



Orocapital cambia sede per diventare più grande

Orocapital, la più importante manifestazione orafa del Centro Italia, vedrà un cambiamento radicale a partire dall'edizione che si svolgerà dal 22 al 25 settembre 2006. Infatti, dal Palazzo dei Congressi all'Eur l'esposizione si sposterà in una sede d'eccezione: la Nuova Fiera di Roma.

Questo mutamento di fondamentale importanza per il comparto si è reso possibile grazie a un accordo tra l'Ente Fiera e il Consorzio Oro Italia – organizzatore della manifestazione.

L'accordo, che rappresenta il coronamento di anni di lavoro improntati a serietà, affidabilità, credibilità, porterà infatti la manifestazione in una dimensione più ampia, certo maggiormente in linea con le sue potenzialità e con gli attuali scenari di mercato. Non solo: spetterà proprio a Orocapital il privilegio di inaugurare, a settembre, la Nuova Fiera di Roma. Un traguardo importante, a riprova dell'importanza che la manifestazione ha acquisito negli anni.

Orocapital, che per vent'anni è stata organizzata dal

Consorzio ideato da Giovanni Perrone, spostandosi nei grandi spazi della Nuova Fiera di Roma – un polo avveniristico per dimensioni, strutture e servizi – si appresta così a diventare uno dei punti di riferimento del panorama fieristico internazionale.

Alla base di questo accordo c'è in primo luogo la volontà di promuovere, come sempre è stato nel dna del Consorzio, un made in Italy propositivo, vivace, competitivo, estremamente attento alle esigenze dell'utenza. In questo la Nuova Fiera di Roma, che per dimensioni si appresta a diventare uno dei poli fieristici più grandi d'Europa, non può che favorire questa strategia di valorizzazione dei nostri prodotti, esaltando la creatività, l'abilità e il lavoro dei nostri maestri orafi.

La Nuova Fiera di Roma coniugherà le ragioni del business col fascino della capitale: il risultato è un punto di riferimento in grado da un lato di offrire strutture, servizi e opportunità in linea con le più avanzate esperienze internazio-

nali, dall'altro di capitalizzare il forte retaggio storico e culturale di Roma. A tutto vantaggio degli operatori che fanno riferimento al consorzio Oro Italia.

L'obiettivo di Orocapital non è solo numerico ma anche di immagine (un'immagine sempre correlata al business): portare la manifestazione, grazie al suo inserimento in uno dei più grandi poli fieristici europei, ad avere un respiro internazionale, capitalizzando la rinomanza di Roma quale simbolo di italianità nel mondo e costituendo proprio per questo un motivo di ulteriore richiamo per operatori non solo italiani ma anche stranieri.

Nella nuova sede, inoltre, troverà soluzione un problema logistico che in passato ha creato lunghe liste d'attesa: la possibilità di fruire di grandi spazi da offrire agli espositori.

Per celebrare un evento così importante, sono state pensate alcune novità. Innanzitutto un radicale cambio di immagine: una nuova veste grafica, più glamour e accattivante, darà più enfasi e visibilità comunicazione della fiera. E il cambiamento coinvolge anche gli allestimenti, sottoposti a una ridefinizione progettuale in linea con le più moderne esigenze espositive e il gusto del pubblico.

In più, un ampliamento delle sezioni: accanto a gioielleria, oreficeria, orologeria, argenteria e bigiotteria si affiancheranno ora gli articoli da regalo e gli accessori moda.

Soprattutto l'intento è dare a Orocapital una connotazione trasversale che, pur nel rispetto delle ragioni del business, sappia anche legarsi al mondo della cultura, dell'arte, del design. In questo ci si vuole allontanare dal concetto statico e obsoleto di fiera campionaria abbracciando le mutate esigenze del cliente, desideroso di vivere una manifestazione che sia anche dialogo, confronto e, perché no, intrattenimento.

In sintesi, Orocapital vuole diventare l'evento fieristico di riferimento del comparto orafa, capace di fornire non solo aree e servizi ma una nuova filosofia espositiva, rinnovata negli spazi, nei metodi di proposizione, nei linguaggi di comunicazione. E soprattutto nelle idee.

A.G.

