



INFORME  
DE FERIA

---

2024



# Vicenza Oro

**Vicenza**  
**19-23 de enero de 2024**



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 FERIA

23 de abril de 2024  
Milán

Este estudio ha sido realizado por  
José Antonio Ruiz Pastor

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

<http://italia.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 224240140



# Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	4
2. Descripción y evolución de la Feria	6
2.1. Organización y precios	6
2.2. Datos estadísticos de los expositores	8
2.3. Participación española	10
2.4. Datos estadísticos de visitantes	10
3. Tendencias y novedades presentadas	12
3.1. Tendencias presentadas en la feria	12
4. Valoración	13
4.1. Del evento en su conjunto	13
5. Anexos	15
5.1. Recomendaciones	15
5.2. Listado de expositores españoles	18
5.3. Direcciones de interés	20





# 1. Perfil de la Feria

## 1.1. Ficha técnica

<b>Ámbito</b>	Internacional
<b>Fecha de celebración</b>	19 al 23 de enero de 2024
<b>Edición</b>	70.ª Edición
<b>Frecuencia</b>	Bianual (enero y septiembre)
<b>Fecha próxima edición</b>	6 al 10 de septiembre de 2024
<b>Lugar de celebración</b>	Via dell'Oreficeria, 16 – Fiera di Vicenza Telefono: +39.0444.969111 <i>E-mail:</i> info@vicenzafiera.it <a href="https://www.vicenzaoro.com/">https://www.vicenzaoro.com/</a>
<b>Horario de la feria</b>	Horario ininterrumpido de 9.30 a 18.30. Último día de 9.30 a 16.00.
<b>Precio de la entrada</b>	Gratis
<b>Tipo de visitantes</b>	Profesionales del sector
<b>Organizador</b>	IEG – ITALIAN EXHIBITION GROUP Via Emilia 155 – 47921 Rimini (Italia) Teléfono: +39 0541 7444111 <i>Email:</i> info@iegexpo.it

## 1.2. Sectores y productos representados

El sector representado en la Feria es el de la joyería.

El formato de la exposición se organiza en varias secciones diferenciadas que permiten que los expositores se posicionen de acuerdo con su oferta por categoría de producto y precio, favoreciendo así las visitas y contactos comerciales más interesantes. Los distritos definidos son: ICON; CREATION; CREATION MOUNTINGS & SEMIFINISHED; LOOK; TIME; ESSENCE GEMS, DIAMONDS, CORALS & PEARLS; ESSENCE ELEMENTS; EXPRESSION; EVOLUTION T. GOLD; y DELIVERY AT PALAKISS.



## TABLA 1: DISTRITOS DE EXPOSICIÓN

Contenido por distritos

Distrito	Contenido
ICON	Joyería de alta gama, productos únicos y exclusivos. En esta sala, se dan cita lo mejor del <i>Made in Italy</i> y la producción internacional con numerosas compañías alemanas, francesas y españolas y otras propuestas del resto del mundo, específicamente de Asia.
CREATION	Compañías especializadas en la producción y procesamiento de metales preciosos. Proveen a tiendas especializadas tradicionales, cadenas, mayoristas y marcas privadas.
CREATION MOUNTINGS & SEMIFINISHED	Artesanos y empresas productoras del sector de la orfebrería que tratan las monturas de piezas y las piezas semiacabadas.
LOOK	Joyería contemporánea y cosmopolita, espacio dedicado a diseñadores jóvenes y marcas emergentes.
TIME	Agrupar el sector de la relojería de pulsera y unen a marcas independientes asentadas con empresas de producción de piezas.
ESSENCE GEMS, DIAMONDS, CORALS & PEARLS	Empresas especializadas en la elaboración y comercialización de piedras preciosas y semipreciosas. Operadores internacionales seleccionados, proveedores de diamantes, gemas coloradas, perlas, corales, ópalos y gemas opacas.
ESSENCE ELEMENTS	Empresas especializadas en la elaboración de elementos no preciosos.
EXPRESSION	Empresas, estudios y profesionales independientes que trabajan el <i>packaging</i> , el aspecto visual del <i>merchandising</i> y la comunicación.
EVOLUTION T. GOLD	Empresas especializadas en la proyección, producción y venta de maquinaria y tecnología innovadora aplicada a la orfebrería.
DELIVERY AT PALAKISS	Espacio dedicado a las empresas que quieran vender sus productos en el momento. Deben ser productos de oro de 18 o 14 quilates, plata o acero con piedras naturales.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de VicenzaOro.



