

BUSINESS

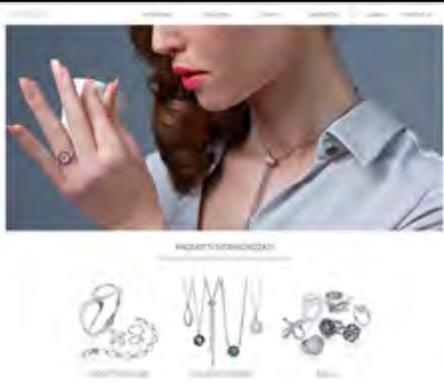
Expo: showcasing Made in Italy

The 1st of May Expo 2015 opened its doors to let the world in. An international event that puts Milan in the spotlights on both a national and an international level.

Expo 2015, that concentrates on aspects like nutrition and environmental awareness, represents for Italy an important showcase of excellence to the

world. Not only on an agricultural and culinary level, but also on a productive, technological and scientific level. For millions of visitors from all over the world this event provides the opportunity to discover the most genuine Made in Italy. All this can be found in a place like Italy, synonym for good taste, uniqueness, utmost attention to detail and prestige. That is exactly why the Expo is a true challenge

for our country, it is a possibility to show and underline Italy's professional qualities to the world. From food to furniture, from clothing to design, Made in Italy is highly appreciated in every sector. And it is thanks to enterprises like Karizia that Italian style is a victory in the world, because they are engaged in spreading creativity, tradition and quality of artisanship abroad.



NEWS

karizia.it A new image

The biggest novelty regarding the new website is that from now on it is possible to discover and admire the new collections. All this thanks to a gallery of images with a wide range of styles. With this renewed and captivating image, Karizia is preparing for Summer, showing once more its capacity to evolve in time while holding on to its anchor of origin and values.

EVENTS



VICENZA **05-09 SEPTEMBER**



HONG KONG **16-20 SEPTEMBER**



VICENZA **22-27 JANUARY 2016**

COMPANY



Reliability is rewarded

A recent survey on the condition of Italian companies has shown that the best commercial partners can be found in north-east Italy and that they have minimum 20 years of entrepreneurial experience. This corresponds to Karizia's profile, because it has a leading role for 28 years now on the Italian and International Goldsmith market. Moreover the company has shown its capacity to face and overcome the economical crisis. And it has done so with professionalism, courage and a touch of originality. What exactly is the success of this

almost 30 year old company from Vicenza? Above all the passion, enthusiasm and competence of its 3 owners, but also the ability to evolve, to be different and to continue to invest in innovation and technology. Research and the evolution of new manufacturing systems, but also flexibility and ability of problem solving are the foundation of the company's success and philosophy. On the one hand flexibility, rapid decision making, the right commercial solutions and being able to meet the needs of clients have gained confidence and on the other hand the artistic research and technology have made the company highly competitive on an international level.

DESIGN

Creativity and technology: a winning combination

A piece of jewelry is so much more than just a precious object: a ring, a necklace, a pendant or a bracelet often is a creation with a

high emotional value for those who wear them.

That is why they have to be perfect and meet the needs of the ones who desire them. Because Karizia truly believes that custom-made products together with honouring the needs of the clients in each and every detail, represent an opportunity instead of a cost, it uses the most modern technological instruments to translate the ideas of the buyer into valid prototypes. In the

developing process of the product, the utmost attention is given to every detail, such as the lock. This is done through particular aspects that allow the personalization of the creations. Creative research that is in line with technology with the result of many patents for the company. Some examples: Sliding Adjuster®, the innovative system for necklaces to pendants, chains or ankle bracelets that thanks to its special sliding lock allows to change length; IT PROLUX, the anti-oxidant process that in time maintains the brightness of silver; OXICOLOR™, a unique technique for the organic colouring of jewelry, which is entirely antitoxic at the same time an allows the creation of 26 different colours of gold and silver.



