

# MADE IN ITALY A LAS VEGAS

## La gioielleria italiana conquista il mercato USA alla JCK 2026

di Giuseppe De Silva

**“Il nostro lavoro valorizza le aziende italiane e apre nuove opportunità negli USA”**

Filippo Fusaro  
direttore di ICE Houston



La fiera JCK di Las Vegas (Stato del Nevada, Usa) dal 29 maggio al 1 giugno 2026, è l'appuntamento mondiale più importante per la gioielleria di lusso. Per il direttore di “ICE Houston” Filippo Fusaro che coordina le attività per garantire supporto alle imprese italiane quest'anno c'è un boom di presenze.

► Quanto lavoro c'è per la costruzione di questo evento da parte dell'Ice Houston?

*L'Ufficio ICE di Houston lavora in stretto raccordo con l'Ufficio ICE di Roma, per tutte le attività legate alla presenza delle aziende italiane nel Padiglione Italia, dalla selezione delle imprese alla gestione logistica del padiglione nazionale.*

*In particolare, il lavoro comprende: selezione e assistenza alle aziende che partecipano alla collettiva; organizzazione dello spazio espositivo e del padiglione italiano, inclusi allestimenti, servizi tecnici e comunicazione; promozione dell'evento e del Made in Italy*



*presso buyer e operatori statunitensi; supporto durante la fiera, anche con attività di networking*

*Si tratta quindi di un lavoro che richiede mesi di preparazione, coordinamento internazionale e una presenza operativa durante l'evento, perché l'obiettivo è valorizzare al meglio le aziende italiane e facilitare nuove opportunità commerciali sul mercato nordamericano.*

► Perché per un'azienda italiana è strategico partecipare alla Jck di Las Vegas?

*Perché rappresenta la principale porta d'ingresso al mercato americano della gioielleria, uno dei più importanti al mondo. Essere presenti a questa fiera permette alle imprese di rafforzare i rapporti con buyer internazionali, trovare nuovi clienti, aumentare la visibilità del Made in Italy; consente di capire nuove tendenze posizionandosi in modo competitivo negli Stati Uniti.*

► Quanto è importante il lavoro dell'ICE per creare giuste relazioni tra aziende e mercato USA?

*Il nostro lavoro aiuta a creare un ponte concreto tra le aziende italiane e il mercato degli Stati Uniti. ICE facilita i contatti giusti e aiuta le*

### JCK Show Las Vegas

La Fiera è la più importante del settore della gioielleria negli Stati Uniti. Si svolge da venerdì 29 maggio a lunedì 1 giugno 2026 al centro fieristico: The Venetian Resort and Hotel

Categorie: Gadget, Gioielleria di lusso, Orologi e Sveglie, Orologi di lusso, Orologi, Festa, Artigianato.

Alla fiera JCK Show Las Vegas i visitatori trovano la più ampia esposizione su oro, argento, diamanti, pietre preziose, perle, platino, antiquariato e regali di lusso. La più ampia ed importante fiera del settore che si svolge in Usa.

A questo Show partecipa anche l'Italia con la presenza fattiva di Ice Houston con la direzione di Filippo Fusaro.

L'ufficio è al 777 post Oak Blvd Suite 320 Houston.



*imprese a capire meglio il mercato americano, le sue dinamiche e le opportunità di crescita. In questo modo le aziende italiane possono entrare o rafforzarsi negli Stati Uniti con maggiore efficacia.*

**►** *Quale riscontro ricevete dalle aziende italiane che partecipano alla fiera? Generalmente molto positivo. Le imprese apprezzano la visibilità internazionale della fiera e l'opportunità di incontrare buyer qualificati provenienti da tutto il mondo. Anche quest'anno il Padiglione Italia conta più di 100 aziende a conferma degli ottimi risultati delle precedenti edizioni e seppur in un contesto internazionale del settore più cauto.*