## 2. Descripción y evolución de la Feria

### 2.1. Organización y precios

La Feria de Vicenza Oro es considerada la más relevante a nivel europeo, tras la caída de la feria de Basilea. A nivel internacional compite con la feria de Las Vegas, especializada en el mercado americano, y la feria de Singapur. Ésta última es la más relevante para el mercado asiático, seguida de Hong Kong.

Es la Feria donde lo mejor de la producción *Made in Italy* de los principales distritos manufactureros y las excelencias internacionales presentan sus nuevos productos, anticipos de colecciones, y lanzan las tendencias anuales en joyería, que varían desde piedras preciosas a piedras semipreciosas, a creaciones de alta joyería o productos de moda y tendencia, pasando por las soluciones de diseño más innovadoras para *packaging* y *visual merchandising* y la maquinaria más avanzada para el sector.

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.



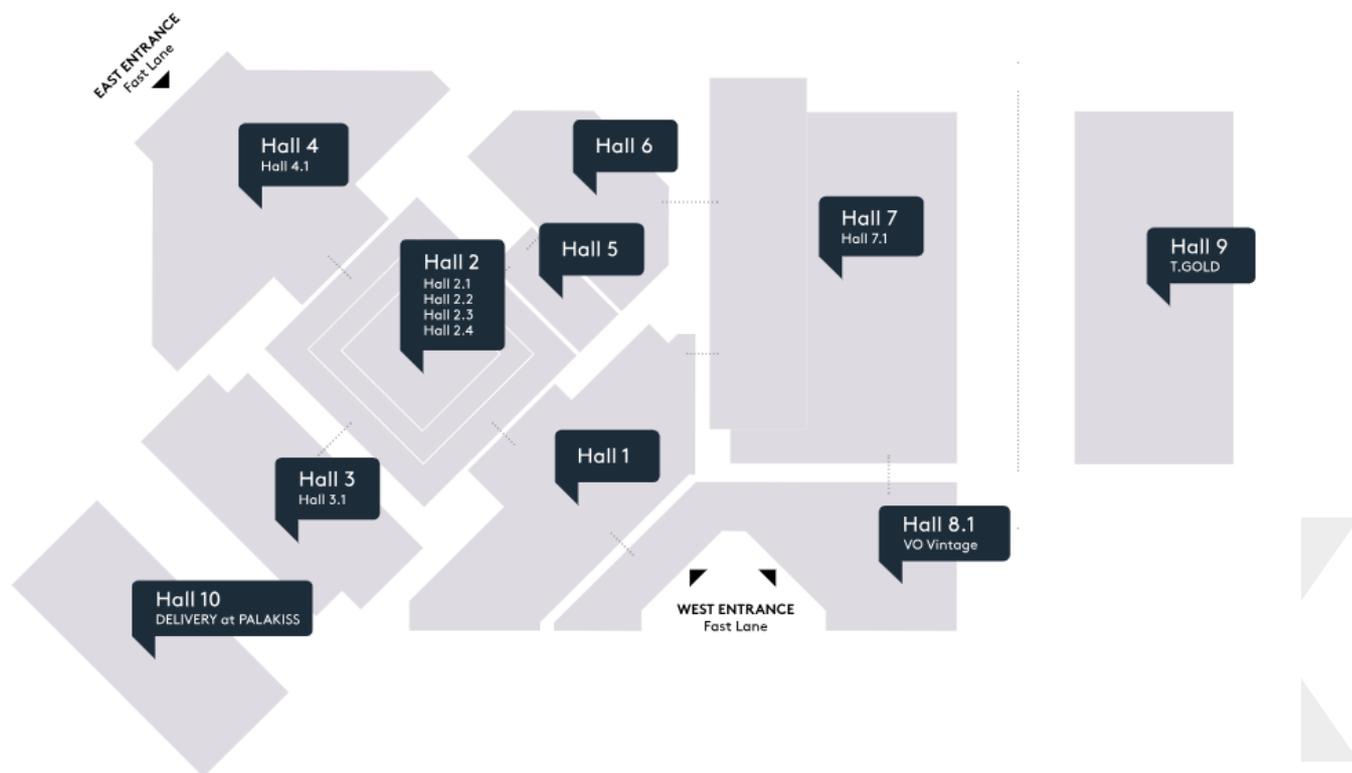
Via Emilia 155 – 47921 Rimini (Italia)

Teléfono: +39 0541 7444111

Email: [info@iegexpo.it](mailto:info@iegexpo.it)

La Feria se desarrolla en los distritos de exposición anteriormente descritos, que se reparten por el complejo ferial de Vicenza tal y como se ve en el siguiente mapa:

IMAGEN 1: PLANO DE LA FERIA  
**MAPPA DELLA MANIFESTAZIONE**



Fuente: VicenzaOro.

