

**7**  
**4**  
**plus**

GOLD-  
SCHMIEDE  
ZEITUNG  
SEIT 1898

**WVC**

**vicenza**

**SPECIAL**  
**VICENZAORO**

DIE JANUAR-SHOW

**NANIS**  
ITALIAN JEWELRY

FABBRICA  
DEL LUSO  
ITALIANO  
CONTEMPORANEO

## GOLDENE CHANCE

In zwei Monaten feiert die Vicenzaoro ihren 70. Geburtstag und wird dadurch zur langlebigsten der großen internationalen Schmuckfachmessen. Eine lange Reise, die stets von guten, gewinnbringenden Beziehungen mit dem deutschen Markt geprägt war. Derzeit freut sich unsere Messe über ihr siebtes Wachstumsjahr in Folge. Begleitet wurde dieses Wachstum stets von der Präsenz bedeutender deutscher Aussteller und Besucher. Diesen besondere Moment wollen wir mit einer eigenen Publikation für den deutschsprachigen Markt feiern. Diese realisieren wir mit unserem außergewöhnlichen Verlagspartner GZ, der marktführenden Goldschmiede Zeitung, die auf eine lange Tradition zurückblickt, die sogar die unsrige übertrifft.

Vom 19. bis 23. Januar wird die Vicenzaoro einmal mehr zur Hauptstadt der Schmuckwelt. Diesen größten europäischen Marktplatz für Schmuck und verwandte Artikel – der übrigens weltweit zu den ersten drei zählt – können Sie binnen weniger Reisetunden erreichen. Wir hoffen, dass diese Veröffentlichung Ihnen hilft, alle Vorzüge zu entdecken, die Ihnen die Vicenzaoro bietet, um Ihr Business auszubauen, Ihr Netzwerk zu erweitern und immer wettbewerbsfähiger zu werden. Sie finden hier alle Informationen und Services, damit Ihr Besuch produktiv und Ihr Aufenthalt in Venetien besonders angenehm wird.

Wir freuen uns auf Sie!



Das Golden Team der Italian Exhibition Group:  
Matteo Pollini, Marco Carniello, Michela Amenduni, Matteo Farsura (v.l.)

### INHALT

MESSE	
6	Überblick
8	Corrado Peraboni
10	Marco Carniello
25	Programm
COMMUNITIES	
12	Intro
14	Icon
15	Look
16	Creation
17	Expression
18	Essence
19	Time
20	T.Gold
EVENT	
21	VO Vintage
24	Trendvision
SONDERBEREICHE	
22	Design Room
23	Glamroom
AUSSTELLER	
26	Roberto Coin
28	Nanis
32	Gismondi 1754
36	Jörg Heinz
38	Demeglio
42	Giloy
48	Fine Gems Collection
STATEMENTS	
50	Aussteller & Buyer
SERVICE	
54	Sehenswürdigkeiten
56	Hotelangebote
58	Buyer Service

### Impressum

Verlag:  
Untitled Verlag und  
Agentur GmbH & Co. KG  
Medienpark Kampnagel  
Jarrestraße 2  
22303 Hamburg  
Telefon: 040/18 98 81-0  
Telefax: 040/18 98 81-111  
E-Mail: info@untitled-verlag.de  
Internet: www.untitled-verlag.de  
Chefredakteur: Dr. Christian Jürgens  
Chef vom Dienst: Dr. Ulrich Schmid  
Redaktionelle Mitarbeit: Maria Elena Bonacini,  
Roberto Chilleri, Axel Henselder  
Art-Direktion: Leo Berendsen, Matthias Scheil  
Textchefin und Schlussredakteurin:  
Corinna Berrang, Elisa Dachner (Lektornet)  
Anzeigenleitung:  
Alexander Steffi (a.steffi@untitled-verlag.de)  
Anzeigendispo:  
Manuela Rapp (m.rapp@gz-online.de)  
Druck: Rehms Druck GmbH  
Landwehr 52, 46325 Borken



Weitere Informationen hier: Norbert Jensen +49 163 8162211 - norbert@nanis.it

VICENZAORO MESSE - Hall 7 Stand 582

Tel. +49 (0)221 799913



# AL CORO

MEZZALUNA



[alcoro.com](http://alcoro.com)

VICENZAORO | 19. - 23. Januar 2024 • Halle 7

INHORGENTA MUNICH | 16. - 19. Februar 2024 • Halle B1, Stand B400



# VICENZAORO DAS BESTE KOMMT NOCH

Während der Messe im kommenden Januar feiert die Vicenzaoro ihr 70-jähriges Jubiläum. 1954 hätte sich wohl keiner der Teilnehmer der ersten Ausstellung träumen lassen, dass diese kleine Lokalmesse eines Tages eins der führenden Events der internationalen Schmuckbranche sein würde.

Texte:  
Maria Elena Bonacini  
Roberto Chilleri



## FAKTEN

**Vicenzaoro –  
The Jewellery  
Boutique Show**

**Wann**  
19.–23. Januar 2024

**Öffnungszeiten**  
Fr.–Mo.: 10.00–18.30 Uhr  
Di.: 10.00–17.00 Uhr

**Wo**  
Fiera di Vicenza,  
Via dell'Oreficeria 16  
Vicenza, Italia  
Kostenloser Eintritt für  
Fachbesucher mit Melde-  
pflicht auf [www.vicenzaoro.com](http://www.vicenzaoro.com)  
vorbehalten

→ [www.vicenzaoro.com](http://www.vicenzaoro.com)  
Help Desk  
(Mo.–Fr., 9–13 Uhr)  
Telefon +39 0541 744 555  
[helpdesk.vi@iegexpo.it](mailto:helpdesk.vi@iegexpo.it)

im vergangenen Jahrhundert durch wahre Dynastien an Herstellern von Schmuckstücken, Ketten und Uhrenarmbändern wiedererweckt wurde. Ganz zu schweigen von der großen Betriebsamkeit und dem Unternehmergeist, die diesen Landstrich auszeichnen.

2024 feiert die Vicenzaoro den 70. Jahrestag jenes Moments, an dem rund 100 einheimische Aussteller auf dem Gelände der Mustermesse nahe der Innenstadt von Vicenza die erste Nationale Schau für Gold- und Silberwaren („Mostra Nazionale dell'Argenteria e dell'Oreficeria“) ins Leben riefen. Es ist der Beginn einer langen Geschichte: Als die Veranstaltung 1971 in das erste – wegen seiner Form Pyramide genannte – Gebäude des jetzigen Messegeländes umzieht, wird sie zur „Internationalen Schau“, und als sie 1984 in Vicenzaoro umbenannt wird, ist sie bereits eine feste Größe für die gesamte Branche, sodass der World Gold Council beschließt, dort seine Trendbücher zu präsentieren. Im darauffolgenden Jahr entsteht Oromacchine (heute T.Gold), ein eigener Messebereich für die Branchentechnologie, der wohl weltweit seinesgleichen sucht.

Aussteller und Einkäufer nehmen zu, das Messegelände dehnt sich aus, und ab den Neunzigern schreitet die Internationalisierung durch das Eintreffen von Ausstellern aus Hongkong, Indien, Thailand und der Türkei unaufhaltsam voran. Das Jahr 2016 markiert den nächsten Wendepunkt: Aus der Verschmelzung der Messegesellschaften Fiera di Vicenza und Rimini Fiera entsteht die Italian Exhibition Group (IEG). Beschwingt durch die Kraft der neuen Gruppe beginnt die Vicenzaoro erneut zu wachsen, und die Zahl der ausländischen Besucher steigt rapide an. Das neue Messekonzert namens „The Jewellery Boutique Show“ kristallisiert zwei Kernaspekte der Vicenzaoro heraus: erstens ein Angebot, das über die reinen Schmuckstücke hinausgeht und sämtliche Stufen der Fertigungskette umfasst; zweitens eine nach homogenen Bereichen unterteilte Ausstellung, die die Einkäufer bei der Organisation eines zeiteffizienten Besuchs unterstützt.

In dieser jahrzehntelangen Geschichte waren Vicenza und Deutschland stets durch ein langes goldenes Band verknüpft. Die deutsche Präsenz auf der Vicenzaoro hat eine immer wichtigere Rolle eingenommen. Heute ist die Zahl der Aussteller auf stolze 50 gestiegen, während die deutschen Besucher, einmal abgesehen von den Italienern, zahlenmäßig nur von den Spaniern übertroffen werden. Auf den folgenden Seiten finden Sie nun eine Reihe interessanter Details und nützlicher Informationen, um einen Besuch der Vicenzaoro und einen Aufenthalt in Vicenza oder den umliegenden Städten zu organisieren. Dass dazu auch Venedig zählt, ist sicher hinreichend bekannt.

Im Grunde ist es wenig verwunderlich, dass eine der wichtigsten Schmuckfachmessen der Welt in Italien stattfindet. Immerhin spielt der Stiefelstaat mit seinen drei großen Fertigungsstandorten – Arezzo, Valenza und Vicenza – sowie zahllosen Schmuckherstellern in Mailand, Torre del Greco, Neapel oder Florenz seit mehr als einem halben Jahrhundert eine Hauptrolle auf dem Markt. Da die Messe in Vicenza und nicht etwa in einer größeren Stadt entstanden ist, hat das venetische Städtchen offensichtlich ein besonderes Merkmal: nämlich eine antike Manufakturtradition, die

# ITALIENS NUMMER EINS

*CEO Corrado Peraboni erzählt der GZ, wie die Italian Exhibition Group die Vicenzaoro revolutioniert hat und welche Investitionen in die Messe getätigt werden.*

**Die Vicenzaoro hat seit 2017 einen rekordverdächtigen Neustart hingelegt. Wie wichtig war hierfür die Zugehörigkeit zu einer strukturierten Gruppe wie der Italian Exhibition Group?**

Die IEG hat die internationale Entwicklung beschleunigt und die Position der Vicenzaoro gestärkt. Die Kompetenz der Gruppe auf unterschiedlichen Märkten ist ein Mehrwert, der sich in der Schmucksparte und auch bei den neuen B2C-Initiativen für die Uhrenbranche wie VO Vintage und VO'Clock Privé auszahlt.

**Was macht die IEG so solide?**

Nun, mit unseren über 50 Events sind wir Italiens Nummer eins, was die Anzahl eigener Messeveranstaltungen angeht, und in mehreren Industriesparten führend. Unsere wichtigste Ressource sind die Menschen: kompetente, engagierte Profis, die der Vision unseres vor Kurzem verstorbenen Präsidenten Lorenzo Cagnoni konkrete Form verliehen und im ersten Halbjahr 2023 einen Rekorderlös von 119,2 Millionen Euro erwirtschaftet haben. Auch die Börsennotierung ist ein wichtiger Wachstumsfaktor: Sie erfordert eine Effizienz und Transparenz, die unser Ansehen bei Stakeholdern, Kunden und Partnern stärkt.

**Die in den letzten Jahren nach Vicenza zurückgekehrten deutschen Aussteller betrachten Sie als verlässlichen Partner. Wie wichtig ist Zuverlässigkeit?**

Sie ist grundlegend für erfolgreiche Geschäftsbeziehungen. Wir pflegen dieses Vertrauen, indem wir auf die Bedürfnisse sämtlicher Stakeholder eingehen, für die wir unsere vier stärksten Business-Bereiche in ebenso viele Märkte exportieren, auch in Zusammenarbeit mit anderen Messeveranstaltern.

**In Kürze beginnen Sie mit den Bauarbeiten auf dem Messegelände in Vicenza. Was können Sie uns zu dieser Investition sagen?**

Das Wachstum der Vicenzaoro hat die Kapazitäten unseres Messegeländes quasi erschöpft.

Nach der Januarmesse beginnen wir mit dem Umbau der Halle 2 im Rahmen eines bedeutenden Projekts des unter anderem für seine Messeanlagen bekannten Hamburger Architekturbüros gmp, das bereits unsere Fiera di Rimini und das Kongresszentrum Palacongressi entworfen hat. Zwei meisterhafte Beispiele für Effizienz, Nachhaltigkeit und Funktionalität für die Ausrichtung von Großveranstaltungen. Dies stärkt unsere Position sowohl im Hinblick auf das Angebot als auch in Bezug auf das Messe-Erlebnis für Einkäufer und Aussteller.

**Was wird sich während der Bauarbeiten ändern?**

Die Ausstellungsfläche wird durch Zeltkonstruktionen ergänzt, während eine Umgestaltung der Besuchswege sicherstellt, dass die provisorische Konfiguration optimal ausgenutzt und Kontinuität gewährleistet wird. Die Messe wird weiterhin in Form einheitlicher Produkt- und Segment-Communities ausgerichtet, mit allen besucherfreundlichen Hilfsmitteln, also interaktiver Karte, Beschilderung, Farbcodes, Kommunikation während der Messe usw.

**2024 feiert die Vicenzaoro ihren 70. Geburtstag und ist damit die langlebigste internationale große Schmuckfachmesse der Welt. Wie sehen Sie die Zukunft?**

Die Zukunft ist Gold wert! Die Vicenzaoro wird noch größer, gastfreundlicher und internationaler sein. Die ausländischen Einkäufer wissen zu schätzen, dass dies die Wiege des italienischen Gold- und Edelsteinschmucks sowie der Made-in-Italy-Technologie ist, aber in Wirklichkeit bietet VO das Beste der gesamten Produktionskette aus aller Welt. Sie ist ein „One-Stop-Shop“ mit einem zu 40 Prozent internationalen Angebot, das auf dem neuen Gelände weiter wachsen kann. Die Messe wird eine Veranstaltung im Zeichen der Weiterentwicklung sein, ein Spiegel des Marktes sowie eine Drehscheibe für Business, Fortbildung, Informationsaustausch und Networking. Denn im Mittelpunkt stehen die Bedürfnisse der ganzen Branche.



