

EJ TECH

INTERNATIONAL • MAGAZINE • ON • EYEWEAR • AND • JEWELLERY • TECHNOLOGIES

2 2026

Special **OROAREZZO**





Experience the innovation
of TVN Tech and boost
your company's productivity



T14-VF-BEL
HIGH SPEED, ADVANCED CONTROL AND SUPERIOR
PERFORMANCE IN A SINGLE DRAWING MACHINE

WWW.TVNTECH.IT

Sommario / **Summary**

EJ TECH International – n. 2 / 2026

Direttore Responsabile/Publishing Director: Isabella Morpurgo



OROAREZZO



**FEDERICO POZZI CHIESA
SUPERNOVA**



MASTERWAX IDROWAX



VICENZAORO



ECOCLEAN



BERKEM



TVNTECH



EMANUELE CARONIA - EXELAB



MIDO



WJ51C

LA PRIMA STAMPANTE 3D A CERA INDUSTRIALE DESKTOP



CMF Marelli importatore e distributore ufficiale

www.cmf.it - cmf@cmf.it - tel. 02-6182401



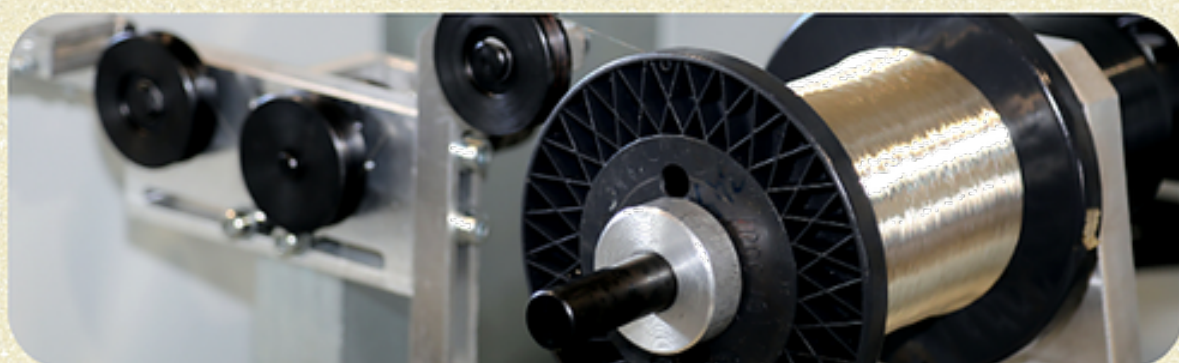
Da oltre 30 anni tecnologie Made in Italy nel mondo



Pulitura e finitura dei componenti in occhialeria e gioielleria



Padiglione 6 TECH - Stand 224



Violi Macchine SRL
Via XXV Aprile, 86
52048 Monte San Savino (Ar) Italy

T: 0575 810487

E-mail: sales@violimacchine.it



www.violimacchine.it



TVC-AI, REDEFINING INVESTMENT CASTING WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE

MADE IN ITALY

AI MODE: EXCELLENCE AT THE TOUCH OF A BUTTON

TOPCAST is launching its flagship vacuum induction casting machine: the **TVC-AI**. Representing a true revolution rather than just an evolution, this machine introduces an AI-based operating mode for the first time, maximizing casting quality and simplifying operator interaction.

The TVC-AI's standout feature is its AI mode. This proprietary algorithm is the result of intensive machine learning, research and development, as well as the integration of a vast dataset based on **TOPCAST's** experience in precision casting.

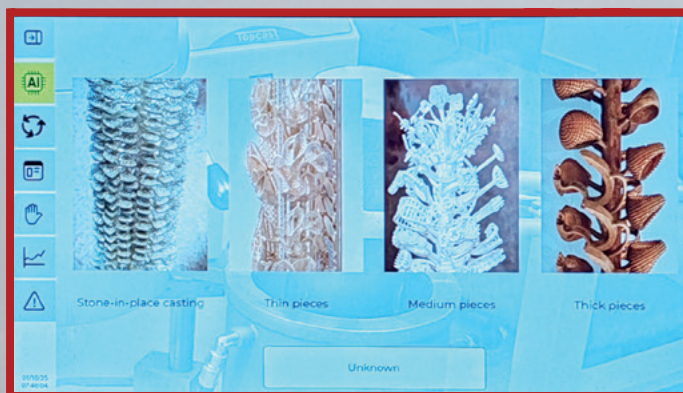
It completely eliminates the need for human intervention when defining operating parameters.

In AI mode, the casting machine automatically determines the optimal operating sequence based on simple indications provided by the operator.

This mode enables all users to achieve optimal results with minimal effort, maximizing machine performance via a straightforward, intuitive interface.

The **TVC-AI** dynamically adapts to environmental and load conditions, ensuring that each casting is performed with calibrated parameters to achieve the best possible filling and surface quality for the cast parts.

With the **TVC-AI**, **TOPCAST** offers an ecosystem of applied intelligence, not just a machine.



Vacuum casting has entered the era of artificial intelligence, and the **TVC-AI** is **TOPCAST's** ambassador for this new era.

Topcast
Engineering

Topcast s.r.l. Via Leopoldo di Toscana, 9-11
52048 Loc. Alberoro / Monte San Savino (AR)
Italy Tel. +39 0575 441341 - Fax +39 0575 441222
info@topcast.it / www.topcast.it

Guardando avanti (nonostante tutto)

Choosing to Look Ahead

Tra tensioni geopolitiche, instabilità commerciale, rincari record delle materie prime e un quadro internazionale che sembra scritto da sceneggiatori in vena di caos, lasciarsi prendere dal pessimismo sarebbe fin troppo facile. Eppure, osservando con attenzione i dati e le dinamiche del comparto, il panorama che accompagna OroArezzo 2026 racconta una storia meno cupa di quanto si possa immaginare.

È vero: il settore orafa italiano ha affrontato nel 2025 una fase di rallentamento, con export in flessione rispetto all'anno precedente. Ma leggere quel dato senza contesto significherebbe ignorare un elemento decisivo: il 2024 era stato condizionato da dinamiche straordinarie, difficilmente replicabili. Depurato da quell'effetto anomalo, il quadro restituisce un comparto che, pur sotto pressione, mostra una sostanziale capacità di tenuta.

Ancora più interessante è ciò che accade sotto la superficie dei numeri: i mercati si stanno redistribuendo. Cresce il peso di differenti aree, mentre nuove direttrici commerciali iniziano a entrare concretamente nel radar delle imprese. OroArezzo stessa si presenta quest'anno come piattaforma di apertura verso nuove geografie del business, con un focus sempre più marcato su internazionalizzazione e strumenti per leggere i mercati globali.

Il segnale forse più incoraggiante, però, arriva dalla manifattura: quando il contesto si complica, il sistema italiano non arretra, si adatta. Ripensa processi, alleggerisce prodotti, investe in efficienza, tecnologia e ottimizzazione produttiva. È il riflesso di una cultura industriale che, storicamente, ha saputo trasformare i vincoli in innovazione.

Non è tempo di facili entusiasmi. Ma nemmeno di catastrofismi.

Perché se il mondo continua a muoversi in equilibrio precario, la manifattura italiana dimostra ancora una volta di conoscere bene l'arte più preziosa di tutte: reinventarsi, senza perdere identità.

Between geopolitical tensions, trade instability, record-high raw material prices and an international landscape that increasingly resembles a badly supervised experiment, pessimism would be the easiest possible reaction. Yet, when the data is read carefully, the picture surrounding OroArezzo 2026 appears more nuanced, and more encouraging, than the headlines suggest. Yes, the Italian gold and jewellery sector experienced a slowdown in 2025, with exports declining year on year. But taken alone, that figure can be misleading. The previous year had been inflated by extraordinary dynamics, which created a peak unlikely to be repeated. Once that exceptional effect is stripped out, what emerges is a sector under pressure, certainly, but still structurally resilient.

Even more telling is what lies beneath the headline numbers: export geography is shifting. Several geopolitical areas have increased their commercial relevance, while new strategic destinations are entering the radar of Italian manufacturers. OroArezzo itself reflects this evolution, positioning its 2026 edition as a gateway to new business geographies and practical tools for navigating global markets.

Perhaps the most reassuring signal, however, comes from manufacturing itself. When conditions become more complex, Italian industry rarely stands still, it adapts. It redesigns processes, lightens products, improves efficiency, and invests in smarter production technologies. This is the hallmark of an industrial culture that has long turned constraints into competitive advantage. This is no time for naïve optimism. But neither is it time for defeatism.

Because if the world remains unstable, Italian manufacturing continues to prove it still masters its most valuable craft of all: reinvention, without losing identity.

Manlio Valli
Direttore Editoriale / Editorial Director

EJ TECH
redazione.tech@vedere.it



OROAREZZO 2026:

MANIFATTURA,
MERCATI E VISIONE
INTERNAZIONALE PER
IL NUOVO SCENARIO
GLOBALE

Dal 9 al 12 maggio 2026, Arezzo Fiere e Congressi tornerà a ospitare OroArezzo, l'appuntamento firmato **Italian Exhibition Group** dedicato alla manifattura orafa e gioielliera, che per la sua prossima edizione punta con decisione sul rafforzamento del business internazionale e sulla lettura strategica dei nuovi scenari di mercato.



OROAREZZO 2026: MANUFACTURING, MARKETS AND INTERNATIONAL VISION FOR A CHANGING GLOBAL LANDSCAPE

From **9 to 12 May 2026**, **Arezzo Fiere e Congressi** will host the new edition of OroArezzo, the international exhibition organized by **Italian Exhibition Group** and dedicated to gold and jewellery manufacturing, with a renewed focus on international business development and strategic market intelligence.

In un contesto globale in rapida evoluzione, caratterizzato dalla ridefinizione degli equilibri dell'export e delle supply chain, la manifestazione si prepara a offrire alle imprese non solo opportunità commerciali, ma anche strumenti concreti di analisi e interpretazione dei mercati. Una direzione sviluppata da IEG insieme a **ICE Agenzia**, partner strategico per il programma di incoming internazionale, con l'obiettivo di mantenere un rapporto bilanciato tra espositori e buyer ospitati e presidiare i principali mercati di riferimento per il comparto.

Accanto ai consolidati interlocutori europei e nordamericani, l'edizione 2026 allargherà il proprio raggio d'azione verso nuove aree di interesse, con particolare attenzione ad Asia, area Mercosur e mercati emergenti ad alto potenziale.

Against a backdrop of rapidly evolving export dynamics and reconfigured global supply chains, the show aims to provide companies not only with commercial opportunities, but also with practical tools to better understand and navigate emerging market scenarios. This strategy is being developed by IEG together with the **Italian Trade Agency (ITA)**, key partner in the international hosted buyer programme, with the goal of maintaining a balanced buyer-to-exhibitor ratio while targeting the most relevant export destinations for the sector.

Alongside established European and North American markets, the 2026 edition will broaden its international reach towards new high-potential regions, including Asia, the Mercosur area and selected emerging economies.

