



INFORME
DE FERIAS

2019



Vicenza Oro

Vicenza

18-23 de enero de 2019



Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIAS

18 de febrero de 2019
Milán

Este estudio ha sido realizado por
Alejandra Ortiz de Zárate Martínez

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 114-19-041-8



Índice

| | |
|--|----|
| 1. Perfil de la Feria | 4 |
| 1.1. Ficha técnica | 4 |
| 1.2. Sectores y productos representados | 6 |
| 2. Descripción y evolución de la feria | 9 |
| 2.1. Participación española | 10 |
| 3. Tendencias y novedades presentadas | 12 |
| 3.1. Novedades de la feria | 12 |
| 3.2. Datos del sector de joyería y relojería | 13 |
| 4. Valoración | 15 |
| 4.1. Servicios personalizados | 15 |
| 5. Anexos | 17 |





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica



Fechas de celebración del evento: 18 – 23 de enero de 2019

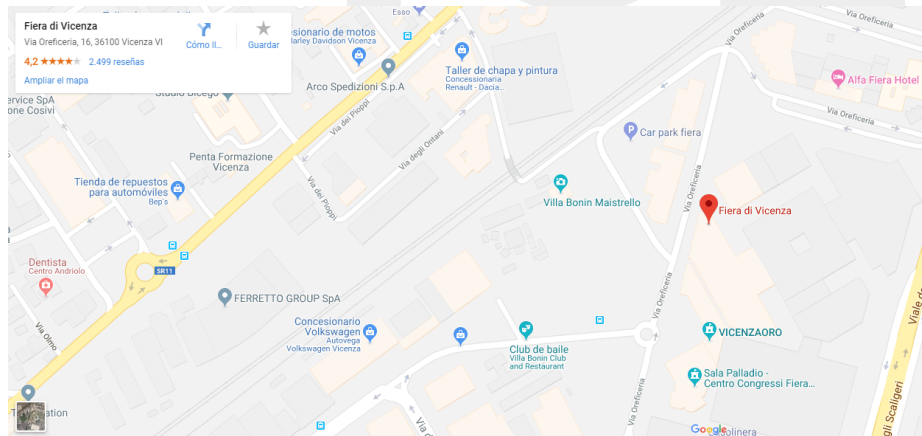
Fechas de la próxima edición: 7 – 11 de septiembre de 2019

Frecuencia, periodicidad: bianual (enero y septiembre)

Lugar de celebración:

FIERA DI VICENZA

Via dell'Oreficeria, 16 – 36100 Vicenza, Italia.



Cómo llegar:

✈ Avión: La organización pone a disposición de los participantes servicios de lanzaderas gratuitos desde y hasta los aeropuertos de Verona y de Venecia.

Las plazas son limitadas, por lo que se ruega retirar los billetes en el punto de información de los aeropuertos y de la feria al menos 30 minutos antes de la hora de salida.

Horario de lanzaderas:

VERONA – Valerio Catullo (68 km)


Del aeropuerto a la Feria: 11.15, 18.30 h.

De la feria al aeropuerto: 10.00, 17.00 h.

VENECIA – Marco Polo (82 km)


Del aeropuerto a la Feria: 9.15, 10.30, 12.00, 14.30, 17.00, 18.45 h.

De la feria al aeropuerto: 7.30, 9.00, 10.30, 13.00, 15.30, 17.00 h.

 **Tren:** La estación de tren de Vicenza está conectada con la feria mediante el autobús 12 (circular). Además, hay un servicio de lanzadera gratuito que cuenta con paradas en los principales hoteles de la ciudad:

- Piazzale de Gaspari (para los hoteles del centro)
- Hotel Cristina
- Hotel de la Valle
- Hotel Tiepolo
- Hotel Europa

Horario: de 8:00 a 19:00 h., cada 20 minutos.