Corrado Peraboni, CEO Italian Exhibition Group (IEG)

# EINE BOUTIQUE



Marco Carniello,  
Global Exhibition Director  
Jewellery and Fashion

# FÜR DIE WELT

Die GZ im Gespräch mit Marco Carniello, Global Exhibition Director der Abteilung Jewellery & Fashion der Italian Exhibition Group (IEG).

**Seit Sie mit der Leitung der Vicenzaoro betraut wurden, sind vier Jahre vergangen und man hört nur Gutes über Sie.**

**Wie erklären Sie sich diesen einhelligen Beifall?**

**Marco Carniello:** Nun, ich versuche, meinen Teil voller Elan zu erledigen, aber der Beifall gebührt weniger meiner persönlichen Tätigkeit, sondern vielmehr dem ganzen Team, das ich zu meiner Freude repräsentieren darf. Wir alle haben die Messe gemeinsam auf ihr heutiges Niveau gebracht und dabei den Vicenzaoro's Way angewandt: dem Markt lauschen und Chancen schaffen.

**Was hat sich geändert, seit die Vicenzaoro zur Italian Exhibition Group gehört?**

Die IEG hat ein bedeutendes Erbe angetreten, das vor 70 Jahren mit einer kleinen Ausstellung seinen Anfang genommen hatte. Danach entstand das Messegelände, und ab den 90er-Jahren begann mit der Ankunft zahlreicher Aussteller aus Hongkong, Indien, Thailand und der Türkei ein unaufhaltsamer Internationalisierungsprozess. Die Globalisierung brachte dann auch die letzten Barrieren zu Fall.

**Und was ist dann passiert?**

2016 entstand aus der Fusion der Messegesellschaften Fiera di Vicenza und Fiera di Rimini die Italian Exhibition Group. Die Auswirkungen waren sofort spürbar: Seit 2017, also noch vor dem Ende von Baselworld, begann für die Vicenzaoro ein nur durch die Pandemie unterbrochenes Wachstum. Seit damals hat der Anteil an ausländischen Besuchern um 34 Prozent zugenommen und auf der Messe hört man mehr Englisch als Italienisch.

**Stimmt es, dass Besucher bei Ihnen absolut alles finden können?**

Ja, die Vicenzaoro ist ein One-Stop-Shop, wo sämtliche Warengruppen der Branche vertreten sind, aus europäischer ebenso wie aus asiatischer Fertigung. Dabei wird nicht nur Markenschmuck präsentiert; in den Hallen 4 und 2 gibt es ein Sortiment an Schmuckstücken und Maßanfertigungen, von dem andere Messen nur träumen können. Auch die Uhren zählen nun wieder zu unserem Programm, während die Januar-Ausgabe der Messe mit T.Gold gleichzeitig die führende Ausstellung für Branchentechnologie umfasst.

**Welche Unterstützung bieten Sie ausländischen Besuchern?**

Unser Ziel ist es, allen einen erfreulichen und erfolgreichen Besuch mit möglichst wenig Zeitverlust zu gewährleisten. Die App TJGC (*The Jewellery Golden Cloud, Anm. d. Red.*) funktioniert dabei immer besser. Wir unterstützen die Besucher zudem bei der Suche nach Hotels mit Shuttle-Service, und für besonders treue Gäste existieren Benefits wie die Betreuung durch Navigators, die beispielsweise auch Deutsch sprechen, außerdem gibt es eine Buyer-Lounge. Für Topkunden haben wir Aufenthaltspakete, die Wellness und Wine Tasting umfassen. Hinzu kommen die Events in der Altstadt von Vicenza.

**„Seit 2017 hat der Anteil ausländischer Besucher um 34 Prozent zugenommen und auf der Messe hört man mehr Englisch als Italienisch.“**

Marco Carniello

**Sie stellen eine Effizienz unter Beweis, die die Deutschen nicht unbedingt mit Italien verbinden ...**

Nun, meine Mutter stammt aus St. Gallen in der Schweiz... (lächelt) Aber Scherz beiseite, Venedig und die Region Venetien haben eine bedeutende Geschichte und sind heute eine der florierendsten Gegenden Europas; ich denke, dass unsere deutschsprachigen Besucher und Aussteller dies bezeugen können. Mir ist auch sehr wichtig zu betonen, dass wir uns heute in einem sehr sicheren Umfeld bewegen.

**Haben Sie zum Schluss noch eine Anregung oder einen Ausblick auf die fernere Zukunft?**

Eine Messe dient dem Business, aber das Business besteht aus Personen. Die Vicenzaoro hat seit jeher langfristige Beziehungen geschaffen, und wir blicken mit der Absicht in die Zukunft, allen Branchenakteuren mehr Gelegenheiten für Networking, Informationsaustausch, Fortbildung und natürlich Geschäfte zu bieten.

# DIE BOUTIQUE SHOW

Sieben Communities, welche eine große Boutique Show ergeben, die das Beste der Schmuckbranche vereint. Ein Überblick

„The Jewellery Boutique Show“: Vicenzaoro ist in Form von Bezirken – Communities – organisiert, in denen die Aussteller wie in den Abteilungen eines Luxuskaufhauses einheitlich nach Angebot, Vertrieb und Marktpositionierung gruppiert sind. Diese Gestaltung erleichtert die Orientierung und Planung für einen zeiteffizienten Mesbesuch. Innerhalb der Communities können Einkäufer und Einzelhändler die sie interessierenden Produkte so ohne langwieriges Suchen finden.

Der Bereich **T.GOLD** für die Branchentechnologie ist eine Messe in der Messe, die internationale Innovationen von den führenden Anbietern der Maschinentechnik ebenso vorstellt wie Lösungen und Werkzeuge für Goldschmiede.

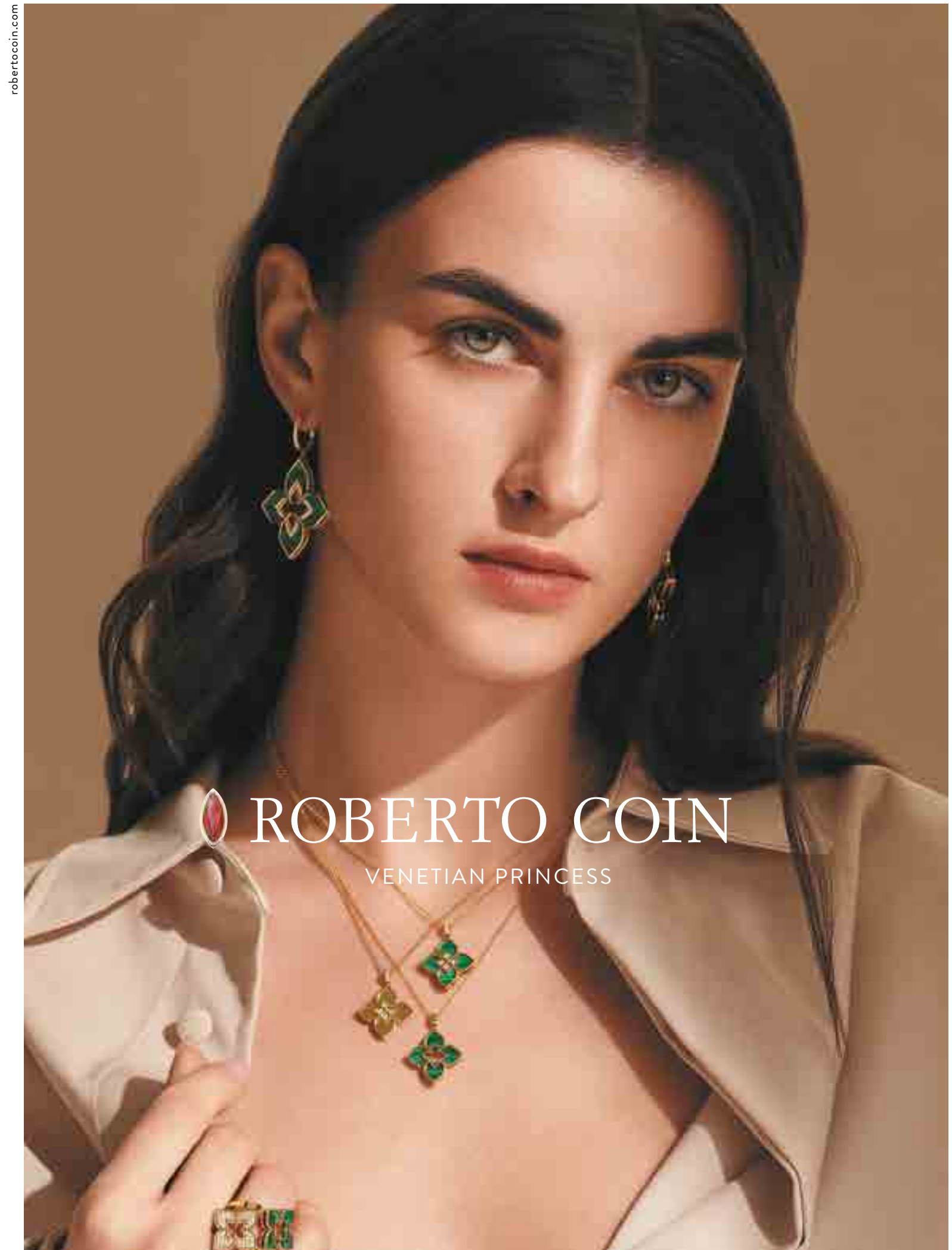
Wie wir auf den nächsten Seiten – auch mit den Worten von Besuchern und Ausstellern – zeigen werden, hat jede Community ihre ganz eigene Identität.

**ICON** ist das Schaufenster der Topmarken. **LOOK** konzentriert sich auf modischen Schmuck. **CREATION** umfasst dagegen die auf Fertigung – ggf. nach Kundenentwurf – spezialisierten Firmen. In der Community **ESSENCE** funktelt ein umfassendes Angebot an Diamanten, Steinen, Perlen und Korallen. Der Bereich **EXPRESSION** ist dem Packaging und Visual Merchandising gewidmet. Der Neuzugang **TIME** schließlich ist der Welt der modernen Uhrmacherei vorbehalten und umfasst auch Komponenten, Zubehör und Dienstleistungen.



Die Vicenzaoro ist ein Event der Gesellschaft Italian Exhibition Group S.p.A. (IEG), die sich der gesamtlichen Ausrichtung der B2B-Schmuckfachmessen in Italien (neben Vicenzaoro im Januar und September auch Oroarezzo) sowie der JGTD – Jewellery, Gem & Technology in Dubai und des jüngsten Neuzugangs SIJE – Singapore International Jewelry Expo – widmet. Die Gesellschaft ist durch Joint Ventures mit globalen oder lokalen Organisatoren zudem auch international aktiv, beispielsweise in den Vereinigten Staaten, den Vereinigten Arabischen Emiraten, China, Mexiko, Deutschland, Singapur oder Brasilien und zählt daher zu den wichtigsten europäischen Messeveranstaltern.

→ [www.iegexpo.it](http://www.iegexpo.it)



robertocoin.com

„Bei der Vicenzaoro sind immer wichtige Entscheider und Einzelhändler vertreten, allein schon deshalb ist die Messe ein unverzichtbarer Termin. Gerade für die interessierten deutschen Kunden haben wir beachtliche Marketing-Neuheiten im Gepäck.“

Ivan Consoli, CEO Serafino Consoli

# LUXUS UND GLAMOUR

**Halle 7** Eine Luxusmeile speziell für die großen Brands

Im Messebereich Icon erwarten die Besucher die großen Luxusmarken und -manufakturen aus aller Welt. Dazu zählen bekannte deutsche Unternehmen wie Niessing, Jörg Heinz oder Yana Nesper, aber auch führende Luxusbrands aus Italiens Schmuckhochburgen – von Roberto Coin bis zu Crivelli oder Fope sowie namhafte Marken wie Mello Gioielli, C&C, Giloro, Peroni & Parise oder New Ander.

Die Halle 7 beherbergt zudem den Design Room mit den Messeständen einiger der interessantesten internationalen Designer.



Tirisi (o.) und Crivelli (u.) sind zwei der Top-Brands in der Luxushalle Icon

„Wir investieren seit jeher in die Vicenzaoro, da wir hier jedes Jahr zahlreiche internationale Akteure der Branche willkommen heißen. Der besondere Reiz der Messe beruht auf der außerordentlich hohen Qualität der Aussteller und dem breit gefächerten Angebot an Warengruppen.“

Riccardo Renai, CEO Annamaria Cammilli

# CONTEMPORARY JEWELS



**Halle 1** Die Bühne für trendigen Schmuck, zwischen Kreativität und Lifestyle

Kreative Designs, innovative Materialien und jede Menge Sinn für Mode und Lifestyle sind das Markenzeichen der Community „Look“. Ob kreative Kombinationen oder reizvolle Prêt-à-porter-Stücke mit ausgeprägter Identität: In Halle 1 finden Branchenakteure die trendigsten Marken und viele spannende Neuheiten, die unverkennbar die DNA der Labels verkörpern. Zu den prominenten Ausstellern dieses Bereichs zählen Brosway, Pianegonda, Rue Des Mille, Amen, Burato Gioielli, Graziella Group, Unoaerre sowie zahlreiche Hersteller aus Frankreich (etwa Zag Bijoux), Deutschland (zum Beispiel Coeur de Lion), Spanien und den USA.

In diesem Messebereich befindet sich auch der „Glamroom“ mit einer Auswahl aufstrebender Brands wie Chiara Costacurta.

