

IMPRESA ITALIA

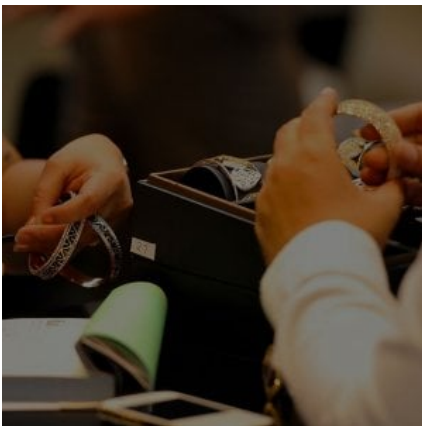
Storie, fatti, numeri di un Paese che sfida la crisi. Ecco chi sono i protagonisti del made in Italy che investono e crescono in un mercato sempre più competitivo

L'anno dei gioielli parte da Vicenza. Settore in crescita, export +6 per cento

di BETTINA BUSH



16 Gennaio 2020



L'anno dei gioielli comincia con Vicenzaoro January, organizzato da Italian Exhibition Group nella Fiera di Vicenza dal 17 al 22 gennaio in un momento in cui il settore ha segnato dati incoraggianti: una crescita delle esportazioni del 6,2% nei primi 6 mesi del 2019 rispetto al 2018 (dati Confindustria Moda) a cui si aggiunge lo studio di Worldwide Luxury Market Monitor di Bain & Co. e Altagamma che conferma che la categoria dei gioielli nel mondo è cresciuta più degli altri settori del luxury goods.

Il primo appuntamento internazionale in calendario, non a caso è accompagnato dall'hashtag #primavicenzaoro, con 1500 brand espositori che arrivano da 120 paesi per rappresentare l'intera filiera produttiva, dove poter scoprire le ultime tendenze, ma soprattutto per avere una visione dettagliata di quello che sta succedendo nel mondo del gioiello a partire dai materiali, dalle nuove leghe, per continuare con i macchinari, protagonisti del Salone T-Gold, per arrivare al prodotto finito, al packaging, alle mode del colore, con sempre maggiore attenzione alla sostenibilità.

Quando si parla di gioielli, di prodotto, si parte da molto lontano, dalla chimica e dalla metallurgia per la progettazione dei materiali, per trovare soluzioni che soddisfano creatività e sostenibilità, funzione e domanda del mercato, aspetti che Legor, multinazionale specializzata in leghe e soluzioni galvaniche con i suoi scienziati dei gioielli e degli accessori per la moda, conosce bene; con le 6 filiali all'estero, sono considerati leader nel loro settore, se si pensa che il 40% dei gioielli in oro del mondo ha una lega Legor: "Il gioiello è in continua evoluzione - racconta Massimo Poliero, Amministratore Delegato di Legor Group - la sfida è quella di trovare nuove soluzioni, oggi nel gioiello si cerca un equilibrio tra leggerezza resistenza, e bellezza, frutto di formule innovative. A Vicenza tra le novità presenteremo l'argento silnova che mantiene il colore naturale, risultato di un brevetto di due anni fa, adesso potenziato. Da 40 anni di occupiamo di progettare nuove leghe per la gioielleria e da un po' di tempo anche per la moda, un'area che copre il 30%, per trovare soluzioni innovative per il mercato, spinti

IMPRESA ITALIA

Il rapporto sui consumi è un'iniziativa di Affari & Finanza in collaborazione con Intesa Sanpaolo



AFFARI&FINANZA

A cura di Luigi Gia e Paola Jadeluca

Hanno collaborato Stefania Aoi, Raffaele Ricciardi, Maurizio Bogni, Adriano Bonafede, Patrizia Capua, Stefano Carli, Domenico Castellaneta, Vito de Ceglie, Luigi Dell'Olio, Silvano Di Meo, Sibilla Di Palma, Giuseppe Ferrazza, Marco Frojo, Andrea Frollà, Walter Galbiati, Mariano Mangia, Enrico Miele, Eugenio Occorsio, Gloria Riva

Segreteria Affari&Finanza Stefano Fiori telefono 0649822539 e-mail stefano.fiori@repubblica.it segreteria\_affari\_finanza@repubblica.it

Tweet di @RepubblicaAF

Repubblica A&F @RepubblicaAF 20.01.20 AFFARI & FINANZA IN EDICOLA



Incorpora

Visualizza su Twitter

con 20%, e deve al mercato asiatico a fare la parte del leone, a fatturare nel 2019 60 milioni di euro con una crescita del 10% all'anno, già dal 2011.

Passando ai brand italiani che realizzano gioielli, rimanendo nell'ambito della tecnologia, nel padiglione Icon colpisce Fope, azienda vicentina, con quasi un secolo di storia che è stata quotata nel 2016 in borsa, e che rappresenta un esempio di una realtà familiare, i Cazzola, che hanno saputo riorganizzarsi in una struttura industriale: "Un'azienda nata nel '29 nel vicentino - racconta Diego Nardim, Amministratore Delegato - che nel 2018 ha fatturato 31 milioni, 35 milioni nel 2019 con un +12%, che esporta l'80%, con circa 600 clienti nel mondo, principalmente in Europa e negli Usa, e che lo scorso novembre ha aperto in Inghilterra a Bond Street. Conosciuta per aver brevettato la maglia Fope, che ha permesso di rendere i bracciali in oro *elastici* grazie a un sofisticato meccanismo di micro-molle".

Struttura interamente familiare per la Domenico Alessi, nata nel dopoguerra a Bassano del Grappa per fare catene preziose, in oro e argento, e che oggi ha la quarta generazione al timone: "Siamo nati e cresciuti con e catene in oro - spiega Mattia Trevisan, Responsabile Amministrazione e Finanza - oggi abbiamo un catalogo con 40 mila articoli, con esportazioni del 99%, che nel 2019 ha fatturato oltre 80 milioni di euro, siamo un'azienda che deve saper coniugare bene la metalmeccanica con l'artigianato e con l'andamento del mercato dell'oro. Stiamo affrontando il passaggio generazionale diversificandoci, puntando anche alla produzione di catene in argento e a Vicenza presentiamo in uno stand interamente trasparente, di vetro per esser fedeli alla nostra filosofia, con due nuove linee che mostrano un design decisamente più riconoscibile".

Pensando ai gioielli, difficile resistere al fascino delle pietre preziose, e anche qui il mercato sta diventando particolarmente dinamico: "La domanda di pietre di colore è in crescita in tutto in mondo - spiega Rocco Gay, IV generazione di Petramundi, l'azienda nata nel '27 per il commercio delle pietre colorate e che dal 2000 si occupa di taglio - notiamo un forte aumento della domanda per i semi preziosi, da parte dei grandi brand del lusso, e proprio Vicenza è un appuntamento fondamentale. Noi abbiamo aperto una filiale per il taglio a Bangkok una ventina di anni fa, e da un paio un'altra a Valenza, per fare commercio e occuparci della produzione, più precisamente del taglio, una variabile molto importante soprattutto quando si tratta di colore".

*"La Repubblica si batterà sempre in difesa della libertà di informazione, per i suoi lettori e per tutti coloro che hanno a cuore i principi della democrazia e della convivenza civile"*

Carlo Verdelli

ABBONATI A REPUBBLICA

gioielli

© Riproduzione riservata

16 Gennaio 2020

ARTICOLI CORRELATI



Morellato fa shopping nelle gioiellerie francesi

DI SARA BENNEWITZ



Germania, furto miliardario nel Castello di Dresda: "Il più clamoroso della storia del dopoguerra"