Con respecto a los precios, cada expositor deberá pagar una cuota inicial de adhesión del 30 % del precio final de participación en la feria + IVA (abajo en la tabla). Este importe queda condicionado a que la organización ferial acepte al expositor. Si la organización no acepta la participación del expositor, este importe le vendría restituido. Por otra parte, la cuota de inscripción, de 600 €, comprende seguro, cartelería expositiva, conexión a red Wi-Fi, inclusión en catálogo y electricidad hasta 1.000 W de potencia.

En cuanto al precio del *stand*, este variará en función de las ediciones en las que se vaya a participar y debe consultarse directamente a la organización de la feria. Estos precios incluyen el montaje del *stand*. A continuación, se presentan las tarifas base como referencia del coste de participación en la feria.



TABLA 2: TARIFAS – VICENZAORO

*Stands clasificados por número de ediciones y extras por m<sup>2</sup>*

	1 edición	2 ediciones
<b>Stand</b>	472 €/m <sup>2</sup>	400 €/m <sup>2</sup>
<b>Extra – posición ángulo o carril preferente</b>	---	---
Hasta 15 metros cuadrados	+8 % del total	+8 % del total
De 16 a 32 metros cuadrados	+6 % del total	+6 % del total
A partir de 33 metros cuadrados	+4 % del total	+4 % del total

Fuente: Elaboración propia en base a datos de VicenzaOro.

## 2.2. Datos estadísticos de los expositores

Como se puede observar en los siguientes gráficos y tablas, los expositores han recuperado los niveles anteriores a la pandemia. A esta edición acuden 464 expositores extranjeros, un 36 % de los expositores totales.

TABLA 3: EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE EXPOSITORES EN VICENZA ORO 2019 – 2024

*Ediciones de enero y septiembre*

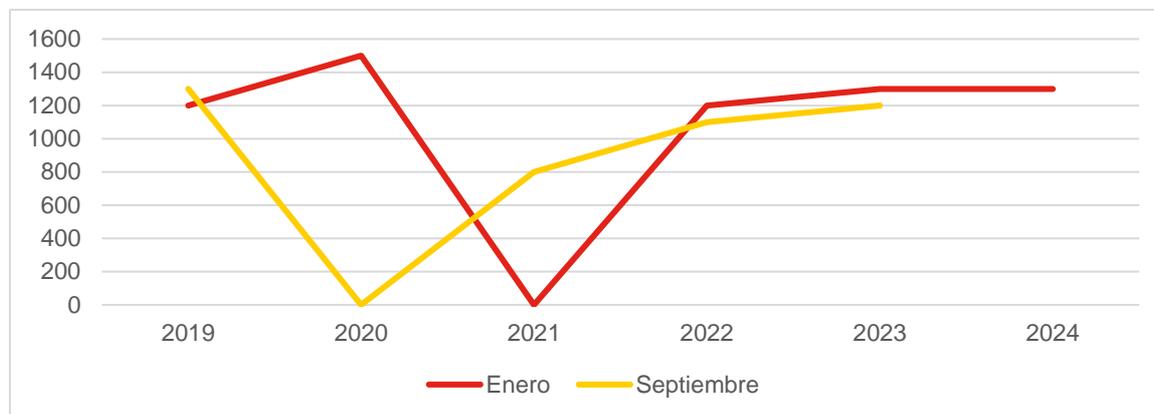
	Enero 2019	Sept. 2019	Enero 2020	Sept. 2020	Sept. 2021	Enero 2022	Sept. 2022	Enero 2023	Sept. 2023	Enero 2024
<b>Expositores</b>	1.200	1.300	1.500	-	800	1.200	1.100	1.300	1.200	1.300
<b>Nº de países de expositores extranjeros</b>	35	34	35	-	-	33	30	36	34	37

Fuente: elaboración propia con datos de Vicenza Oro.