 **Coche:** La Feria de Vicenza está situada a 400 metros del Castillo Vicenza Oeste, en la autopista A4 Milán – Venecia.

Aparcamiento: Información y reserva en <http://www.aimmobilita.it/it/fieradivicenza>

Horario de la feria:

- 18 – 22 de enero: de 9:30 a 18:30
- 23 de enero: de 9:30 a 16:00

Precios de entrada:

El evento es gratuito y está reservado exclusivamente para operadores del sector. Para evitar esperas, se recomienda registrarse previamente online.

Para acceder a la feria, además de acreditación de acceso, habrá que presentar el documento de identidad, así como documentación que acredite la actividad de la empresa.

Precios de exposición:

Cada expositor deberá pagar una **cuota de inscripción** que asciende a 400€ que incluye el seguro, las insignias de los expositores, la inserción en el catálogo oficial y la conexión Wi-Fi.



En cuanto al precio del *stand*, este variará en función de las ediciones en las que se vaya a participar (relativo al alquiler del espacio, con una única apertura frontal):

- En caso de participar en las dos ediciones anuales (enero y septiembre): 350 € / m²
- En caso de participar en una sola edición (enero o septiembre): 420 € / m²

Si se está interesado en otro tipo de *stand*, habría que sumar a la tarifa base anterior los cargos extras dependiendo de las preferencias:

| ÁREA | ESQUINA | LÍNEA PREFERENTE | ESQUINA + LÍNEA PREFERENTE |
|-------------------------------|---------|------------------|----------------------------|
| Hasta 16 m ² | +15% | +15% | +30% |
| De 17 a 32 m ² | +11% | +11% | +22% |
| A partir de 33 m ² | +7% | +7% | +14% |

Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Vicenza Oro

1.2. Sectores y productos representados

El formato de la exposición se organiza en seis distritos diferentes que permiten que los expositores se posicionen de acuerdo con su oferta temática, favoreciendo así las visitas y contactos comerciales más interesantes. Los distritos definidos son: ICON, CREATION, LOOK, ESSENCE, EXPRESSION, y EVOLUTION.



Fuente: Página web de Vicenza Oro

ICON

- Marcas de **alta joyería**.
- Halls 5, 6, 7 y 7.1
- Orientado a boutiques, centros comerciales y tiendas de grandes metrópolis mundiales.

- Producción de **joyería sin marca** (*unbranded*)
- Halls 2, 2.1, 4
- Orientado a negocios tradicionales, cadenas de tiendas y mayoristas

CREATION

CREATION
International

- Producción de **joyería sin marca** de países de la Unión Europea, Europa del Este y Asia.
- Hall 3.1
- Orientado a negocios tradicionales, cadenas de tiendas y mayoristas

- Marcas de **joyería fashion**
- Halls 1 y 2
- Dirigido a centros comerciales, grandes almacenes y *concept stores*.

LOOK

GLAMROOM

- Joyería **easy to wear**, con el diseño como protagonista.
- Hall 1.
- Dirigido a centros comerciales, grandes almacenes y *concept stores*.

- Marcas de **joyería fashion**, con importancia de la innovación.
- Hall 4
- Dirigido a centros comerciales, grandes almacenes y *concept stores*.

FASHION
ROOM

ESSENCE

- **Componentes preciosos**. Elementos esenciales que componen la joyería: semielaborados, cierres y monturas.
- Hall 2
- Orientado a la elaboración artesanal y a empresas productoras.

- **Gemas, diamantes y perlas**
- Hall 3
- Agrupa a las empresas especializadas en el arte de la elaboración de gemas y diamantes, dedicadas al comercio ético de piedras preciosas semipreciosas

ESSENCE

**ESSENCE
ELEMENTS**

- **Componentes no preciosos, productos semielaborados y no acabados.** Orientado a satisfacer la creciente demanda de materiales innovadores.
- Hall 3.1.

- ***Packaging y visual merchandising.***
- Hall 2.2 y 2.3
- Dirigido a minoristas y productores, que pueden ponerse en contacto con expertos capaces de ofrecer productos y soluciones personalizados.

