

## Rassegna b2b di pietre preziose, minerali, ambre, perle, coralli, conchiglie e affini

# Il lato prezioso della Fiera: nasce Gem World

**RIMINI** - Nuova sfida per la Fiera lancia una nuova sfida: dal 7 al 9 giugno la prima edizione di **Gem World**, salone internazionale business to business dedicato alle pietre preziose ed affini. Tutto nasce dall'accordo siglato da **Rimini Fiera** in settembre con AssoGemme, nuova associazione di categoria che riunisce oltre cinquanta tra le più importanti e stimolate aziende di commercializzazione di materie prime per la gioielleria - tra cui Cesari & Rinaldi, Gorgoglione, Signity - gruppo Swarovski - per dar vita a **Gem World**, iniziativa inedita nel panorama fieristico italiano. In Italia, infatti, si trovano importanti eventi dedicati al gioiello, incentrati sul prodotto finale ottenuto dalla lavorazione dell'oro o di altri metalli nobili con le gemme, ma non esistono kermesse

**Assogemme: «Il nostro slogan è 'pietre per la moda, moda per le pietre'»**

dedicate esclusivamente a queste ultime. Eppure l'Italia gioca un ruolo di primo piano nell'allocatione di pietre per gioielleria a livello mondiale.

"La strategia di sviluppo di **GEM WORLD** - spiega Piero Venturelli, direttore generale di **Rimini Fiera** - prevede l'approfondimento di un format articolato che abbina all'esposizione (pietre preziose e semipreziose, minerali, ambre, perle, coralli, conchiglie, cammei, servizi

dedicati, editoria specializzata...) un importante carnet di convegni, workshop, seminari ed eventi dentro e fuori salone in una Rimini storicamente legata alla famosa via dell'ambra". Paolo Cesari, presidente di Assogemme, riassume: "Il nostro slogan è: pietre per la moda, moda per le pietre. Sotto i riflettori, con incontri e sfilate, porremo infatti il ruolo fashion delle pietre, spesso utilizzate dall'alta moda per impreziosire e illuminare di colori i capi d'abbigliamento e gli accessori. Sempre più di frequente gli stilisti richiedono prodotti unici ed esclusivi, in linea con il proprio gusto e design. In questa maniera, i "pietraisti" diventano consulenti delle griffe: stimolano con nuove proposte, trovano soluzioni, garantiscono la qualità e l'originalità del prodotto".

