



COMMUNICATION

A celebration with a lot of guests honouring Karizia's anniversary

Participation was the key word for this celebration, a value that made it possible to tell a rich story of success and satisfaction; the story of a company that from the start has favoured quality research, perfect artisanship, artistic talent and creativity. A reality of international respiration that has realised a Made in Italy which is recognisable all over the world.

XXV°



TECHNOLOGY

IT ProLux



Vicenzaoro announces the succes of It-ProLux

The new anti-oxidant technology's debut at the international scene.

The new technology **IT PROLUX**, the innovative anti-oxidant process to keep silver shiny in time, was one of the novelties at Vicenzaoro. A unique product in the worldwide view of solutions to conserve the brightness of silver. An excellent result is reached after many years

of research. **IT PROLUX** is the outcome of Karizia's investment in research. The company has always dedicated a big part of its resources to developing new technologies. The successful synergy with an important Swiss institute of research, gave life to the first "elixir of youth" for silver: **IT PROLUX** protects the brightness of silver in time. In the international window at Vicenzaoro, **IT PROLUX** is valued as the most innovative product that is able to offer more than present competitors in the market with different processes do, as so declared by many observers.

BUSINESS

Gold Fever

A secure and advantageous asset, with a growing factor for shops that sell it

The price of gold will skyrocket some more, as confirmed in the the 46th edition of the Gold Survey 2012 report. In the year 2000 the gold market was a rising one. At the beginning of the year 2012 the dollar price per ounce was about 1750, after it registered a bounce to 1921.15 in Summer 2011. Various sources presuppose another increase before the end of this year that could bring gold to pass 2000 dollar per ounce. Uncertain political and economical forecasts, a complex and total instable atmosphere, and the lack of mining investments during the 90s are some of the evident reasons that cause this phenomenon. Gold remains secure and advantageous but most of all stable in its value. It is not just a coincidence that it contributes to a boom of shops that buy and sell this precious metal and that their turnover increases an average of 25% per year.



COMPANY



Young inside

Passion and determination for 25 years. Together in order to always be the best regarding Made in Italy.

Passion and energy are essential qualities for entrepreneurs.

“Being an entrepreneur is not a desirable thing anymore” or rather it is not a fashionable trend for young people anymore. An article

published by Ansa reports that Italian companies are more and more managed by people over 70 years old, while companies run by young people, collapse. “Our company is the fruit of an alliance of great professional and human value” explain founders Giorgio Ferronato, Carlo and Luigi Marostica, with pride. They are the people that have managed Karizia since the beginning. “We have only increased passion and enthusiasm for our job, always looking for new solutions in the art of manufacturing the metals. Next to that we have

accumulated knowledge that can only be found in the field. We are young inside and full of energy and this is one of the main ingredients of entrepreneurship. Jokes aside, it must be said that nowadays for someone who is younger than 30 years old, it is very difficult to start up a company and to become an entrepreneur if it is not in the internet business, like the case Mark Zuckerberg shows. Anyway, apart from age, passion and enthusiasm are fundamental factors. Exactly with those factors we were able to promote our brand worldwide and so we have reached a growing consensus. At the same time we have strengthened long time relationships with clients due to Karizia’s reliability and ability to do things well. Nowadays reliability does not only represent delivering on time but most of all it stands for quickness in satisfying the clients’ commercial needs.” Human resources play an important role in this, many of Karizia’s employees were born after 1970 and it is together with them that we reach our objectives.



ENVIRONMENT



Karizia: a green corporate vision

The choice of technological disposal installations and education regarding the environment.

A green approach is the foundation for both Karizia's values and choices which, in line with its vocation

for saving the earth, has further improved the procedures destined at precious metal recovery of some special types of waste, produced during the manufacturing cycles. The use of well-advanced installations that conform the regulations concerning saving the environment, has allowed the company to create manufacturing processes that are able to integrate the precious metal recovery of precious metals as well as waste

disposal. The company's objective is to limit damage to the environment and that is why it uses advanced and safe technologies, respecting the most strict regulations. Moreover Karizia invests in both teaching its staff and making the people aware of their responsibility towards the environment. The final goal is to offer a correct management of its waste disposal inside and outside the company. In order to be able to do so, Karizia organises training programmes and refresher courses to make it easier to understand the impact on the environment when it comes to the balance between environmental costs and benefits. In this way the company offers everybody a way to deeply understand the solutions that step by step are chosen.



EVENTS



LAS VEGAS 01-04 JUNE



VICENZA 08-12 SEPTEMBER



HONG KONG 21-25 SEPTEMBER



VICENZA 12-17 JANUARY 2013



COMUNICAZIONE

Grande partecipazione alla serata in onore del compleanno Karizia

la storia di un'azienda che fin dai primi anni d'attività ha privilegiato la ricerca della qualità, la perfezione artigianale, il talento artistico e la creatività. Una realtà di respiro internazionale che ha realizzato un Made in Italy riconoscibile in tutto il mondo.