COMPANY'S WIT

"True elegance is not to be noticed, but to be remembered"

Giorgio Armani

ECONOMY



followed by Japan, Germany and France. The European market is lead by Austria, the Netherlands, Russia and Spain. As far as Italy is concerned, this country seems to only just have discovered the importance of the web; the number of people that buy online is a lot lower compared to the rest of Europe and the other continents. However, it has been growing in the past years. As a matter of fact, it is confirmed by Roberto Liscia, President of Netcomm that “the Italian market, despite its difficulties, is considered promising and with a big growth potential, by international observers”. Also the goldsmith sector is not a stranger in this tendency. Jewelry and watches are the third category in online sales with the biggest growth in the United States. E-commerce is therefore a fundamental channel of distribution for companies that produce jewelry, as well as an opportunity for investment in the next years. And once again Karizia shows being cutting edge: because since quite some time its creations have been present on the online channels of some big shops, which confirms the intuitive spirit and the international view of the company.

The future is online

E-commerce is one of the biggest and fastest growing industries in the world.

In 2014, the report of the Online Commerce of Goods and Services, published by Ecommerce Europe, showed that in comparison with 2013 the global value of online sales was increased by 13,6%. The countries in which most online sales takes place are the United States, China and the United Kingdom. Their contribution is 50% of the total online sales. They are

ENVIRONMENT

The importance of choice

Last 22 April was the 45th anniversary of Earth Day, an international day dedicated to safeguarding our Planet.

Born in 1970 as an academic organization, soon it was institutionalized by the United Nations. Each year this event manages to bring together billions

of people in all 5 continents, involving 192 countries, millions of cities and hundreds of famous people with all kinds of background, such as cinema, politics, science, etc. To celebrate this 45th anniversary, the world was invited to plant a billion of trees and or seeds. This was not only a symbolic gesture, but also a concrete action to contribute to the reforestation of Planet Earth. Also Karizia gives the utmost attention to the environment, by trying to limit emissions as much

as possible and using photovoltaic panels and a water filter system. Moreover, it uses a new supplier for 100% renewable energy. This means that the needs of the company premises is met by clean energy, produced by certified sources which use doesn't undermine mankind's natural sources, nor damages the environment.



TRADE



Italian jewelry is shining under the Federorafi sun

The Italian division of gold-, and silversmith artisans and jewellers is composed of millions of small and big enterprises. Most of them operate in the areas of Arezzo, Vicenza, Milan, Valenza and Naples. The main and most qualified representative for these companies is **Federorafi**, an association that gathers more than 500 Italian industrial companies in the sector. Some of the most important objectives of the Federation are: safeguarding the Italian Goldsmith sector, which for 2/3 is destined abroad; promotion and appreciation of Italian products

regarding distribution, and more. It is also occupied in analyzing and monitoring rules and regulations as well as any kind of problems that might occur on a global level. To be able to do this at best for the Italian companies in the sector, Federorafi is in the process of activating a *"Tavolo Interministeriale for development in the goldsmith and precious metals sector"*.

This instrument will certainly be very effective for safeguarding the Italian division of gold-, and silversmith artisans and jewellers on an international level. The Federation is currently working on the reduction of customs duties on jewelry, which are a lot higher than those on other Made in Italy products, such as shoes. This would mean that export increases by a million. Efforts are made to achieve an efficient free circulation of Goldsmith sector products within the European market, as well as international promotion for Made in Italy in this sector. Karizia is also contributing its part with an active role in Federorafi. One of the founders is part of the Directorial Council, and very committed to make the Italian jewelry sector noticed and flourishing on the International market.



ECONOMIA

Expo: il Made in Italy in vetrina

Il 1° maggio ha aperto ufficialmente le porte al mondo l'Esposizione Universale del 2015, appuntamento internazionale che per sei mesi punterà i riflettori del mondo su Milano e sull'Italia intera. Expo 2015, incentrato sulle tematiche dell'alimentazione e della salvaguardia del pianeta, rappresenta per l'Italia una importantissima vetrina per presentare al mondo le sue numerosissime eccellenze, non solo agroalimentari e gastronomiche, ma