EXPRESSION**THE
DESIGN
ROOM**

- **Talentos inspiradores y creaciones únicas.**
- Hall 7
- Área dedicada a la experimentación en la que diseñadores de todo el mundo presentan sus innovaciones y piezas únicas.

- Empresas especializadas en diseño, producción y venta de **maquinaria y herramientas** para la industria de la joyería.
- Hall 9

**EVOLUTION
T. GOLD**



2. Descripción y evolución de la feria

La feria es organizada por **Italian Exhibition Group**, empresa que surge en 2016 por la fusión de Fiera di Vicenza (tradicional organizador de la feria) y Rimini Fiera.



Via Emilia 155 – 47921 Rimini (Italia)

Teléfono: +39 0541 7444111

Email: info@iegexpo.it

Cuenta con tres ediciones anuales: dos en Vicenza (enero y septiembre) y un en Dubai, en colaboración con el Dubai World Trade Centre, bajo el nombre **VOD Dubai**. Además, la firma Vicenza Oro está presente en las ferias internacionales más prestigiosas del mundo.

Vicenza Oro es la primera cita del año en el calendario de ferias internacionales del sector de la joyería, y ofrece a las empresas la oportunidad de presentar las nuevas colecciones y conocer las nuevas tendencias del mundo de la orfebrería y la joyería. Supone una **plataforma internacional** para acceder a multitud de mercados internacionales, albergando a los operadores más relevantes del sector.

En la edición de enero de 2019, Vicenza Oro ha contado con **59.000 metros cuadrados** de área expositiva y más de **1.200 expositores de 35 países** (el 42% de la oferta presentada en la feria es internacional). La feria ha contado con más de **35.000 visitantes**, el 60% de ellos extranjeros. Estos datos dan cuenta del crecimiento que está experimentando la feria, y de la consolidación de ésta como principal escaparate europeo del sector.

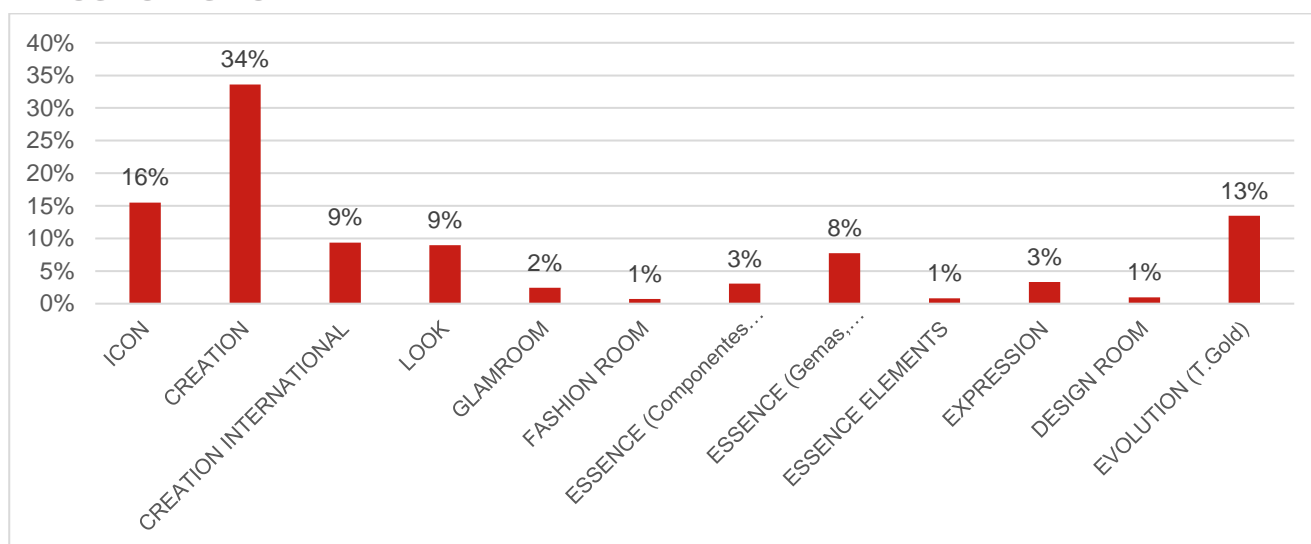
Ha habido un crecimiento significativo por parte de los visitantes provenientes de Europa, especialmente de Alemania, Suiza y Austria (entre los tres aumentan un 12% su presencia), así como Reino Unido (+11,7%), Francia (+10,5%) y España (+9,6%). Cabe destacar la recuperación por parte de los Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudí, que muestran un aumento de más del 24% de visitantes.

Italian Exhibition Group, en colaboración con el Ministerio de Desarrollo Económico (MISE) e ICE Agenzia, ha gestionado la presencia de más de 400 **Top Buyers** y a 2000 **Gold Buyers** de todo el mundo.

El área **EVOLUTION (T.Gold)** ha experimentado un fuerte crecimiento en la participación con un aumento del 20% de expositores. Asimismo, el área expositiva de este segmento ha crecido un

11%. A pesar de eso, Vicenza Oro sigue estando especialmente dirigida a la venta de producto final, que supone alrededor del 70% de los expositores totales.

EXPOSITORES POR ÁREA



Elaboración propia a partir del catálogo de Vicenza Oro.

2.1. Participación española

Vicenza Oro, principal feria europea internacional del sector de joyería y relojería, cuenta con una participación internacional muy importante, posicionándose así como una cita indiscutible para el sector.

La edición de enero de Vicenza Oro ha contado con la participación de **46 expositores españoles**. La mayoría de estas empresas estaban presentes en la categoría CREATION (joyería *unbranded*), en los *halls* 2 y 2.1.

Por otro lado, más de la mitad de las empresas españolas participantes provenían de Córdoba (donde se produce un 70% de la producción nacional de joyas que se exporta) y han contado con el apoyo de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA) para acudir a la feria.

A continuación, se presenta la lista de empresas españolas participante:

| EMPRESAS ESPAÑOLAS PARTICIPANTES | CIUDAD | CATEGORÍA |
|---|----------------|-----------|
| VC JEWELRY 1958 SLU (Victoria Cruz) | VALENCIA | LOOK |
| GOLD STOCK SL | LA CORUÑA | LOOK |
| PETRAI (LAPETRA) - JULIÁN SANCHEZ TORTOSA | CÓRDOBA | LOOK |
| LORENZINI SL | PINEDA DEL MAR | LOOK |
| LARREA JOYEROS SL | CÓRDOBA | LOOK |