XXV°



TECNOLOGIA

IT ProLux



Vicenzaoro proclama il successo di It-ProLux

La nuova tecnologia antiossidante debutta sulla scena internazionale

La nuova tecnologia **IT PROLUX**, l'innovativo processo antiossidante capace di mantenere l'argento brillante nel tempo, è stata una delle novità indiscusse di Vicenzaoro. Un unicum nel panorama mondiale delle soluzioni per la conservazione

della brillantezza dell'argento. Un eccellente risultato giunto dopo anni di ricerche. **IT PROLUX** è il risultato della ricerca di Karizia s.p.a. che fin dagli inizi della sua storia ha destinato una parte consistente delle sue risorse nello sviluppo di nuove tecnologie. La fortunata sinergia con un importante istituto di ricerca svizzero ha dato vita al primo "esilir di giovinezza" dell'argento: **IT PROLUX** protegge la brillantezza dell'argento nel tempo. Nella vetrina internazionale di Vicenzaoro **IT-PROLUX** è stato valutato da molti osservatori come il prodotto più innovativo e in grado di superare le prestazioni di competitor presenti nel mercato con processi diversi.

MERCATO

Scoppia la febbre dell'oro

Resta un bene sicuro e vantaggioso, in crescita i negozi che lo vendono

Il prezzo dell'oro subirà un'ulteriore impennata come confermano i dati estratti dalla 46 esima edizione del rapporto Gold Survey del 2012. Nell'anno 2000 quello dell'oro era un mercato a rialzo. All'inizio del 2012 il prezzo del dollaro all'oncia era circa di 1750 dopo che nell'estate 2011 aveva registrato un balzo a 1921.15. Prima della fine di quest'anno diverse fonti ipotizzano un ulteriore aumento che potrebbe portare l'oro a superare i 2000 dollari all'oncia; le previsioni politiche ed economiche incerte, un'atmosfera complessivamente instabile e la mancanza di investimenti minerari durante gli anni Novanta sono alcune delle ragioni più evidenti di questo fenomeno. L'oro resta un bene sicuro e vantaggioso e soprattutto stabile nel suo valore. Non è un caso che si assista a un boom dei negozi che comprano e vendono il prezioso metallo e che il loro fatturato cresca in media del 25% all'anno.



AZIENDA



Giovani dentro

Passione e determinazione da 25 anni. Insieme per essere sempre i migliori nel made in Italy.

Passione ed energia sono qualità indispensabili per chi fa impresa.

“Fare gli imprenditori non va più di moda” o meglio è una tendenza non

più in voga tra i giovani d’oggi; da un articolo pubblicato dall’Ansa si evince che l’impresa italiana è sempre più in mano alle persone con più di settant’anni, mentre crollano le aziende gestite da imprenditori giovani. “La nostra azienda è il frutto di un’alleanza di grande valore professionale e umano” spiegano con orgoglio i fondatori Giorgio Ferronato, Carlo e Luigi Marostica, che tutti lontani dal traguardo dei settanta, gestiscono Karizia. “In questi anni siamo cresciuti con la passione e l’entusiasmo per il nostro lavoro,

cercando nuove soluzioni nell’arte della lavorazione dei metalli e facendo tesoro di un bagaglio di conoscenze che si possono acquisire solo sul campo. Siamo giovani dentro, abbiamo molta energia che è uno degli ingredienti principali dell’imprenditorialità. Battute a parte, c’è da dire che oggi per un giovane, cioè una persona al di sotto dei trent’anni, è molto difficile diventare imprenditore, a meno che non operi nel campo delle start up in rete come dimostra il caso di Mark Zuckerberg.

In ogni caso, al di là dell’età, ci vogliono passione ed entusiasmo. È così che siamo arrivati a promuovere il nostro marchio in tutto il mondo e che abbiamo raccolto un crescente consenso. Nello stesso tempo consolidiamo rapporti storici che confermano una solida relazione di fiducia dei clienti nei confronti dell’affidabilità Karizia, della capacità di far bene le cose.” Un’affidabilità che oggi non vuol dire solo consegne just in time ma soprattutto rapidità nel soddisfare le esigenze commerciali dei clienti. “E su questo punto un ruolo centrale lo giocano le risorse umane, molte delle quali giovani nati dopo il 1970, la squadra Karizia, i nostri collaboratori: è insieme a loro che raggiungiamo i nostri obiettivi.”



AMBIENTE



Karizia: una visione green corporate

*Scelta di impianti di
smaltimento tecnologici e
programmi di formazione
sull'ambiente.*

L'approccio verde è da sempre alla base dei valori e delle scelte di Karizia che in linea con la sua vocazione alla salvaguardia ambientale, ha ulteriormente migliorato le procedure destinate al recupero di alcune tipologie di rifiuti speciali prodotti durante i cicli produttivi. L'utilizzo di impianti all'avanguardia e conformi alla normativa in materia di tutela ambientale, ha permesso all'azienda di creare cicli di

lavorazione capaci di integrare il recupero dei metalli preziosi e lo smaltimento dei rifiuti. L'azienda, con l'obiettivo di limitare l'impatto ambientale, utilizza tecnologie avanzate e sicure, conformi alle più restrittive regolamentazioni e investe altresì nella formazione e nella responsabilizzazione del personale coinvolto, con l'obiettivo di sensibilizzare tutti gli interessati in materia di corretta gestione e smaltimento dei propri rifiuti prodotti. Karizia infatti organizza programmi di formazione e di aggiornamento per facilitare la comprensione dell'impatto ambientale in termini di bilancio tra costi e benefici ambientali, per permettere a tutti di comprendere a fondo le soluzioni che di volta in volta l'azienda sceglie di adottare.



EVENTI



LAS VEGAS 01-04 GIUGNO



VICENZA 08-12 SETTEMBRE



HONG KONG 21-25 SETTEMBRE



VICENZA 12-17 GENNAIO 2013