„Die Vicenzaoro ist eine der bedeutendsten Schmuckfachmessen der Welt. Die Halle Look, in der wir mit einem individuell gestalteten Stand ausstellen, eröffnet uns die Möglichkeit, auch außerhalb Italiens eine bekannte Marke zu werden.“

Giovanni Licastro, Geschäftsführer Amen Gioielli



Der Bereich Look ist das perfekte Forum für trendorientierte Marken

„Die Vicenzaoro ist ein unverzichtbarer Termin. Wir wollen hier nicht nur die Kreationen von Brosway, Pianegonda, Rosato und Sagapo präsentieren, sondern die Besucher auch bei der Erkundung unserer Markenidentität begleiten.“

Valerio Beleggia, Brand Manager Bros Manifatture



„Wir produzieren Schmuckstücke aus Gold, die vollständig, also vom Entwurf bis zum Finish, in unserer eigenen Manufaktur gefertigt werden. Die Vicenzaoro ist eine wertvolle Gelegenheit, bei einem einzigen Event unsere 200 in aller Welt verstreuten Kunden treffen zu können.“

Cristian Boschieri, Inhaber Four Line Group

# DAS RICHTIGE STÜCK

**Hallen 2, 2.1, 4 & 5**  
Hochwertige Herstellungsprozesse und Kollektionen im Italian Style

Hier finden die Besucher Schmuckstücke mit Made-in-Italy-Stil und -Qualität ganz nach ihrem Geschmack und für alle Bedürfnisse. Der Bereich Creation umfasst außerdem Private-Label-Kollektionen für Gold- und Edelsteinschmuck, Halbfabrikate, Komponenten und Dienstleistungen nach Maß, vom Entwurf bis zur Fertigung nach Kundenvorgabe. Dabei ist das Angebot besonders umfassend – dank der Präsenz von Fachbetrieben wie Nuovi Gioielli, Four Line Group, Artur Gold, Cenzi Vittorio, Chiampesan, Gielle, Grimani, Lusso, Novello, Patros, Tecno Orafa, Torresan und Veneroso. Außerdem vertreten sind weitere Länder mit ausgeprägter Fertigungskompetenz, wie Deutschland mit beispielsweise Burkhardt & Bischoff, Spanien, die Türkei und aus Südostasien.



Im Bereich Creation findet man Schmuck für jeden Bedarf, von der Stange oder nach Maß

„90 Prozent unserer Kunden sind im Ausland ansässig; die Vicenzaoro gibt uns die Möglichkeit, sie zu treffen und unsere Kreationen zugleich neuen Einkäufern zu zeigen. Auch die Events und Talkshows, die während der Messe stattfinden, halte ich für sehr nützlich.“

Cristina Delucca, Vizepräsidentin Nuovi Gioielli

# DIE PERFEKTE INSZENIERUNG



**Hallen 2.2 & 2.3** Packaging, Visual Merchandising und Serviceleistungen

Ein Packaging, das das Schmuckstück optimal „einkleidet“, und ein Visual Merchandising, das seine Schönheit und Kostbarkeit betont – dies und mehr bietet der Bereich „Expression“. Hier finden die Besucher das beste „Gewand“ für die optimale Präsentation der Kreationen im Schaufenster sowie Empfehlungen für ein passendes Visual Merchandising und individuell gestaltete Verpackungslösungen, durch die den Kunden die Identität des Geschäfts vermittelt werden kann. Juweliere und Hersteller profitieren von maßgeschneiderten Angeboten und Made-in-Italy-Qualität dank Spitzenunternehmen wie To Be Packing, Floriani Astucci, Artexpo oder D&sign.

„Wir arbeiten seit über 25 Jahren mit Kunden aus aller Welt zusammen; 70 % unseres Umsatzes stammen aus dem Export. Die Vicenzaoro ist die wichtigste Messe auf internationaler Ebene und der Bereich Expression ist unter anderem der Welt des Packaging gewidmet. Deshalb ist unsere Anwesenheit hier von grundlegender Bedeutung.“

Stefano Agazzi, CEO To Be Packing



Das richtige „Kleid“ für die Preziosen gibt es im Bereich Expression

„Wir stellen seit 1990 auf der Vicenzaoro aus. Die Messe ermöglicht uns, binnen weniger Tage zahlreiche Meetings abzuhalten. Die Rückmeldungen seitens der Kunden geben uns zudem wertvolle Einblicke in die Markttendenzen, was uns bei der Erfüllung künftiger Erwartungen hilft.“

Duccio Floriani, CEO Floriani Astucci

„Unsere Firma stellt schon seit den 60er-Jahren in Vicenza aus. Heute ist die Vicenzaoro für uns eine der wichtigsten Fachmessen, um den Impuls der Einkäufer für neue Schmucktrends zu messen und um Bestellungen für neue farbenfrohe Kollektionen direkt vor Ort zu planen.“

Claudia Hamann, Geschäftsführerin Claudia Hamann Edelstein

# DAS GROSSE GLITZERN

## Hallen 3 & 3.1

### Die ganze Welt der Edelsteine

In diesem wohl funkelndsten Teil der Messe befindet sich die Schatzkammer. Denn der Bereich Essence bietet sowohl Herstellern als auch Händlern rund 150 der besten internationalen Aussteller, die eigens wegen ihrer erlesenen Produkte ausgewählt wurden, um eine breite Palette an natürlichen Diamanten, Farb- und Edelsteinen, Korallen und Perlen, inklusive reizvoller „Fancy Shape“- und „One of a Kind“-Steine zu präsentieren. Das klar segmentierte Angebot umfasst dabei auch einen Abschnitt mit Lab-Grown-Diamanten. Zu den namhaften Ausstellern zählen HC Arnoldi, M.T. Mohr, Greenland Ruby, Kunming International, Sant Enterprises, Rubin & Zonen, China Stone, RMC, Ebner Fine Gems, Claudia Hamann, AG Color, Takat Gems, SWD und Ders International.



Im Bereich Essence locken kostbare Diamanten und Farbedelsteine sowie Korallen und Perlen

„Die Vicenzaoro zieht Besucher aus der ganzen Welt an – darunter Goldschmiede, Juweliere, Designer und Schmuckproduzenten. Für uns ist sie eine einzigartige Gelegenheit, unsere Produkte einem breiten Fachpublikum zu präsentieren und unsere internationale Sichtbarkeit zu erhöhen.“

Martina Mohr, Geschäftsleitung M.T. Mohr GmbH

# ZEIT FÜR UHREN IN VICENZA

## Halle 1 Unabhängige Watch-Brands, Mikrobrands und Fachzubehör

Auf der Vicenzaoro wird das Schmuckangebot nun auch durch Armbanduhren ergänzt. Der Bereich Time ist eine den Fachleuten der modernen Uhrmacherei vorbehaltene Business-Plattform mit rund 40 Branchenakteuren, unabhängigen Marken und Mikrobrands mit beachtlichem Potenzial, die ein Vertriebsnetz im Ausland aufbauen möchten. Zu den Ausstellern zählen zudem einige der besten Hersteller von Fachzubehör und Instrumenten für Ateliers und Geschäfte; sie stammen überwiegend aus Italien, aber auch internationale Anbieter sind vertreten.



„Die Vicenzaoro ist eine Messe, die dem Händler die Möglichkeit bietet, sowohl etablierte als auch aufstrebende Marken zu entdecken. Für uns ist sie eine ideale Plattform, den Vertrieb über den italienischen Fachhandel auszubauen und uns international zu präsentieren.“

Alexandre Strambini, CEO Edox

„Für uns als Traditionsunternehmen bietet dieses Event den perfekten Anlass, die Marke Junghans auf internationaler Bühne zu präsentieren, Uhrenexpertise zu vermitteln und den Kontakt zu bestehenden und internationalen Partnern zu intensivieren.“

Hannes Steim, Geschäftsführender Gesellschafter Junghans

„T.Gold, bei der wir seit den allerersten Ausgaben ausstellen, ist immer wieder ein überaus wichtiges Umfeld, um unsere technologisch anspruchsvollen Lösungen zeigen zu können und zugleich im Austausch mit unseren Kunden und anderen Messeteilnehmern zu stehen.“

Carlotta Borga, CEO Fasti Industriale

## INNOVATION & HIGHTECH

**Halle 9 T.Gold: Maschinen und Technologie für Gold- und Silberschmiede sowie für Uhrmacher**

Modernste Maschinen und ausgeklügelte Technologie – mit einem Wort: T.Gold, die einzigartige internationale Fachmesse, bei der sich zeitgleich mit der Vicenzaoro Januar alle Topunternehmen der technischen Innovation begegnen und ihre Neuheiten für sämtliche Arbeitsschritte präsentieren, von der Prototypisierung zur Fertigung, vom Refining zur Feinbearbeitung. Vertreten sind große Firmen wie Sisma, Legor, Fasti Industriale, Italimpianti Orafi und B.T.T. Italia, während sich Marken wie Orotig und Garbarino & Titonel vor allem an den Einzelhandel wenden.



„T.Gold ist für uns die wichtigste Bühne der Schmuckbranche, eine einzigartige Gelegenheit, unsere neuen Laser-Technologien der internationalen Fachwelt vorzustellen und zugleich jene Qualität und Zuverlässigkeit italienischer Fertigung zu betonen, die uns seit jeher auszeichnen.“

Tommaso Romanelli, CEO Orotig

## RETRO-CHARME

**Halle 8.1 Secondhanduhren und Vintage-Schmuck im für die Allgemeinheit geöffneten „Foyer“**

Sie wollen neue Kollektionen entdecken? Dann sind Sie bei VO Vintage an der falschen Adresse, denn dieser Bereich ist ausschließlich den Liebhabern und Sammlern von Vintage-Schmuck und -Uhren gewidmet. Im über einen separaten Eingang erreichbaren Foyer im ersten Stock der Messe können Sie vom 19. bis zum 22. Januar seltene und ungewöhnliche Stücke, Uhrenmodelle mit Kultstatus oder Schmuckkreationen im unverwechselbaren Stil der „wilden“ Zeiten des 20. Jahrhunderts erforschen. Als fester Treffpunkt für Uhrenliebhaber und mehrere Sammlergenerationen entführt VO Vintage den Besucher auf eine Reise in die Geschichte der Goldschmiede- und Uhrmacherkunst, berührt aber auch die hochaktuellen Fragen einer boomenden Branche, wie es der Secondhandmarkt derzeit ist.

Denn dank eines reichhaltigen Angebots an von Experten, Influencern und Meinungsführern moderierten Events, Seminaren, Interviews und Workshops zur Uhrenkultur können sich die Besucher in Sachen Techniken und Trends fortbilden.



In Halle 7.1 ist VO Vintage ein Paradies für Uhrenliebhaber

„Der Design Room ist für mich fast wie ein Zuhause. Er befindet sich mitten in der Luxus-Messehalle, bietet jedoch eine sehr entspannte Atmosphäre. Dieses quasi als Experiment entstandene Areal ist zu einem der interessantesten Bereiche geworden und inzwischen eine Wiege der internationalen Kreativität der Messe.“

Alessio Boschi, Designer

# INTERNATIONAL UND KREATIV

**Halle 7** Die Werkstatt  
im Herzen von Icon.

Ein Ausbund an Kreativität mitten in der exklusivsten Community der Vicenzaoro. Der Design Room beherbergt die Messestände unabhängiger Schmuckkünstler der internationalen Szene, die mit ihren ausgefallenen, stilvollen Kreationen Schmuck auf klar wiedererkennbare Art neu interpretieren.

Zu ihnen zählt Alessio Boschi, ein wahrer Botschafter der Vicenzaoro.

„Die Vicenzaoro ist von wesentlicher Bedeutung, wenn eine Marke der weltweiten Schmuckbranche vorgestellt werden soll. Ganz gleich, ob es sich um das erste Präsentieren oder um eine erneute Kontaktaufnahme mit Fachleuten, der Presse und Influencern handelt, es geht darum, als Designer den Markt zu verstehen und von ihm verstanden zu werden.“

Salima Thakker, Designerin



„Der Glamroom ist die ideale Lösung für eine aufstrebende Marke, die sich in die B2B-Welt vorwagen will. Ein erster ‚sanfter‘ Schritt in ein strukturierteres Umfeld und seitens der Messgesellschaft die richtige Initiative, um das Wachstum kleiner Brands zu unterstützen. Die italienischen Juweliere kommen bereits zu uns auf der Suche nach Neuheiten, aber der Glamroom kann auch für ausländische Fachbesucher interessant sein, die eine neue Art von Schmuck suchen.“

Chiara Costacurta,  
Designerin

# EASY TO WEAR

**Halle 1** Nachwuchsdesigner  
und aufstrebende Brands in  
einem Areal des Bereichs Look.

Mit einem seit mindestens zwei Jahrzehnten ungebrochenen Wachstum ist modisch akzentuierter Schmuck ein immer wichtigeres Marktsegment. Nicht zuletzt deshalb wird ihm auf der Vicenzaoro in der Community Look mit dem Glamroom ein spezielles Areal für Nachwuchsdesigner und aufstrebende Brands

gewidmet. Ein Ausstellungsbereich, wo im Januar Easy-to-wear-Schmuck in zwei getrennten Abteilungen zu sehen sein wird: in jeweils einer für Trendkollektionen aus Silber und aus Gold. Dann wird es für die Besucher noch einfacher sein, die ganze Kreativität dieses spannenden Segments im Zeichen des Glamour zu entdecken.

# DIE NEUEN TRENDS FEST IM BLICK

*Trendvision: Entdecken, wie der Schmuckmarkt sich entwickeln wird.*

Im Rahmenprogramm der Vicenzaoro wird ein Event immer mit besonderer Spannung erwartet: Die Rede ist von der Trendvision Jewellery + Forecasting-Talkshow, bei der die spannendsten Entwicklungen der Luxuswelt erörtert werden.

