



**PROGETTO**

**VALORIZZAZIONE DEL SISTEMA ORAFO**

**CAMPANO**

**ANNUALITA' 2026**

**CUP B78C25002330001**

**ACCORDO PER LA COESIONE**  
**TRA**  
**LA PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI**  
**E**  
**LA REGIONE CAMPANIA**

**FSC 2021/2027**

**Linea d'azione "Servizi alle imprese e sviluppo territoriale"**

**Delibera della Giunta Regionale della Campania n. 43 del 05/02/2025**



## 1. INTRODUZIONE

Il settore orafa Campano rappresenta un settore con enormi potenzialità, arricchito da una lunga tradizione artigianale e una forte capacità creativa.

Infatti, già al tempo di Federico II di Svevia (1194-1250) sono presenti a Napoli diversi laboratori orafi. Sotto Carlo II d'Angiò (1248-1309) è stata costituita la prima corporazione di orefici (la "Nobile Arte degli Orefici"), destinataria di un proprio statuto da parte del re.

A partire dalla fine del 1400, sotto il dominio aragonese, comincia a svilupparsi una vera e propria scuola napoletana dell'oro mentre nel 1700 l'artigiano orafa diventa un membro quasi fisso dello staff del re Carlo di Borbone.

Pur resistendo in città importanti esempi della tradizione orafa campana, anni '90 è avvenuta una delocalizzazione su Marcianise su due centri (TARI E OROMARE) che hanno garantito servizi avanzati alle imprese (in primis, servizi di sicurezza).

Torre del Greco invece costituisce un polo specializzato dell'artigianato del corallo e del cammeo. Si tratta di un'attività fiorente con secoli di tradizione alle spalle, conosciuta in tutto il mondo e con una domanda piuttosto stabile che permette sia la vita di aziende medio-grandi, che il proliferare di piccoli e piccolissimi laboratori.

Ai centri di produzione si affianca poi la rete del dettaglio, presente in maniera capillare nell'intera regione, composto da oltre 1400 punti vendita, principalmente a conduzione familiare. La rete campana dei dettaglianti rappresenta il 15% di tutto il retail orafa nazionale.

## 2. IL COMPARTO ORAFO CAMPANO

Il comparto orafa regionale è un settore con enormi potenzialità, arricchito da una lunga tradizione artigianale e una forte capacità creativa, ma che necessita di interventi mirati per superare alcune criticità strutturali e competere con successo nei mercati globali. Sebbene caratterizzato da un tessuto imprenditoriale numeroso e vivace, soffre la frammentazione della filiera produttiva, la ridotta presenza di infrastrutture moderne e la necessità di adottare tecnologie innovative in modo più ampio e diffuso. Un ulteriore limite è rappresentato dall'accesso insufficiente a servizi qualificati, sia reali che finanziari, che penalizzano soprattutto le micro e piccole imprese.

Nonostante ciò, il comparto orafa campano ha saputo dimostrare dinamismo e capacità di fare rete, in ultimo grazie alla nascita del Distretto Orafa Campano (in acronimo D.Or.C.). Il Distretto Orafa Campano si fonda su tre Sistemi Locali di Sviluppo (SLS) autonomi, che costituiscono dei veri e propri centri di eccellenza. In particolare, il sistema si articola in:



- Sistema Locale di Marcianise (CE): Un polo produttivo fortemente strutturato, caratterizzato da una consolidata realtà industriale e dalla capacità di integrare processi produttivi tradizionali e innovativi.
- Sistema Locale di Napoli (Borgo Orefici): Il cuore pulsante della tradizione artigianale, radicato in secoli di storia e cultura orafa, che rappresenta un patrimonio straordinario di saperi nel Centro Storico di Napoli
- Sistema Locale di Torre del Greco (NA): Riconosciuto per la sua elevata specializzazione nel settore corallo e cammeo, che gli consente di offrire prodotti personalizzati e di alta qualità, con un forte orientamento all'export

Con riguardo al Sistema Locale di Marcianise (CE), risultano circa 550 imprese attive al 2024. Il polo orafa locale si concentra in due consorzi: il Centro Orafo Il Tari (oltre 400 aziende insediate stabilmente) e il Centro Oromare (circa 150 aziende). Incidenza % dell'export sul fatturato (2023, stima polo Marcianise): Bassa, stimata intorno al 15-20% del fatturato totale. Le imprese di Marcianise hanno una minore propensione all'export rispetto ai grandi distretti orafi nazionali (Oreficeria, nel 2023 il fatturato sale a 12 mld: + 10,2%. Nel distretto Napoli-Caserta +5% - Ildenaro.it), concentrando gran parte delle vendite sul mercato interno (clienti retail in Campania e in Italia).