**►** *I dazi imposti dal presidente Trump influiscono sul mercato del gioiello italiano in Usa?*

*I dazi rappresentano un elemento di attenzione per il Made in Italy, inclusa la gioielleria. Tariffe aggiuntive che possono arrivare intorno al 10-15% rendono i prodotti importati più costosi sul mercato statunitense e possono incidere sulla competitività delle aziende italiane. L'incertezza legata anche alla recente sentenza della Corte Suprema degli Stati Uniti contribuisce a creare un contesto meno prevedibile per il com-*

*mercio internazionale. Nonostante ciò, il settore del gioiello italiano continua a mantenere un forte posizionamento negli Stati Uniti.*

**►** *In venti anni le aziende italiane alla Jck sono passate da 60 ad oltre 120: il trend è ancora in crescita?*

*Sì, molte imprese considerano la presenza a Las Vegas un investimento fondamentale per il mercato degli Stati Uniti, che resta tra i più*

*importanti per il gioiello italiano. Nonostante la congiuntura e nel pieno delle incertezze legate alla minaccia di tariffe, 124 aziende hanno partecipato a JCK Las Vegas 2025 e ad oggi 115 aziende hanno aderito alla edizione del 2026.*

**►** *Quali sono gli orientamenti del consumatore americano che acquista un prodotto italiano di alta gioielleria?*

*Il consumatore americano è generalmente molto attento a qualità, design e valore del marchio. Il Made in Italy è apprezzato per artigianalità, creatività e tradizione, elementi che distinguono la gioielleria italiana nel mercato internazionale.*

*Molti consumatori cercano prodotti esclusivi e riconoscibili, spesso legati a una storia o a una lavorazione particolare. Negli ultimi anni c'è crescente attenzione verso sostenibilità, tracciabilità dei materiali e autenticità del prodotto.*

**►** *Si può dire che negli USA il Made in Italy è brand di successo tra i più apprezzati anche per il comparto dell'alta gioielleria?*

*Assolutamente sì.*

**►** *Il prodotto italiano continuerà ad avere penetrazione nel mercato USA? Sì, la gioielleria italiana ha la possibilità di continuare a distinguersi grazie ad eleganza senza tempo, artigianalità d'eccellenza e un design che armonizza tradizione e innovazione. Sarà fondamentale saper affrontare le nuove sfide legate a una generazione di consumatori con gusti e priorità diversi, capace di valorizzare non solo la qualità, ma anche sostenibilità e rispetto di standard etici e dei diritti umani lungo tutta la filiera produttiva.*

#### **"Made in Italy in Las Vegas: Italian Jewelry Conquers the U.S. Market at JCK 2026"**

The JCK Las Vegas fair (May 29 - June 1, 2026) is the leading global event for luxury jewelry. ICE Houston, in coordination with ICE Rome, manages the presence of Italian companies in the Italy Pavilion, including company selection, exhibition space organization, promotion of Made in Italy, and operational support during the fair. This work requires months of preparation and international coordination, aiming to facilitate business opportunities in the United States.

For Italian companies, participating in JCK is a strategic investment: it strengthens relationships with international buyers, increases visibility, and allows competitive positioning in the U.S. market. ICE support is essential to create targeted contacts and understand U.S. market dynamics. Over the past twenty years, Italian participation has grown from 60 to over 120 companies; for 2026, 115 participants are expected. Despite additional tariffs (10-15%) and trade uncertainties, Made in Italy retains strong appeal thanks to quality, design, craftsmanship, and values linked to sustainability and authenticity. American consumers seek exclusive, recognizable products,

appreciating Italian excellence and the blend of tradition and innovation. The Italian high-jewelry sector continues to be a successful brand in the U.S., with future growth and market penetration prospects, provided it adapts to new demands for sustainability, ethics, and traceability throughout the production chain.





# IL MERCATO DEL GIOIELLO USA VALE OLTRE 69 MILIARDI DI DOLLARI

**Boom online e alta domanda di lusso trainano le esportazioni italiane**

The jewelry market in the United States is worth over \$69 billion, accounting for 20% of the global market, with an estimated growth of 12% to 15%. 85% of spending is on gifts for family members, peaking at Christmas, Valentine's Day, and Mother's Day. Italian exports represent 9% of total Italian exports and remain strategic despite uncertainty caused by tariffs and political fluctuations.