Auf dem Podium in Vicenza sprechen namhafte Experten über die Branchen-Trends mit den stärksten Auswirkungen auf Marken und Verbraucher. Moderiert wird die Diskussion von Paola De Luca, der Mitgründerin und künstlerischen Leiterin der unabhängigen Abteilung der Italian Exhibition Group, welche jedes Jahr das neue The Jewellery Trendbook vorstellt.

Diese wertvolle Publikation ist zu einem Referenzwerk der Trendforschung für die ganze Schmuckwelt geworden und liefert eine illustrierte Vorschau auf die Entwicklungen der kommenden 18 Monate, wobei die Vorlieben der Kunden besonders im Fokus stehen. Nicht ohne Grund erfolgt dieser Blick in die Zukunft jeweils im September als weltweite Vorpremiere bei der Vicenzaoro, ist diese Fachmesse doch



Vicenzaoro ist seit Jahrzehnten die Messe der Trends

nicht nur ein Business-Treffpunkt, sondern auch eine Trendshow und die beste Gelegenheit, alle die Schmuckwelt und den Luxusmarkt betreffenden Entwicklungen zu entdecken.

Das bei der Vicenzaoro einsehbare und käuflich zu erwerbende Trendbook ist eine wahre Bibel für Designbüros und Produktentwickler, die neue Kollektionen planen, und darüber hinaus generell überaus nützlich für alle Marktteilnehmer, die einen besseren Einblick in den ständigen Wandel der Branche wünschen.



# DIE IDEEN- SCHMIEDE

Marktentwicklung, Nachhaltigkeit, Innovation der Fertigungsprozesse, Änderungen im Konsumverhalten, Weiterbildung, internationale Standards und Vorschriften, neue Talente – seit mehreren Jahrzehnten werden sämtliche Themen, die für die Branche von Belang sind, auf der Vicenzaoro vorgestellt und diskutiert. Angefangen mit hochaktuellen Fragen wie künstlicher Intelligenz. Zu den Partnern der Messe bei der Verbreitung maßgebenden Know-hows ist an erster Stelle der Weltschmuckverband CIBJO zu nennen, der bei jeder Ausgabe Vertreter der Spitzenmarken sowie der internationalen Vereinigungen wie Responsible Jewellery Council (RJC) oder World Diamond Council zur Messe bringt.

Die vom Weltverband veranstalteten Debatten betreffen insbesondere die Rückverfolgbarkeit der Rohstoffe, eine verantwortungsvolle Beschaffungspolitik sowie die mit der UNO-Agenda 2030 verbundenen Initiativen. Vor Kurzem war Vicenzaoro Schauplatz des Watches & Jewellery Initiative Summit. Denn CIBJO steht an der Seite der von Kering und Cartier gegründeten Initiative, die nach dem Vorbild der Sustainable Development Goals auf die Ein-

haltung branchenweit einheitlicher Zielsetzungen auf Basis der vom UNO-Global Compact festgelegten Grundsätze hinarbeitet.

Hinzu kommen weitere, in Zusammenarbeit mit den italienischen Fachverbänden ausgerichtete Begegnungen und Fortbildungen, der Retail Talk für die Welt des Einzelhandels und der Gem Talk für die Edelsteinsparte. Fachseminare sind auch bei den beiden B2C-Events zur Uhrenkultur vorgesehen, VO Vintage und – im Januar – VO'Clock Privé.

Im Mittelpunkt der Meetings, die im Rahmen des Messebereichs T.Gold geplant sind, stehen dagegen die Neuerungen der Branchentechnologie. Besonderes Augenmerk gilt im Januar 2024 wie üblich dem Jewellery Technology Forum; bei diesem in Zusammenarbeit mit der Legor Group organisierten internationalen Kongress debattieren namhafte Forscher und Fachleute über Themen wie Forschung und Entwicklung von Legierungen und neuen Materialien, Phygital-Schmuck oder digitale Umwandlung von Zertifizierungen.

# DER DOMINO-EFFEKT

*Modern und kostbar zugleich ist die Kollektion „Domino“ von Roberto Coin einem der ältesten und bekanntesten Spiele der Welt nachempfunden.*

Funkelnd, glänzend und fein modelliert wie moderne Miniaturskulpturen zeigen die Schmuckstücke der Kollektion „Domino“ eine Abfolge kostbarer Module mit überragend schlichtem Charme. Weiße oder schwarze Diamanten verleihen der gesamten Kollektion Licht und Tiefe in einem reinen, strahlenden Gesamtbild, dessen Dynamik den Blick fesselt. Mit dieser so stark von seinen sonstigen Kreationen abweichenden Kollektion betont Roberto Coin das Können der italienischen Goldschmiedemeister, denen es dank überragender handwerklicher Kunstfertigkeit und



moderner Technologie gelungen ist, eine Sequenz geometrisch vollkommener Elemente mit effizienten, mechanisch funktionalen Gelenken zu erzielen. Alle diese Vorzüge und die Handschrift eines Designers mit der Fähigkeit, auf Anhieb begeisternde Schmuckstücke zu kreieren, wären an sich bereits Erklärung genug für das meisterliche Gelingen der Kollektion „Domino“. Doch für den zusätzlichen Hauch Magie, der das Werk perfekt werden lässt, sorgt der zugrunde liegende Gedanke: Denn inspiriert wurde die Kollektion vom Domino-Spiel, das vor rund 1000 Jahren in China erfunden wurde und seitdem einen Siegeszug um die ganze Welt angetreten hat. Die einzelnen Elemente der Armbänder und Halsketten schmiegen sich wie Domino-Steine aneinander. Ohne jemals zu fallen, schenken sie dem Design jenen Domino-Effekt, der exponentielle Energien freizusetzen scheint. Vervollständigt wird die Kollektion durch womöglich noch moderner anmutende Ringe und Ohrringe.  
→ [www.robortocoin.com](http://www.robortocoin.com)



HANS D. KRIEGER

FINE JEWELLERY

True Identity

[www.kriegernet.com](http://www.kriegernet.com)

# „UNSEREN SCHMUCK MUSS MAN LIEBEN“

*Nanis beherrscht die perfekte Balance zwischen gelebter italienischer Goldschmiedetradition und zeitgemäßer Luxusauffassung. Laura Bicego verrät, was sie 2024 vorhat.*



Designerin und Inhaberin: Laura Bicego

**GZ: Nanis erobert zurzeit den deutschen Markt und wird immer beliebter. Was sind Ihre Eindrücke?**

**Laura Bicego:** Deutschland ist für mich eine Herzensangelegenheit, denn es ist ein Markt, der etwas zurückgibt, der loyal ist und aus dem wir ein direktes Feedback bekommen. Wir haben mit unserer Verkaufsmanagerin Chiara Trivellin, die lange bei Pomellato tätig war, und unserem deutschen Repräsentanten Norbert Jensen ein großartiges Team. Sie sorgen dafür, dass der Handel schnell die Materialien für die Werbung sowie den POS bekommt und Events umfassend unterstützt werden. Und die beiden analysieren gemeinsam mit den Kunden, was funktioniert und was nicht. Ganz nah am Kunden zu sein, ist das wahre Geheimnis des Erfolgs. Und, ich werde künftig auch persönlich wichtige Juweliere in Deutschland aufsuchen, um die Zusammenarbeit zu intensivieren und meine Ideen zu vermitteln.

**Was ist Ihre Strategie für den deutschen Markt?**

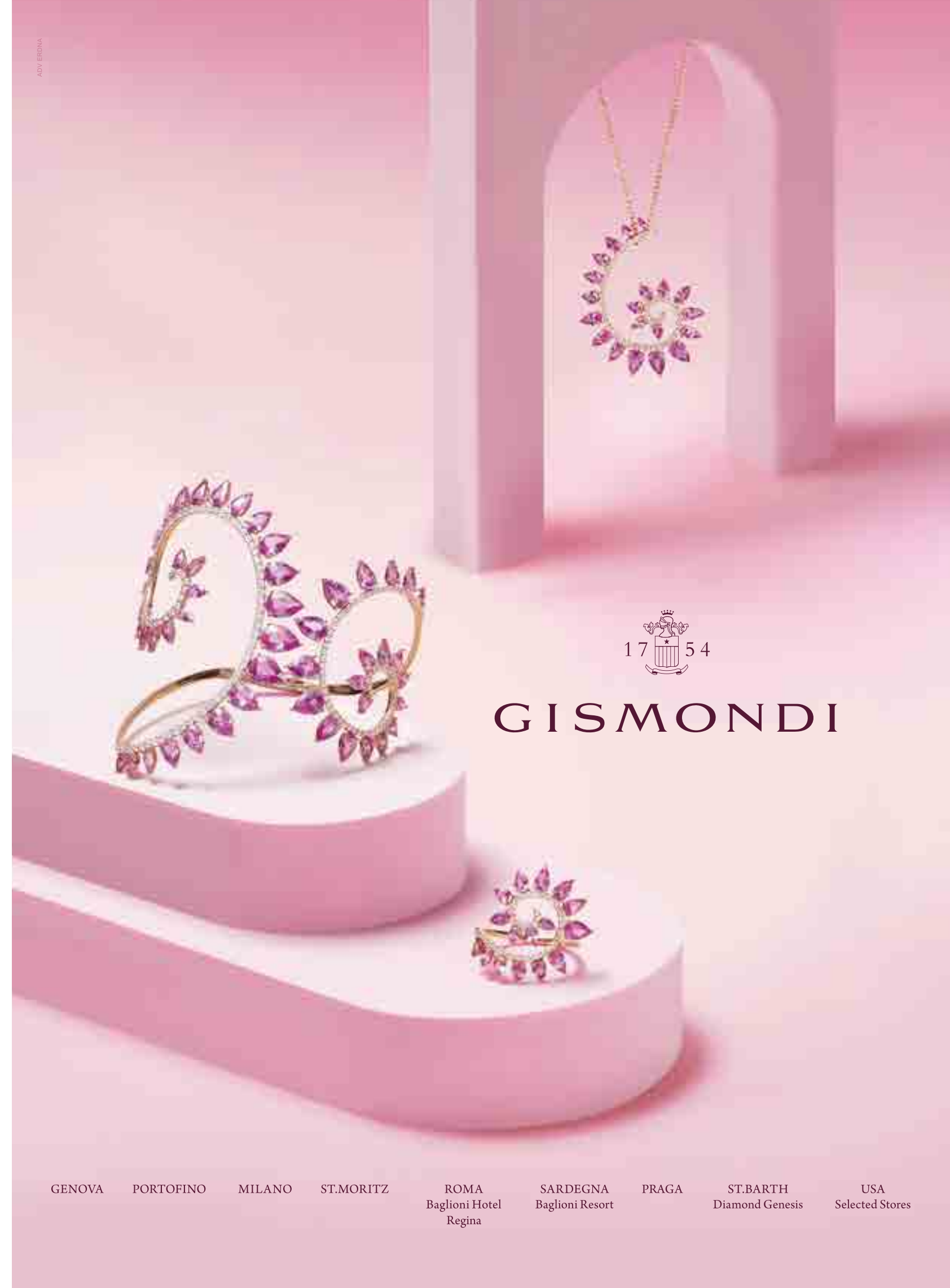
Wir konsolidieren, konzentrieren uns lieber auf die wichtigen Kunden, mit denen wir intensiver zusammenarbeiten und wachsen möchten, überlegen uns mit diesen dann zusammen Events und besondere Projekte. Wir analysieren mit jedem dieser ausgewählten Kunden ganz genau, was funktioniert und nutzen die gewonnenen Erkenntnisse für unsere Strategie. Glückliche Kunden bringen uns neue glückliche Kunden.

**Momentan flaut in Deutschland die Konsumlust ab ...**

Ich denke, es wird schwieriger. Aber Schmuck ist gerade in Rezessionszeiten ein wichtiges Wohlfühlprodukt, etwas, was schöne Gefühle auslöst und glücklich macht. Hochkarätiger Goldschmuck stellt zudem eine nachhaltige Investition dar, die einen Substanzwert behält.

**Was sind die nächsten Schritte von Nanis?**

Ich habe eine neue Kollektion entwickelt, die Anfang nächsten Jahres lanciert wird. Hier arbeite ich mit mehr Farbe, eine fantastische Ergänzung für unsere bestehenden Designs. Fans von Nanis können damit ihre Sammlung auffrischen. Die Kugel bleibt auch hier die Hauptform, aber mit mehr Farbe und Glitzer.  
→ [www.nanis.it](http://www.nanis.it)



GISMONDI



## ANNAMARIA CAMMILLI

Annamaria Cammilli zeigt auf der Vicenzaoro den anlässlich des 40-jährigen Jubiläums des Hauses entworfenen Ring „Firenze“. Dieser in limitierter Anzahl gefertigte Ring ist eine Hommage an Florenz: Inspirationsquelle der Marke und die Stadt, in der Annamaria Cammilli selbst jene exquisite bildhauerische Kunstfertigkeit erworben hat, die es ihr erlaubt hat, Schmuckstücke mit überaus wiedererkennbar plastischen Linien zu schaffen. Um diese Formen bestens zu betonen, wurde der Ring „Firenze“ nicht nur mit dem satinierten Aetherna-Finish – einer weiteren exklusiven Besonderheit der Maison – gefertigt, sondern in sieben Farb- und Finish-Varianten mit oder ohne Diamanten und Edelsteine. Jede Version wird in nur 40 Exemplaren hergestellt.