Oltre 100 imprese orafe operano nello storico Borgo Orefici di Napoli. Si tratta principalmente di laboratori artigianali, gioiellerie e piccoli grossisti concentrati nel quartiere Pendino (consorziate dal 2000 nell'Antico Borgo Orefici). Incidenza % dell'export sul fatturato: Trascurabile. Le vendite delle imprese di Napoli Borgo Orefici sono rivolte quasi interamente al mercato interno (Napoli/Italia); l'export diretto rappresenta una quota minima (<10%) del fatturato. La produzione partenopea è destinata in larga parte a clienti finali locali o commesse per aziende italiane maggiori.

Circa 300 aziende sono infine attive nel comprensorio di Torre del Greco nel settore del corallo, dei cammei e dell'oreficeria locale (Gioielli di Torre del Greco - Assocoral). Incidenza % dell'export sul fatturato (2023, distretto Torre del Greco): Molto alta, pari a oltre il 70% (Gioielli di Torre del Greco - Assocoral). La maggior parte della produzione locale di gioielli in corallo e cammeo è destinata ai mercati esteri, con solo ~30% assorbito dal mercato nazionale. Il distretto di Torre del Greco esporta prevalentemente verso l'Asia orientale, in primis il Giappone (tradizionale principale mercato per il corallo torrese). Sono importanti anche gli sbocchi negli Stati Uniti e in Europa (fiere e clientela in paesi come Francia, Svizzera, ecc.), che complessivamente assorbono gran parte del rimanente export (Oreficeria, nel 2023 il fatturato sale a 12 mld: + 10,2%. Nel distretto Napoli-Caserta +5% - Ildenaro.it). Il Medio Oriente e altri mercati internazionali rivestono un ruolo minore, mentre il Giappone da solo rappresenta una fetta significativa della domanda di corallo e cammeo di Torre del Greco.



### 3. ANALISI SWOT

Il Distretto Orafo Campano (D.OR. Campania) rappresenta un sistema produttivo regionale ad alta specializzazione nel settore dei gioielli.

- **Punti di forza (Strengths):**

- **Specializzazione e Tradizione:** Forte identità territoriale basata su secoli di tradizione orafa. La presenza storica di distretti artigianali (Napoli e Torre del Greco) ha consolidato competenze uniche (es. lavorazione del corallo e del cammeo, oreficeria artistica) e un saper fare riconosciuto a livello internazionale. Questa eredità culturale rappresenta un vantaggio competitivo in termini di qualità e design del prodotto.
- **Concentrazione e Infrastrutture:** Elevata concentrazione di imprese in poli dedicati. In particolare, il centro orafa Il Tarì (Marcianise) e il centro Oromare offrono infrastrutture moderne (circa 400 moduli aziendali, servizi condivisi, sicurezza, logistica) e spazi espositivi permanenti, facilitando le sinergie produttive e commerciali tra operatori. Ciò supporta economie di rete e visibilità collettiva del distretto.
- **Eccellenza Artigianale e Qualità:** Produzione orientata alla fascia medio-alta con elevati standard qualitativi. La cura artigianale unita a continui miglioramenti di processo ha portato a un upgrade qualitativo del gioiello campano, oggi apprezzato per finiture e dettagli. Alcune lavorazioni sono di nicchia ed eccellenza (ad esempio l'intaglio del cammeo su conchiglia e la lavorazione del corallo rosso mediterraneo a Torre del Greco), difficilmente replicabili altrove.