Con un valore di oltre 69 miliardi di dollari e un trend in forte crescita, nonostante le turbolenze internazionali e i dazi del presidente Trump, il mercato del gioiello negli Stati Uniti è il più grande al mondo, ed è pari al 20 per cento del mercato globale. Le vendite on line trascinano l'espansione del settore. Quest'anno i dati "stampano" un aumento stimato tra il 12 e il 15 per cento.

Grande richiesta per l'alta gioielleria, e i beni di lusso.

Anche negli Stati Uniti le dinamiche d'acquisto sono simili a quelle della "vecchia Europa": i momenti di maggiore spesa sono Natale, San Valentino ed in particolare può sorprendere il dato relativo alle compere realizzate per la festa della mamma. Infatti l'acquisto di gioielli si realizza in special modo per regali ai familiari: il dato raggiunge l'85 per cento del monte totale della spesa. Come si accennava in precedenza le vendite on line sono in forte aumento ma chi decide di acquistare in negozio si affida alla reputazione del venditore e alla sua esperienza nel campo. Vengono quindi privilegiati i negozi con più tradizione e più longevità professionale e commerciale.

Alla crescita del comparto "on line" ovviamente contribuiscono i "Millennials" orientati ad acquistare via web grazie ai grandi canali di distribuzione o riferendosi direttamente a marchi conosciuti e famosi, ritenuti sinonimo di qualità e garanzia.

Per ciò che attiene alle aziende italiane: il prodotto è sempre molto apprezzato negli "States" e i trend di crescita delle esportazioni avevano indici positivi fino al momento dell'avvio della politica dei dazi del presidente Trump. Oggi si registra tra gli operatori italiani ma anche tra i buyer internazionali, così come riportato dall' Ice Houston, un "sentiment" di incertezza poiché l'instabilità determinata dalle decisioni politiche influisce e non poco nelle fluttuazioni del mercato. Ad esempio la decisione della Corte Suprema di dichiarare illegittimi i dazi del presidente Trump ha avuto una risposta negativa dal mercato, creando incertezza, proprio quando le aziende cominciano a trovare contromisure alle scelte del presidente degli Stati Uniti d'America dove in pratica gioielli e gemme preziose provenienti da tutti i paesi entravano a "tariffa zero".

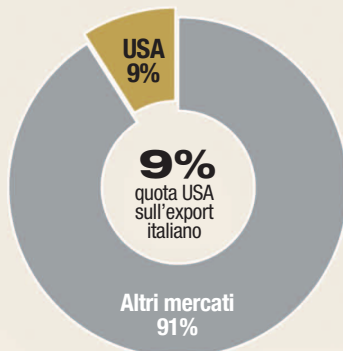
Va considerato che il mercato americano è molto importante per le aziende italiane che complessivamente rappresenta il 9 per cento di tutto il mercato italiano delle esportazioni.

Secondo gli operatori però - dato registrato da Ice Houston -, il mercato americano saprà superare questa tempesta perfetta tra dazi e guerre e potrà rappresentare sempre un buon investimento per chi intende, nel settore dell'alta gioielleria, entrare negli "States" per piazzare prodotti di comprovata qualità e alta artigianalità. (GDS)

Quota del Mercato USA sul Mercato Globale della Gioielleria 2025



Peso del Mercato USA sull'Export italiano di Gioielleria 2025





JCK Las Vegas confirms its role as a leading trade show in the jewelry sector, attracting around 30,000 professionals from over 130 countries. For the third consecutive year, Agenzia ICE is organizing the Italian Pavilion (May 29–June 1, 2026) with 115 companies across 1,300 sqm, promoting Made in Italy through the brand “The Extraordinary Italian Jewellery.” Italian participation, growing since 2023, is supported by integrated communication and digital activities, strengthening both the presence in the U.S. market and Italy’s global role in the sector.