→ [www.annamariacammilli.com](http://www.annamariacammilli.com)



## FOPE

Die Flex'it-Technologie ist eine 2007 von Fope patentierte Erfindung, dank welcher es der italienischen Marke gelingt, unter ausschließlicher Verwendung von 750 Gold biegsame und elastische Schmuckstücke zu fertigen. Die Flex'it-Ringe und -Armbänder schmiegen sich ganz ohne Schließen komfortabel an den Finger beziehungsweise das Handgelenk. Zu den jüngsten Entwürfen zählen die Kollektion „Luna“

mit besonders kompakten und harmonischen Versionen der Fope-Armbänder und die Linie „Solo“, bei der das Flex'it-System zum zweiten Mal für Halsschmuck angewandt wird. In Mönchengladbach hat der Hersteller aus Vicenza vor Kurzem den Standort Fope Deutschland eingeweiht, der eine wichtige Anlaufstelle für deutsche Kunden und Vertreter darstellt.

→ [www.fope.com](http://www.fope.com)

NIESSING SPANNRING® ÄRA HIGHLIGHTS  
Sind Sie bereit für das Original einer neuen Ära?



# NIESSING

150<sup>TH</sup> ANNIVERSARY  
OF NIESSING  
SINCE 1873

Besuchen Sie uns auf der Vicenzaoro – Halle 7!



# EMOTIONEN IN SCHMUCK

*Sieben Generationen, eine Passion: Gismondi 1754 begeistert seit Jahrhunderten mit edlen Schmuckkreationen. Nun erobert das traditionsreiche Familienunternehmen den Rest der Welt ...*

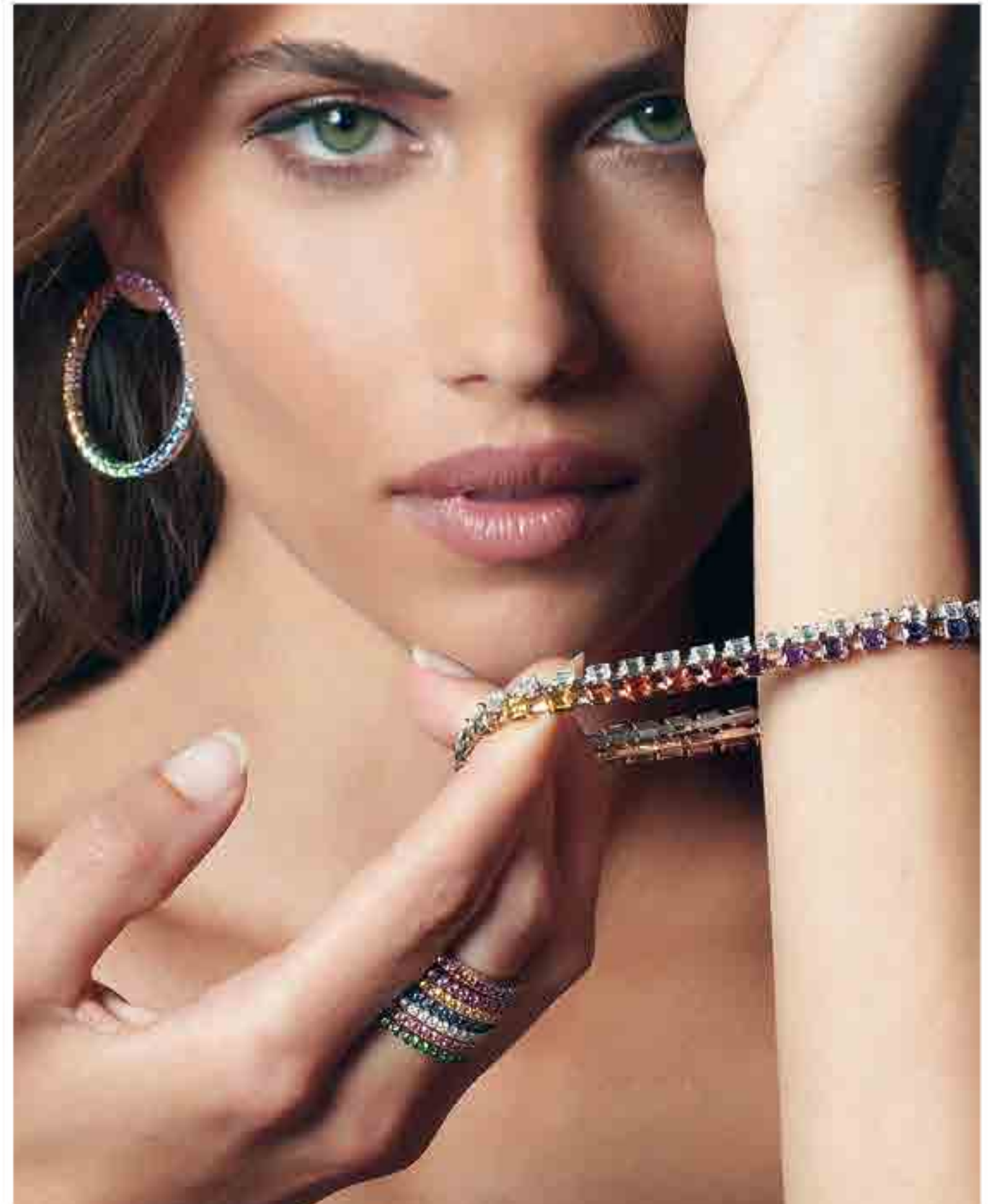
Pastellfarbene Häuser, Luxusboutiquen und Fischrestaurants, eine kopfsteingepflasterte „Piazzetta“ mit Blick auf den malerischen Hafen, in dem edle Jachten im türkisfarbenen Wasser liegen ... Das nicht nur beim internationalen Jetset beliebte Dörfchen Portofino an der italienischen Riviera südöstlich von Genua ist ein echtes Juwel – und zudem Hauptsitz der italienischen Schmuckdynastie Gismondi 1754. Ein Familienunternehmen, das in nunmehr siebter Generation mit feinsten Kreationen aus 750 Gold, Diamanten und Farbedelsteinen beeindruckt und im Jahre 1754 von Gio Batta Gismondi in Genua gegründet wurde.



Kreativdirektor und Geschäftsführer  
Massimo Gismondi

Kreativer Kopf und CEO des traditionsreichen Unternehmens ist heute Massimo Gismondi. Ein weltoffener Mann, dem die Liebe zu seiner Heimat und die Passion für das Schöne in die Wiege gelegt ist: „Ich lasse mich sehr von unseren Küstenorten und der Riviera mit ihren satten Farben, Texturen und Architektur inspirieren, aber ich werde überall auf der Welt inspiriert, wohin ich auch gehe.“ Dabei ist der Ansatz von Gismondi 1754 seit jeher kompromisslos, wenn es um Qualität geht. So erfolgt die Fertigung der edlen Preziosen auch in Valenza im Piemont, denn die Kleinstadt am Po steht traditionell für italienische Goldschmiedekunst auf höchstem Niveau. Auch bei ihrer kreativen Ausrichtung ist die Luxusmarke mit Kollektionen wie „Vela“, „Aura“, „Essenza“ oder „Genesi“ ihrer eigenen Erfolgsgeschichte verpflichtet und setzt auf zeitlose Noblesse: „Grundsätzlich haben wir klassische Designs, bei denen die Steine die Stars sind“, sagt Massimo Gismondi. Trotz oder vielleicht auch gerade wegen ihres klassischen Ansatzes entlocken die erlesenen Produkte und kostbaren Unikate beim Betrachter unweigerlich ein bewunderndes „Wow!“. Ganz passend zum Motto von Gismondi 1754: „Wir entwerfen keinen Schmuck, wir erschaffen Emotionen.“ Emotionen, die scheinbar überall auf der Welt gefühlt und geliebt werden, denn Gismondi 1754 ist nicht mehr nur in Italien ein Star, sondern bereits in Luxus-Hotspots von ganz Europa zu Hause und inzwischen auch in den Vereinigten Staaten, Lateinamerika und Kanada und schon bald auch in Japan vertreten.

→ [www.gismondi1754.com](http://www.gismondi1754.com)



DEMEGLIO





## EMIL KRAUS

Die Manufaktur aus Mönstheim ist bekannt für feine Manschettenknöpfe und edle Kettenkreationen made in Germany. Die Historie reicht bis ins Jahr 1866 zurück. Traditionell legt das Familienunternehmen größten Wert auf höchste Qualität und meisterliche Ausführung. Neben den umfassenden handwerklichen Kompetenzen resultiert das außerordentliche Fertigungsniveau auch aus modernster Präzisionstechnologie, die sich auf dem neuesten Stand der Technik befindet. Um möglichst schnell und flexibel nach individuellen Vorgaben der Kunden liefern zu können, erfolgt jeder Arbeitsschritt im Haus. Ein Beispiel sind die neuen Serien „Laguna“ und „Ancora“, die es mit extragroßen XL-Ösen – wahlweise auch mit Brillanten besetzt – gibt. Diese Modelle sind zurzeit sehr begehrt, auch gerne in Kombination.

→ [www.kraus-jewellery.com](http://www.kraus-jewellery.com)

## HANS D. KRIEGER

Vor Jahrmillionen in den Tiefen der Erde entstanden, zählen Diamanten und erlesene Farbedelsteine zu den kostbarsten Naturwundern der Erde. Unikate, die ihre eigene Geschichte erzählen. Seit nun mehr als 300 Jahren widmet sich die Familie Krieger von Hans D. Krieger mit großer Leidenschaft diesen Raritäten. Das Unternehmen zählt zu den bedeutendsten Manufakturen für exklusiven Diamant- und Farbsteinenschmuck. Insbesondere mit Juwelen mit naturfarbenen Diamanten hat sich die Idar-Obersteiner Familienfirma einen Namen gemacht. Die Besonderheit des Schmucks basiert auf drei Säulen: Erstens ist die einzigartige Werkstatt zu nennen, die jeden Schritt der Juwelenherstellung unter einem Dach vereint, von der Gießerei über Goldschmiede, Diamant- und Edelsteinschleifer, Edelsteinfasser bis hin zur Politur. Zweitens ist die Qualität und Rarität der Steine außergewöhnlich, die es beim Einkauf schon zu erkennen gilt. Drittens ist da die besondere Kompetenz und Leidenschaft der Mitarbeiter, die außergewöhnlich ist. Als Familienunternehmen in vierter Generation sieht man sich in einer besonderen Verantwortung, das erworbene Erbe von Werten, Traditionen und Expertise zu erhalten und weiterzuentwickeln für die nachkommenden Generationen. Das gilt auch für den Schutz von Mensch und Umwelt. Seit 2021 ist Hans D. Krieger erfolgreich vom Responsible Jewellery Council (RJC) zertifiziert.

→ [www.kriegernet.com](http://www.kriegernet.com)



VO 70 YEARS  
vicenzaoro

THE HERITAGE  
FOR TOMORROW  
19./23. JANUAR 2024 VICENZA



vicenzaoro.com

Vicenzaoro feiert sein 70-jähriges Bestehen. Die auf der großen Schmucktradition des Made in Italy gründende Messe ist heute führend in Europa und wird zur Referenzplattform für die weltweite Branche. Ein lebendiges Vermächtnis, ein Erbe von Spitzenleistungen, Beziehungen, Kompetenzen und Werten, das zusammen mit der Internationale Ausstellung für Schmuck und Steineverarbeitung T.Gold für Innovation, Entwicklung und Zukunft steht.

Zeitgleich mit der VO Vintage für Schmuck- und Uhrenliebhaber und -sammler, mit freiem Eintritt.