### GRÁFICO 1: EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN VICENZA ORO 2019 - 2024

Ediciones de enero y septiembre

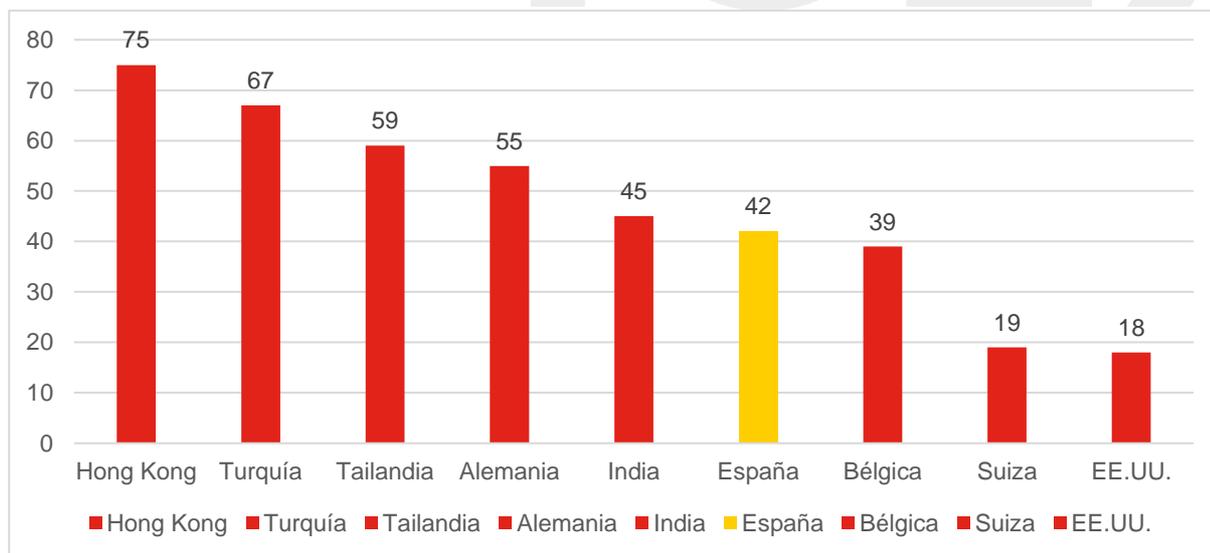


Fuente: Elaboración propia en base a datos de Vicenza Oro.

Con respecto al *ranking* de países por número de expositores, España se coloca sexta entre los expositores extranjeros.

### GRÁFICO 2: RÁNKING DE PAÍSES POR EXPOSITORES EN VICENZAORO

Edición de enero 2024



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Vicenza Oro.

Aunque los países asiáticos acuden con un mayor volumen de expositores, hay más países europeos representados en la feria que de cualquier otro continente.



## 2.3. Participación española

Con respecto a la participación española, este año han participado 42 empresas españolas en Vicenza Oro, que han acudido independientemente. Este número se acerca a las cifras reportadas en las ediciones de enero inmediatamente anteriores a la pandemia, por lo que supone una señal de recuperación y resistencia de la Feria

**TABLA 4: PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS ESPAÑOLAS EN VICENZA ORO 2016 -2024**  
*Ediciones de enero y septiembre*

<b>Edición</b>	<b>Número de participantes</b>
2016 septiembre	45
2017 enero	37
2017 septiembre	-
2018 enero	36
2018 septiembre	48
2019 enero	46
2019 septiembre	46
2020*	-
2021*	-
2022 enero	43
2022 septiembre	41
2023 enero	43
2023 septiembre	40
2024 enero	42



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Vicenza Oro.

\*Las ediciones de 2020 y 2021 no se consideran debido a la pandemia de la COVID-19.

## 2.4. Datos estadísticos de visitantes

Con respecto a los datos de visitantes, la Feria no publica datos absolutos. Los que se encuentran en la tabla más abajo han sido proporcionados directamente por la organización. La misma afirma que esta edición ha sido la de mayor afluencia de su historia con un crecimiento en el número total de visitantes de un 3 % con respecto a la edición de 2023.

En su 70.º aniversario, la Feria se reafirma como una de las más importantes a nivel mundial debido al número de visitantes extranjeros, que componían el 60 % del total, procedentes de 141 países de todo el mundo, frente a 136 en 2023.



Entre los países individuales más representados figuran Estados Unidos y Turquía; de Europa: España (siendo la tercera con mayor representación en la feria), Alemania, Francia, Grecia y el Reino Unido; de Oriente Medio, los Emiratos Árabes Unidos. De Asia, India, China, Japón, Tailandia y Hong Kong. El mayor crecimiento se registró en China (+188 %), Japón (+44 %), Colombia (+38 %), Brasil (+36 %) y Francia (+25 %).

