

## Daily News Oroarezzo – 2

### OROAREZZO, I VINCITORI DELLA 33<sup>a</sup> EDIZIONE DEL CONCORSO PREMIÈRE

- 17 aziende premiate dalla giuria e una menzione speciale su 53 partecipanti
- Nelle cinque categorie, i trend della migliore manifattura orafa e gioielleria Made in Italy: Design, Fashion-moda, Tradizione, Sculture da indossare e Talents, per gli under 30

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

Arezzo, 12 maggio 2024 – Première, 33<sup>a</sup> edizione: svelati questa sera i vincitori del concorso che valorizza l'eccellenza dell'oreficeria e gioielleria Made in Italy. Ispirate dal tema "Amore e bellezza" scelto per questa edizione dall'art director Beppe Angiolini, le aziende orafe e gioielliere dei distretti italiani hanno confermato creatività, stile, sensibilità per la moda nella realizzazione di pezzi unici per Oroarezzo, salone internazionale di Italian Exhibition Group in corso fino a martedì 14 maggio. In gara 53 creazioni, presentate da altrettante aziende (elenco completo su [www.oroarezzo.it/it/premiere](http://www.oroarezzo.it/it/premiere)) ed esposte in una speciale installazione nella *welcome lounge* di Oroarezzo all'ingresso di Arezzo Fiere e Congressi. Cinque le categorie premiate da una giuria internazionale di esperte ed esperti di gioielleria, giornaliste e opinion leader. La premiazione è stata condotta da Jo Squillo.

#### Categoria Design

Alunno & Co. "**Filamenti**", infiniti in movimento come le emozioni che si legano all'amore. Femar "**Insieme**": bracciale morbido in oro che ricorda una peonia sbocciata che nella tradizione cinese significa: "vivere insieme in armonia". Kitty, girocollo, un filo d'oro e smalti "**Bacio sul collo**". Patros con "**Cleo self love**": ci fa sentire potenti e accarezzati da un fascio rigido a effetto seta, come in un abbraccio.

#### Categoria Fashion-moda

D'orica: "**Rosa del deserto**", collana in oro tricolore, racconta l'intramontabile bellezza della rosa, fiore da sempre identificato con il sentimento dell'amore. Giloro: "**Cupido**", anello in oro con cuore in cristallo modellato a mano, simbolo dell'amore. Pronto manifattura: "**Curve di venere**", ispirato dalla dea Venere considerata incarnazione di amore e bellezza.

#### Categoria Tradizione

Anima, **collana in oro e diamanti** di ispirazione "vintage" che richiama il gioiello di famiglia, dove nasce l'amore. Lucchetta 1953 con "**volo dorato**": collana d'oro con pendente a forma di gabbietta aperta verso mondi inesplorati, un amore che non limita né imprigiona. Moraglione 1922: Collezione "**Anastasia**", Pendente una goccia in oro rosa cabochon di quarzo rosa con zaffiri e diamanti, mostra nel carattere amore, allegria ed impertinenza. Veneroso, "**Venti secondi**", perché un piccolo gesto si trasformi in un abbraccio. Collana in oro e smalto *rosso valentino*.

#### Categoria Sculture da indossare

Coar by Roberto Intorre: collana "**Onda**" in argento sbiancato, della collezione "Riti e reti". Realizzata dallo scultore Roberto Intorre. Come un'onda è l'amore. Luiber, "**illumina amore**": bracciale in argento d'orato, composta da elementi sferici di sezione diversa, luminosi ed energici. Silver Light Group, l'anello con i simboli dell'amore, il cuore e l'infinito: un insolito cuore di caramello.

**Premio speciale** per l'eccellenza creativa che ha contribuito a riconoscere nel Distretto Orafo Aretino una indiscussa capitale dell'Italian Style e del Made in Italy a: Graziella Braccialini con **"Il perdono libera l'anima e cancella la paura"**, collana in metallo d'orato. Unoerre Industries con **"Nuances"**, collana con pietre naturali, le sfumature più belle si prendono le ombre e le luci migliori. Giordini, che festeggia i 60 anni di attività, per il bracciale **"Japanese Love"**, in oro, ispirato alle meraviglie del Giappone e ai fiori della camelia, simbolo dell'amore.

#### **Première: sezione Talents**

La categoria Talents è riservata ai giovani studenti di scuole orafe italiane e a designer under 30. Ex aequo per l'Istituto tecnico professionale orafo di Arezzo al bozzetto di Chiara Angeli con una elegante collana con elemento pendente Korcion, a gemma sferica e per il Liceo artistico Giovagnoli di San Sepolcro ad Asia Barberi per il "Braccianello", un bracciale con gemma centrale incastonata, da cui partono le catenelle con gli anelli. Ai vincitori sarà data la possibilità di veder realizzate le loro creazioni, a titolo gratuito, grazie alla collaborazione di aziende partner del territorio in occasione del quarto Summit del Gioiello Italiano che si terrà ad Arezzo a dicembre '24.

Sponsor dell'evento: Audi Autocentri Giustozzi

La concessionaria Autocentri Giustozzi nasce nel 1953 confermandosi nel corso degli anni come punto di riferimento nel panorama automobili. Dal 2021 Autocentri Giustozzi è presente anche ad Arezzo con il marchio Audi.

#### **PRESS CONTACT IEG**

head of media relation & corporate communication: Elisabetta Vitali; press office manager: Marco Forcellini; Luca Paganin, press office specialist; [media@iegexpo.it](mailto:media@iegexpo.it)

Trade press office coordinator Jewellery & Fashion Division: Michela Moneta

**MEDIA AGENCY: M&Partners** T. +39 0444.512550

Filippo Nani, [f.nani@mepartners.it](mailto:f.nani@mepartners.it); Enrico Bellinelli, +39 392 7480967, [e.bellinelli@mepartners.it](mailto:e.bellinelli@mepartners.it); Giulia Lucchini, +39 348 7853679, [g.lucchini@mepartners.it](mailto:g.lucchini@mepartners.it)



#### **FOCUS ON**

Italian Exhibition Group S.p.A., società con azioni quotate su Euronext Milan, mercato regolamentato organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A., ha maturato negli anni, con le strutture di Rimini e Vicenza, una leadership domestica nell'organizzazione di eventi fieristici e congressuali e ha sviluppato attività estere - anche attraverso joint-ventures con organizzatori globali o locali, come ad esempio negli Stati Uniti, Emirati Arabi Uniti, Arabia Saudita, Cina, Messico, Germania, Singapore, Brasile - che l'hanno posizionata tra i principali operatori europei del settore.

Il presente comunicato stampa contiene elementi previsionali e stime che riflettono le attuali opinioni del management ("forward-looking statements") specie per quanto riguarda performance gestionali future, realizzazione di investimenti, andamento dei flussi di cassa ed evoluzione della struttura finanziaria. I forward-looking statements hanno per loro natura una componente di rischio ed incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi futuri. I risultati effettivi potranno differire anche in misura significativa rispetto a quelli annunciati, in relazione a una pluralità di fattori tra cui, a solo titolo esemplificativo: andamento del mercato della ristorazione fuori casa e dei flussi turistici in Italia, andamento del mercato orafa - gioielliero, andamento del mercato della green economy; evoluzione del prezzo delle materie prime; condizioni macroeconomiche generali; fattori geopolitici ed evoluzioni del quadro normativo. Le informazioni contenute nel presente comunicato, inoltre, non pretendono di essere complete, né sono state verificate da terze parti indipendenti. Le proiezioni, le stime e gli obiettivi qui presentati si basano sulle informazioni a disposizione della Società alla data del presente comunicato