# JCK LAS VEGAS: IL BEL PAESE PROTAGONISTA CON L’ITALIAN PAVILION

**+115%**

La Presenza Italiana a JCK è cresciuta del +115% in venti anni: da 60 (2006) a 129 Aziende (2025)

**8,3%**

Gli USA rappresentano il quarto mercato dell’export orafa italiano con una quota dell’8,3%, ma sono considerati il mercato strategico per qualità del consumatore e valore medio del prodotto

**486mln di euro**

Nei primi cinque mesi del 2025, le esportazioni verso gli USA si sono attestate a 486 milioni di euro, con una contrazione del -18,9% rispetto allo stesso periodo del 2024

Fonte: ISTAT/Federorafi, elaborazione Promositalia, settembre 2025 (Dati Gen-Mag 2025)

JCK Las Vegas si conferma la più importante fiera della gioielleria del Nord America e una delle principali manifestazioni a livello mondiale, contesa solo dalla HKIJS – Hong Kong International Jewellery Show per il primato globale del settore. Ogni anno la manifestazione richiama circa 30.000 professionisti provenienti da oltre 130 Paesi, consolidandosi come uno degli appuntamenti più strategici per il mercato internazionale del gioiello.

In questo contesto, Agenzia ICE organizza per il terzo anno consecutivo l’Italian Pavilion all’interno della manifestazione, in programma dal 29 maggio al 1° giugno 2026 presso il Venetian Expo Convention Center di Las Vegas.

Il padiglione italiano, posizionato strategicamente nell’area Shoreline 2, ospita 115 aziende e si estende su una superficie complessiva di circa 1.300 metri quadrati, con stand espositivi modulari da 9 mq e un’area istituzionale dedicata.

L’iniziativa rientra nella strategia di promozione internazionale del settore orafa-gioielliero italiano, con l’obiettivo di consolidare la presenza delle aziende già attive sul mercato statunitense e favorire l’ingresso di nuovi brand. L’immagine del Padiglione, coordinata sotto

il marchio “The Extraordinary Italian Jewellery”, valorizza l’eccellenza manifatturiera e creativa del Made in Italy attraverso un allestimento elegante e riconoscibile.

La partecipazione italiana alla JCK ha registrato una crescita significativa negli ultimi anni: dalla prima edizione organizzata da Agenzia ICE nel 2023 con 63 aziende (a fronte di oltre 150 richieste di adesione), si è passati a 130 espositori nel 2024 e a 126 nel 2025, confermando il forte interesse delle imprese italiane verso il mercato statunitense.

A supporto della presenza italiana è stata inoltre pianificata un’ articolata attività di comunicazione che include la

**Il Padiglione italiano, posizionato al cuore dell’area Shoreline 2, ospita 115 imprese su 1.300 metri quadrati, esprimendo l’eccellenza del settore orafa italiano.**

realizzazione di un catalogo dedicato alle aziende partecipanti, una pagina sul sito The Extraordinary Italian Jewellery, campagne email rivolte a buyer, operatori del settore e stampa specializzata, oltre a banner pubblicitari e contenuti editoriali

diffusi tramite i canali ufficiali della manifestazione e campagna social tramite la collaborazione con influencer esperti nel settore della gioielleria.

Con la partecipazione alla JCK 2026, l’Italia ribadisce il proprio ruolo di protagonista sulla scena internazionale del gioiello, presentando al pubblico globale un’offerta che unisce tradizione artigianale, innovazione e design.

Arezzo guida l’Export Nazionale ma Sente il Peso dei Dazi sul Mercato USA. Gli USA si confermano il primo mercato di sbocco per Vicenza, assorbendo una quota significativa dell’export nonostante la leggera flessione recente. Per il distretto valesano invece, nel primo semestre 2024, le esportazioni verso gli USA sono diminuite del -8,2% (90,4 mln €) con un trend negativo anche nel 2025.

Distretto	Export Usa 2023	Export Usa I Sem 2024	Var. %	Trend 2025
Arezzo	471,5 mln	243,1 mln	+16,2%	-9,0% (Q1)
Vicenza	472,1 mln	205,3 mln	-10,2%	-4,1% (9 mesi)
Valenza	181,5 mln	90,4 mln	-8,2%	-14% tot. (Q1)

Fonti: Intesa Sanpaolo; Camera di Commercio Alessandria-Asti; Il Denaro, gen. 2026