Como nuevos países que visitan Vicenza Oro se cuenta con Tanzania, El Salvador y Honduras.

Por otro lado, la organización invita a compradores especialistas a visitar la Feria para que puedan comerciar con los expositores.

**TABLA 5: EVOLUCIÓN DE VISITANTES Y DE COMPRADORES ESPECIALISTAS (BUYERS) INVITADOS POR LA ORGANIZACIÓN EN VICENZA ORO 2019 – 2024**

*Ediciones de enero y septiembre*

	Enero 2019*	Sept. 2019	Enero 2020	Enero 2022	Sept. 2022	Enero 2023	Sept. 2023	Enero 2024
<b>Visitantes</b>	-	16.128	20.778	-	-	40.645**	27.029	41.902
<b>Visitantes extranjeros</b>	-	6.259	9.835	-	-	-	13.164	23.437
<b>Buyers invitados</b>	500	387	312	400	400	400	604	507

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Vicenza Oro.

\*No aparecen los datos de visitantes en enero 2019, enero 2022 y septiembre 2023 debido a que la organización no publica los datos de asistencia de todas las ediciones.

\*\*Estimación a partir del dato relativo de crecimiento del 3% en visitantes con respecto a enero 2023 en enero 2024.

## 3. Tendencias y novedades presentadas

### 3.1. Tendencias presentadas en la feria

- **RELOJES DE PULSERA CONTEMPORÁNEOS Y VINTAGE**

En esta edición de Vicenza Oro se ha dado un impulso a la tradición e historia italiana del reloj, contrastándose con tecnología de última generación. En el apartado de Vintage VO, sector específico para la compraventa de relojes únicos y vintage, se han impartido formaciones específicas, *workshops* y *masterclass* para todos aquellos que quisieran entender y descubrir más sobre esta línea de productos.



Imagen 2 Colección Gucci 2024.

- **JOYERÍA MÁS VOLUMINOSA**

Una de las tendencias más destacadas para 2024 ha sido la adopción de accesorios más anchos, con tamaños generosos, diseños atrevidos y decididos y piezas únicas que a menudo se convierten en verdaderas obras de arte y diseño. Esta tendencia afecta a todo tipo de joyas, desde pendientes a gargantillas pasando por pulseras y anillos, e incluso broches y *chokers*.

- **SOSTENIBILIDAD A LO LARGO DE LA CADENA DE VALOR**

Uno de los principales motores del crecimiento del sector de la joyería es precisamente la disponibilidad de nuevas tecnologías y materiales para la producción de joyas que sean conscientes con el medio ambiente y con la justicia social y ética. De ahí la necesidad de que las marcas y sus cadenas de suministro modifiquen su infraestructura para cumplir altos estándares de sostenibilidad, y de dotarse de herramientas que mejoren y hagan un seguimiento de sus procesos de abastecimiento y fabricación para conseguir las certificaciones ESG (*Environmental, Social, Governance*) internacionales.



Imagen 3 de un anillo en una planta.



## 4. Valoración

### 4.1. Del evento en su conjunto

Vicenza Oro, la feria más importante del sector del oro y la joyería, ha dado muestras de fuerza y continuidad alcanzando niveles de asistencia y participación como los anteriores a la pandemia. Este año, en su 70 aniversario, la organización de la Feria ha decidido relanzar el proyecto propuesto años atrás e iniciará las obras del nuevo pabellón de 22.000 metros cuadrados que se espera esté disponible para la edición de septiembre de 2026.

Las obras dotarán de un nuevo trazado al recinto ferial de Vicenza con un nuevo pabellón que sustituirá a los pabellones 2, el histórico "caracol" o "pirámide", construido en 1971, y 5, para ofrecer más espacio a los expositores y un mejor flujo de para los visitantes dentro del recinto ferial.

Con respecto a los eventos paralelos a la Feria, que han dotado a la misma de una profundidad que va más allá del comercio, se encuentran principalmente las dos siguientes actividades:

- **Museo del Gioiello de Vicenza**

En 2014 se inauguró el proyectado por la arquitecta y diseñadora española Patricia Urquiola. El museo se ubica en la Basílica Palladiana, situada en la Piazza dei Signori. Ahora mismo se expone la cuarta edición del ciclo de joyería italiana, a cura de Alba Cappellieri, y cuenta con 9 salas. Como parte de las exposiciones temporales han presentado esculturas de joyas de Salvador Dalí, joyas y amuletos egipcios y una colección de joyas diseñadas en Vicenza.