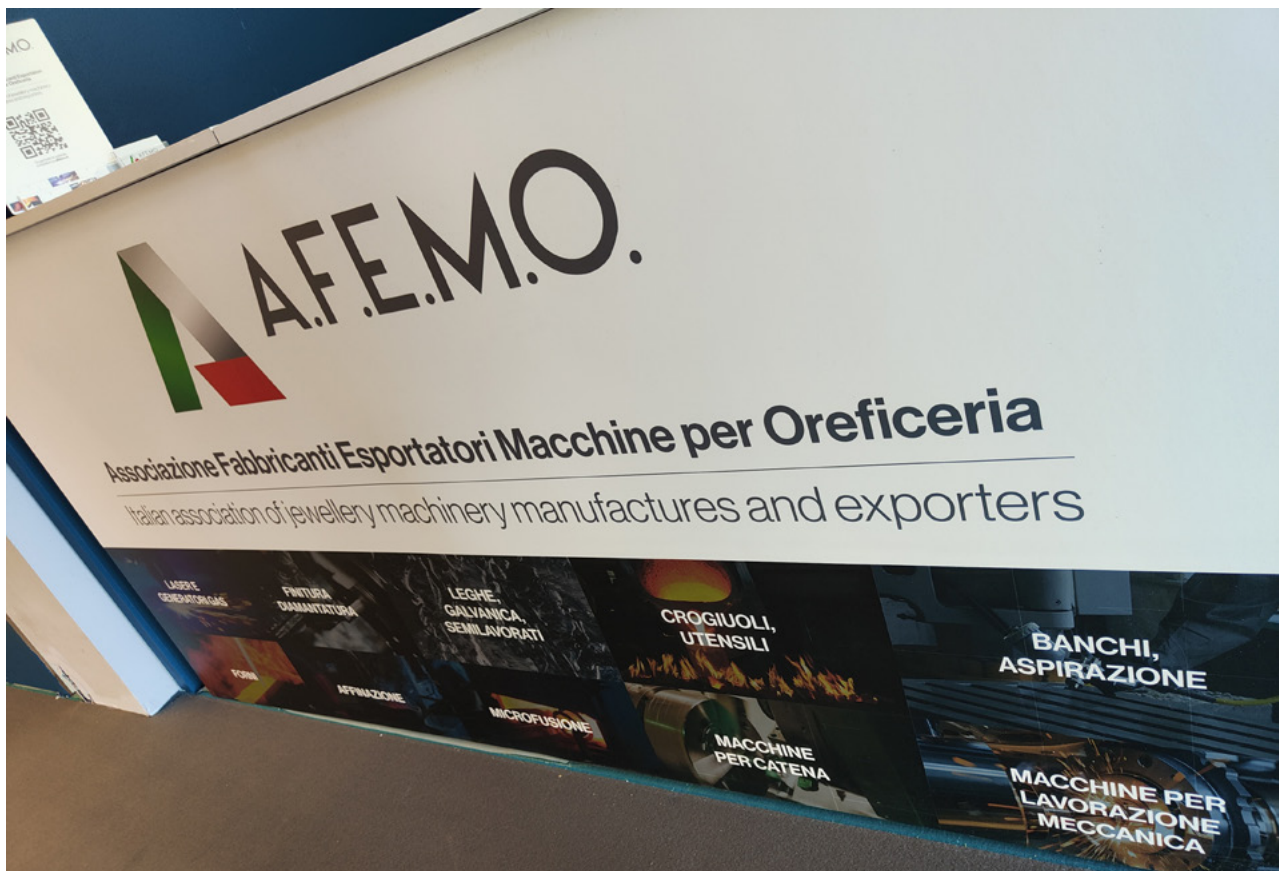
AREZZO

OROAREZZO

INTERNATIONAL JEWELRY EXHIBITION

Tra le principali novità figura il debutto del congresso internazionale **"The Global Outlook 2026: mercati globali dell'oreficeria e strumenti concreti per la crescita delle imprese"**, in programma lunedì 11 maggio. Realizzato con il contributo di **Federorafi Confindustria, AFEMO, ICE Agenzia** e delle principali realtà istituzionali e associative del territorio aretino, il convegno offrirà una lettura approfondita delle opportunità aperte dai nuovi accordi commerciali internazionali e dalle trasformazioni delle catene del valore globali.

A key new feature for 2026 will be the launch of the international conference **"The Global Outlook 2026: Jewellery Global Markets and Concrete Tools for Business Growth"**, scheduled for Monday 11 May. Developed with the contribution of **Federorafi Confindustria, AFEMO**, the Italian Trade Agency, and leading institutional and industry stakeholders from the Arezzo district, the conference will offer in-depth analysis of the opportunities generated by



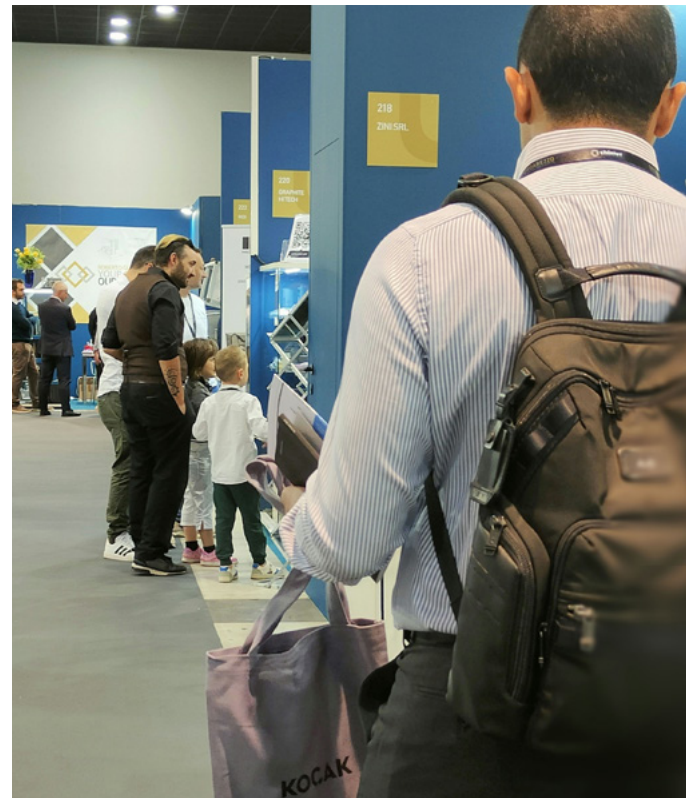


new trade agreements and the ongoing transformation of global value chains. Topics will include the impact of free trade agreements involving the **European Union, India and Mercosur**, the evolution of supply chains between the **United States and Canada**, the strategic role of **France and Switzerland** as decision-making hubs for major jewellery brands, and the business opportunities emerging across the African continent.

Supported by the wider local network including the **Arezzo-Siena Chamber of Commerce**, the **Municipality and Province of Arezzo**, the **Arezzo Gold Council**, **Confindustria Federorafi South Tuscany**, **CNA Orafi**, **Confartigianato**, and **Federpreziosi Confcommercio**, OroArezzo 2026 further strengthens its position as a strategic platform for an industry increasingly called to rethink markets, supply chains and growth strategies on a global scale

Al centro dei lavori vi saranno i possibili effetti degli accordi di libero scambio tra **Unione Europea, India e area Mercosur**, l'evoluzione delle supply chain tra **USA e Canada**, il ruolo strategico di **Francia e Svizzera** come hub decisionali dei grandi brand e le prospettive di sviluppo commerciale offerte dal continente africano.

Con il supporto del sistema territoriale composto da **Camera di Commercio Arezzo-Siena, Comune e Provincia di Arezzo, Consulta Orafa, Confindustria Federorafi Toscana Sud, CNA Orafi, Confartigianato e Federpreziosi Confcommercio**, OroArezzo 2026 conferma così il proprio posizionamento come piattaforma di riferimento per un comparto chiamato oggi a ripensare strategie, geografie e strumenti di crescita.



OROAREZZO 2026 IN NUMERI E APPUNTAMENTI CHIAVE

Dal **9 al 12 maggio 2026**, OroArezzo tornerà ad animare Arezzo Fiere e Congressi per la sua **45^a edizione**, confermandosi tra i principali appuntamenti europei dedicati alla manifattura orafa, gioielliera e alle relative tecnologie.

Secondo le stime diffuse dagli organizzatori, l'edizione 2026 dovrebbe accogliere **oltre 370 espositori**, circa **400 buyer internazionali ospitati provenienti da 60 Paesi** e una platea complessiva superiore agli **11.000 operatori professionali** attesi nei quattro giorni di manifestazione.

Accanto all'attività espositiva, il calendario prevede un programma articolato di appuntamenti collaterali, tra cui:

- **The Global Outlook 2026** (11 maggio): primo congresso internazionale dedicato agli scenari dell'export orafa e gioielliero
- **Première Contest**: il concorso dedicato al design e ai nuovi linguaggi del gioiello contemporaneo
- **Networking events e hosted buyer programme**: incontri B2B e iniziative relazionali tra espositori e delegazioni estere
- **Eventi culturali e hospitality experience** nel centro storico di Arezzo dedicati a buyer ed espositori internazionali

Con una proposta che integra business, formazione e networking, OroArezzo 2026 punta a consolidare ulteriormente il proprio ruolo di hub internazionale per la filiera del gioiello Made in Italy.

OROAREZZO 2026 IN FIGURES AND KEY EVENTS

From **9 to 12 May 2026**, OroArezzo will return to Arezzo Fiere e Congressi for its **45th edition**, reaffirming its position among Europe's leading exhibitions for jewellery manufacturing, goldsmith production and related technologies.

According to organiser estimates, the 2026 edition is expected to host more than 370 exhibitors, around **400 hosted international buyers from 60 countries**, and a total attendance exceeding **11,000 trade professionals** over four days.

Alongside the exhibition, the event programme will include several key side initiatives:

- **The Global Outlook 2026** (11 May): first international conference focused on export scenarios for the jewellery industry
- **Première Contest**: competition dedicated to design and emerging jewellery creativity
- **Networking events and hosted buyer programme**: B2B meetings and relationship-building initiatives with international delegations
- **Cultural and hospitality experiences** in Arezzo's historic city centre for buyers and exhibitors

By combining exhibition, education and networking, OroArezzo 2026 further strengthens its role as an international hub for the Made in Italy jewellery supply chain



OROAREZZO

TECH: TECNOLOGIA E INNOVAZIONE AL SERVIZIO DELLA MANIFATTURA

All'interno di OroArezzo, l'**Area Tech** rappresenta il polo dedicato alle tecnologie per la produzione industriale, segmento di crescente rilevanza strategica all'interno della manifestazione e punto di riferimento per operatori interessati all'evoluzione dei processi produttivi.

Il comparto riunisce costruttori e fornitori specializzati in:

- macchinari per produzione e finitura orafa
- tecnologie per microfusione e lavorazioni CNC
- soluzioni per automazione e digitalizzazione dei processi
- sistemi CAD/CAM, software e prototipazione
- attrezzature per trattamenti superficiali e galvanici
- tecnologie per accessori fashion e produzioni ad alta componente estetica

Supportata anche dalla collaborazione con **AFEMO**, l'Area Tech conferma il ruolo di OroArezzo quale piattaforma di dialogo tra manifattura tradizionale e innovazione industriale, intercettando la crescente domanda di efficienza produttiva, precisione, sostenibilità e integrazione digitale proveniente dai distretti internazionali del gioiello.



TECH AREA: TECHNOLOGY AND INNOVATION FOR MODERN MANUFACTURING

Within OroArezzo, the **Tech Area** is the exhibition section dedicated to industrial production technologies, an increasingly strategic segment of the show and a key destination for professionals focused on manufacturing innovation.

The area brings together manufacturers and suppliers specialising in:

- machinery for jewellery production and finishing
- casting and CNC machining technologies
- automation and process digitalisation solutions
- CAD/CAM systems, software and prototyping
- surface treatment and electroplating equipment
- technologies for fashion accessories and aesthetic-driven manufacturing

Also supported by the collaboration with **AFEMO**, the Tech Area reinforces OroArezzo's role as a meeting point between traditional craftsmanship and industrial innovation, addressing growing international demand for productivity, precision, sustainability and digital integration across the jewellery sector.



VICENZAORO JANUARY,

People, Product, Places.

GLI STATI UNITI IN TESTA TRA I VISITATORI ESTERI

Grande successo per VO Vintage; T.Gold, si conferma leader per la tecnologia

Conclusa il 20 gennaio l'edizione 2026 di Vicenzaoro January. Un'edizione che ha visto gli Stati Uniti in testa ai visitatori esteri.

La percentuale complessiva delle presenze straniere si è attestata al 60% del totale, in linea con l'edizione record del gennaio dello scorso anno. Accanto agli USA, in vetta alle presenze Regno Unito, India e Germania. Il business hub di Italian Exhibition Group (IEG) ha così confermato la sua capacità di selezionare le migliori aziende del made in Italy e internazionali lungo tutta la filiera

dell'industria del gioiello, in un contesto segnato dall'instabilità del prezzo dei metalli preziosi e dalle tensioni sul commercio globale. Ulteriore leva strategica del successo, la collaborazione con ICE Agenzia, che ha portato oltre 560 buyer di alto profilo al salone del gioiello.

LE ROTTE INTERNAZIONALI DI VICENZAORO

Tutta la community del gioiello si è mossa lungo le rotte internazionali per Vicenzaoro. Tra i 130 Paesi presenti, i mercati più in crescita, oltre agli Stati Uniti, si sono confermati Turchia, India, Spagna,

VICENZAORO JANUARY:

People, Product, Places.

UNITED STATES IN THE LEAD
AMONG FOREIGN VISITORS

Huge success for VO Vintage; T.Gold confirms its status as technology leader

The 2026 edition of Vicenzaoro January concluded on 20 January with the United States in the lead among foreign visitors.

The overall percentage of foreign attendance was 60%, in line with last January's record edition. After the USA, the United Kingdom, India and Germany took the top positions. Italian Exhibition Group's (IEG) business hub confirms its ability to select the best Made in Italy and international companies along the entire jewellery industry supply chain in a context marked by unstable precious metal prices and global trade tensions. Collaboration with the Italian Trade Agency, which brought over 560 high-profile buyers to the jewellery show, was a further strategic lever for success.

VICENZAORO'S INTERNATIONAL ROUTES

The entire jewellery community travelled along the international routes to Vicenzaoro. Among the 130 countries in attendance, the strongest growing markets, besides the United States, were Turkey, India, Spain,

France, the United Kingdom and Germany, which together constitute the jewellery industry's main catchment basins. To be more precise, the United States represented 7% of the overall foreign attendance, confirming its status as a strategic market for the Italian and international offer at the show. Alongside consolidated markets, significant growth dynamics emerged for countries such as Serbia, Lithuania and Kazakhstan, which showed an overall increase of 60%.

Significant performances were also recorded in Asia with India (+40%) and China (+20%). In Western Europe, mature markets such as France and the United Kingdom grew by 23% and 12% respectively with signs of further strengthening. The overall picture showed an event capable not only of consolidating historical markets, but also of opening new development routes.

FROM T.GOLD TO VO VINTAGE VIA THE VO AWARDS AND VIOFF

«Once again, Vicenzaoro promoted training, business culture and economic information: hence, buyers found the entire supply chain, and companies found all the enabling



VICENZA

Francia, Regno Unito e Germania, che insieme costituiscono i bacini principali per l'industria del gioiello. In particolare, gli Stati Uniti rappresentano il 7% della visitazione estera complessiva, confermandosi mercato strategico per l'offerta italiana e internazionale presente in fiera. Accanto ai mercati consolidati, emergono dinamiche di crescita significative in Paesi come Serbia, Lituania e Kazakistan che crescono complessivamente del 60%. Performance significative si registrano anche in Asia con India (+40%) e Cina (+20%). In Europa occidentale, mercati maturi come Francia e Regno Unito crescono rispettivamente del 23% e 12% con segnali di ulteriore rafforzamento. Il quadro complessivo ha restituito l'immagine di una manifestazione capace non solo di consolidare i mercati storici, ma anche di aprire nuove rotte di sviluppo.

DA T.GOLD A VO VINTAGE, PASSANDO PER I VO AWARDS E IL VIOFF

«Ancora una volta, Vicenzaoro ha promosso formazione, cultura d'impresa, informazione economica: così i buyer hanno trovato tutta la filiera, e le imprese tutte le esperienze abilitanti per competere sui mercati. Cinque anni fa, l'accento cadeva sulle potenzialità

dei canali digitali per questa industry, oggi sull'ottimizzazione dei processi produttivi per bilanciare il costo delle materie prime. E questo è un esempio di quel che intendiamo con people, product, places», ha sottolineato Matteo Farsura, a capo delle fiere orafe di IEG. Protagonisti, insieme a Vicenzaoro, la leadership indiscussa di T.Gold per le tecnologie, che da settembre debutterà nel perimetro del quartiere fieristico col completamento del nuovo padiglione, e lo straordinario successo di pubblico per VO Vintage, mostra mercato per l'orologio di secondo polso e la gioielleria d'epoca. Successo che si estende al debutto dei VO Awards, che hanno premiato tradizione manuale artigiana unita al design e capacità di utilizzare nuove leghe e materiali. Così come protagonista è stata Cibjo, la Confederazione internazionale dell'oreficeria, che ha già scelto Vicenza per il suo prossimo congresso mondiale a settembre 2026. Alta qualità che vive anche nel tessuto della città, durante i giorni di manifestazione, grazie al ViOff, il fuori salone di Vicenzaoro in collaborazione con il Comune di Vicenza, che è stato aperto dal "Golden Talk" in fiera con oltre 650 studenti per conoscere le opportunità lavorative nel mondo dell'oreficeria e gioielleria.



Vicenzaoro e T.Gold danno appuntamento alla community internazionale dal 4 all'8 settembre prossimi nel rinnovato quartiere fieristico di Vicenza, mentre VO Vintage si svolgerà dal 4 al 7 settembre.



experiences to compete on the markets. Five years ago, the emphasis was on the potential of digital channels for this industry, today it is on production process optimization in order to balance the cost of raw materials. And this is an example of what we mean by People, Products, Places», underlined Matteo Farsura, head of IEG's jewellery shows.

Starring alongside Vicenzaoro, were the undisputed leadership of T.Gold for technologies, which will debut in the Expo Centre's perimeter as of September when the new hall will be completed, and the extraordinary public success of VO Vintage, the marketplace exhibition for second-hand watches and vintage jewellery. Successes

that extend to the debut of the VO Awards, which rewarded manual artisan tradition combined with design and the ability to use new alloys and materials. Cibjo, the International Jewellery Confederation, which has already chosen Vicenza for its next world congress in September 2026, also played a leading role. High quality that, during the days of the event, also enlivened the fabric of the city with ViOff, the Vicenzaoro off-show events organized in collaboration with the Municipality of Vicenza, which opened with the "Golden Talk" at the show, attended by over 650 students to learn about job opportunities in the gold and jewellery world.

The next appointment with Vicenzaoro and T.Gold's international community will be from 4th to 8th September 2026 in a renovated Vicenza Expo Centre, and with VO Vintage from 4th to 7th September.

TVN TECH: PRECISIONE CONTINUA NELLE CESCOIE A TAGLIO MULTIPLO

Nel panorama delle tecnologie per la lavorazione di precisione, TVN Tech sviluppa soluzioni che coniugano **affidabilità costruttiva, precisione di taglio** e continuità operativa. Le cesoie circolari a tagli multipli mod. CPS12 rappresentano un'evoluzione significativa nella gestione del taglio di lastre in continuo, grazie a un sistema progettato per ottimizzare tempi e qualità del processo.

Elemento distintivo è la configurazione degli alberi di supporto, vincolati posteriormente e liberi sul lato operatore, che consente un **rapido cambio del pacco di taglio**. La struttura irrigidita e l'impiego di alberi temperati e rettificati garantiscono lavorazioni senza flessioni, preservando sia le **lame** sia la qualità degli spigoli.

Il sistema di regolazione dell'interasse delle lame permette di adattare con precisione l'intersezione al variare degli spessori, mentre le **battute intercambiabili** assicurano il corretto gioco di accoppiamento. Le lame in acciaio legato (58/62 HRC), gestite con affilature decimali, mantengono costante l'efficienza di taglio.

A completare il sistema, gli **avvolgitori indipendenti** per ogni striscia garantiscono bobinature a tensione controllata, gestite tramite interfaccia HMI. Trasmissioni in bagno d'olio e sistemi di raffreddamento dedicati confermano la vocazione della macchina al **funzionamento continuo** e stabile. Exelab è un System Integrator di eccellenza, specializzato nello sviluppo di soluzioni tecnologiche strategiche che includono HubSpot, AWS, Databricks e Twilio, l'azienda si specializza

TVN TECH: CONTINUOUS PRECISION IN MULTI-CUT SHEARING SYSTEMS

In the field of precision processing technologies, TVN Tech develops solutions that combine **structural reliability, cutting accuracy**, and operational continuity. The CPS12 circular multi-cut shears represent a significant step forward in continuous slab cutting, offering a system designed to optimise both process time and output quality.

A key feature lies in the support shaft configuration, fixed at the rear and free on the operator side, enabling a **fast change of the cutting pack**. The rigid structure, combined with hardened and ground shafts, ensures cutting without deflection, preserving both the **blades** and the integrity of the edges. The adjustable blade centre distance allows precise tuning of the intersection according to different thicknesses, while **interchangeable ground stops** ensure the correct coupling clearance. Blades made of alloy steel (58/62 HRC), maintained through decimal sharpening, guarantee consistent cutting performance over time.

The system is completed by **independent winders** for each strip, allowing constant-tension coiling managed via HMI interface. Oil-bath gear transmissions and dedicated cooling systems confirm the machine's suitability for **continuous, stable operation** in demanding industrial environments.



STRIP CUTTING MACHINE MOD. CPS-12

IL PARADOSSO VERDE DELL'AI:

TECNOLOGIA
ENERGIVORA O ALLEATO
DELLA SOSTENIBILITÀ?

THE GREEN PARADOX OF AI:

ENERGY-HUNGRY
TECHNOLOGY
OR AN ASSET TO
SUSTAINABILITY?



Federico Pozzi Chiesa

AD di Italmondo e Fondatore di Supernova Hub
CEO at Italmondo Spa, and Founder of Supernova Hub

- *L'intelligenza artificiale consuma energia, è noto. Eppure, se applicata con logica strategica – non come accessorio tecnologico ma come leva di ottimizzazione – può diventare uno dei più potenti strumenti di sostenibilità nella supply chain globale.*
 - *Dalla riduzione degli sprechi ai percorsi ottimizzati, fino alla digitalizzazione dei processi documentali, il paradosso ambientale dell'AI si trasforma in un'opportunità concreta.*
 - *Secondo il Lawrence Livermore National Laboratory l'ottimizzazione di percorsi, scorte e manutenzione predittiva consentirebbe una riduzione delle emissioni tra il 10 e il 20%.*
- Il tema non è usare l'AI, ma usarla bene*

- *It is well known that artificial intelligence consumes energy. Yet, when applied strategically – not as a mere technological add-on but as a lever for optimisation – it can become one of the most powerful tools for sustainability in the global supply chain.*
- *From waste reduction to optimised routes, right through to the digitisation of document processes, the environmental paradox of AI is transformed into a tangible opportunity.*
- *According to the Lawrence Livermore National Laboratory, the optimisation of routes, stock levels and predictive maintenance could lead to a reduction in emissions of between 10 and 20 per cent. The issue is not whether to use AI, but how to use it well*

Come ogni novità tecnologica **anche l'AI ha un lato controverso**. Quella che è considerata l'invenzione più dirompente dall'inizio della rivoluzione industriale - più impattante dell'elettricità - è anche **estremamente energivora**. E nell'era della sostenibilità è un vulnus che può essere fatale.

I modelli generativi richiedono una ricchezza di dati e una capacità di calcolo che alimentano enormi consumi energetici: secondo lo studio *The Carbon Footprint of Machine Learning Training* (ACM, 2021), l'addestramento di un singolo grande modello linguistico può generare fino a **284 tonnellate di CO₂**, l'equivalente di **125 voli New York-Londra**. Le previsioni sono allarmanti: secondo la rivista scientifica *Nature*, entro il **2040 le emissioni del settore ICT potrebbero raggiungere il 14%**

Like any new technology, **AI also has a controversial side**. What is considered the most disruptive invention since the start of the Industrial Revolution – having a greater impact than electricity – is also **extremely energy-intensive**. And in the age of sustainability, this is a weakness that could prove fatal.

Generative models require large amounts of data and computing power that drive up energy consumption: according to the study *The Carbon Footprint of Machine Learning Training* (ACM, 2021), training a single large language model can generate up to **284 tonnes of CO₂**, the equivalent of **125 flights from New York to London**. The forecasts are alarming: according to the scientific journal *Nature*, by **2040 emissions from the ICT sector could reach 14% of the global total**, up from 1.6% in 2017. Not only

del totale globale, partendo dall'1,6% del 2017. Non solo: l'International Energy Agency (IEA) avverte che senza interventi il consumo energetico dei data center alimentati dall'AI **raddoppierà entro il 2026**, proponendo metriche standard per misurarne l'impatto ambientale.

E tuttavia, questa è solo una parte della storia. L'AI può essere anche uno **strumento per ridurre le emissioni nelle industrie più inquinanti**: dalla riduzione degli sprechi ai percorsi ottimizzati, fino alla digitalizzazione documentale, se viene utilizzata con logica strategica – non come gadget tecnologico, ma come **leva di ottimizzazione** – il suo impatto cambia radicalmente.

Gli esempi concreti non mancano. Nel porto di Rotterdam, **PortXChange ottimizza il traffico navale riducendo il consumo di carburante**, mentre **Routescanner** permette agli spedizionieri di **scegliere rotte più sostenibili**. Nel settore siderurgico, **Gerdau e Tata Steel impiegano AI e sensori per ridurre sprechi e emissioni di gas serra**. Anche edilizia e logistica beneficiano dell'AI:

that: the International Energy Agency (IEA) warns that without intervention, the energy consumption of AI-powered data centres **will double by 2026**, proposing standard metrics to measure their environmental impact.

And yet, this is only part of the story. AI can also be a **tool for reducing emissions in the most polluting industries**: from waste reduction to optimised routes, right through to document digitisation; if used strategically – not as a technological gimmick, but as a **lever for optimisation** – its impact changes radically.

There is no shortage of concrete examples. In the port of Rotterdam, **PortXChange optimises shipping traffic by reducing fuel consumption**, whilst **Routescanner enables freight forwarders to choose more sustainable routes**. In the steel sector, **Gerdau and Tata Steel use AI and sensors to reduce waste and greenhouse gas emissions**. Construction and logistics also benefit from AI: **BrainBox AI and AVEVA optimise energy consumption and**





BrainBox AI e AVEVA ottimizzano consumi energetici e manutenzione predittiva, UPS e Maersk migliorano l'efficienza dei trasporti, riducendo emissioni e costi. Nel settore minerario, **Fortescue coordina le attività industriali in base alla produzione di energia solare, riducendo del 9% la capacità energetica** richiesta.

Esistono anche progetti che intervengono sull'efficienza dell'AI stessa: **SPROUT**, sviluppato da MIT e Northeastern University, **riduce fino al 40% le emissioni dei modelli linguistici modulando la lunghezza delle risposte in base alla qualità ambientale dell'energia disponibile**, dimostrando l'efficacia di un'AI "climate-aware".

In sintesi, l'AI rappresenta una tecnologia dal doppio volto: se mal gestita può generare consumi elevati, ma **applicata in modo intelligente diventa un alleato concreto per rendere più sostenibili le industrie e ottimizzare risorse ed emissioni.**

L'AI che consuma e l'AI che genera efficienza

Per capire come trasformare l'intelligenza artificiale in un alleato della sostenibilità, bisogna osservare le **applicazioni pratiche**. Google Cloud descrive l'intelligenza artificiale

predictive maintenance, UPS and Maersk improve transport efficiency, reducing emissions and costs. In the mining sector, **Fortescue coordinates industrial activities based on solar energy production, reducing the energy capacity** required by 9%.

There are also projects that address **the efficiency of AI itself: SPROUT**, developed by MIT and Northeastern University, **reduces emissions from language models by up to 40% by adjusting the length of responses based on the environmental quality of the available energy**, demonstrating the effectiveness of 'climate-aware' AI.

In summary, AI is a technology with two sides: if poorly managed, it can lead to high energy consumption, but **when applied intelligently, it becomes a concrete ally in making industries more sustainable** and optimising resources and emissions.

AI that consumes and AI that generates efficiency

To understand how to turn artificial intelligence into an ally of sustainability, we need to look at **practical applications**. Google Cloud describes artificial intelligence as the **ability to recognise images, understand language, analyse data and**

come la **capacità di riconoscere immagini, comprendere linguaggi, analizzare dati e generare raccomandazioni**. Nella **supply chain**, queste funzioni colpiscono i punti in cui si annidano le più costose e inquinanti: errori umani, lentezze documentali, scorte mal gestite, percorsi di trasporto non ottimizzati.

È in questo contesto che piattaforme progettate per intervenire su processi specifici – e non per moltiplicare calcolo inutile – mostrano il loro potenziale. Soluzioni come Lauri, la piattaforma AI multi-agent sviluppata da Supernova Hub, applicano l'intelligenza artificiale a flussi operativi ad alta intensità di risorse, puntando alla riduzione degli sprechi più che alla semplice automazione. Moduli come **Mailflow**, dedicato alla gestione intelligente delle comunicazioni operative, e **Assistant**, pensato per supportare gli operatori nelle attività quotidiane e nella gestione delle eccezioni, agiscono su uno dei nodi più energivori della supply chain: il lavoro manuale ripetitivo, frammentato e soggetto a errore.

Quando l'AI automatizza i documenti, **elimina migliaia di ore di lavoro manuale, riduce gli errori e limita l'uso di carta**. Lo stesso accade con scorte, trasporti e manutenzione predittiva: attività dove il margine di ottimizzazione è enorme.

Secondo McKinsey, **l'AI può ridurre significativamente i costi della supply chain e migliorarne la gestione**. Il Lawrence Livermore National Laboratory stima che l'ottimizzazione di percorsi, scorte e manutenzione predittiva consenta una **riduzione delle emissioni tra il 10 e il 20%**. Quando questi benefici vengono inseriti nel bilancio complessivo dell'impatto ambientale, il conto torna: **l'AI pesa, ma fa risparmiare molto di più**.

L'AI utile contro l'AI generica: la vera discriminante della sostenibilità

La sostenibilità dell'intelligenza artificiale dunque non sta tanto nell'adottarla o meno, **quanto nel modo in cui viene implementata**. Sundar Pichai ha ricordato che **il futuro dell'AI non riguarda la sostituzione degli esseri umani, ma il potenziamento delle**

generate recommendations. In the supply chain, these functions target the areas where the most costly and polluting issues lie: human error, slow document processing, poorly managed stock, and non-optimised transport routes.

It is in this context that platforms designed to intervene in specific processes – rather than to multiply unnecessary computation – demonstrate their potential. Solutions such as **Lauri**, the multi-agent AI platform developed by Supernova Hub, apply artificial intelligence to resource-intensive operational flows, aiming to reduce waste rather than simply automating tasks. Modules such as **Mailflow**, dedicated to the intelligent management of operational communications, and **Assistant**, designed to support operators in their daily tasks and in exception handling, address one of the most energy-intensive aspects of the supply chain: repetitive, fragmented and error-prone manual work.

When AI automates document processing, **it eliminates thousands of hours of manual labour, reduces errors and cuts down on paper usage**. The same applies to inventory, transport and predictive maintenance: areas where there is enormous scope for optimisation.

According to McKinsey, **AI can significantly reduce supply chain costs and improve its management**. The Lawrence Livermore National Laboratory estimates that optimising routes, inventory and predictive maintenance enables a **reduction in emissions of between 10 and 20%**. When these benefits are factored into the overall environmental impact assessment, the figures add up: **AI has a cost, but it saves far more**.

Useful AI versus generic AI: the true determinant of sustainability

The sustainability of artificial intelligence therefore lies not so much in whether or not to adopt it, **but in the way it is implemented**. Sundar Pichai pointed out that **the future of AI is not about replacing humans, but about enhancing their capabilities**. This is exactly what happens when companies choose to use artificial intelligence selectively and strategically, focusing on areas where it



loro capacità. È esattamente ciò che accade quando le aziende scelgono di utilizzare l'intelligenza artificiale in modo selettivo e strategico, concentrandosi sulle aree dove può generare valore reale. In questo approccio, **l'AI non automatizza tutto, ma utilizza la potenza del machine learning per gestire eccezioni, individuare pattern e velocizzare le operazioni critiche, lasciando alle persone la supervisione e le decisioni strategiche.** È il passaggio dall'AI generica all'AI utile: quella che ottimizza invece di complicare.

Il bilancio energetico: quando il carbonio diventa un investimento

La storia dell'AI è fatta di progressi continui che hanno aumentato sia la potenza dei sistemi sia la loro efficienza. IBM ricorda che, da Alan Turing a oggi, **ogni salto tecnologico ha richiesto più risorse computazionali, ma ha anche permesso di affrontare inefficienze prima irrisolvibili.**

È proprio qui che si gioca la sostenibilità: nel rapporto **tra ciò che si consuma e ciò che si risparmia.** Il bilancio è ancora più favorevole **quando l'AI lavora su dati già presenti nei sistemi aziendali,** come accade nella verifica del trasporto merci: non serve raccogliere nuove informazioni e l'impatto aggiuntivo sui consumi è minimo.

can generate real value. In this approach, **AI does not automate everything, but uses the power of machine learning to handle exceptions, identify patterns and speed up critical operations, leaving supervision and strategic decisions to people.** It is the shift from **general AI** to **useful AI:** the kind that optimises rather than complicates.

The energy balance: when carbon becomes an investment

The history of AI is one of continuous progress that has increased both the power of systems and their efficiency. IBM points out that, from Alan Turing to the present day, **every technological leap has required more computational resources, but has also made it possible to tackle previously unsolvable inefficiencies.**

This is precisely where sustainability comes into play: in the relationship **between what is consumed and what is saved.** The balance is even more favourable **when AI works on data already present in corporate systems,** as is the case with freight transport monitoring: there is no need to collect new information and the additional impact on consumption is minimal.

Verso un'AI sostenibile: come costruire un futuro responsabile

La direzione da seguire è molto precisa: per gestire l'impatto energetico dell'AI servono hardware più efficienti, algoritmi ottimizzati, standard di progettazione responsabili e una regolamentazione della filiera più stretta, che comprenda anche lo smaltimento etico delle apparecchiature. È una visione che coincide con le piattaforme di nuova generazione, progettate per ridurre il sovraccarico computazionale senza compromettere la qualità dell'analisi.

L'intelligenza artificiale non è un nemico né un alleato per definizione: è uno strumento. Il vero paradosso verde dell'AI non sta nella tecnologia in sé, ma nella capacità di trasformarne il potenziale energetico in valore reale per l'uomo e per il pianeta. Se adottata con intelligenza, modulata secondo criteri ambientali e integrata nei processi produttivi strategici, l'AI può diventare un motore di efficienza, un alleato concreto nella riduzione delle emissioni e un pilastro di sostenibilità industriale.

Il futuro sostenibile dell'AI non è un'utopia, è una scelta: scegliere dove intervenire, come misurare l'impatto, come ottimizzare ogni token, ogni percorso, ogni decisione.

Towards sustainable AI: how to build a responsible future

The path forward is very clear: to manage the energy impact of AI, we need more efficient hardware, optimised algorithms, responsible design standards and stricter supply chain regulation, which must also include the ethical disposal of equipment. This vision aligns with next-generation platforms, designed to reduce computational overload without compromising the quality of analysis.

Artificial intelligence is neither an enemy nor an ally by definition: it is a tool. The true green paradox of AI lies not in the technology itself, but in the ability to transform its energy potential into real value for people and the planet. If adopted intelligently, tailored to environmental criteria and integrated into strategic production processes, AI can become a driver of efficiency, a concrete ally in reducing emissions and a pillar of industrial sustainability.

The sustainable future of AI is not a utopia, it is a choice: choosing where to intervene, how to measure the impact, how to optimise every token, every path, every decision.





ECOCLEAN. CONTROLLO INTELLIGENTE DEI PROCESSI CON LAB-ON-A-CHIP E SMART DRYING BASATO SULL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

ECOCLEAN. INTELLIGENT PROCESS CONTROL WITH LAB-ON-A-CHIP AND AI-BASED SMART DRYING

***Qualità di pulizia
e asciugatura, consumo
di risorse e costi
automaticamente
sotto controllo***

Qualità di processo costante, riduzione dei consumi e maggiore controllo operativo sono oggi requisiti centrali nei processi di pulizia industriale a base acquosa. In risposta a queste esigenze, **Ecoclean** ha sviluppato due soluzioni orientate all'automazione e all'ottimizzazione dei processi: il sistema **Lab-on-a-Chip (LOC)** per il monitoraggio dei bagni di pulizia e la tecnologia

***Automatic control
of cleaning and
drying quality,
resource consumption,
and costs***

Consistently high process quality, reduced resource consumption and tighter operational control are now key requirements in water-based industrial cleaning. To address these needs, **Ecoclean** has developed two solutions focused on process automation and optimisation: the **Lab-on-a-Chip (LOC)** system for cleaning bath monitoring and **Smart Drying**



Smart Drying per il controllo intelligente dell'asciugatura.

L'evoluzione dei requisiti qualitativi sui componenti e la crescente necessità di documentare i parametri di processo rendono infatti sempre più complessa la gestione delle fasi di cleaning e drying, mentre la pressione su efficienza energetica e contenimento dei costi continua ad aumentare.

LOC - analisi complete dei detersivi e dei bagni con un unico sistema

Il sistema LOC consente di automatizzare l'analisi dei bagni di pulizia e risciacquo integrando in un'unica piattaforma diversi metodi di misurazione, evitando la necessità di installare sensori dedicati su ciascun bagno. Integrabile sia in impianti a immersione multipla sia in sistemi a camera, il dispositivo esegue campionamenti automatici e consente di monitorare concentrazione del detersivo e contaminazione del bagno.

technology for intelligent drying control.

As component quality requirements continue to rise, cleaning and drying processes are becoming increasingly complex, with greater demands for process documentation, energy efficiency and cost control.

LOC - comprehensive cleaner and bath analyses with just one system

The LOC system automates the analysis of cleaning and rinsing baths by combining multiple measurement methods within a single platform, eliminating the need for dedicated sensors in each bath. Suitable for both multi-bath immersion systems and chamber machines, it performs automatic sampling and enables monitoring of cleaner concentration and bath contamination.

Available measurement methods include **titration, pH, conductivity, fluorescence**, and, for the first time, **surface tension measurement**, allowing separate monitoring of surfactant content in modular cleaning systems. Based on the data collected, the system can trigger corrective actions such as medium replenishment or bath changes.

Tra i parametri rilevabili figurano **titolazione, pH, conducibilità, fluorescenza** e, per la prima volta, **tensione superficiale**, utile per determinare separatamente il contenuto di tensioattivi nei bagni modulari. Il sistema può inoltre avviare automaticamente azioni correttive quali rabbocchi o sostituzioni bagno, contribuendo a una gestione più precisa delle risorse.

Smart Drying – asciugatura ottimale con un consumo minimo di tempo ed energia

Sul fronte dell'asciugatura, Ecoclean propone **Smart Drying**, tecnologia basata su intelligenza artificiale per il controllo dei processi combinati ad aria calda e sottovuoto. L'obiettivo è ottimizzare tempi ciclo e consumi energetici in una delle fasi più critiche e onerose del processo di pulizia industriale. Il sistema utilizza un sensore dedicato di umidità e temperatura e un modello AI addestrato su migliaia di test, capace di analizzare in tempo reale i parametri della camera di processo e determinare la strategia di asciugatura più efficace in funzione del componente trattato.

Secondo Ecoclean, i prossimi sviluppi prevedono l'estensione dell'intelligenza artificiale anche al controllo diretto dei processi di pulizia e risciacquo, con l'obiettivo di una gestione sempre più autonoma e adattiva dell'intero ciclo di trattamento.

Smart Drying – optimal drying with minimal time and energy consumption

For the drying stage, Ecoclean offers **Smart Drying**, an AI-based technology for controlling combined hot air and vacuum drying processes. The goal is to optimise cycle times and reduce energy consumption in one of the most critical and resource-intensive stages of industrial cleaning.

The system relies on a dedicated humidity and temperature sensor and on an AI model trained with data from thousands of drying tests. By analysing process chamber parameters in real time, the system determines the most effective drying strategy for each component type.

According to Ecoclean, the next development step will be the extension of AI-based control to cleaning and rinsing processes, with the aim of enabling increasingly autonomous and adaptive process management.





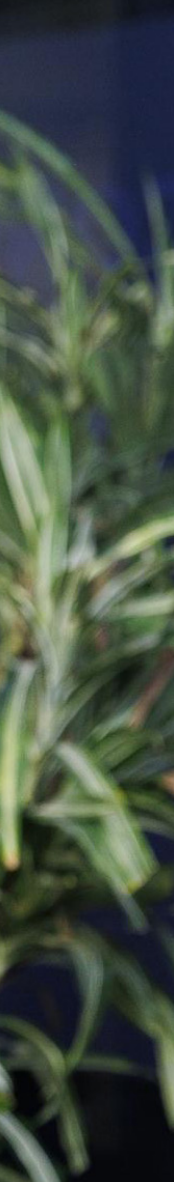
QUANDO L'AI RISPONDE AL POSTO TUO, **CHI CONTA I CLIC?**

QUANDO L'AI RISPONDE AL POSTO TUO, **CHI CONTA I CLIC?**

Emanuele Caronia, CEO Exelab

Solo l'1% degli utenti Google clicca su un link all'interno di una risposta generata dall'AI. Il dato viene dal Pew Research Center, istituto di ricerca indipendente statunitense, che a marzo 2025 ha tracciato quasi 69.000 ricerche reali di 900 persone: non opinioni raccolte con un sondaggio, ma comportamenti osservati. Quando compa-

Only 1% of Google users click on a link within an AI-generated answer. The data comes from the Pew Research Center, an independent US research institute, which in March 2025 tracked nearly 69,000 searches carried out by 900 people: not opinions gathered via a survey, but observed behaviour. When an AI summary appears,



re una sintesi AI, la probabilità che l'utente clicchi su un qualsiasi risultato scende dal 15% all'8%. [1] E nel 26% dei casi la sessione si chiude lì: l'utente legge la risposta e se ne va.

Questi numeri non mi sorprendono (chi lavora nel digitale li intuisce da mesi), ma rendono misurabile qualcosa che finora era solo un sospetto: il clic sta perdendo il suo ruolo di unità di misura della visibilità online.

Il grande disaccoppiamento

Ahrefs, tra le più diffuse piattaforme di analisi per la visibilità organica, ha analizzato 300.000 keyword tramite Google Search Console confrontando dicembre 2023 con dicembre 2025. Per le query dove compaiono le AI Overviews, i clic sulla prima posizione organica sono crollati del 58%. [2] Ma le impressioni, nello stesso periodo, sono aumentate. È quello che gli analisti chiamano the great decoupling: il sito viene mostrato, ma nessuno ci arriva. Per fare una metafora è come avere una vetrina con tanti passanti che si fermano a guardare, ma pochissimi entrano nel negozio perché trovano già tutto quello che cercano davanti alla vetrina.

Le AI Overviews di Google raggiungono due miliardi di utenti al mese, come dichiarato da Sundar Pichai nella call sui risultati Q2 2025. [3] ChatGPT ha superato i 900 milioni di utenti settimanali. Non stiamo parlando di un esperimento: è il canale attraverso cui una quota crescente di persone si informa prima di decidere. [4]

Ma la risposta dell'AI non nasce dal nulla. Seleziona fonti, le cita, ne estrae pezzi. Chi produce quei contenuti originali sta contribuendo a un sistema di cui non riesce a misurare l'impatto sul proprio business. Tornando alla nostra vetrina, è come se fosse posizionata in una piazza affollata ma non sappiamo quante persone si sono fermate a guardarla.

Il vuoto degli strumenti

Qui si apre il problema più serio, e non è tecnologico. McKinsey ha intervistato 500 direttori marketing europei per il suo State of Marketing 2026 ed emerge che l'AI generativa si piazza al 17° posto su 20 nelle

the likelihood of the user clicking on any result drops from 15% to 8%. [1] And in 26% of cases, the session ends there: the user reads the answer and leaves.

These figures do not surprise me (those working in digital have sensed this for months), but they make measurable something that until now was merely a suspicion: the click is losing its role as a unit of measurement for online visibility.

The Great Decoupling

Ahrefs, one of the most widely used analytics platforms for organic visibility, analysed 300,000 keywords via Google Search Console, comparing December 2023 with December 2025. For queries where AI Overviews appear, clicks on the top organic position have plummeted by 58%. [2] Yet impressions, over the same period, have increased. This is what analysts call the great decoupling: the site is displayed, but nobody lands on it. To use a metaphor, it is like having a shop window with many passers-by stopping to look, but very few entering the shop because they have already found everything they are looking for in the window.

Google's AI Overviews reach two billion users a month, as stated by Sundar Pichai during the Q2 2025 results call. [3] ChatGPT has surpassed 900 million weekly users. We are not talking about an experiment: it is the channel through which a growing number of people seek information before making a decision. [4]

But the AI's response does not come out of thin air. It selects sources, cites them, and extracts snippets. Those producing that original content are contributing to a system whose impact on their own business they cannot measure. Returning to our shop window, it is as if it were positioned in a crowded square, yet we do not know how many people have stopped to look at it.

The lack of tools

This is where the most serious problem arises, and it is not a technological one. McKinsey interviewed 500 European marketing directors for its State of Marketing 2026 report, and it emerges that generative

priorità dei CMO. Il 94% delle organizzazioni marketing non ha raggiunto la maturità nell'uso della GenAI. [5] E solo il 3% dei direttori marketing riesce a dimostrare il ritorno sull'investimento per più della metà della propria spesa. [5]

Non è disinteresse. È che gli strumenti di misurazione sono rimasti ancorati al mondo dei clic: impression, CTR, ranking organico, traffico referral. Nessuno di questi intercetta quello che succede quando un modello linguistico cita la tua pagina in una risposta che due miliardi di persone potrebbero leggere. Google non consente di distinguere in Search Console i clic provenienti dalle AI Overviews da quelli organici tradizionali. E nonostante affermi che le fonti citate nelle risposte AI ricevono più clic, non ha mai pubblicato un dato a supporto. Il post ufficiale di Liz Reid, responsabile di Google Search, pubblicato nell'agosto 2025, conteneva parole rassicuranti e zero evidenze: nessun grafico, nessuna percentuale, nessuna metodologia. [6]

Chi cerca per comprare ha già chiesto all'AI

L'impatto non si ferma alla visibilità. Forrester, tra le principali società di ricerca sul mercato tecnologico, ha pubblicato a gennaio 2026 il suo State of Business Buying su quasi 18.000 acquirenti aziendali. Il risultato: gli strumenti GenAI sono diventati il tipo di interazione più citato nella fase di ricerca

AI ranks 17th out of 20 in CMOs' priorities. 94% of marketing organisations have not reached maturity in their use of GenAI. [5] And only 3% of marketing directors can demonstrate a return on investment for more than half of their expenditure. [5]

It is not a lack of interest. It is simply that measurement tools have remained anchored in the world of clicks: impressions, CTR, organic ranking, referral traffic. None of these capture what happens when a language model mentions your page in a response that two billion people might read. Google does not allow you to distinguish in Search Console between clicks from AI Overviews and traditional organic clicks. And despite claiming that sources cited in AI responses receive more clicks, it has never published any data to support this. The official post by Liz Reid, Head of Google Search, published in August 2025, contained reassuring words and zero evidence: no charts, no percentages, no methodology. [6]

Those searching to buy have already asked the AI

The impact goes beyond visibility. Forrester, one of the leading technology market research firms, published its 'State of Business Buying' report in January 2026, based on a survey of nearly 18,000 corporate buyers. The result: GenAI tools have become the most frequently cited type of interaction during the pre-purchase





pre-acquisto. Il 94% degli acquirenti B2B dichiara di usare l'AI durante il processo decisionale. [7]

Quando un responsabile acquisti chiede a ChatGPT di confrontare tre piattaforme CRM, il fornitore che compare nella risposta parte in vantaggio. Ma quanto vale quel vantaggio? SparkToro, la società di analisi sulle audience digitali fondata da Rand Fishkin, ha provato a quantificare la coerenza delle raccomandazioni AI con un esperimento su 2.961 sessioni. [8] Il risultato: la stessa domanda allo stesso modello produce la stessa lista di brand meno di una volta su cento. La citazione AI non è un posizionamento stabile: è volatile, probabilistica, impossibile da presidiare con le logiche del ranking tradizionale.

Wikipedia è la fonte più citata nelle AI Overviews di Google, eppure uno studio accademico recente documenta un calo del 15% nelle visite da ricerca: circa 11,5 milioni di accessi giornalieri in meno. [9] Se neanche la fonte più autorevole del web converte le citazioni in traffico, il vecchio schema è rotto.

research phase. 94% of B2B buyers say they use AI during the decision-making process. [7]

When a procurement manager asks ChatGPT to compare three CRM platforms, the supplier mentioned in the response has a head start. But how much is that advantage worth? SparkToro, the digital audience analytics firm founded by Rand Fishkin, attempted to quantify the consistency of AI recommendations through an experiment involving 2,961 sessions. [8] The result: the same question posed to the same model produces the same list of brands less than once in a hundred times. AI citations are not a stable ranking; they are volatile, probabilistic, and impossible to control using traditional ranking logic.

Wikipedia is the most cited source in Google's AI Overviews, yet a recent academic study documents a 15% drop in search visits: around 11.5 million fewer daily visits. [9] If even the most authoritative source on the web fails to convert citations into traffic, the old model is broken.



La qualità paga, ma nessuno sa quanto

E qui emerge il paradosso. Kevin Indig, ex responsabile crescita di Shopify, ha analizzato (e divulgato nella sua newsletter Growth Memo) 1,2 milioni di risposte ChatGPT. Il 44% delle citazioni proviene dal primo terzo del testo. [10] I contenuti citati hanno una densità di entità quattro volte superiore alla media: nomi, dati, concetti specifici. I ricercatori della Princeton University, in uno studio presentato a KDD (la principale conferenza accademica mondiale su data science), vanno nella stessa direzione. [11] Contenuti ricchi di fonti verificabili e dati concreti ottengono fino al 40% in più di visibilità nelle risposte generate dall'AI. Suona familiare? Dovrebbe. Profondità, specificità, struttura, autorevolezza delle fonti: sono gli stessi principi che hanno funzionato per vent'anni nella SEO seria. Chi ha investito in contenuti che rispondono a domande reali con competenza dimostrabile ha già l'asset più importante per la visibilità nell'era dell'AI. Ma non lo sa, perché non ha modo di misurarlo.

Nella mia esperienza con aziende di settori molto diversi, il divario non è tra chi ha adottato l'AI e chi no. È tra chi ha costruito nel tempo una base di contenuti solidi e chi ha inseguito il volume. I primi hanno un vantaggio che le metriche attuali non rilevano. I secondi rischiano di scoprire che produrre tanto senza dire niente, nel mondo delle citazioni AI, non vale nulla. E i dati suggeriscono dove guardare: contenuti che rispondono con precisione, fonti verificabili, informazioni concentrate nel primo terzo della pagina, dove il modello le cerca. Non

Quality pays off, but no one knows by how much

And here the paradox emerges. Kevin Indig, former Head of Growth at Shopify, analysed (and shared in his Growth Memo newsletter) 1.2 million ChatGPT responses. 44% of citations come from the first third of the text. [10] Cited content has an entity density four times higher than average: names, data, specific concepts. Researchers at Princeton University, in a study presented at KDD (the world's leading academic conference on data science), point in the same direction. [11] Content rich in verifiable sources and concrete data gains up to 40% more visibility in AI-generated responses.

Sound familiar? It should. Depth, specificity, structure, and the authority of sources: these are the very same principles that have worked for twenty years in serious SEO. Those who have invested in content that answers real questions with demonstrable expertise already possess the most important asset for visibility in the age of AI. But they don't realise it, because they have no way of measuring it.

In my experience with companies across very different sectors, the divide is not between those who have adopted AI and those who haven't. It is between those who have built a solid content foundation over time and those who have chased volume. The former have an advantage that current metrics do not detect. The latter risk discovering that producing a lot without saying anything, in the world of AI citations, is worth nothing. And the data suggests where to look: content that provides precise answers, verifiable sources, information concentrated in the top third of the page,

è una ricetta, ma è una direzione. Il contatore dei clic continua a girare. Ma la partita si sta giocando altrove, su un campo che ancora non sappiamo misurare con precisione. Gli strumenti per farlo stanno nascendo, le prime tracce si possono già leggere nei referral di Google Analytics, e chi inizia a cercarsi nelle risposte AI ha almeno il vantaggio di sapere dove si trova. Chi aspetta la mappa perfetta rischia di non avere più una posizione da cui partire.

where the model looks for it. It's not a recipe, but it's a direction.

The click counter keeps ticking. But the game is being played elsewhere, on a field we still don't know how to measure accurately. The tools to do so are emerging; the first signs can already be seen in Google Analytics referrals, and those who start looking for themselves in AI responses at least have the advantage of knowing where they stand. Those who wait for the perfect map risk no longer having a starting point.

EXELAB IN SINTESI

nell'implementazione di progetti complessi per il mondo enterprise, spaziando dal CRM alla Marketing Automation, dall'Omnicanalità all'Intelligenza Artificiale.

La missione della società è portare le migliori tecnologie nel cuore delle grandi aziende, promuovendo un'innovazione incentrata sugli obiettivi di business. La strategia di Exelab è basata su tre pilastri principali: portare un approccio alla tecnologia lean nel mondo enterprise; mantenere un altissimo livello di specializzazione ed eccellenza operativa; realizzare progetti ad alto impatto.

ABOUT EXELAB

Exelab is a leading system integrator specialising in the development of strategic technology solutions, including HubSpot, AWS, Databricks and Twilio. The company specialises in implementing complex projects for the enterprise sector, ranging from CRM to marketing automation, and from omnichannel solutions to artificial intelligence.

The company's mission is to bring the best technologies to the heart of large organisations, promoting innovation centred on business objectives. Exelab's strategy is based on three main pillars: bringing a lean approach to technology to the enterprise sector; maintaining the highest level of specialisation and operational excellence; and delivering high-impact projects.

Fonti/Sources

- 1 Google users are less likely to click on links when an AI summary appears in the results
- 2 Update: AI Overviews Reduce Clicks by 58%
- 3 Alphabet Q2 earnings call: CEO's remarks
- 4 The state of enterprise AI | OpenAI
- 5 Past forward: The modern rethinking of marketing's core | McKinsey
- 6 AI in Search: Driving more queries and higher quality clicks
- 7 Forrester's 2026 Buyer Insights: GenAI Is Upending B2B Buying As Leaders Face Mounting Pressure To Justify Every Dollar Spent
- 8 NEW Research: AIs are highly inconsistent when recommending brands or products; marketers should take care when tracking AI visibility - SparkToro
- 9 New User Trends on Wikipedia - Diff
- 10 The science of how AI pays attention - by Kevin Indig
- 11 GEO: Generative Engine Optimization

MASTERWAX IDROWAX.

LA CERA DI ULTIMA
GENERAZIONE PER LA
CREAZIONE DI MODELLI
VUOTI IN 3D

MASTERWAX IDROWAX.

THE LATEST-GENERATION
WAX FOR CREATING 3D
HOLLOW MODELS



La nuova cera **idrosolubile Idrowax** è stata concepita per rispondere alle esigenze di un mercato in continua evoluzione dove la creazione di gioielli in 3D completamente vuoti è sempre più richiesta.

Attraverso pochi e semplici passaggi è possibile creare con l'iniezione a cera persa un modello vuoto pronto per la microfusione:

- Si utilizza un primo stampo per creare il modello interno iniettando la Idrowax
- Il modello interno viene successivamente inserito in un secondo stampo per creare il modello esterno, iniettando una cera Masterwax diversa a seconda del risultato desiderato
- Ottenuto il modello completo (composto) si immerge in acqua per sciogliere la parte interna: il risultato sarà lo scheletro vuoto del gioiello da realizzare che potrà passare alla microfusione.

È importante precisare che questo metodo di produzione di modelli vuoti non è studiato per il confronto con le stampanti 3D.

Il basso costo delle materie prime come le cere da iniezione Masterwax e la velocità degli iniettori di ultima generazione MasterInject rendono questo sistema il più vantaggioso nelle produzioni di massa.

La linea di cere Masterwax è composta da 7 qualità diverse, ognuna con le proprie peculiarità, studiate ad hoc per garantire la massima resa in ogni produzione.

The new **water-soluble Idrowax** has been designed to meet the needs of a constantly evolving market where there is growing demand for the creation of completely hollow 3D jewellery.

In just a few simple steps, you can use the lost-wax casting process to create a hollow model ready for investment casting:

- A first mould is used to create the inner model by injecting Idrowax
- The inner model is then placed into a second mould to create the outer model, injecting a different Masterwax wax depending on the desired result
- Once the complete (composite) model has been obtained, it is immersed in water to dissolve the inner part: the result will be the hollow skeleton of the jewellery to be produced, which can then proceed to microcasting.





It is important to note that this method of producing hollow models is not designed to be compared with 3D printers.

The low cost of raw materials such as Masterwax injection waxes and the speed of the latest-generation MasterInject injectors make this system the most advantageous for mass production.

The Masterwax wax range comprises 7 different grades, each with its own specific characteristics, specifically designed to ensure maximum yield in every production run.

MASTERINJECT

MI-03 AUTOSTART AUTOMATIC POWER

-  400 pcs/h
-  Remote connection
-  Continuous Production Cycle
-  Integrated Mold Cooling System



shop.masterix.it



www.masterix.it

MASTERIX

smart wax injectors & new generation waxes

QUALITY BORN IN THE DOLOMITES

PRECISION COMPONENTS
FOR JEWELRY AND
LUXURY BRANDS.

COMPLEX. REFINED.
ENGINEERED TO PERFECTION.

At OMM, we manufacture highly complex miniature components for the jewelry and luxury industry – combining technical precision with refined aesthetics.

From intricate geometries to high-gloss finishing, we support brands that demand uncompromising quality, advanced craftsmanship, and reliable production expertise.

OUR EXPERTISE



Complex micro components



Precision manufacturing



High-gloss surface finishing



Multi-material expertise



Assembly and post-processing



Customized luxury solutions



INSPIRED BY THE HERITAGE OF THE DOLOMITES,
WE COMBINE ENGINEERING EXCELLENCE
WITH ATTENTION TO DETAIL - CREATING COMPONENTS
WHERE PRECISION BECOMES PART OF THE DESIGN.

OMM plus



EXCLUSIVE SALES PARTNER

WWW.OBEITALIA.IT
INFO@OBEITALIA.IT

BERKEM POWER-EVO 1220.

RADDRIZZATORI PER USO GALVANICO

POWER-EVO 1220 BY BERKEM.

RECTIFIERS FOR PLATING USE



POWER-evo 1220 è il nuovo raddrizzatore ad elevata linearità **12 V – 20 A per uso galvanico**, progettato per garantire un'erogazione stabile della corrente, ridurre le bruciature e migliorare l'uniformità del deposito galvanico, assicurando risultati affidabili in ogni fase del processo.

POWER-evo 1220 is the new high-linearity **12 V – 20 A** rectifier for plating processes, engineered to deliver highly stable current output, reduce burning and enhance coating uniformity ensuring reliable results throughout every stage of the plating process.

Caratteristiche

- Raddrizzatore per uso galvanico ad elevata linearità | 20 A – 12 V
- Touch screen multilingua + encoder digitale per regolazioni rapide
- Ricette operative preimpostate per processi Berkem
- Ricette personalizzabili per soluzioni galvaniche professionali
- Modalità di erogazione in priorità di Corrente o Tensione
- Elettronica e software proprietari
- Software aggiornabile
- Connettore di espansione
- Struttura in acciaio AISI 304
- Semplicità di pulizia e manutenzione
- Design moderno, compatto e leggero

Vantaggi operativi

- Migliore uniformità del deposito
- Riduzione delle bruciature
- Controllo dei parametri tramite ricette
- Sistema di monitoraggio e calcolo dei consumi integrato
- Avvisi di reintegro per replenisher
- Uso intuitivo
- Manutenzione semplificata

Specifiche tecniche

- Dimensioni: 40 × 18,5 × 16,5 cm
- Peso: 2,5 kg
- Ingresso: 110–230 V | 50–60 Hz
- Consumo: 600 W

Key Features

- High-linearity plating rectifier | 12 V – 20 A
- Multilingual touch screen + digital encoder for quick adjustments
- Pre-set operating recipes for Berkem processes
- Customizable recipes for professional plating solutions
- Constant-current or constant-voltage delivery mode
- Proprietary electronics & software
- Upgradable firmware
- Expansion connector
- AISI 304 stainless-steel structure
- Easy to clean and maintain
- Modern, compact & lightweight design

Operational Benefits

- Improved deposit uniformity
- Reduced burning
- Recipe-based parameter control
- Integrated monitoring and consumption calculation
- Replenisher refill alerts
- Intuitive operation
- Simplified maintenance

Technical Specifications

- Dimensions: 40 × 18,5 × 16,5 cm
- Weight: 2,5 kg
- Input: 110–230 V | 50–60 Hz
- Power consumption: 600 W
- Volt – Ampere: 12 V – 20 A



L'interfaccia combina **touch screen multilingua** ed **encoder digitale** per una gestione immediata dei parametri operative e delle funzioni. **L'elettronica e il software proprietari**, sviluppati internamente, assicurano controllo accurato della corrente, ripetibilità dei risultati e possibilità di aggiornamenti futuri.

Le **ricette operative preimpostate**, per i principali processi Berkem, consentono l'applicazione rapida e corretta dei parametri di lavoro. Tali configurazioni sono facilmente personalizzabili per adattarsi alla maggior parte delle soluzioni galvaniche professionali disponibili sul mercato.

Grazie al design compatto e leggero, POWER-evo 1220 si integra agevolmente in spazi ridotti, mentre la struttura interamente in **acciaio inox AISI 304** assicura elevata resistenza meccanica e chimica, lunga durata e facilità di pulizia grazie alla superficie liscia e non porosa.

The interface combines a multilingual touch screen with a digital encoder, enabling immediate and precise control of operating parameters and functions. Proprietary electronics and in-house-developed software ensure accurate current regulation, repeatable results and support for future firmware upgrades.

Pre-set operating recipes for the main Berkem processes enable fast and correct application of working parameters. These configurations can be easily customized to adapt to most professional electroplating solutions available on the market.

Thanks to its compact and lightweight design, **POWER-evo 1220** integrates seamlessly into tight spaces, while its full AISI 304 stainless-steel chassis provides excellent mechanical and chemical resistance, long service life, and ease of cleaning due to its smooth, non-porous surface.



MIDO 2026: INNOVAZIONE, RELAZIONI E VISIONE CHE GENERANO VALORE

MIDO 2026: INNOVATION, RELATIONSHIPS AND VISION THAT CREATE VALUE

***I risultati della 54^a edizione
del salone internazionale
dell'eyewear: tra business,
ricerca, cultura e formazione,
MIDO continua a conquistare
espositori e visitatori***

In un contesto globale segnato da complessità economiche, storiche e politiche, oltre che dalle variabili legate alla prossimità dei Giochi Olimpici Invernali, MIDO 2026 – tenutosi dal 31 gennaio al 2 febbraio negli spazi di Fiera Milano a Rho – ha confermato le performance dell'edizione precedente sia in termini di espositori sia di visitatori, ribadendo il proprio ruolo centrale nello scenario internazionale dell'occhialeria.

***The results of the 54th edition
of the international eyewear
fair: through business, research,
culture and training, MIDO
continues to win over exhibitors
and visitors***

In a global context marked by economic, historical and political complexities, as well as variables linked to the approaching Winter Olympic Games, MIDO 2026 – held from 31 January to 2 February at Fiera Milano in Rho – matched the performance of the previous edition in terms of both exhibitors and visitors, reaffirming its central role on the international eyewear scene.

"Anche quest'anno MIDO ha saputo esprimere con decisione tutta l'energia del settore - ha dichiarato Lorraine Berton, Presidente di MIDO e ANFAO. "Una vitalità prorompente, fin dalle prime ore del mattino, ha attraversato corridoi, piazze e stand, mentre appuntamenti, presentazioni live e incontri hanno offerto occasioni di confronto e ispirazione e, soprattutto, tantissimo business concreto. MIDO continua a dimostrare di saper mantenere e rafforzare le sue due anime: da un lato l'evento di settore, imprescindibile per i professionisti di tutto il mondo, dove si fanno affari, si scoprono le novità e si costruiscono relazioni strategiche per tutto l'anno; dall'altro l'evento culturale e formativo, capace di proporre anche contenuti extra-settore per riflettere insieme su come evolve il mondo, collegare questi cambiamenti al settore eyewear e trovare idee e suggestioni per affrontare e superare le sfide del mercato". A questo si aggiunge un'attenzione sempre più marcata verso marketing e comunicazione, elementi ormai cruciali sia per gli espositori sia per i visitatori: dalla valorizzazione delle identità di marca alla capacità di intercettare nuovi target, fino alla costruzione di narrazioni che accompagnano il prodotto oltre lo spazio espositivo. "È proprio questa sintesi tra concretezza e visione a rendere MIDO un punto di riferimento unico a livello internazionale" ha concluso la Presidente.

"Once again, MIDO has successfully expressed the sector's full energy with conviction," said Lorraine Berton, President of MIDO and ANFAO. An exuberant vitality, from the early hours of the morning, filled the walkways, squares and stands, whilst events, live presentations and meetings offered opportunities for discussion and inspiration and, above all, a great deal of concrete business. MIDO continues to demonstrate its ability to maintain and strengthen its two core aspects: on the one hand, the industry event, essential for professionals from all over the world, where business is conducted, new products are discovered and strategic relationships are built for the whole year; on the other, a cultural and educational event, capable of offering content beyond the sector to reflect together on how the world is evolving, link these changes to the eyewear sector, and find ideas and inspiration to tackle and overcome market challenges". Added to this is an increasingly strong focus on marketing and communication, elements that are now crucial for both exhibitors and visitors: from enhancing brand identities to the ability to reach new target audiences, right through to crafting narratives that take the product beyond the exhibition space. "It is precisely this combination of practicality and vision that makes MIDO a unique international benchmark," concluded the President.



MIDO



I numeri del 2026

Sono state circa 42.000 le presenze complessive, provenienti da oltre 160 Paesi, con 1.200 espositori – di cui circa 930 internazionali – distribuiti in 7 padiglioni e 8 aree espositive.

