



VicenzaOro apre nuovi scenari di crescita per Graziella

L'azienda del lusso made in Italy traccia un positivo bilancio della propria partecipazione alla fiera
Un elemento di novità è rappresentato dall'attenzione dei mercati americani e dell'estremo oriente

AREZZO – Nuovi mercati e nuovi scenari di crescita nonostante la crisi che ha colpito numerose aree del mondo. Sono queste le principali indicazioni con cui Graziella torna da VicenzaOro, la fiera internazionale che ha riunito l'intero settore orafa mondiale in vista dell'ormai prossima stagione invernale. La nota azienda aretina del lusso *made in Italy* ha infatti confermato la propria presenza al prestigioso evento vicentino con il doppio obiettivo di presentare le nuove collezioni e di incontrare i buyers di tutto il mondo: al termine della rassegna può ora tracciare un bilancio particolarmente positivo. Alcuni dei mercati in cui Graziella è forte e consolidata ormai da anni, come il Medio Oriente e il Nord Africa, hanno espresso difficoltà a causa delle attuali condizioni socio-politiche, ma il dato più confortante è rappresentato dal maggior peso assunto da nuove aree come quella americana o quella dell'estremo oriente. Questi ultimi mercati hanno denotato particolare interesse verso il gioiello in oro con forti connotati di design e di innovazione, un'esigenza che l'azienda aretina ha dimostrato di saper assecondare attraverso le nuove produzioni create dal suo Centro Creatività. «*La fiera vicentina di settembre* - spiega Gianni Gori, presidente di Graziella Holding, - *ha privilegiato le produzioni glamour e di tendenza rivolte principalmente ai mercati occidentali per il periodo invernale e per le prossime festività natalizie. In questo senso, sono stati privilegiati gli elementi di design, innovazione e qualità che, da sempre, caratterizzano le nostre collezioni e che, riscuotendo numerosi apprezzamenti, ci hanno permesso di aprire nuovi scenari commerciali in gran parte del mondo*». Al fianco delle tradizionali produzioni in oro e in argento, VicenzaOro ha rappresentato per Graziella anche l'occasione per presentare le nuove linee di orologeria e di pelletteria con le quali l'azienda ha avviato un ampliamento del proprio brand includendo altri settori del mercato dei prodotti di lusso. L'obiettivo dell'azienda è infatti di integrare il gioiello con borse, orologi e altri oggetti indossati dall'uomo e dalla donna come accessori quotidiani che, chiaramente riconducibili allo stile dell'azienda aretina, sono in grado di definire il look e la personalità di chi li indossa. Questa lungimirante strategia di *brand extension* ha riscosso l'entusiasmo di numerosi buyers presenti all'evento vicentino, permettendo così a Graziella di crescere ulteriormente e di confermarsi a livello internazionale tra le eccellenze orafe italiane.

Arezzo, mercoledì 9 settembre 2015

Comunicazione curata da
UFFICI STAMPA EGV
Dr. Marco Cavini
333/45.35.056
uffici stampa.egv@gmail.com