Imagen 4 de la Basílica Palladina (obtenida de la web del Comune di Vicenza).

- **VIOFF (VICENZAORO Fuori Fiera)**

Coincidiendo con la celebración de la feria, se celebra la undécima edición de VIOFF, el equivalente al Fuorisalone del Salone Internazionale del Mobile di Milano pero en versión de joyería. El proyecto nace de la sinergia entre la administración municipal y la organización de la Fiera, buscando caracterizar el corazón de la ciudad con una amplia oferta artística, cultural y de entretenimiento.

Para este año, se elige como temática del VIOFF la “*Golden Generation*”, que se ha centrado en muestras y eventos alrededor de la idea de la acción social de los jóvenes, el aprendizaje y de los 70 años de la feria. También se han ofrecido diferentes experiencias gastronómicas, con 5 restaurantes generando unos menús *Golden* para la ocasión.

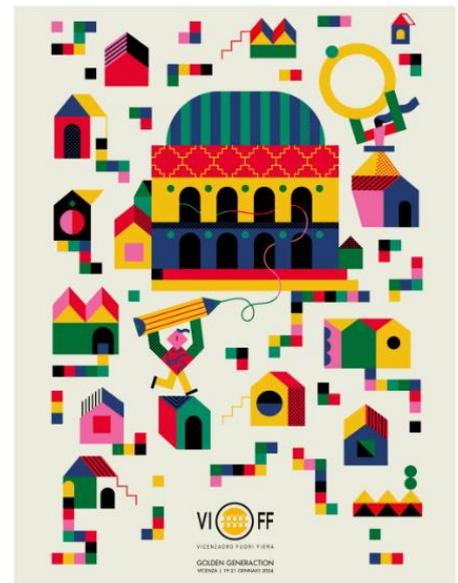


Imagen 5 del Cartel de VIOFF 2024.



## 5. Anexos

### 5.1. Recomendaciones

#### **Cómo preparar la feria:**

##### **Antes de la feria:**

Organice su viaje con antelación. Los precios de los hoteles en Milán suelen subir mucho durante las ferias importantes. En ciudades más pequeñas, pero centros feriales importantes, como Rímini o Bolonia y en menor medida Verona, la oferta de hoteles es escasa y es frecuente que los expositores tengan que alojarse en ciudades cercanas.

Familiarícese con la página web de la feria. En ella encontrará el catálogo completo de participantes con datos de contacto, así como otras informaciones de interés. Muchos de ellos podrían ser buenos contactos comerciales potenciales.

Infórmese acerca del programa de compradores internacionales. Las ferias italianas, con el apoyo de la agencia ICE – ITA, suelen invitar a muchos importadores, algo de lo que se puede beneficiar cualquier participante en la exposición, no solo las empresas italianas.

Realice un *mailing* previo de contactos para solicitar entrevista con ocasión de la feria, invitando a los destinatarios a visitarles en su stand. Esto debería realizarse con un mes de antelación. Puede solicitar a la Oficina Económica y Comercial información acerca de directorios disponibles de empresas en Italia y de acceso gratuito o solicitar un servicio personalizado de identificación de socios comerciales (sujeto a disponibilidad en el momento de la solicitud).

Haga un seguimiento del *mailing*, contactando primero a las empresas que han mostrado interés por sus productos.

Recabe información general sobre el mercado: situación económica general y particularidades nacionales.

Solicite a la Oficina Económica y Comercial información sobre el sector de interés: Hágase una idea general previa del sector en el país (las cantidades del producto que importa el país, y en concreto de España, el funcionamiento de la distribución, el consumo, la competencia). Esta información le ayudará a la hora de negociar condiciones con los potenciales clientes.



Asegúrese de que su material de presentación está mínimamente adaptado para la promoción internacional: tarjetas de visita, catálogos, listado de precios como mínimo en inglés. Si es posible, también es muy recomendable tenerlo en italiano.

### **Durante la feria:**

Planifique su tiempo en la feria adecuadamente para poder visitar todos los pabellones de la feria en los que pueda haber competidores o potenciales socios.

En Italia, abordar a una empresa en su *stand* “a puerta fría” no es infrecuente, lo importante es no hacerlo cuando los responsables del *stand* estén ocupados. Un buen momento es al inicio de la feria.