anche produttive, tecnologiche e scientifiche. Per milioni di visitatori provenienti da ogni angolo della terra, l'evento è un'occasione unica per scoprire il Made in Italy più autentico, proprio nei luoghi in cui il gusto italiano, sinonimo di unicità, ricercatezza e prestigio, nasce e si sviluppa. Ecco perché l'appuntamento dell'Expo è per il nostro Paese una vera e propria sfida per rilanciare agli occhi del mondo i valori del sistema produttivo tricolore e per riaffermare con

orgoglio la qualità del saper fare italiano. Dal cibo all'arredamento, dall'abbigliamento al design, non vi è settore nel quale il Made in Italy non raggiunga vette straordinarie e non vi è luogo nel mondo nel quale l'Italian way non venga riconosciuta e apprezzata. È grazie a imprese come Karizia, impegnata a diffondere all'estero la creatività, la tradizione e la qualità dell'artigianato tricolore, che lo stile italiano trionfa nel mondo.



COMUNICAZIONE

karizia.it Una nuova immagine

Novità assoluta per il sito aziendale, da oggi sarà possibile scoprire e ammirare le creazioni che compongono le ultime collezioni presentate, grazie a esaustive gallery di immagini comprensive dei vari modelli. Con questa immagine rinnovata e ancor più accattivante, Karizia si prepara ad affrontare l'estate, dimostrando una volta ancora la propria capacità di evolversi nel tempo, pur rimanendo saldamente ancorata alle proprie origini e ai propri valori.

EVENTI



VICENZA 05-09 SETTEMBRE



HONG KONG 16-20 SETTEMBRE



VICENZA 22-27 GENNAIO 2016

AZIENDA



L'affidabilità che premia

Secondo una recente indagine sullo stato di salute delle aziende italiane, è emerso che i migliori partner commerciali si trovano nell'area del Nord-Est dell'Italia e sono quelli che hanno alle spalle una storia imprenditoriale di almeno vent'anni. Un profilo che corrisponde a quello di Karizia, da 28 anni protagonista del mercato orafco italiano e internazionale e capace di superare brillantemente, con professionalità, coraggio e un pizzico di audacia, la crisi economica dell'ultimo quinquennio. Ma qual è il segreto del successo

quasi trentennale dell'azienda vicentina? Innanzitutto la passione, l'entusiasmo e le competenze dei tre soci fondatori, ma soprattutto la capacità di evolversi, diversificarsi e investire costantemente in innovazione e tecnologia. Ricerca prodotto, evoluzione di nuovi sistemi di lavorazione, ma anche flessibilità e capacità di problem solving sono le parole chiave su cui si fonda l'attività aziendale. E se da un lato flessibilità, rapidità nel soddisfare le più svariate esigenze commerciali e capacità di creare un prodotto costruito davvero su misura hanno conquistato la fiducia dei clienti, dall'altro la costante ricerca artistica e tecnologica rendono l'azienda competitiva in tutti i mercati internazionali.

DESIGN

Creatività e tecnologia: un connubio vincente

Un gioiello è molto più che un semplice oggetto prezioso: un anello, una catena, un pendaglio o un bracciale spesso sono creazioni che, per chi le indossa, hanno un valore molto più profondo e

importante di quello meramente economico. Per questo devono essere perfetti e il più corrispondenti possibile all'idea di chi li ha richiesti. Nella convinzione che lavorare su misura, vestendo l'esigenza del cliente fin nel minimo dettaglio, non rappresenti un costo bensì un'opportunità, **Karizia** si affida ai più moderni strumenti tecnologici per tradurre le idee del committente in prototipi veri e propri. Nel processo di sviluppo del prodotto grande attenzione viene posta

a ogni singolo elemento che compone il gioiello, come ad esempio la chiusura, attraverso l'ideazione di meccanismi particolari che consentono di personalizzare la creazione. Una ricerca creativa che va di pari passo con quella tecnologica e che ha già valso all'azienda numerosissimi brevetti, da **Sliding Adjuster®**, l'innovativo sistema per collane da pendente, catene o cavigliere che, grazie a una speciale chiusura scorrevole, permette di cambiarne la lunghezza, a **IT PROLUX**, il processo antiossidante che mantiene la brillantezza dell'argento inalterata nel tempo, fino a **OXICOLOR™**, una tecnica unica e originale per la colorazione organica e completamente atossica dei gioielli, grazie alla quale si sono ottenuti 26 colori oro e argento.