| | | |
|--|-------------------------|--------------|
| JOYEROS 94 SL SALVATORE PLATA | VALENCIA | LOOK |
| KUVO PLATA | CÓRDOBA | GLAMROOM |
| BABY JEWELLERY SL | CÓRDOBA | CREATION |
| MACOVAL | CÓRDOBA | CREATION |
| CRISOLAR SA INDUSTRIA DE METALES PRCIOSOS | CÓRDOBA | CREATION |
| ORFEBRES NAVARRO SL | CÓRDOBA | CREATION |
| ENRIQUEZ Y CABEZA SL | CÓRDOBA | CREATION |
| RAFAEL GOMEZ MARIN SL | CÓRDOBA | CREATION |
| RIVAS & ESTRADA JOYEROS SL | CÓRDOBA | CREATION |
| ANTONIO LOPEZ MONTERO SL | CÓRDOBA | CREATION |
| PEDRO ROMERO MURIEL SL EXP. | CÓRDOBA | CREATION |
| SAMUGA UNION SL | CÓRDOBA | CREATION |
| J.J. BRAVO SA | CÓRDOBA | CREATION |
| RAFAEL GUIJO SL | CÓRDOBA | CREATION |
| ANTONIO ALGAR MANUFACTURERS | CÓRDOBA | CREATION |
| HUECOS RAF SL | CÓRDOBA | CREATION |
| GOLDGEOUS SL | CÓRDOBA | CREATION |
| PIE DE REY DESIGNS SL | CÓRDOBA | CREATION |
| ANTONIO MILLÁN GORDILLO SL | CÓRDOBA | CREATION |
| DIAZ Y VILLAR JOYEROS SL | CÓRDOBA | CREATION |
| MEDALLAS ALTEA SL | CÓRDOBA | CREATION |
| BARRENA SOLANO SL | CÓRDOBA | CREATION |
| SUCESORES SIMON FRANCO SA | CUARTE DE HUERVA | CREATION |
| ALIAS CONCEPT SL | CÓRDOBA | CREATION |
| NORRESLEST SL | CÓRDOBA | CREATION |
| JOSÉ LOPEZ GARCÍA SL | CÓRDOBA | CREATION |
| AGUILAR DE DIOS EXPORTACION SA | CÓRDOBA | CREATION |
| ALMUFER-ALFONSO MUNOZ FERNANDEZ SA | CÓRDOBA | CREATION |
| NOVOBOX SLU | SANT FELIU DE LLOBREGAT | EXPRESSION |
| CONDE VERA SL | CÓRDOBA | EXPRESSION |
| COMPACT SL | MAHÓN | EXPRESSION |
| FIDDA JOYAS SL | CÓRDOBA | FASHION ROOM |
| ALMACENES BUSTINZA SA | BILBAO | ICON |
| MAGERIT (Vital Group 1994 SL) | MADRID | ICON |
| KIROS JEWEL´S SL | MADRID | ICON |
| FACET JEWELLERY SOLUTIONS SL | BARCELONA | ICON |
| SUPERORO HISPANO ITALIANA SA BLACK & WHITE JEWELLERY | MATARÓ | ICON |
| DAMASO MARTINEZ SL | BILBAO | ICON |
| STEROS GPA INNOVATIVE SL | BARCELONA | EVOLUTION |
| HISPANA DE MAQUINARIA SA | MONTCADA | EVOLUTION |
| GABRIEL BENMAYOR SA | MONTCADA | EVOLUTION |

Elaboración propia a partir del catálogo de Vicenza Oro.

3. Tendencias y novedades presentadas

3.1. Novedades de la feria

Vicenza Oro es el evento internacional de referencia para el mundo del oro y la joyería en el cual productores, marcas, compradores, periodistas, líderes de opinión y creadores de tendencias de todo el mundo se reúnen para presentar y conocer de primera mano las novedades del sector.

Las novedades a destacar de esta edición son las siguientes:

- Se ha presentado la **nueva imagen corporativa** de la feria que, según los creadores, ahora refleja los valores de VicenzaOro: cultura, elegancia y modernidad.
- Ha sido una edición muy centrada en la **producción sostenible**, y se ha hecho ver tanto en la reunión organizada por el “Club degli Orafi” como en “Visio.Next”, evento que se celebra en cada edición dedicado a la difusión de la cultura en el sector de la joyería.



Fuente: Vicenza Oro

- Durante las **Digital Talks** que se celebran durante la celebración de la feria, se destacó cómo el sector de la joyería ha sabido reaccionar positivamente para mejorar la experiencia de los clientes a través de los medios digitales. Estos encuentros se organizan en colaboración con Federpeziosi Confcommercio.
- La Confederación Mundial de Joyería (CIBJO) y la Federación para la Educación Europea en Gemología (FEEG) presentaron en la feria la **Exposición Internacional de Orfebrería y Joyería**, así como la **Conferencia sobre Abastecimiento Responsable y Gemología**.

- Lanzamiento de **#primavicenzaoro**, proyecto conjunto de Italian Exhibition Group, Federorafi y la agencia ICE que pretende mejorar los activos del evento y consolidar el posicionamiento de la exposición como primera plataforma para presentar las novedades y colecciones del sector.

3.2. Datos del sector de joyería y relojería

Durante el año 2018 la demanda de joyería de oro se mantuvo **estable**, a pesar de un flojo cuarto trimestre. China fue el principal motor de crecimiento en 2018, así como un segundo año de crecimiento en Estados Unidos que llevó a la demanda del país a su nivel más alto desde 2009. Estos dos grandes actores contrarrestaron el debilitamiento de Oriente Medio y Turquía.