Entrevistas: Sea puntual, no se exceda en el tiempo, anote las condiciones que le proponen, aunque no le interesen, y fíjese en los datos que se insinúan sobre la competencia. Los italianos tienen un gran aprecio por la gastronomía: puede resultar conveniente ofrecerles algún producto gastronómico de España (anchoas del Cantábrico, jamón ibérico o queso manchego son especialmente apreciados). Además, considere tener una cafetera en su *stand*: a los italianos les encanta conversar sobre negocios mientras disfrutan de una taza de café.

Observación del producto y los precios de la competencia: Observe las adaptaciones específicas al mercado, la forma de presentación, el diseño, los productos complementarios, los tamaños, los envases y el etiquetado, etc.

Si habla con otros expositores españoles, intente contrastar su experiencia en el mercado y en la feria. Puesto que las costumbres comerciales de las empresas españolas serán las más parecidas a las suyas, sus comentarios pueden orientarle sobre sus posibilidades y las dificultades reales que va a encontrar en el mercado.

Diríjase a los *stands* de las publicaciones profesionales y coja los ejemplares gratuitos: En ellos puede obtener una idea aproximada del sector en el mercado (los líderes del sector, la oferta, las formas típicas de promoción y publicidad). También puede completar su información sobre las publicaciones especializadas para poder decidir en el futuro si realizar una inserción en alguna de ellas.

Aproveche el viaje para visitar personalmente los diferentes canales de distribución: Observe las características del producto español y de otros países y sus precios, y contraste sus observaciones con los datos que ya estaban a su disposición y con los de su propia empresa.

### **Después de la feria:**

Cuide los contactos que ha realizado: Envíe los datos que le han pedido en las entrevistas y aproveche para mandar información promocional sobre su empresa.

Organice y analice la información conseguida: Anotaciones de las entrevistas, publicaciones sectoriales, dossier de prensa, catálogos, listas de precios de la competencia.

Solicite información complementaria a la Oficina Económica y Comercial, que le ayude a profundizar en su primer contacto y a analizar sus posibilidades en el país.

Desarrolle su estrategia en el mercado, proceda a las adaptaciones correspondientes en temas de producto y precios, y también en cuanto al material promocional.

### Cómo llegar:

 **Avión:** Se puso a disposición un servicio gratuito de autobús lanzadera durante todo el evento desde los aeropuertos "Marco Polo" de Venecia y "Valerio Catullo" de Verona hasta la Feria de Vicenza. Las plazas fueron limitadas. Se pidió a los viajeros que recogiesen sus billetes en el punto de información del aeropuerto de Venecia y en el recinto ferial al menos 30 minutos antes de la hora de salida.

 **Tren:** Vicenza se encuentra en la línea ferroviaria Venecia-Milán. La estación está conectada con la feria por el autobús n.º 12 (circular) y por el autobús lanzadera Vicenzaoro que funcionó los días de la feria. Además, esta lanzadera conectaba también con los hoteles, aparcamientos y con el centro de la ciudad. Gracias a la colaboración entre Italian Exhibition Group (los organizadores) y Trenitalia para el año 2024 fue posible adquirir billetes de tren con un descuento de hasta el 80 % en Freccie: Frecciarossa, Frecciargento y Frecciabianca, en 1.ª y 2.ª clase, en los niveles de servicio *Business, Premium, Standard*. La promoción fue válida para todos los billetes con destino/origen Vicenza desde dos días antes hasta el día después del evento. Los billetes se podían comprar a través de la App de Trenitalia, en las taquillas y agencias de viajes autorizadas o en la web trenitalia.com. A bordo del tren los viajeros debían mostrar el formulario además del billete.