Veranstalter

In Zusammenarbeit mit

ITALIAN EXHIBITION GROUP  
Providing the future

Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation

ITA  
ITALIAN TRADE AGENCY

madeinitaly.gov.it

PRIMA vicenzaoro  
#primavicenzaoro

T.G  
T.GOLD

VO VINTAGE  
Vintage and Jewellery

MEHR ERFAHREN



# FLEX DE LUXE

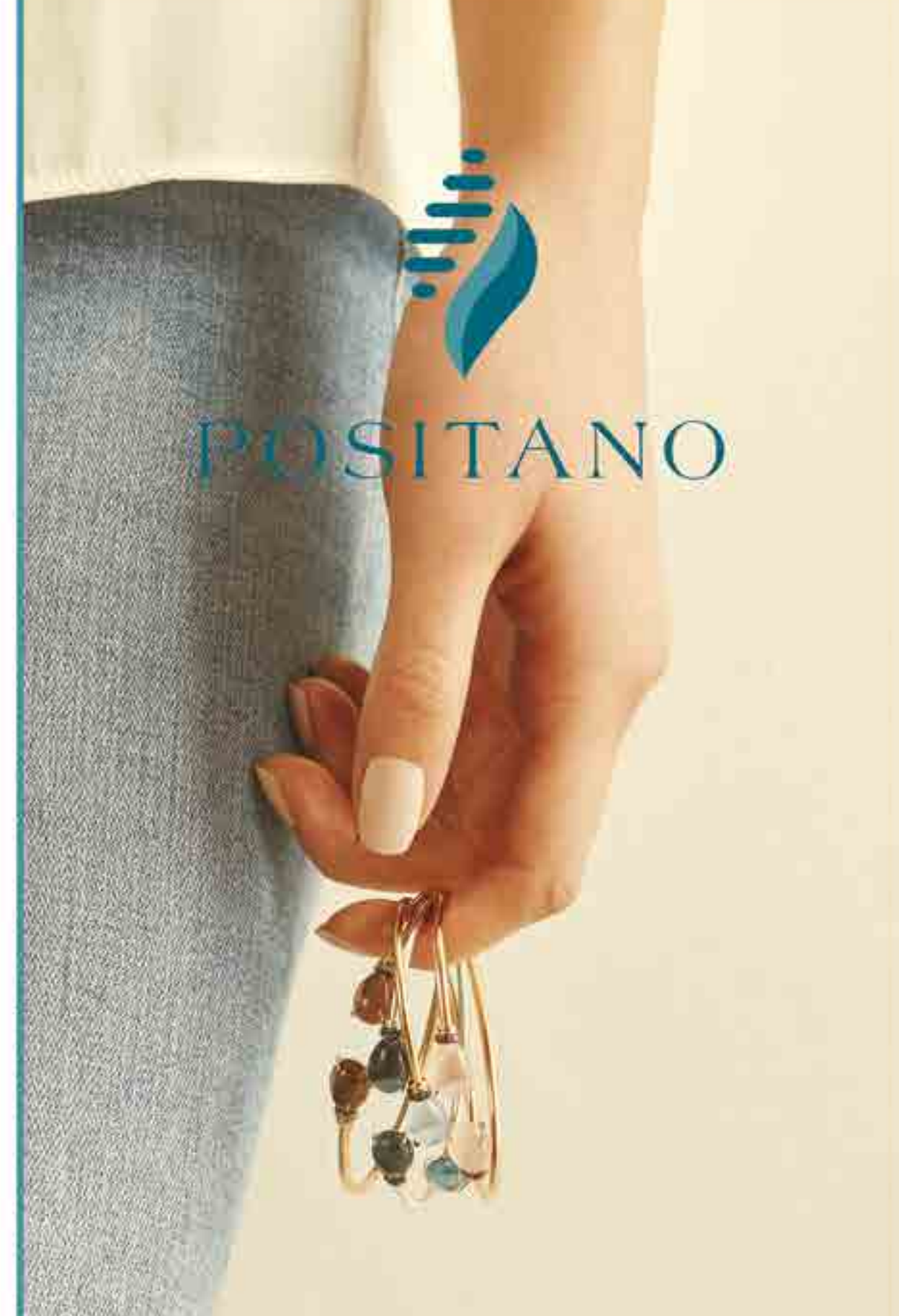


*Wandelbarer Schmuck, der immer neue Looks erlaubt, das ist seit 55 Jahren die Besonderheit der Manufaktur Jörg Heinz. Wie sinnlich, vielfältig und zugleich komfortabel solcher Schmuck sein kann, beweist die „Mesh & Flex“-Kollektion.*

Schmuck für Frauen und auch Männer von heute soll vor allem eins sein: komfortabel, leicht und sicher zu tragen. Die Manufaktur Jörg Heinz hat als Antwort darauf „Mesh & Flex“ entwickelt – ein viel beachteter Bestseller des Hauses. Wie eine zweite Haut schmiegen sich die Stücke mit ihrer textilen Haptik dank des feinen Golddrahtgewebes sanft an die Haut. Es gibt in der Kollektion Colliers, Armbänder, Ringe und Creolen.

Beim Hals- und Armschmuck stehen die beliebten Barrel-Wechselschließen im Mittelpunkt, die es der Trägerin oder dem Träger erlauben, den Stücken immer wieder ein neues Antlitz zu verleihen. Und Juweliere profitieren von treuen Kundinnen und Kunden, die gerne ins Geschäft zurückkehren, um ihre Sammlung um weitere Designs zu vervollständigen. Darüber hinaus warten die „Flex“-Armbänder mit einer besonderen technischen Finesse auf: Dank der innovativen Zipp-Funktion lassen sie sich ganz einfach an- und ablegen. Das Geheimnis: Ein versteckter Federmechanismus sorgt dafür, dass sich das Armband beim Überziehen über das Handgelenk durch Zug weitet und nach dem Anlegen wieder in seine Ursprungsposition zurückgleitet. So werden ganz individuelle Luxus-träume wahr.

→ [www.joerg-heinz.de](http://www.joerg-heinz.de)



POSITANO

VICENZA ORO - INHORGENTA

MANUFACTURED in ITALY by  
**ALBERTI**  
— Tailored for your dreams —

Thomas List  
Mail: [tsl.1@t-online.de](mailto:tsl.1@t-online.de)  
PH +49 171 219 8798

Massimo Cova  
Mail: [massimo@albertigioielli.it](mailto:massimo@albertigioielli.it)  
PH +39 331 680484



## SEIT JEHER ELASTISCH

*Dank einer einzigartigen Mischung aus ingenieurtechnischem Können und ästhetischer Kreativität hat Demeglio die Klassiker der Schmuckwelt von Grund auf erneuert.*

Die Marke Demeglio, die auf der Vicenzaoro in der prestigeträchtigen Halle 7 ausstellt, zählt zu den in Deutschland beliebtesten italienischen Schmuckbrands. Der in Turin ansässige Hersteller mit Manufaktur in Valenza zeichnet sich seit jeher durch die Fähigkeit aus, elastische, dehnbare Multisize-Schmuckstücke zu entwerfen. Aus dieser Ingenieurskunst sind Kollektionen hervorgegangen, bei denen sich das Design harmonisch mit erlesenen technischen Lösungen verbindet, um absolut einzigartige und schlicht innovative Produkte

entstehen zu lassen. Demeglio verwendete auch als einer der ersten Hersteller Keramik in der Schmuckwelt und ihren Komponenten. Die Firma ist branchenweit als führendes Unternehmen für Hightech-Keramik bekannt: Zu ihren Patenten gehört eine außergewöhnliche Technologie zur Beschichtung von Keramik mit Gold. Unter den Schmucklinien ist insbesondere die Reihe „Extensible“ zu erwähnen. Sie beruht nicht nur auf neuen technischen Ansätzen, sondern auch und vor allem auf einer Philosophie für das Produkt. Das – voll und ganz erreichte – Ziel ist es, Kultmodelle der Schmuckwelt wie das Tennisarmband oder den Eternity-Ring neu zu erfinden: Durch die eigens entwickelte elastische Lösung werden sie zu bequemen, sicheren Objekten mit einer in der klassischen Juwelierkunst bis dahin unerreichten unbeschwertten Tragbarkeit.

→ [www.demeglijjewelry.com](http://www.demeglijjewelry.com)



## NIESSING



Die Manufaktur aus Vreden feiert auf der Vicenzaoro ihren 150. Geburtstag mit zahlreichen Neuheiten, die an ihre Werte anknüpfen. Da ist vor allem das Weimarer Bauhaus als maßgeblicher Impulsgeber für die Designs. Die Grundidee von Bauhaus-Gründer Walter Gropius: die Grenzen zwischen Handwerk, Technik, Kunst und Industrie zu überwinden. Der Leitgedanke „Form follows function“ und die Idee vom sinnlichen Minimalismus, die Reduzierung auf die pure Form und das Wesentliche prägen

die Designs von Niessing. Dies zeigt zum Beispiel die Kollektion „Colette“. Sie ist gleichzeitig schön, funktional und innovativ. Ihre Idee geht zurück auf die legendäre Niessing Schnur aus dem Jahr 1986. Aus den feinen Golddrahtschnüren wurden flexible Armschmuckideen und Creolen, die sich mit aufziehbaren Elementen mit Diamanten individualisieren lassen. Pünktlich zum Jubiläum gibt es „Colette“ in der neuen Niessing Goldfarbe Supla Grenadine, einem warmen Roséton. → [www.niessing.com](http://www.niessing.com)



## AL CORO

Handverlesene Brillanten, feminine Formen und feinste italienische Goldschmiedekunst – inspiriert von der reichen Geschichte und Kultur Italiens spiegelt die „Mezzaluna“-Kollektion von Al Coro all das wider. Mit dieser erfolgreichen Linie haben die Brüder Alexander und Daniel Corolli ihre eigenen Ideen umgesetzt und die Schmuckmarke Al Coro ins Leben gerufen. Die erfolgreiche „Mezzaluna“-Kollektion trägt damit die Wurzeln der italienischen Schmuckmanufaktur in sich. Der luxuriöse Schmuck in 750 Gold mit der typischen Form des Halbmondes steht für zeitlose Eleganz und anmutige Schönheit, echte Statement Pieces, ideal als Begleiter für den Tag und zu allen Anlässen. In Vicenza stellt Al Coro zahlreiche Neuheiten aus ihren Ateliers vor. → [www.alcoro.com](http://www.alcoro.com)

T.G  
T.GOLD  
vicenzaoro

# INTERNATIONAL JEWELLERY TECHNOLOGY SHOW

19./23. JANUAR 2024  
Vicenza | Italien

Veranstalter  
ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP  
Providing the future



[vicenzaoro.com](http://vicenzaoro.com)

# GEWACHSENE KOMPETENZ

*Der Diamantschmuckhersteller Giloy & Söhne steht für eine lange Tradition sowie begnadetes Handwerk aus Idar-Oberstein.*

In der Manufaktur in Idar-Oberstein kommt zusammen, was zusammengehört: eine gewachsene Kompetenz, die bis ins Jahr 1931 zurückreicht, und die Expertise von drei Generationen von Diamantairen aus Leidenschaft. Trends schnell zu erkennen und zeitnah darauf zu reagieren ist eine Stärke des Hauses. „Ob Basissortiment, zielgruppenbezogene Designlinien oder betont hochwertige individuelle Schmuckstücke – alle unsere Produkte entsprechen den Wünschen der modernen Verbraucherinnen“, so Geschäftsführer Daniel Giloy. Innovatives Design, absolute Perfektion und ein ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis, diese Faktoren machen Giloy & Söhne zur ersten Wahl für den Fachhandel. Von außergewöhnlichen Spezialwünschen der Branche bis hin zu Klassikern in hohen Stückzahlen findet der Juwelier hier stets die Antwort auf jede Herausforderung.

Ein Beispiel ist die starke Fachhandelsmarke bella luce. Alexander Giloy meint dazu: „Mit bella luce bekommt der Juwelier ein durchdachtes Konzept mit allem, was dazugehört.“ Denn Giloy lässt seine Kunden mit der Ware nicht allein. So bietet das Unternehmen einen umsatzabhängigen eigenen Diamant-Marketing-Service, der Werbekonzeptionen und maßgeschneiderte Werbeaktivitäten für den Kunden bei Bedarf entwickelt. Auch können Diamantexperten und Gemmologen dabei für die Schulung des Verkaufspersonals zur Verfügung gestellt werden.



Der Handel mit Diamanten ist heute ein sensibles Thema. Giloy bezieht seine Steine ausschließlich von langjährigen, renommierten Geschäftspartnern in den Weltmetropolen des Diamantheandels. Alle Partner sind verpflichtet, gemäß dem System of Warranties, nur Diamanten aus legitimen Quellen zu beziehen und soziale Standards wie die weltweit anerkannten Prinzipien der ILO und des UN Global Compact einzuhalten. Zusätzlich unterwirft sich Giloy & Söhne mit dem „World Federation of Diamond Bourses“-Siegel einem besonderen Verhaltenskodex. Seit jüngstem ist Giloy auch RJC-zertifiziert. → [www.bellaluce.de](http://www.bellaluce.de)



## MUSEO DEL GIOIELLO DI VICENZA

Das erste Juwelenmuseum im Italien. Eine Hommage an die kreative, künstlerische, produktive und technologische Exzellenz der italienischen Goldschmiedekunst. Neun verschiedene thematische Säle und ein raffiniertes Ambiente, in dem die zahlreichen Facetten der Schmuckstücke hautnah erlebt werden können. Über 250 Kreationen berühmter Maisons und kleinerer italienischer Goldschmiede, handwerkliches Können, künstlerisches Experimentieren und Forschungsarbeiten von freiberuflichen Designern.

Ein Projekt von

**ITALIA N  
EXHIBITION  
GROUP**  
Providing the future

In Zusammenarbeit mit



[museodelgioiello.it](http://museodelgioiello.it)  

**KONTAKT**

[info@museodelgioiello.it](mailto:info@museodelgioiello.it)  
T. +39 0444 320799



MEHR ÜBER DIE KOLLEKTION  
UND DIE VERANSTALTUNGEN  
IM MUSEUM



## K DI KUORE

Jede Kreation von K di Kuore ist eine Geschichte für sich, drückt Emotionen aus. Der Schmuck gilt als Synonym für Eleganz und Glamour. Die Designs sind klassisch-modern. Die Marke setzt auf feinste Handwerkskunst Made in Italy und 750 Gold. Jedes Stück ist aufgrund der Handarbeit ein Unikat. Die Geschichte von K di Kuore begann in Florenz, Wiege der Renaissance, im Jahr 1996. Nach zwei Jahrzehnten in der Modebranche beschloss Giuliano Giannini, die Marke zu etablieren, mit dem Ziel, traditionelle Techniken mit den innovativsten Designs zu modischen Schmuck zu vereinen, der dabei trotzdem traditionellen Formen und Proportionen folgt. Das Ergebnis sind zeitgenössische Designs mit Kultfaktor, welche eine unglaubliche positive Energie ausstrahlen.