L'Europa si è confermata protagonista, con Germania, Francia e Spagna in prima linea. Cresce inoltre l'interesse da parte di aree emergenti come Africa, Medio Oriente e Asia, che si affermano come mercati strategici in espansione.

Stabili le presenze dal Nord America, un dato significativo considerando l'attuale scenario economico e le tensioni legate ai dazi. In lieve flessione invece la partecipazione italiana, influenzata dalle dinamiche economiche che incidono sulle scelte di investimento degli operatori nazionali.

Accanto ai visitatori, si sono registrate oltre 16.000 presenze tra gli espositori, a conferma della capacità di MIDO di rappresentare l'intera filiera dell'occhialeria: produzione, materiali, tecnologie, componenti e accessori. Una visione completa che rende la manifestazione un hub di riferimento per innovazione e sourcing (dati certificati ISF Cert secondo la norma ISO 25639).

2026 figures

There were approximately 42,000 visitors in total, from over 160 countries, with 1,200 exhibitors – of whom around 930 were international – spread across 7 halls and 8 exhibition areas.

Europe remained the key player, with Germany, France and Spain at the forefront. Interest is also growing from emerging regions such as Africa, the Middle East and Asia, which are establishing themselves as strategic, expanding markets.

Attendance from North America remained stable, a significant result considering the current economic climate and tensions surrounding tariffs. Italian participation, however, saw a slight decline, influenced by economic factors affecting the investment decisions of national operators.

Alongside visitors, there were over 16,000 exhibitors, confirming MIDO's ability to represent the entire eyewear supply chain: production, materials, technologies, components, and accessories. A comprehensive overview that makes the event a key hub for innovation and sourcing (data certified by ISF Cert in accordance with ISO 25639).



Lorraine Berton

Comunicazione e visibilità

MIDO 2026 ha ottenuto un'ampia copertura mediatica su stampa, TV, radio e piattaforme digitali, in Italia e all'estero. Oltre 400 i giornalisti accreditati.

L'edizione ha segnato un nuovo traguardo anche sul fronte digitale, grazie in particolare al debutto su TikTok, che ha contribuito ad ampliare la visibilità dell'evento. Nei tre giorni di manifestazione sono state raggiunte oltre 3,5 milioni di persone su tutte le piattaforme, con un incremento complessivo del 35% rispetto al 2025. Il sito mido.com ha registrato circa 35.000 utenti, mentre la funzionalità più utilizzata dell'app è stata la mappa interattiva, seguita dalla ricerca espositori. Il The Vision Stage ha proposto 40 eventi trasmessi in streaming in italiano e inglese, disponibili successivamente nell'area riservata del sito e dell'app. Il supporto delle istituzioni e dell'industria Il Governo italiano e il sistema industriale hanno ribadito il valore strategico di MIDO, non solo come fiera di settore ma come piattaforma chiave per la promozione internazionale dell'intero comparto eyewear.

È stata inoltre inaugurata la "Casa del Made in Italy" (la Casa del Made in Italy), uno spazio istituzionale dedicato alla connessione tra imprese, investitori, buyer internazionali e sistema confindustriale, con l'obiettivo di sostenere progetti, favorire nuove opportunità e rafforzare i processi di internazionalizzazione. Un'iniziativa che consolida il posizionamento di MIDO come piattaforma al servizio delle filiere produttive italiane.

Communication and visibility

MIDO 2026 received extensive media coverage in the press, on TV, radio and digital platforms, both in Italy and abroad. Over 400 journalists were accredited.

This edition also marked a new milestone in the digital sphere, thanks in particular to its debut on TikTok, which helped to broaden the event's visibility. Over the three days of the event, more than 3.5 million people were reached across all platforms, representing an overall increase of 35% compared to 2025. The mido.com website recorded around 35,000 users, whilst the most used feature of the app was the interactive map, followed by the exhibitor search.

The Vision Stage featured 40 events streamed in Italian and English, subsequently available in the members' area of the website and app. Support from institutions and industry The Italian Government and the industry reaffirmed the strategic value of MIDO, not only as a trade fair but as a key platform for the international promotion of the entire eyewear sector.

The "Casa del Made in Italy" (the House of Made in Italy) also attracted great interest; this institutional space was dedicated to connecting businesses, investors, international buyers and the Confindustria system, with the aim of supporting projects, fostering new opportunities and strengthening internationalisation processes. An initiative that consolidates MIDO's position as a platform serving Italian production chains.

News and trends

MIDO 2026 highlighted the latest developments in eyewear, ranging from technological progress to new stylistic expressions. The collections presented showcased increasingly lightweight and high-performance frames, advanced and sustainable materials, as well as the integration of artificial intelligence-based solutions for design, personalisation and visual comfort.

The Vision Stage: a look at the global context

The Vision Stage once again proved to be a space for analysis and discussion on major contemporary issues. In a constantly changing international context, the programme featured sessions on the economy, geopolitics and future scenarios, alongside a focus on sustainability, inclusion, visual health and new consumer behaviours.

Also inaugurated, as part of the event, the exhibition "The Lens of Time", which will subsequently be hosted in Rome this autumn at Palazzo Piacentini, the headquarters of the Ministry of Enterprise and Made in Italy.

Novità e tendenze

MIDO 2026 ha messo in luce l'evoluzione più recente dell'eyewear, tra progresso tecnologico e nuove espressioni stilistiche. Le collezioni presentate hanno evidenziato montature sempre più leggere e performanti, materiali avanzati e sostenibili, oltre all'integrazione di soluzioni basate sull'intelligenza artificiale per progettazione, personalizzazione e comfort visivo.

The Vision Stage: uno sguardo sul contesto globale

Il The Vision Stage si è confermato spazio di analisi e confronto sui grandi temi contemporanei. In un contesto internazionale in continua trasformazione, il programma ha proposto incontri su economia, geopolitica e scenari futuri, accanto a focus su sostenibilità, inclusione, salute visiva e nuovi comportamenti dei consumatori. Inaugurata, inoltre, la mostra "The Lens of Time", che in autunno sarà ospitata a Roma, presso Palazzo Piacentini, sede del Ministero delle Imprese e del Made in Italy.



MIDO 2027

Il successo dell'edizione 2026 rappresenta il punto di partenza per il futuro: MIDO è già al lavoro per il 2027 con l'obiettivo di ampliare ulteriormente le opportunità di business, innovazione e networking internazionale:

Welcome to Eyewearland, la nuova campagna di comunicazione, lanciata subito dopo la chiusura della manifestazione, introduce **Eyewearland**: un universo sospeso tra realtà e immaginazione, dove l'occhialeria diventa racconto visivo e dimensione esperienziale.

Eyewearland rappresenta MIDO: un luogo unico in cui l'intera filiera si incontra, dando vita a uno spazio in cui design, tecnologia, moda, sostenibilità e business dialogano tra loro. Non solo una fiera, ma un ecosistema immersivo in cui nascono idee, relazioni e prospettive future.

Popolato da figure enigmatiche che integrano elementi naturali in modo poetico, il concept suggerisce l'occhiale senza

rappresentarlo direttamente, aprendo a una narrazione in continua evoluzione. Un immaginario destinato a svilupparsi negli anni, generando nuovi scenari e racconti.

Il prossimo appuntamento con MIDO è fissato **dal 6 all'8 febbraio 2027**, presso Fiera Milano Rho.

MIDO 2027

The success of the 2026 edition marks the starting point for the future: MIDO is already at work on 2027 with the aim of further expanding opportunities for business, innovation and international networking:

Welcome to Eyewearland, the new communication campaign, launched immediately after MIDO 2026 closed, introduces Eyewearland: a universe suspended between reality and imagination, where eyewear becomes a visual narrative and an experiential dimension.

Eyewearland represents MIDO: a unique place where the entire supply chain comes together, creating a space where design, technology, fashion, sustainability and business interact. Not just a trade fair, but an immersive ecosystem where ideas, relationships and future prospects are born. Populated by enigmatic figures who integrate natural elements in a poetic way, the concept suggests eyewear without depicting it directly, opening up a constantly evolving narrative. An imaginary world destined to develop over the years, generating new scenarios and stories.

The next MIDO event is scheduled **for 6–8 February 2027**, at Fiera Milano Rho.

INSERZIONISTI / ADVERTISERS

CMF MARELLI	pag. 2
MASTERIX	pag. 35
OBE	pag. 36
OROAREZZO	pag. IV
TOPCAST	pag. 4
TVN TECH	cover II
VISOTTICA	pag. III
VIOLI	pag. 3

The Magazine for the Eyewear & Jewellery industries

Editore

Edizioni Ariminum Srl

Via Negroli 51/A - 20133 Milano Italia

Tel.+39/02.73.00.91

www.vedere.it – redazione.tech@vedere.it

Direttore Responsabile

Isabella Morpurgo – isabellamorpurgo@vedere.it

Pubblicità

pubblicita@vedere.it – advertising@vedere.it

Coordinamento Publi/Redazionale

Rita Ferraro – ritaferraro@vedere.it

Redazione

Manlio Valli – communication@vedere.it

Progetto grafico

Enrico Alvarez - graphic@vedere.it



- La rivista riporta gli articoli e le segnalazioni che le pervengono sia da singoli autori sia dalle aziende. La pubblicazione di questo materiale non coinvolge né l'opinione né la responsabilità della rivista.
 - The journal publishes articles and releases from individual authors or firms. Publishing this material does not involve the journal's opinion or liability.
- Autorizzazione Tribunale di Milano del 01 – 02 - 1992 N. 72
Associata a A.N.E.S. Associazione Nazionale Editoria Periodica Specializzata
- La riproduzione di testi e illustrazioni pubblicati sulla rivista è vietata senza espresso autorizzazione della casa editrice.
 - Reproduction without written express authorization of the publisher is prohibited.

Informativa ex D.Lgs. 196/03 Si rende nota l'esistenza di una banca dati personale di uso redazionale per l'invio delle proposte commerciali e la gestione dei contratti in essere presso la sede delle Edizioni Ariminum Srl – Milano – via Negroli 51/A. Gli interessati potranno rivolgersi al responsabile del trattamento dati, sig.ra Isabella Morpurgo, presso la sede di Milano per esercitare i diritti previsti dalla legge.

I dati potranno essere trattati da incaricati preposti a abbonamenti, marketing e amministrazione e potranno essere comunicati ad altre società per le medesime finalità di raccolta, per la spedizione delle riviste e per l'invio di materiale promozionale.



VISOTTICA
GROUP

**EXCELLENCE ENGINEERED
FOR THE EYEWEAR INDUSTRY.**

www.visotticagroup.com

OROAREZZO

INTERNATIONAL JEWELRY EXHIBITION

9-12 MAGGIO 2026 // 45^a edizione

Shaping jewelry ideas

OROAREZZO, la manifestazione internazionale dedicata alla **manifattura orafa e gioielliera** dove le idee prendono forma, piattaforma B2B strategica per le eccellenze produttive dei distretti del Made in Italy e internazionali. **Saper fare, creatività e innovazione per i top buyer esteri e italiani** per lo sviluppo di creazioni uniche e private label, e per la pianificazione di acquisti e riassortimento di grossisti, catene e negozi tradizionali.

ORGANIZZATO DA

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**
Providing the future

IN COLLABORAZIONE CON



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

ITA
ITALIAN TRADE AGENCY



   OROAREZZO.IT

Arezzo Fiere e Congressi, Italy