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



## 5.2. Listado de expositores españoles

Número	Empresa	Web
1	AGUILAR DE DIOS EXPORTACION SA	<a href="http://www.aguilardedios.com">http://www.aguilardedios.com</a>
2	ALIAS CONCEPT	<a href="http://www.aliasconcept.net">http://www.aliasconcept.net</a>
3	ALMACENES BUSTINZA S.A.	<a href="http://www.bustinzajoyas.com">http://www.bustinzajoyas.com</a>
4	ALMUFER-ALFONSO MUNOZ FERNANDE SA.	<a href="http://www.almufer.es">http://www.almufer.es</a>
5	ANTONIO ALGAR DIAZ	-
6	ANTONIO LOPEZ MONTERO S.L.	<a href="http://www.alopez-montero.com">http://www.alopez-montero.com</a>
7	ANTONIO MILLAN GORDILLO, S.L.	<a href="http://www.amillangordillo.com">http://www.amillangordillo.com</a>
8	ARTHA JEWELS S.L.	-
9	AVILES SPAIN MANUFACTURER	<a href="http://www.avilesspain.com">http://www.avilesspain.com</a>
10	BABY JEWELLERY SL	<a href="http://www.babystuds.com">http://www.babystuds.com</a>
11	CANDELA VECAN S.L.	<a href="http://www.candela.es">http://www.candela.es</a>
12	CARRERA Y CARRERA	<a href="https://carreraycarrera.com/en/">https://carreraycarrera.com/en/</a>
13	CLAUS UNION S.L.	<a href="http://www.clausunion.com">http://www.clausunion.com</a>
14	COMPACK SL	<a href="http://www.compack.es">http://www.compack.es</a>
15	CONDEVERA S.L.	<a href="http://www.condevera.com">http://www.condevera.com</a>
16	CRISOLAR	<a href="http://www.crisolar.com">http://www.crisolar.com</a>
17	DAMASO MARTINEZ S.L.	<a href="http://www.damasomartinez.com">http://www.damasomartinez.com</a>
18	DIAZ Y VILLAR JOYEROS S.L.	<a href="http://www.diazvillarjoyeros.com">http://www.diazvillarjoyeros.com</a>
19	FACET	<a href="http://www.facetbarcelona.com">http://www.facetbarcelona.com</a>
20	GOLD&ROSES	<a href="http://www.goldandroses.com">http://www.goldandroses.com</a>
21	GOLDGEOUS S.L.	<a href="http://www.goldgeous.com">http://www.goldgeous.com</a>
22	HUECOS RAF, S.L.	<a href="http://www.huecosraf.com">http://www.huecosraf.com</a>



23	JMD SILVER SL	<a href="http://www.jmdsilver.com">http://www.jmdsilver.com</a>
24	JORGE REVILLA	<a href="http://www.jorgerevilla.com">http://www.jorgerevilla.com</a>
25	JOSE LOPEZ GARCIA S.L.	<a href="http://www.joselopezgarcia.com">http://www.joselopezgarcia.com</a>
26	LA PETRA	<a href="http://www.lapetra.co">http://www.lapetra.co</a>
27	LARREA JOYEROS S.L.	<a href="http://www.larreajoyeros.com">http://www.larreajoyeros.com</a>
28	LECARRÉ	<a href="http://www.lecarre.es">http://www.lecarre.es</a>
29	MACOVAL S.L.	<a href="http://www.macoval.com">http://www.macoval.com</a>
30	MONDICOR S.L	<a href="http://www.mondicor.es">http://www.mondicor.es</a>
31	NORRESLET, S.L.	<a href="http://www.norreslet.com">http://www.norreslet.com</a>
32	OPLA S.A.	<a href="http://www.opla.es">http://www.opla.es</a>
33	ORFEBRES NAVARRO SL	<a href="http://www.orfebresnavarro.com">http://www.orfebresnavarro.com</a>
34	PEDRO ROMERO MURIEL SL	<a href="http://www.pedro-romero.com">http://www.pedro-romero.com</a>
35	PIE DE REY DESIGNS S.L.	<a href="http://www.piederey.com">http://www.piederey.com</a>
36	RAGUI - RAFAEL GUIJO SL	<a href="http://www.ragui.com">http://www.ragui.com</a>
37	SALVATORE PLATA (JOYEROS 94 S.L.)	<a href="http://www.salvatoreplata.es">http://www.salvatoreplata.es</a>
38	SUCESORES SIMON FRANCO S.A.	-
39	SUPERORO HISPANO ITALIANA SA BLACK & WHITE JEWELLERY	<a href="http://www.blackandwhitejewellery.com">http://www.blackandwhitejewellery.com</a>
40	TENERIFE WATCHES S.L.	-
41	VC JEWELRY 1958 SOCIEDAD LIMITADA UNIPERSONAL	<a href="http://www.victoriacruz.es">http://www.victoriacruz.es</a>
42	WWW.INDUFOREXPORTACION.COM	<a href="http://www.induforexportacion.com">http://www.induforexportacion.com</a>



### 5.3. Direcciones de interés

Para recibir más información sobre el certamen puede dirigirse a:

**OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN MILAN**

Via del Vecchio Politecnico, 3, planta 16, 20121

Oficina: [milan@comercio.mineco.es](mailto:milan@comercio.mineco.es)

Teléfono: +39 02 78 1400

ICEX

# 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**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones