



“**N**othing as before”, “Niente come prima”: questa è la nuova parola d’ordine alla Fiera di Vicenza che affronta il futuro con un rinnovamento senza eguali nei suoi sessant’anni di storia. Si tratta della trasformazione da ottima fiera generalista a protagonista di punta nel settore del lusso e dello stile di vita, con ambizioni di leadership internazionale e con la volontà di traghettare il comparto orafa italiano verso la riva della qualità, dello stile, del design e della moda; insomma del fascino unico ed originale del gioiello italiano, vero valore aggiunto che paga in termini di ritorno economico, con implicazioni culturali nuove e l’auspicio di un “rinascimento orafa” in Italia. Questa nuova strategia segue la trasformazione nel 2007 di Fiera di Vicenza in Società per Azioni.

#### Leader nei settori lusso e stile di vita

“Abbiamo abbandonato la logica della fiera generalista – conferma il presidente di Fiera di Vicenza Spa, Dino Menarin – per concentrarci strategicamente nel settore della gioielleria e nel segmento del lusso.

La sfida nel mercato fieristico internazionale si giocherà sull’intensità della specializzazione e sulla capacità di presentare format espositivi innovativi e coinvolgenti.” Questa dunque la sfida dei prossimi anni che intende sotto-

#### CALENDARIO 2008-2010

##### First + T-Gold

13 - 20 gennaio 2008

11 - 18 gennaio 2009

10 - 17 gennaio 2010

##### Charm

17 - 21 maggio 2008

16 - 20 maggio 2009

22 - 26 maggio 2010

##### Choice

06 - 10 settembre 2008

12 - 16 settembre 2009

11 - 15 settembre 2010

## VICENZA. LE NUOVE STRATEGIE DEL POLO FIERISTICO

# Fiera di Vicenza capitale dell’oro e del lusso

Abbandonare la logica della fiera generalista e rafforzare la leadership nelle fiere orafe e del lusso: ecco la strategia della Fiera di Vicenza, per far fronte alle sfide del mercato internazionale

di Maria Luisa Negro, foto LaPresse



le tre rassegne declinavano lo stesso habitus e ripercorrevano genericamente gli stessi schemi, distinguendosi sostanzialmente per le date di calendario. Ora, invece, si tratterà di tre eventi distinti che avranno il compito di rappresentare differenti momenti di “fare fiera”, ma soprattutto tre diverse opportunità di coprire i diversi bisogni che esprime il mercato orafa.

“La nuova Fiera di Vicenza – sottolinea il direttore Maurizio Castro – elegge nitidamente a proprio orizzonte competitivo la leadership internazionale delle rassegne di oreficeria e gioielleria attraverso una scandita progressione di eventi focalizzati su segmenti e mercati ad alto tasso di sviluppo. Il filo rosso di tutte le manifestazioni sarà la relazione densissima tra la cultura del gioiello, i miti fondanti delle nostre identità tradizionali e il *nuovo lusso*.”

#### Le fiere orafe cambiano nome e faccia

lineare il ruolo di primo attore di Fiera Vicenza con una nuova impostazione e il riposizionamento delle fiere orafe. Dal 2008, infatti, le manifestazioni orafe cambiano il nome, ma non solo. In precedenza

**First**, dal 13 al 20 gennaio, è la prima mostra orafa internazionale dell’anno, prima nell’ampiezza dell’offerta merceologica, prima per importanza di business. Rivolta ai principali gruppi d’acquisto del mondo, buyer internazionali e grossi gruppi di commercio all’ingrosso, rappresenta la