

Nota stampa

IEG: VICENZAORO SEPTEMBER, ANCORA SOLD OUT, GUARDA AL FUTURO

- Dal 6 al 10 settembre, 1.200 brand espositori in fiera, gli esteri sono il 40%
- Farsura: «IEG allestisce tre “temporary hall”, invariati il numero di aziende, varietà e ampiezza anche durante la riqualificazione del quartiere»
- Palakiss, offerta merceologica completata con la vendita sul pronto per i retailer
- Orologeria: VO'Clock Privé dal 6 a domenica 8: nuovi modelli e cultura delle lancette

vicenzaoro.com | The Heritage For Tomorrow | iegexpo.it

Vicenza, 17 giugno 2024 – Inizia il conto alla rovescia per una **Vicenzaoro September, 6 al 10 settembre nel quartiere espositivo vicentino, nuovamente sold out.**

«Demoliti i padiglioni 2 e 5 al centro del quartiere – annuncia il **global exhibition manager jewellery&fashion di Italian Exhibition Group (IEG), Matteo Farsura** – il salone internazionale della gioielleria e oreficeria guarda al futuro. Il **rispetto del cronoprogramma** ripagherà lo sforzo congiunto di tutti gli stakeholders di IEG con una chiara visione strategica su Vicenzaoro sul podio delle manifestazioni globali, forte dei suoi 70 anni di storia. Da quella di settembre e sino all’edizione del gennaio 2026, **tre padiglioni temporanei** garantiranno la continuità di tutti i settori, con lo stesso numero di espositori, in attesa del padiglione da 22 mila metri quadri progettato dallo studio **Gmp di Amburgo**».

A Vicenzaoro September 2024 tornerà, dal 6 all’8, anche **VO'Clock Privé**, accessibile all’intero pubblico di appassionati di segnatempo e cultura delle lancette.

VICENZAORO, UN BOUTIQUE SHOW INTERNAZIONALE: IL NUOVO LAYOUT, GUARDANDO AL DOMANI

Grazie ai tre **“temporary hall”**, a **Vicenzaoro September 24 non muteranno l’ampiezza, né l’articolazione del layout**, garantendo anche in questa fase transitoria la migliore esperienza di acquisto dei buyer. **Saranno 1.200 i brand espositori da 35 paesi, con il 40% dell’offerta espositiva dall’estero:** in testa Turchia, Cina, Hong Kong, Germania, Thailandia, Belgio. Per il **Made in Italy**, oltre al distretto di **Vicenza**, quelli di **Arezzo, Valenza e Campania**, con eccellenze di prodotto e servizio sulle quali si concentrerà il business matching nel programma di incoming sostenuto dal **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale** e dall’**Agenzia ICE**.

La community “Creation” ospiterà i produttori di oreficeria nel padiglione temporaneo **4a**, accanto al pad. 4. Semilavorati e gioielleria (in passato nei padiglioni 2 e 5) saranno nel temporaneo **7a**, connesso al pad.7; le aziende di packaging di “Expression” nella “temporary hall” **10** con ingresso indipendente e collegata ai pad. 1 e 3. Verrà aperto anche il pad. **3.2** con 300 metri quadri dedicati in larga parte ai diamanti “lab grown”. La vendita sul pronto sarà al **Palakiss**. La migliore oreficeria internazionale e le gemme sciolte troveranno posto nei consueti padiglioni **3.1 e 3**. Mentre nel padiglione 1, gli **operatori b2b** completano la loro vetrina con l’orologeria contemporanea della community **“Time”**.

VO' CLOCK PRIVÉ, LANCETTE SINCRONIZZATE SU ICONE E CULTURA

L’orologeria è infatti di casa a **Vicenzaoro**. Con **VO'Clock Privé** (aperto ad **appassionati, collezionisti, e cultori dei segnatempo più iconici**) si ritroveranno nel **foyer (8.1)** i grandi brand per un’anteprima a Vicenza delle nuove collezioni, e le figure chiave del mondo dell’orologeria comporranno il palinsesto di seminari tecnici e storici per diffondere la cultura dell’orologio.

LA RICCHEZZA DEGLI EVENTI E IL LEGAME CON LA CITTÀ

In scena a Vicenzaoro September, anche i panel delle **associazioni** di categoria nazionali e internazionali come CIBJO, Confindustria Federorafafi, Confartigianato Orafi, Confcommercio Federpreziosi, CNA Orafi, Confimi Industria Categoria Orafa ed Argentiera, Assogemme, Assocoral, A.F.E.M.O. E ancora, i dati congiunturali, la nuova edizione del **Trendbook, l'Osservatorio indipendente sulla gioielleria contemporanea di IEG** curato da Trendvision Jewellery + Forecasting.

Nell'ambito del proseguimento delle celebrazioni **per i 70 anni di fiere orafe a Vicenza**, anche per Vicenzaoro September 24, la città sarà teatro del **fuorisalone VIOFF** in collaborazione con il Comune di Vicenza.

PRESS CONTACT IEG/VICENZAORO

head of media relation & corporate communication: Elisabetta Vitali; press office manager: Marco Forcellini; international press office coordinator: Silvia Giorgi; press office specialist: Luca Paganin, Mirko Malgieri. media@iegexpo.it

trade press office coordinator Jewellery & Fashion Division: Michela Moneta

MEDIA AGENCY VICENZAORO: M&Partners T. +39 0444.512550

Filippo Nani, f.nani@mepartners.it; Enrico Bellinelli, +39 392 7480967, e.bellinelli@mepartners.it; Giulia Lucchini, +39 348 7853679, g.lucchini@mepartners.it; Francesca Magnanini, +39 338 6910347, f.magnanini@mepartners.it



FOCUS ON

Italian Exhibition Group S.p.A., società con azioni quotate su Euronext Milan, mercato regolamentato organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A., ha maturato negli anni, con le strutture di Rimini e Vicenza, una leadership domestica nell'organizzazione di eventi fieristici e congressuali e ha sviluppato attività estere - anche attraverso joint-ventures con organizzatori globali o locali, come ad esempio negli Stati Uniti, Emirati Arabi Uniti, Arabia Saudita, Cina, Messico, Germania, Singapore, Brasile - che l'hanno posizionata tra i principali operatori europei del settore.

Il presente comunicato stampa contiene elementi previsionali e stime che riflettono le attuali opinioni del management ("forward-looking statements") specie per quanto riguarda performance gestionali future, realizzazione di investimenti, andamento dei flussi di cassa ed evoluzione della struttura finanziaria. I forward-looking statements hanno per loro natura una componente di rischio ed incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi futuri. I risultati effettivi potranno differire anche in misura significativa rispetto a quelli annunciati, in relazione a una pluralità di fattori tra cui, a solo titolo esemplificativo: andamento del mercato della ristorazione fuori casa e dei flussi turistici in Italia, andamento del mercato orafa - gioielliero, andamento del mercato della green economy; evoluzione del prezzo delle materie prime; condizioni macroeconomiche generali; fattori geopolitici ed evoluzioni del quadro normativo. Le informazioni contenute nel presente comunicato, inoltre, non pretendono di essere complete, né sono state verificate da terze parti indipendenti. Le proiezioni, le stime e gli obiettivi qui presentati si basano sulle informazioni a disposizione della Società alla data del presente comunicato