La demanda de **joyería europea** fue un 1% menor sobre una base anual, suponiendo así el cuarto año consecutivo de caída. El Reino Unido fue el que más sufrió la caída del cuarto trimestre debido a la situación que atraviesa por el Brexit. Igualmente, Francia sufrió el debilitamiento de la demanda debido a las turbulencias políticas. En cambio, los mercados de Alemania y **España** permanecieron más sólidos obteniendo modestas ganancias durante el último trimestre y durante todo el año 2018, sin embargo, estas no fueron suficientes para contrarrestar los resultados del resto de regiones.

En **Italia**, según los datos de ISTAT, en los primeros nueve meses de 2018 la producción y la facturación del sector de joyería y bisutería **incrementaron un 6.1% y un 4% respectivamente**.

En lo que respecta a las exportaciones, en general, el sector de la orfebrería y joyería se confirma como un sector estratégico para industria manufacturera "Made in Italy", si bien, los valores de exportación se han desacelerado durante los tres primeros trimestres de 2018: las ventas en el extranjero disminuyeron un 3,8% (incluyendo bisutería), y un 4,7% las joyas de metales preciosos.

Todos los principales mercados de exportación han sufrido reducción en los valores de manera significativa durante este periodo, en especial los Emiratos Árabes Unidos (-18,7) y Francia (-12,5%). Suiza también ha sufrido un ligero descenso (-1,9%) pero se sigue posicionando como el principal importador de la joyería "Made in Italy". A pesar de esto, Italia cuenta con un saldo comercial excedente de 3,17 mil millones de euros en los nueve primeros meses de 2018.

EVOLUCIÓN DEL SECTOR JOYERO ITALIANO (Millones de euros)

| | 2016 | 2017 | Variación % 2017 | Variación % Ene.-Sep. 2018 |
|------------------------|-------|-------|---------------------|-------------------------------|
| Facturación | 7.780 | 8.472 | 10,1 | 4 |
| Exportaciones | 6.255 | 7.007 | 12 | -3,8 |
| Importaciones | 2.681 | 2.925 | 9,1 | 2,6 |
| Saldo comercial | 3.574 | 4.083 | - | - |

Elaboración propia a partir de datos del Club degli Orafi Italia.



TOP 10 EN EXPORTACIONES DE JOYERÍA ITALIANA (MILLONES DE €)

| | 2017 | Variación % 2017 | Variación % ene-sep 2018 |
|-----------------------|----------|------------------|--------------------------|
| Suiza | 1.395,20 | 15,7 | -1,9 |
| Emirato Árabes | 872,7 | -3,4 | -18,7 |
| Hong Kong | 783,9 | 16,2 | -5,8 |
| Estados Unidos | 780,8 | 19,5 | -1,0 |
| Francia | 763,6 | 33,0 | -12,5 |
| Turquía | 252,1 | 29,0 | 6,7 |
| Reino Unido | 228,7 | 4,6 | 11,1 |
| Alemania | 177,1 | 11,5 | 18,2 |
| España | 139,3 | 15,0 | -12,9 |
| Jordania | 117 | 1,6 | -30,3 |

Elaboración propia a partir de datos del Club degli Orafi Italia.

icex

4. Valoración

Durante la visita a la feria se pudo observar una gran presencia internacional. Se realizaron visitas a las empresas expositoras españolas para conocer su opinión sobre la feria y cuáles eran sus impresiones sobre la edición y todos coincidían en la importancia de estar presente en VICENZA ORO. Asimismo, destacan la calidad del visitante y la cantidad de contactos relevantes que consiguen hacer en cada edición.

Un representante de la empresa organizadora del evento nos recibió en el recinto a nuestra llegada, e hizo hincapié en el interés que tienen por aumentar y mejorar la experiencia de las empresas españolas en la feria.