SPIRITO D'AZIENDA

"L'eleganza non e' farsi notare ma farsi ricordare"

Giorgio Armani

MERCATO



50% delle vendite totali – seguiti da Giappone, Germania e Francia. Per quanto riguarda la situazione europea, invece, oltre alle nazioni già citate, quelle che maggiormente utilizzano i canali di vendita online sono l'Austria, l'Olanda, la Russia e la Spagna. L'Italia, dal canto suo, sembra aver scoperto solo di recente le potenzialità della rete e sebbene il numero di acquirenti online sia ben inferiore rispetto alla media europea e mondiale, il tasso di crescita negli ultimi anni è assolutamente positivo. Tanto da far affermare a Roberto Liscia, presidente di Netcomm che "il mercato italiano, nonostante le sue difficoltà, è oggi considerato dagli osservatori internazionali molto promettente e con grandi possibilità di crescita". Anche il settore orafa non è estraneo a questa tendenza, tanto che le vendite online di gioielli e orologi sono la terza categoria con la più rapida crescita negli Stati Uniti. L'e-commerce è quindi un canale di distribuzione fondamentale per le aziende che producono gioielli, nonché un'opportunità su cui investire nei prossimi anni. Ancora una volta Karizia si dimostra all'avanguardia: già da tempo, infatti, le sue creazioni sono presenti nei canali online di alcuni grossi negozi confermando lo spirito intuitivo e il respiro internazionale dell'azienda.

Il futuro è online

Il commercio online è una delle industrie più grandi e con la più rapida crescita al mondo.

Guardando solo ai dati dello scorso anno presi dal rapporto 2014 sul commercio elettronico di beni e servizi pubblicato da Ecommerce Europe, emerge che rispetto al 2013 il valore globale delle vendite online è cresciuto del 13,6%. I Paesi in cui si vende maggiormente per via elettronica sono gli Stati Uniti, la Cina, il Regno Unito – che da soli coprono più del