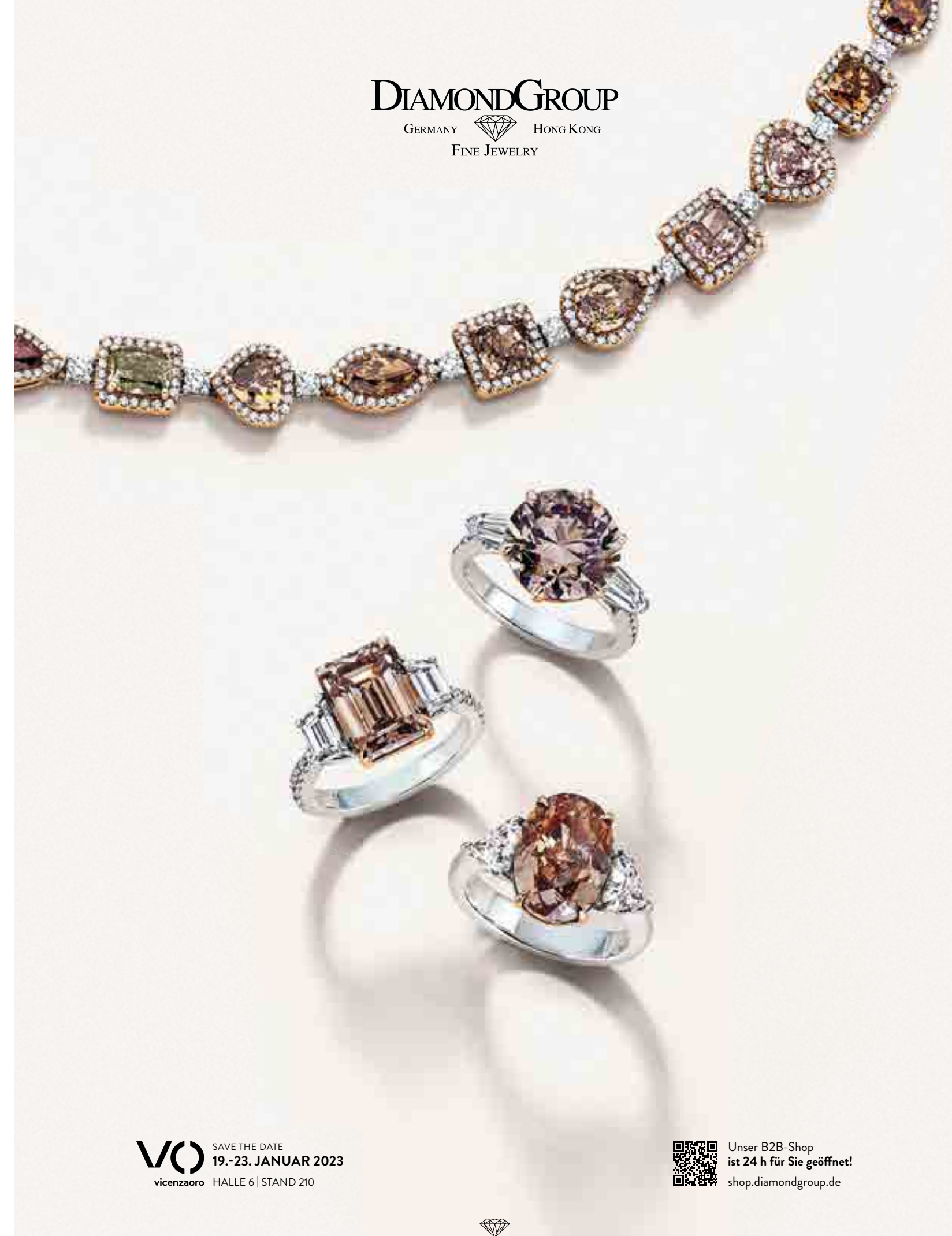
→ [www.kdikuore.com](http://www.kdikuore.com)

Deutschlandvertretung: Thomas List  
list.t@t-online.de, +49 171/219 6799

## AKILLIS


„Élégance et rébellion“ sind die Werte, denen sich die Pariser Marke Akillis verpflichtet fühlt. Sonst nichts. Denn mit überlieferten Konventionen und tradierten Formen vermag Caroline Gaspard, Firmengründerin und kreativer Kopf von Akillis, nichts anzufangen. Entsprechend unkonventionell fiel auch der erste Auftritt von Akillis 2007 in der Öffentlichkeit aus: Es war die von Patronen inspirierte Jewellery-Kollektion „Bang Bang“, die anspruchsvolle Freigeister sogleich mitten ins Herz traf und in der Welt des Schmucks für Furore sorgte. Seither steht Akillis für einen

ganz eigenen, souveränen Stil, der sowohl Frauen als auch Männer anspricht, die sich ihre Luxusträume aus Gold, Titan und Diamanten lieber abseits des Mainstreams erfüllen. Ob „Capture“, „Puzzle“, „Python“, „Lovetag“, „Tattoo“ oder „Spread your wings“ – jede Kollektion von Akillis geht einen unverwechselbaren Weg. Obwohl die innovativen Kreationen schon seit 2013 im eigenen Flagship-Store in der legendären Rue Saint-Honoré in Paris zu erleben sind, gilt Akillis europaweit noch als exklusiver Geheimtipp aus Frankreich. In diesem Sinne: À bientôt! → [www.akillis.com](http://www.akillis.com)



DIAMONDGROUP  
GERMANY  HONG KONG  
FINE JEWELRY

**VO** SAVE THE DATE  
**19.-23. JANUAR 2023**  
vicenzaoro HALLE 6 | STAND 210

 Unser B2B-Shop  
ist 24 h für Sie geöffnet!  
[shop.diamondgroup.de](http://shop.diamondgroup.de)



DiamondGroup GmbH · Dreckenacher Weg 1 · D-56295 Lonnig · T +49 26 25 86 64 40 · [info@diamondgroup.de](mailto:info@diamondgroup.de) · [diamondgroup.de](http://diamondgroup.de)

## ALBERTI

Die Stärke des für seine ausgesprochen kreativen Fähigkeiten geschätzten Herstellers Alberti ist die im Herzen der Juwelenhochburg Valenza gelegene hauseigene Manufaktur, in der alle seine Schmuckstücke gefertigt werden. Das Angebot des norditalienischen Unternehmens ist zweigeteilt: zum einen die Kollektionen unter eigenem Namen wie die herrlich bunte „Positano“ aus Gold, Diamanten, Turmalinen, Amethysten, Blautopasen, Opalen, Chalcedonen und weiteren natürlichen Schmucksteinen, zu der auch die hier abgebildeten Ohrringe gehören; zum anderen die beliebte Private-Label-Produktion sowie das Angebot an maßgeschneiderten Dienstleistungen und auf Bestellung gefertigten Kreationen aus Gold, Diamanten und Edelsteinen. Zahlreiche europäische Juweliere profitieren von der bekannten Entwurfs- und Fertigungskompetenz des Hauses.

→ [www.albertigioidi.it](http://www.albertigioidi.it)

Deutschlandvertretung: Thomas List  
list.t@t-online.de, +49 171/219 6799



## CHANTECLER

Die Neuheiten der Kollektion „Paillettes“ verbinden mediterranen Geschmack mit einem Hauch Dolce Vita. Eine stilistische Ausrichtung, die die 1947 auf Capri mit ihrer ersten historischen Boutique entstandenen Marke seit jeher charakterisiert. Dort war es dank des Charmes von Pietro Capuano (mit dem Beinamen „Chantecler“) und der Kreativität von Salvatore Aprea gelungen, Kundinnen wie Grace Kelly, Ingrid Bergman, Jacqueline Kennedy und Audrey Hepburn für sich zu gewinnen. Heute ist Chantecler eine erfolgreiche Luxusmarke, die von Gabrie-

le, Maria Elena und Costanza Aprea geführt wird. Ihre Kreationen sind in den Boutiquen in Capri, Mailand und Tokio sowie in den Auslagen von Lizenzhändlern in vielen Teilen der Welt zu finden. Die von den Kleidern und der fröhlichen Atmosphäre des Dolce Vita inspirierte Kollektion „Paillettes“ ist mit dem Symbol der Marke gekennzeichnet: dem Hahn Chantecler, Hauptdarsteller der gleichnamigen Komödie von Edmond Rostand.

→ [www.chantecler.it](http://www.chantecler.it)

Deutschlandvertretung:  
Thomas List  
list.t@t-online.de,  
+49 171/219 6799



  
**Chantecler**  
CAPRI



CAPRI MILANO TOKYO  
and selected stores worldwide.



# NICHT ZU FASSEN



*Fine Gems Collection aus Köln präsentiert in Vicenza zwei aufregende Kollektionen: Diamanten, die nicht gefasst, sondern gebohrt sind. Und Schmuck mit sehr dünnen Diamantscheiben.*

„Unsere gebohrten Diamanten sind einzigartig“, sagt Geschäftsführer Arvind Samodia. „Es gibt auf dem Markt nichts Vergleichbares. Keine Fassung stört das Funkeln. Mit Gold- oder Platinösen einfach miteinander verbunden, schmiegen sich die Edelsteinketten an die Trägerin an.“ Seine Lieferanten in Indien verfügen über lange Erfahrungen bei der Bearbeitung von Diamanten. Die Steine sind mit einer 0,5 Millimeter Bohrung standardmäßig versehen. Die Ketten sind in allen Farben und Größen erhältlich. Fine Gems Collection hat eine moderne Kollektion mit diesen mit Gold- oder Platinösen verbundenen Diamantketten mit Steinen im Rosen- und Brillantschliff entwickelt. Außerdem gibt es die Steine auch lose, damit sie Goldschmiede, Designer oder Hersteller zu ihrem Schmuck weiterverarbeiten können. Bei der Steinqualität setzt der Spezialist auf G/VS-SI.

Eine weitere innovative Kollektion arbeitet mit dünnen Diamantscheiben. „Nur unsere Zulieferer in Indien sind in der Lage, solche flache Diamantscheiben zu fassen, dazu



Gebohrte Diamanten und hauchdünne Diamantscheiben zu aufregenden Schmuckstücken verarbeitet sind eine Stärke von Fine Gems

braucht es viel Erfahrung und Fingerspitzengefühl, damit die Steine nicht kaputtgehen“, weiß Arvind Samodia. Seit zehn Jahren lässt Fine Gems Collection die Edelsteinscheiben dort schleifen und gefasst in Gold zu feinem Schmuck verarbeiten. Auch hier bietet der Hersteller lose Steine für eigene Kreationen an.

Darüber hinaus fertigt er Gold- und Silberschmuck mit Diamanten, auch naturfarbenen, in Fantasieschliffen oder mit Diamantkugeln in allen Größen und Formen.  
→ [www.finegems-collection.de](http://www.finegems-collection.de)



K DI KUORE



A contemporary cult



[kdikuore.com](http://kdikuore.com)

# „INTERNATIONALER TREFFPUNKT“

Die Vicenzaoro ist längst ein Hub für die weltweite Schmuck-Community geworden. Hier berichten Aussteller und Buyer, was sie von der nächsten Edition erwarten.



„Die Vicenzaoro war für Coeur de Lion ein großartiges Debüt in Italien. Wir schätzen die professionelle Organisation und das Interesse der lokalen und internationalen Besucher an unserem Stand. Schon jetzt freuen wir uns auf die nächste Messe im kommenden Jahr!“

Patrick Sutterlüty,  
Global Sales Director / Vertriebsleitung  
von Coeur de Lion



„Die Vicenzaoro bietet zweimal jährlich eine Bühne für internationale Juweliere, Designer und Goldschmiede. Hier verfolgen wir aufmerksam die neuesten Entwicklungen in der Branche und erhalten wertvolle Einblicke zu aktuellen Trends. Die Vicenzaoro ist für uns zu einem unverzichtbaren Ereignis geworden, um unsere Kollektion an Aquamarin, Paraiba-Turmalin und anderen Farbedelsteinen zu präsentieren.“

Hubert Arnoldi,  
Inhaber HC Arnoldi



„Die Vicenzaoro nimmt einen wichtigen Platz in unserem Messekalender ein und zieht sowohl neue als auch treue internationale Kunden an. Die Mischung aus italienischem Flair und einer beeindruckenden Auswahl an Luxusmarken schafft eine außergewöhnliche Atmosphäre, die stets für eine erfolgreiche Messe sorgt.“

Chris Stenzhorn,  
Sales Director Stenzhorn



„Die Vicenzaoro ist ein international renommierter Treffpunkt für die Schmuckbranche. Hier kommen Händler und Fachleute aus der gesamten Welt zusammen, um die neuesten Trends, Technologien und Produkte der Branche kennenzulernen. Die Messe bietet uns eine einzigartige Möglichkeit, uns mit anderen Unternehmen, Lieferanten und potenziellen Kunden zu vernetzen. Die Teilnahme ermöglicht es uns, unsere Marke Magic und unsere gesamte Produktpalette einem breiten Publikum zu präsentieren.“

Frank Trautz,  
Inhaber FH Trautz

„Liebes Vicenzaoro-Team, herzlichen Glückwunsch zu eurem 70-jährigen Jubiläum! Bereits in den 50er-Jahren reiste unsere Unternehmensgründerin – Katharina Kraemer – regelmäßig nach Vicenza zur Messe, und wir setzen diese Tradition mit Begeisterung fort. Für uns ist die Vicenzaoro einer der wichtigsten Impulsgeber für die Entwicklung unserer Schmuckkollektionen. Daher verbinden wir mit unserem Glückwunsch unsere aufrichtige Wertschätzung für die vergangenen 70 Jahre und freuen uns darauf, auch zukünftig von den neuesten Trends und Designs inspiriert zu werden.“



Roland Kaulfuß,  
Geschäftsführer Kraemer-Gruppe

„Vicenzaoro ist ein Muss in unserem Terminkalender. Hier trifft sich Europa und Übersee. Für uns ist sie eine wichtige Plattform, unsere internationalen Kunden zu treffen, Neuheiten vorzustellen und natürlich auch als Kontaktpflege. Vicenza ist ein attraktiver und etablierter Standort für Schmuck. Die Messe ist gut organisiert und bietet ein schönes und professionelles Ambiente, was wir gerne nutzen. Wir sind sehr zufrieden mit dem Ergebnis.“

Andreas Krieger,  
Inhaber Hans D. Krieger



„Vicenzaoro ist für den globalen Travel Retail Distributor SKYlink von unschätzbarem Wert. Sie stärkt unsere Verbindung zu Lieferanten und ermöglicht es uns, stets die neuesten Trends in bester Qualität anzubieten. Unser Erfolg basiert auf dieser Partnerschaft, die Kreativität und Handwerkskunst verbindet. Unsere Kunden vertrauen auf einzigartige Schmuckstücke, und Vicenzaoro ist der Schlüssel dazu.“

