplificativo: andamento del mercato della ristorazione fuori casa e dei flussi turistici in Italia, andamento del mercato orafo - gioielliero, andamento del mercato della green economy; evoluzione del prezzo delle materie prime; condizioni macroeconomiche generali; fattori geopolitici ed evoluzioni del quadro normativo. Le informazioni contenute nel presente comunicato, inoltre, non pretendono di essere complete, né sono state verificate da terze parti indipendenti. Le proiezioni, le stime e gli obiettivi qui presentati si basano sulle informazioni a disposizione della Società alla data del presente comunicato