AMBIENTE

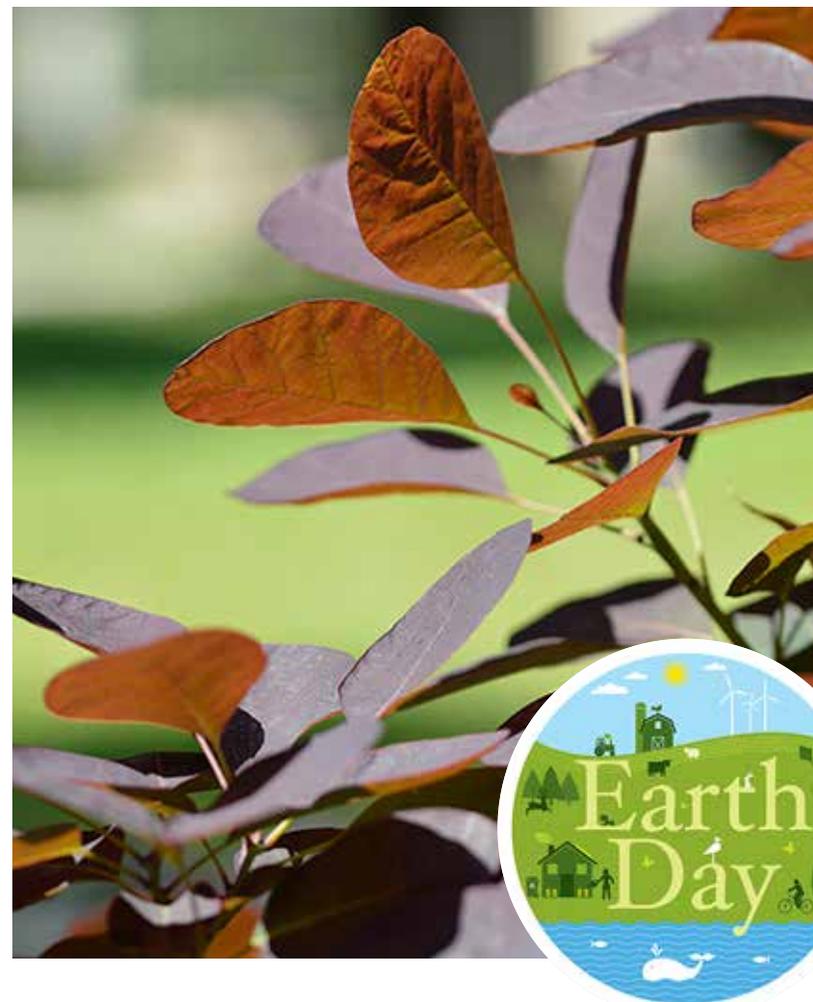
L'importanza delle scelte

Lo scorso 22 aprile l'Earth Day, la giornata mondiale dedicata alla salvaguardia del Pianeta, ha compiuto 45 anni.

Nato nel 1970 come movimento universitario e poi istituzionalizzato dalle Nazioni Unite, l'evento raccoglie ogni anno la partecipazione di miliardi di persone in tutti e cinque i continenti, coinvolgendo 192 Paesi, milioni di città e centinaia di personalità del mondo dello spettacolo, della politica, dello sport e della scienza. Iniziativa portante della 45esima edizione è stato l'invito, esteso a tutto il mondo, a piantare oltre un miliardo di alberi o semi: non solo un gesto simbolico ma un'azione concreta per contribuire al rimboscamento delle foreste, essenziali per la salvaguardia della vita sulla Terra. Anche Karizia ha preso un impegno concreto nei confronti dell'ambiente, non solo cercando di limitare le emissioni nell'atmosfera, utilizzando i pannelli fotovoltaici e un impianto di depurazione

dell'acqua, ma soprattutto affidandosi a un nuovo fornitore di energia al 100% rinnovabile. Questo significa che il fabbisogno energetico della sede aziendale e dello stabilimento di Cassola

viene soddisfatto grazie ad energia pulita, prodotta da fonti rinnovabili certificate, il cui utilizzo non intacca né pregiudica le risorse naturali a disposizione dell'uomo, senza ricadute negative sull'ambiente.



AFFARI



Il gioiello italiano brilla sotto il segno di Federorafi

Il comparto orafa-argentiero-gioielliere italiano è costituito da migliaia di imprese medie e piccole, la maggior parte delle quali operanti nei poli produttivi di Arezzo, Vicenza, Milano, Valenza e Napoli: principale e più qualificato interlocutore delle aziende che operano in questo settore è **Federorafi**, associazione che riunisce oltre 500 aziende industriali italiane del settore orafa. La Federazione ha tra i suoi obiettivi principali la tutela della produzione orafa italiana, per due terzi destinata all'esportazione, la promozione e la valorizzazione del prodotto italiano nei confronti della distribuzione e del grande pubblico e l'analisi e il

monitoraggio, a livello nazionale, comunitario ed extracomunitario, dei problemi e delle normative riguardanti la produzione orafa e gioielliera. Al fine di salvaguardare al meglio il settore gioielliere italiano, soprattutto all'estero, Federorafi è impegnata nell'attivazione di un "Tavolo Interministeriale di sviluppo del settore orafa e dei metalli preziosi" quale strumento veramente efficace per tutelare il comparto orafa-argentiero-gioielliere italiano nel mercato europeo ed extraeuropeo. Su questo punto la Federazione sta lavorando per ridurre i dazi doganali applicati ai gioielli, ben superiori a quelli imposti per altri prodotti di punta del Made in Italy, come ad esempio le calzature – e senza i quali la quota italiana all'export potrebbe aumentare di un miliardo –, battendosi per un'effettiva libera circolazione dei prodotti orafi all'interno del mercato europeo e per l'attivazione di un programma di promozione e internazionalizzazione del settore gioielliere tricolore. Anche i vertici aziendali di Karizia hanno aderito e costituiscono parte attiva di Federorafi, impegnandosi in prima persona, anche attraverso il Consiglio Direttivo di cui fa parte uno dei soci fondatori dell'azienda veneta, nel portare il gioiello italiano a brillare nel mercato internazionale.