Hannah Lindig,  
Brand & Communications Managerin SKYlink



„In unserer Branche kommt es darauf an, anders zu sein! Darum liebe ich die Vicenzaoro. Man kommt sich vor wie ein Schatzsucher, der DAS BESONDERE sucht und mit Glück findet, was man noch nicht gesehen hat und was einen selbst begeistert. Nach mehr als 20 Jahren in Vicenza muss ich sagen, dass hier eine besondere Entwicklung stattgefunden hat. Die Messe mit ihrer Luxushalle, den vielen kleinen italienischen Anbietern und Designern ist für mich mittlerweile die wichtigste Schmuckmesse in Europa geworden.“

Elke Wolf,  
Geschäftsführerin Juwelier Jasper



„Die Vicenzaoro ist für mich ein perfekter Ort, um die neuesten Kollektionen, die Trendprodukte und alle Neuigkeiten in puncto Design zu entdecken. Man kann gar nicht anders, als sich von der Messe inspirieren zu lassen. Und genau diese Inspiration, die Freude am Schmuck und die Lust daran, diese Begeisterung auch an die eigenen Kunden in Reutlingen zu vermitteln, ist mir besonders wichtig.“

Katja Maier-Dietborn,  
Juwelier Depperich aus Reutlingen

# ERLEBEN SIE VENETIEN!

## Kunst und Gastronomie, Events und Entspannung

Nicht nur Business. Ein Besuch der Vicenzaoro ist auch außerhalb der Messehallen ein Erlebnis: Zwischen historischen Baudenkmalern und malerischen Landschaften, köstlichen Speisen und kulturellen Höhepunkten sind Vicenza und die ganze

Region Venetien ideal, um den Italian Lifestyle von seiner schönsten Seite kennenzulernen. Wir haben einige Attraktionen zusammengestellt, die Sie sich nach der Arbeit ansehen oder als Ziele für einen Kurzurlaub vor oder nach der Messe wählen könnten.

## VICENZA

Die Stadt ist für die Schmuckfertigung, aber auch für Palladio bekannt, den berühmten Renaissance-Architekten, dessen Stil Monumente wie das Weiße Haus inspiriert hat. Zu seinen Werken zählen wahre Perlen der Baukunst wie das Teatro Olimpico oder die Basilica Palladiana an der Piazza dei Signori, dem idealen Ort, um in einem eleganten Café einen Spritz zu genießen. In der Stadt finden zudem die zahlreichen Events von ViOff, dem Vicenzaoro-Begleitprogramm statt, das Künstler, Vereine, Geschäfte, Lokale und Restaurants einbezieht. Unter den Bogengängen der Basilica Palladiana lädt unterdessen das Schmuckmuseum (Museo del Gioiello) zu einem Besuch ein: Dieses Kulturprojekt zeigt dank der Dauerausstellung „Gioielli Italiani“ in neun thematischen Sälen die Wunderwerke der italienischen Juwelierkunst.

Unweit der Innenstadt befinden sich die prächtigen Palladio-Villen La Rotonda und Villa Valmarana ai Nani sowie das Heiligtum des Monte Berico, ganz zu schweigen von vielen Restaurants und agrartouristischen Einrichtungen in den Hügeln der Colli Berici.



## BASSANO & MAROSTICA

Diese in der Schmuckwelt für ihre großen, in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts entstandenen Kettenfabriken bekannte Stadt ist touristisch für die hölzerne Ponte-Vecchio-Brücke berühmt. Sie ist aber auch ideal für eine Einkaufstour durch die Geschäfte der Innenstadt und natürlich die Heimat des Grappa. Sehr zu empfehlen sind genießerische Schlückchen eines „Mezzo e mezzo“-Cocktails in Italiens ältester Destillerie Grapperia Nardini oder ein Besuch des Museo della Grappa Poli. Rund zehn Kilometer entfernt empfängt Marostica den Besucher mit einer unbezahlbaren Aussicht auf den von der Burganlage und den antiken Stadtmauern umrahmten Hügel. Die „untere Burg“ (Castello Inferiore) blickt auf die Piazza degli Scacchi, wo alle zwei Jahre das lebende Schachspiel ausgetragen wird, eine der weltweit schönsten historischen Veranstaltungen.



## VERONA

Der Name allein lässt bereits an die weltberühmte Arena und die tragische Liebe von Romeo und Julia denken; sie lebt fort in der Casa di Giulietta, wo der Besucher den legendären Balkon betreten kann, ebenso wie am Grabmal der unglücklichen Heldin Shakespeares. Doch Verona bietet auch luxuriöse Shopping-Gelegenheiten, Degustationen auf einem der vielen Valpolicella-Weingüter oder ein köstliches Fischgericht am Ufer des Gardasees.

## VENEDIG

Die Stadt, die jeder kennt und mindestens einmal sehen sollte – mit dem Markusplatz, dem Markusdom, dem Dogenpalast, der Rialto-Brücke und vielem mehr; sie ist von ganz Venetien aus gut zu erreichen und grenzt unmittelbar an Mestre. Unser Tipp: Gönnen Sie sich zwischen einer Sehenswürdigkeit und der nächsten einen „Cicchetto“ (Tapas venezianischer Art) oder eine der vielen leckeren Fisch-Spezialitäten.

## PADUA UND ABANO TERME

Die Innenstadt von Padua, der bekanntesten Universitätsstadt in der Nähe von Venedig, ist schlicht bezaubernd. Touristen können sich in einem Café am Anblick des imposanten Palazzo della Ragione erfreuen oder unter den antiken Bogengängen mit einer Gesamtlänge von 25 km durch die Stadt flanieren. Unter den zahlreichen Kunst- und Bauwerken sollten Sie sich die Cappella degli Scrovegni mit den berühmten Fresken von Giotto nicht entgehen lassen. Das benachbarte Abano Terme ist ein Kurort mit einer bis in die Antike zurückreichenden Tradition, perfekt für Momente der Entspannung und Erholung beispielsweise nach einem langen Messetag.

# BUCHEN SIE IHRE VICENZAORO EXPERIENCE!

Ausgewählte Hotels haben exklusive Angebote für GZ-Leser geschnürt, mit denen Sie die Schönheit des Veneto erleben können. Für alle Hotels dieser Seite gibt es einen kostenlosen Shuttle-Service von und zu der Vicenzaoro.



## HOTEL BELVEDERE

Viale delle Fosse, 3  
36061 Bassano del Grappa (VI)  
Tel.: +39 0424 529845  
E-Mail: belvederehotel@bonotto.it  
www.hotelbelvederebassano.com

## PALLADIO HOTEL

Via Gramsci, 2  
36061 Bassano del Grappa – Italien  
Tel.: +39 0424 523777  
E-Mail: palladiohotel@bonotto.it  
www.hotelpalladiobassano.com

**Alle Pakete umfassen:** Übernachtung in einem 4\*\*\*\*-Hotel, Buffet-Frühstück, kostenfreier videoüberwachter Parkplatz, Willkommensgetränk, 3-gängiges Abendessen im Hotelrestaurant (Getränke ausgenommen) und kostenfreies Shuttle zur Vicenzaoro.

## BASSANO DEL GRAPPA BONOTTO HOTELS

### Paket „Montegrappa Factory Experience“

Das Paket umfasst eine Führung durch die Füllfederhalter-Manufaktur Montegrappa – entdecken Sie das Geheimnis der Schreibkunst, sehen Sie den Handwerksmeistern zu und tauchen Sie ein in das Savoir-faire des ältesten Füllfederhalterherstellers Italiens. *Dauer: ca. 90 Min.*

### Paket „Villa Angarano Experience“

Besuch der historischen, von Andrea Palladio entworfenen Villa Angarano mit geführter Degustation der vom Landgut erzeugten biologischen Weine im Barriquekeller. *Dauer ca. 45 Min.*

### Paket „Distillerie Poli Experience“

Führung durch die Distillerie Poli, bei der Sie alle Produktionsschritte in der Brennerei entdecken können. Am Ende wartet eine Verkostung der Poli-Destillate auf Sie. *Dauer ca. 90 Min.*

## PLANE DEINE REISE NACH VICENZAORO

1

Lieblingsziel wählen

2

Hotel anmailen und in der Betreffzeile  
VICENZAORO EXPERIENCE – GZ angeben, um Details  
über das für Sie reservierte Paket zu erhalten

3

VICENZAORO EXPERIENCE für Sie  
und Ihre Begleiter buchen



## ABANO TERME

### ABANORITZ SPA WELLFEELING RESORT

Via Monteortone, 19 – 35031 Abano Terme (PD)  
Tel.: +39 049 8633100  
Direktbuchung: +39 049 8633444/5  
E-Mail: abanoritz@abanoritz.it  
www.abanoritz.it

### Paket „Messe & Wellness Experience“

- Zwei Übernachtungen mit Halbpension (Frühstück und Abendessen) in einem eleganten Doppelzimmer
- Eine 25-minütige Behandlung nach Wahl

### Paket „Messe & Relax Experience“

- 2 Nächte inkl. Frühstück in einem eleganten Doppelzimmer
- Ein Abendessen gratis (Getränke und Kaffee ausgenommen) oder eine 25-minütige Behandlung nach Wahl

### In beiden Paketen inklusive:

- RitzVital von 8 bis 20 Uhr: zwei 25-m-Thermalbecken (Hallen- und Freibad), Aqua-Fitness-Bereich sowie Whirlpool und Nackenbrause im Freien. Technogym-Fitnesscenter, türkisches Bad, Sauna und Erlebnisduschen.
- SPAkit: weicher Bademantel und Hausschuhe für das Zimmer, Frotteehandtuch am Pool.
- RitzLife: Tee-Ecke für die 17-Uhr-Teezeit.
- Möglichkeit zum Aufladen von Elektrofahrzeugen.



## GALZIGNANO TERME

### GALZIGNANO RESORT TERME & GOLF

Viale delle Terme, 82 – 35030 Galzignano Terme (PD)  
Tel.: +39 049 919 5500  
Info & Reservierung: info@galzignano.it  
www.galzignano.it

### Paket „Relax Experience“

Ein Tag im Thermalbad zur totalen Entspannung in unserem regenerierenden und heilenden Thermalwasser, einschließlich einer 50-minütigen Verjüngungsmassage mit einem unserer erfahrenen Therapeuten. Außerdem stehen Ihnen eine Sauna und eine Schwitzgrotte zur Verfügung, ideal zum Entschlacken des Körpers.

Das Paket umfasst:

- Willkommensgetränk
- Übernachtung in der gewählten Zimmerkategorie inkl. einem reichhaltigen Buffet mit hausgemachten Produkten
- Kostenfreier Parkplatz
- 2 Nächte im Hotel Majestic ab 200 €

### Paket „Entdeckung der Euganeischen Hügel“

E-Bike-Tour zur Entdeckung der Wunder der Euganeischen Hügel, Kellerverkostung drei edler Weine, gepaart mit köstlichen lokalen Produkten

Das Paket umfasst:

- Willkommensgetränk
- Übernachtung in der gewählten Zimmerkategorie inkl. einem reichhaltigen Buffet mit hausgemachten Produkten
- Kostenfreier Zutritt zum Thermalbad, zum 24/7 geöffneten Fitnesscenter und zu Sauna und Schwitzgrotte
- Kostenfreier Parkplatz
- 2 Nächte im Hotel Majestic ab 210 €

# VICENZAORO LIVE

*Apps und Serviceleistungen für einen optimalen Messebesuch*

## APP.

Für eine reibungslose Planung der Messetermine gibt es die Vicenzaoro-App **The Jewellery Golden Cloud (TJGC)**, die über den nebenstehenden QR-Code heruntergeladen werden kann. Sie enthält eine interaktive Karte, um sich in den Messehallen problemlos zurechtzufinden. Sie ermöglicht auch, das Ausstellerverzeichnis einzusehen, die Kollektionen aufzurufen und schon vor der Messe Termine zu vereinbaren. Die App bietet zudem Hinweise für die Anfahrt zum Messegelände samt Parkgelegenheiten ebenso wie Tipps für den Aufenthalt und den Personenverkehr in der Stadt. Während der Messe wird TJGC durch das Programm der Begleit-Events vervollständigt, die auch per Streaming mit Simultanübersetzung verfolgt werden können.



## ANKUNFT.

Die „Vicenzaoro Experience“ beginnt mit der Ankunft in Italien. Die IEG hat den Shuttle-Service an den Flughäfen ausgebaut und ein auf der Messe nutzbares Buchungssystem für Fahrdienste, Restaurants und Hotels erarbeitet.

**LUXURY HUBS.** Für die Einkäufer hat die Vicenzaoro auch „VO Approved“-Hotels ausgewählt; diese sogenannten Luxury Hubs befinden sich in Vicenza, Abano Terme, Verona, Padua, Bassano und Mestre und bieten Vorzugsbedingungen sowie kostenlose Fahrdienste von und zur Messe.



## Zauberhafte Brillanz

**Ohrstecker 585/- GG**  
62 Brillanten | zus. 0,50 ct. | W-Si

**Anhänger/Kette 585/- GG**  
36 Brillanten | zus. 0,50 ct. | W-Si

**Ring 585/- GG**  
50 Brillanten | zus. 0,50 ct. | W-Si

Schmuck auch in Weißgold erhältlich

bellaluce  
brillante momente

Brillante Handarbeit Made in Germany

[www.bellaluce.de](http://www.bellaluce.de)

Händlersuche



JOERGCHEINZ

Jörg Heinz  
KIND OF MAGIC