



Vicenzaoro 2026, Peraboni (leg): «Nuovo padiglione dar  nuova vita a kermesse»•

Descrizione

(Adnkronos) «Questa   un'edizione significativa perch  chiude il ciclo delle manifestazioni che abbiamo fatto con delle tensostrutture, che hanno ospitato 300 espositori nelle tensostrutture. Siamo sold out da tempo, quindi non possiamo dire che stiamo crescendo. Siamo pieni fino a quando, a settembre, avremo un nuovo padiglione, il quale dar  nuova vita ad una fiera che ha ormai 71 anni»•. Cos  Corrado Peraboni, amministratore delegato di leg Italian Exhibition Group, intervenendo alla giornata inaugurale di Vicenzaoro January 2026, la fiera che da oltre 70 anni riunisce l'intera filiera del settore orafo, gioielliero e orologiero, in svolgimento a Vicenza fino al 20 gennaio.

Questa prospettiva rappresenta per leg «una grande iniezione di fiducia»• soprattutto alla luce del contesto in cui si trova ad operare il settore: «In questo momento il mercato dell'oro e del gioiello quindi sta conoscendo ogni genere di problema che pu  frenare un settore come questo: dal prezzo della materia prima, che ormai macina un record dopo l'altro, alle tensioni geopolitiche»• prosegue Peraboni «Nel 2025 abbiamo osservato una piccola frenata nell'export nel 2025, ma venivamo anni di crescita incredibile. Credo quindi che questo momento»• possa essere definito come una «pausa di riflessione»•.

Gli elementi su cui concentrarsi e lavorare per ripartire al meglio nel 2026 sono, secondo l'ad di leg, «l'innovazione, che   tipica delle aziende italiane, e l'affaccio su nuovi mercati»•, soprattutto nel momento in cui «mercati come quello statunitense hanno avuto una flessione, vuoi per i dazi o per un calo fisiologico. Occorre accompagnare le aziende dove la penetrazione italiana   ancora bassa, ed   quello che stiamo facendo con Vicenzaoro, che si replica in forma diversa a Singapore e Dubai.

«Credo che la vera debolezza strutturale del nostro sistema sia l'incapacit  del comparto fieristico di andare sui mercati internazionali»• conclude «Il nostro   un modello che si   sempre basato sul portare in Italia gli stranieri, ma il fenomeno della regionalizzazione, nel senso di continentalizzazione, delle fiere lo sta mettendo un po' in crisi. Occorre quindi intraprendere la strada che noi abbiamo iniziato quattro anni fa, portando i brand pi  importanti sui mercati pi  promettenti»•.

Il 3 febbraio approveremo un nuovo business plan che guarda al 2030 riferisce in conclusione l'amministratore delegato di leg. Ovviamente, si tratta di un business plan in crescita. Lo presenteremo al mercato il quattro di febbraio a Milano.

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Gennaio 16, 2026

Autore

redazione

default watermark