- **Debolezze (Weaknesses)**

- **Frammentazione e Piccola Dimensione:** Prevalenza di micro-imprese a carattere familiare e di PMI. Questa frammentazione strutturale limita le economie di scala, la capacità di investimento e l'incidenza del distretto sui mercati globali. Molte imprese hanno risorse finanziarie limitate e gestione tradizionale, con difficoltà ad affrontare da sole spese per R&S, marketing internazionale o upgrade tecnologici
- **Scarso Marketing e Brand Autonomo:** Storicamente, molte aziende campane operano come conto terzi o fornitori nella filiera, con marchi propri poco noti al grande pubblico. La scarsa propensione al branding e al marketing internazionale fa sì che il made in Campania nel gioiello non abbia ancora la notorietà di altri distretti nazionali (es. Vicenza, Valenza). Ciò riduce il valore aggiunto catturato localmente e rende dipendenti da intermediari commerciali. Anche la presenza nell'e-commerce globale è ancora limitata per molti operatori artigianali



- Dipendenza da Materie Prime e Fattori Esterni: Forte dipendenza dall'andamento del prezzo dei metalli preziosi e delle gemme/coralli. Fluttuazioni nelle quotazioni dell'oro e nella disponibilità di corallo grezzo incidono sui costi di produzione e sui margini, rendendo le imprese vulnerabili alla volatilità dei mercati delle materie prime. Inoltre, il mercato interno italiano del gioiello è maturo e sensibile alla congiuntura economica: periodi di incertezza o recessione economica riducono la domanda locale, mettendo in difficoltà soprattutto i piccoli produttori focalizzati sul mercato domestico.
- **Opportunità (Opportunities)**
  - Mercati Esteri in Crescita: La domanda internazionale di gioielli Made in Italy è in espansione, trainata dalla ripresa post-pandemica e dall'aumento del consumo di beni di lusso in vari Paesi. Il distretto campano può incrementare le proprie esportazioni sfruttando mercati ad alto potenziale come Nord America, Medio Oriente e Asia Orientale. In particolare, prodotti di nicchia come i cammei e il corallo di Torre del Greco trovano apprezzamento in mercati specializzati (es. collezionisti in Asia) se adeguatamente promossi. La crescente presenza a fiere internazionali e missioni commerciali coordinate (anche grazie al supporto regionale) apre canali verso nuovi importatori e buyer esteri.
  - Reti e Servizi Condivisi: La recente costituzione formale del distretto favorisce lo sviluppo di servizi consortili a supporto delle PMI. Si prospetta la creazione di piattaforme condivise per l'e-commerce e il marketing digitale del distretto, servizi comuni di consulenza doganale e logistica per l'export, nonché programmi congiunti di formazione continua (tecnica e manageriale). L'aggregazione in rete consente inoltre di presentarsi come soggetto unico verso finanziamenti e bandi (regionali, nazionali ed europei) destinati ai distretti, intercettando risorse per modernizzare impianti, showroom e processi produttivi. In sintesi, c'è l'opportunità di fare sistema: collaborare invece di farsi concorrenza internamente, per aumentare la competitività complessiva.
  - Tendenze di Mercato Favorevoli: Alcune tendenze globali possono avvantaggiare il distretto se sfruttate: la riscoperta dell'artigianato autentico e personalizzato (come reazione alla produzione di massa), l'interesse crescente per gioielli Made in Italy di fascia alta, e l'ibridazione moda-gioiello (collaborazioni tra orafi e stilisti o brand del lusso). Inoltre, l'adozione di canali digitali consente oggi anche alle piccole realtà di raggiungere clienti in tutto il mondo tramite social commerce, marketplace specializzati e strategie di storytelling online – un campo ancora poco esplorato che costituisce un bacino di crescita potenziale.



- **Minacce (Threats)**

- **Concorrenza di Altri Distretti e Paesi:** La competizione è elevata sia a livello nazionale sia internazionale. I distretti orafi italiani storicamente affermati (Vicenza, Arezzo, Valenza) dispongono di maggiore massa critica, brand affermati e reti commerciali consolidate, costituendo concorrenti diretti nella conquista di fette di mercato e risorse pubbliche. A livello globale, produttori esteri con costi inferiori – in particolare in Asia (Cina, India, Turchia, Thailandia, Indonesia) – continuano a guadagnare quote nel mercato del gioiello di volume, offrendo prodotti a prezzi molto competitivi. Il rischio di imitazioni e copie dei design italiani da parte di manifatture estere a basso costo resta alto, erodendo la posizione competitiva delle produzioni campane sui segmenti medio-bassi.
- **Oscillazioni del Mercato e Scenario Macro:** Il settore orafa è strettamente legato sia al ciclo economico che alla stabilità geopolitica. Eventuali crisi economiche internazionali o shock (aumenti dei tassi d'interesse, inflazione elevata, calo del potere d'acquisto) riducono la spesa in beni voluttuari come i gioielli, impattando negativamente i fatturati export. Analogamente, tensioni geopolitiche, dazi o sanzioni commerciali possono limitare l'accesso a mercati chiave o l'approvvigionamento di materie prime preziose. Il contesto attuale impone anche rigorose normative antiriciclaggio e di tracciabilità sui metalli preziosi, che possono gravare amministrativamente sulle piccole imprese poco strutturate.
- **Evoluzione dei Canali di Vendita:** I cambiamenti nei comportamenti di acquisto e nei canali distributivi costituiscono una sfida. La disintermediazione commerciale attraverso vendite online dirette dal produttore al consumatore finale o tramite grandi piattaforme potrebbe marginalizzare gli operatori tradizionali all'ingrosso presenti nel distretto. Allo stesso tempo, i grandi brand del lusso e della moda stanno internalizzando la produzione di linee di gioielleria o si approvvigionano tramite filiere controllate, riducendo lo spazio per i fornitori indipendenti. Se il distretto campano non presidia adeguatamente i nuovi canali (e-commerce proprietari, marketplace globali) rischia di perdere opportunità di vendita a favore di concorrenti più reattivi digitalmente

Alla luce dell'analisi SWOT, emergono varie linee strategiche per rafforzare il Sistema Orafo Campano e aumentarne la competitività: Aggregazione e Governance, Internazionalizzazione e Marketing Territoriale, Innovazione e Trasformazione Digitale, Formazione e Ricambio Generazionale, Qualità, Certificazioni e Sostenibilità, Formazione e Ricambio Generazionale, Qualità, Certificazioni e Sostenibilità, Valorizzazione del Borgo Orefici e del Territorio.



#### **4. LA LINEA STRATEGICA INTERNAZIONALIZZAZIONE E MARKETING TERRITORIALE**

In linea con le linee strategiche sopra richiamate, con il presente progetto ci si propone l'obiettivo di favorire la crescita delle imprese orafe-gioielliere campane su mercati non solo locali, concentrandosi sulla crescita in scala europea.

In tale contesto, nella Delibera di Giunta Regionale n. 43 del 05/02/2025 si rileva come la Regione Campania attribuisce grande rilevanza all'apertura internazionale dei settori produttivi e delle eccellenze della economia campana, per favorire la competitività del sistema regionale e generare nuove opportunità di sviluppo per le imprese. L'apertura internazionale costituisce indiscutibilmente il volano della crescita economica e rappresenta, nonostante il ruolo predominante che in questo settore svolgono soprattutto le forze e le logiche di mercato, un terreno sul quale azioni mirate di accompagnamento e di promozione, da realizzarsi insieme ad interventi a sostegno della competitività territoriale, possono conseguire risultati importanti.

Una efficace strategia di marketing territoriale, pertanto, operando con l'obiettivo di valorizzare le peculiarità produttive del territorio, è determinante per aiutare le imprese regionali a superare i propri limiti dimensionali e organizzativi, per incrementare il loro export e la competitività su nuovi mercati.

Per favorire l'apertura internazionale dei settori produttivi e delle eccellenze dell'economia campana nonché la competitività del sistema regionale, la delibera ha programmato apposite risorse per favorire la partecipazione alle iniziative di cui al programma riportato nell'allegato B al provvedimento, elaborato in modo da dare continuità alla partecipazione della Regione Campania alle iniziative a cui si è preso parte nel triennio precedente.

Tra le iniziative previste nell'allegato alla deliberazione risultano la partecipazione alle manifestazioni VICENZAORO e INHORGENTA Munich per le edizioni 2026 e 2027.

#### **5. PARTECIPAZIONE ALL'INIZIATIVA VICENZA ORO**

Vicenzaoro di Italian Exhibition Group (IEG) ha celebrato nel 2025 70 anni della manifestazione orafe-gioielliera divenendo la più longeva al mondo.

La Fiera, nata nel 1954 dalla fiera campionaria delle eccellenze del territorio e battezzata Vicenzaoro negli anni '80, ha costruito nei decenni un patrimonio di relazioni, competenze e valori che l'hanno resa la piattaforma di riferimento per l'industry globale.



Nel 2025, con oltre 1.200 gli espositori (per il 60% italiani), da 30 Paesi, Vicenzaoro ha segnato un nuovo sold out. Oltre alla visitazione spontanea in fiera, l'incontro tra domanda e offerta si è strutturato a partire dai 605 buyer ospitati - grazie al programma di incoming di ICE Agenzia - provenienti da 63 Paesi con in testa Stati Uniti, Emirati Arabi e Francia.

Secondo i dati forniti dall'organizzatore, nel 2025 la manifestazione ha visto aumentare i visitatori che sono arrivati da ben 130 nazioni diverse.

La partecipazione a Vicenzaoro dà la possibilità di esporre in contesto dove il meglio del Made in Italy e delle eccellenze internazionali si incontrano per presentare in anteprima le nuove collezioni e svelare le nuove tendenze. Spazi curati che valorizzano ogni segmento, diventando punti di riferimento per buyer, brand e operatori internazionali, favorendo networking mirato e scouting di nuove opportunità.

In questo contesto, la presenza coordinata delle imprese campane ha lo scopo di rafforzare l'immagine della Campania come territorio di eccellenza orafa, sostenendo la promozione dei suoi marchi, delle sue produzioni di qualità e del valore artigianale che le caratterizza. L'iniziativa assume inoltre un valore aggiunto in termini di networking interno al sistema produttivo nazionale, creando occasioni di sinergia e confronto con altri operatori del comparto.

La partecipazione a Vicenzaoro si configura dunque come un'opportunità strategica per consolidare il posizionamento delle imprese campane nel mercato italiano ed internazionale, valorizzando l'identità culturale del gioiello regionale e rafforzando la competitività complessiva del settore orafa locale.

In tale contesto, la Regione Campania ha già partecipato all'edizione di settembre 2024 con uno stand istituzionale per dare avvio al percorso di valorizzazione del sistema orafa gioielliero campano.

Nel corso del 2025 la Regione Campania è stata presente in entrambe le edizioni della manifestazione, quella di gennaio 25 e quella di settembre 25, con un format innovativo.

In particolare, attraverso una collettiva regionale, 12 aziende orafe campane (6 a gennaio e 6 a settembre) hanno avuto la possibilità di partecipare alla manifestazione all'interno di uno spazio collettivo regionale. Inoltre, mediante il format innovativo della "collettiva diffusa", 32 aziende campane presenti in fiera nell'edizione di settembre attraverso uno stand autonomo hanno ricevuto un aiuto finanziario concreto ed immediato consistente nell'accollo da parte della Regione, grazie ad un accordo con l'Ente fieristico, di parte dei costi di noleggio dell'area (il 50%) che altrimenti sarebbero gravati per intero sulle aziende. Le aziende, quindi, hanno ricevuto l'aiuto sotto forma di sconto in fattura grazie a un meccanismo estremamente sburocratizzato.



L'edizione di settembre si è infine conclusa con un interessante momento di condivisione in cui si è discusso di tutte le attività realizzate nel primo anno dalla costituzione del Distretto Orafo Campania e dei progetti ambiziosi che quest'ultimo si è prefissato.

Per la partecipazione alle due edizioni 2025 della manifestazione, sono stati previsti costi per € 192.000,00 oltre IVA per l'ente fieristico ed € 50.000,00 oltre IVA per attività di supporto alla Regione e comunicazione (organizzazione talk, presidio stand, materiale di comunicazione, ...).

## **6. PARTECIPAZIONE A INHORGENTA MUNICH – MONACO DI BAVIERA**

INHORGENTA MUNICH, in programma presso il centro fieristico Messe Munchen, è uno degli appuntamenti fieristici leader in Europa per il comparto dei gioielli, orologi e pietre preziose. offre la possibilità di partecipare a workshop e seminari di esperti e di conoscere le ultime tendenze in fatto di orologi e gioielli. L'ultima edizione rivela l'importanza e la portata di questa fiera alla quale hanno partecipato 870 espositori da 37 nazioni, e oltre 30.000 visitatori provenienti da 90 Paesi.

La fiera INHORGENTA Munich 2026 prevede sei mostre:

- 1) *Watches* - sezione dedicata agli orologi;
- 2) *Elegance & Lifestyle* - sezione dedicata alla gioielleria medio alta;
- 3) *Fine Jewelry* - sezione dedicata all'alta gioielleria;
- 4) *Contemporary Design & Vision* – sezione dedicata al design;
- 5) *Carat* - sezione dedicata alle gemme e alle pietre preziose;
- 6) *Technology & Bijoux* - sezione dedicata alle soluzioni tecnologiche e innovative e alla Bigiotteria

La partecipazione delle aziende orafe campane alla fiera internazionale INHORGENTA Munich si inserisce in una strategia di più ampio respiro volta a promuovere l'internazionalizzazione del Made in Campania e ad ampliare il posizionamento competitivo del comparto orafa sui mercati esteri.

In questo scenario, il progetto intende valorizzare le produzioni orafe campane – caratterizzate da alta artigianalità, design ricercato e qualità dei materiali – offrendo alle imprese regionali un'importante occasione di visibilità internazionale. La partecipazione coordinata all'interno di una collettiva regionale consentirà non solo di rafforzare l'identità del brand territoriale “Campania”, ma anche di agevolare l'accesso a nuovi mercati, favorendo l'incontro tra tradizione artigiana e domanda globale.

L'iniziativa rappresenta, dunque, uno strumento concreto di promozione economica e culturale del territorio, capace di proiettare il saper fare campano in un contesto fieristico strategico per lo sviluppo di nuove opportunità commerciali e partnership internazionali.



Nel corso del 2025, la Regione Campania ha preso parte alla manifestazione (febbraio 2025) grazie ad un accordo con la ITALCAM, ovvero la Camera di Commercio Italiana all'estero di Monaco di Baviera.

Il numero di aziende che ha partecipato alla collettiva regionale ammonta a 5 rispetto per un costo di € 75.000,00. Le aziende hanno avuto la possibilità di partecipare alla manifestazione all'interno di uno spazio collettivo regionale. La Regione Campania ha inoltre riconosciuto un contributo sotto forma di accollo di parte dei costi di partecipazione a due aziende presenti con uno stand autonomo (€ 1.800,00 per azienda).

## **7. LE INIZIATIVE 2026**

Come da DGR n. 43/2025, la Regione Campania parteciperà alle edizioni 2026 delle manifestazioni VICENZA ORO e INHORGENTA.

Con il presente progetto si propone di attuare la deliberazione in continuità con le partecipazioni 2025 anche per il 2026 prevedendo sia stand collettivi con la presenza di imprese campane che accollo di costi di partecipazione di imprese presenti in stand autonomi, oltre che servizi di comunicazione e animazione. La modalità di selezione delle imprese avverrà con appositi Avvisi pubblici inquadrando l'aiuto come sostegno non finanziario concesso ai sensi del Regolamento (UE) n. 2831/2023 "de minimis" ed iscritto nel Registro Nazionale degli Aiuti (RNA) di cui al Regolamento MISE n. 115 del 31 maggio 2017.

I fornitori di servizi saranno invece selezionati mediante appalti di servizi nel rispetto della normativa sui contratti pubblici.

## **8. IL BUDGET**

- VICENZA ORO 2026 - Importo stimato:
  - € 55.300,00 per il noleggio dello spazio e l'allestimento dell'area istituzionale, ove prevista, prevedendo la partecipazione della collettiva di circa 6 aziende campane sia all'edizione di gennaio che a quella di settembre 2026;
  - € 140.000,00 per l'accollo del 50% del costo degli spazi noleggiati da imprese Campane nel quartiere fieristico per la sola edizione di settembre 2026;
- INHORGENTA 2026 - Importo stimato:
  - € 52.200,00 per il noleggio dello spazio, l'allestimento dell'area istituzionale, ove prevista, e l'allestimento base dei moduli per 6/7 aziende;



- COMUNICAZIONE – Importo stimato:
  - 10.000,00 per iniziative divulgative volte a valorizzare la partecipazione delle imprese campane alle manifestazioni in programma, eventualmente in aggiunta ad altri progetti in corso;
- TOTALE: € 257.500,00 oltre IVA ove dovuta per complessivi € 314.150,00

Resta fermo che per ogni contratto d'appalto di acquisizione dei servizi forniti dai vari fornitori si procederà con la definizione di capitolati d'appalto dettagliati.

## 9. IL CRONOPROGRAMMA

MESE	VICENZA ORO	INHORGENTA	VICENZA ORO	ATTIVITA' AMMINISTRATIVA
dic - 25				
gen-26				
feb-26				
mar-26				
apr-26				
mag-26				
giu-26				
lug-26				
ago-26				
set-26				
ott- 26				