Fuente: Vicenza Oro

4.1. Servicios personalizados

ICEX ofrece servicios de consultoría personalizada a través de su red de Oficinas Comerciales en el exterior y cuyo catálogo se puede consultar a través del siguiente link: <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/index.html>

La Oficina Comercial de Milán cuenta con un grupo de profesionales especializados por sectores, lo que asegura a las empresas un profundo conocimiento del mercado, así como de los instrumentos más adecuados para la entrada, para el establecimiento en el país o para potenciar la presencia en el mercado italiano.



Dentro del marco de servicios ofrecidos por el ICEX y teniendo en cuenta las características específicas del mercado italiano, la Oficina Comercial de Milán, una vez analizada la empresa y su solicitud, propondrá el servicio que más se adapte a las necesidades de la misma.

En lo que a la participación en ferias en el exterior se refiere, la Oficina ofrece un Servicio de Apoyo Logístico que consistiría, entre otras posibles acciones, en la presentación en italiano de la empresa y en la consiguiente comunicación relativa a su presencia en feria. Así mismo, se pone a disposición de la empresa un servicio de seguimiento post feria en el que se incluye información ampliada de los contactos realizados en la misma.

Para más información se puede enviar un correo electrónico a: milan@comercio.mineco.es

icex



5. Anexos

- **VOD DUBAI INTERNATIONAL JEWELLERY SHOW**

Del 13 al 16 de noviembre de 2019.

Web: <https://www.jewelleryshow.com/>

- **CLUB DEGLI ORAFI**

Asociación independiente de fabricantes de joyería, dedicada a investigación, formación, información y *networking* dentro del sector.

Via S. Spirito, 7- 20121 Milano

Tel +39 0276008478

Email: info@clubdeglorafi.org

Web: www.clubdeglorafi.org



- **FEDERPREZIOSI CONFCOMMERCIO**

Asociación italiana de *retailers* de joyería, platería y relojería.

Via Re Tancredi 8- 00162 Roma

Tel. +39 0276008478

Email: info@clubdeglorafi.org

Web: www.federpreziosi.it/

- **CONFINDUSTRIA FEDERORAFI**

Asociación italiana del sector de la orfebrería.

Via Petitti 16 – 20149 Milano

Tel. 02.58316111

Email: web@federorafi.it

Web: www.federorafi.it



- **STUDI ALTA GAMMA**

Fundación que representa a la alta gama italiana en el mundo.

Via Montenapoleone 9- 20121 Milano

Web: www.altagamma.it

- **WORLD GOLD COUNCIL**

Autoridad mundial del mercado del oro, que ofrece información sobre el comportamiento económico de este metal precioso.

Web: <https://www.gold.org/>

- **THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION**

Confederación que representa los intereses de los distintos agentes (individuos, organizaciones y compañías) del sector de la joyería.

Web: www.cibjo.org/

- **VO- PLUS**

Revista especializada en el sector de la joyería.

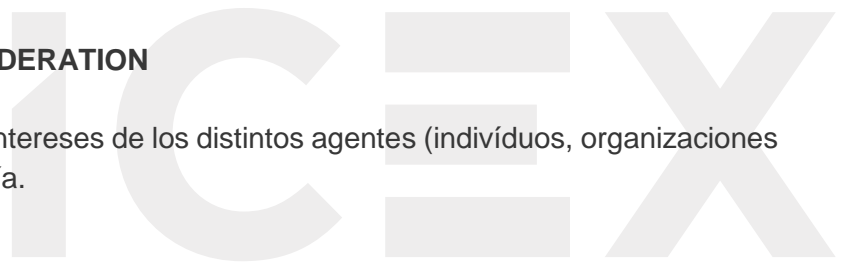
Via Emilia 155, 47921 Rimini

Web: www.vo-plus.com/

- **LBMA (London Bullion Market Association)**

Referencia mundial para el mercado de metales preciosos, que constituye normas de pureza, forma, procedencia y comercio.

Web: <http://www.lbma.org.uk/>



ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece
ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar
la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones