



nota stampa

VICENZAORO SEPTMBER, MERCATO ANCORA IN CRESCITA IEG PREPARA LA «NUOVA CASA DELL'INDUSTRIA ORAFO GIOIELLIERA»

- Da oggi a martedì 10 a Vicenza il boutique show di riferimento in Europa per oro e gioielli
- Saluto del ministro Urso: «Il settore orafa promuove l'immagine dell'Italia nel mondo, contribuendo alla crescita dell'economia»
- Ermeti (IEG): «Cogliamo le sfide del tempo per un settore centrale del Made in Italy»
- Indagine Intesa Sanpaolo, una azienda su tre prevede aumento fatturato nel 2024 mentre oreficeria e gioielleria crescono ancora del 4% nel primo semestre dell'anno
- Tre giorni di VO'Clock Privé per il pubblico di appassionati di lancette

vicenzaoro.com | [#theheritagefortomorrow](https://twitter.com/theheritagefortomorrow) | [iegexpo.it](https://www.iegexpo.it)

Vicenza, 6 settembre 2024 – Inaugurata **Vicenzaoro September – The Jewellery Boutique Show**, nel segno dei 70 anni di manifestazioni orafe nella città del Palladio. Una manifestazione che, come ha ricordato il ministro delle Imprese e del Made in Italy **Adolfo Urso** nel suo messaggio «Dal 1954, anno della prima edizione, ha mostrato al mondo la maestria, l'innovazione e la creatività che contraddistinguono il settore orafa, sempre più affermato nel contesto mondiale. Un comparto che promuove l'immagine dell'Italia nel mondo, contribuendo alla crescita dell'economia».

Da oggi sino a martedì 10, il salone internazionale di Italian Exhibition Group ospita 1.200 brand espositori con il 40 per cento da 35 Paesi esteri. Oltre 450 i buyer ospitati grazie al programma di incoming di ICE Agenzia e del Ministero degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale, provenienti da 60 Paesi con Stati Uniti, Emirati, Cina e Spagna e Francia per l'Europa in testa. Illustrato dal presidente di Italian Exhibition Group-IEG **Maurizio Ermeti** il piano di riqualificazione del quartiere fieristico: «Ci sono momenti in cui le visioni devono diventare realtà. Questo lo spirito con cui inauguriamo l'edizione settembrina della più longeva fra le fiere del settore: 1200 brand esposti, il 40% dei quali provenienti dall'estero e una grande capacità di interpretare proposte e tendenze. IEG crede in VicenzaOro. Ed è dalla volontà di confermarci leader della qualità di questa industry a livello mondiale che si stanno sviluppando i progetti di investimento per 60 milioni di euro sul quartiere fieristico. Abbiamo colto le sfide del tempo per dare una base concreta al futuro della casa dell'industria orafa gioielliera, settore centrale per il made in Italy».

Alla cerimonia inaugurale della manifestazione, condotta dal direttore del *Giornale di Vicenza* Marino Smiderle, sono intervenuti il presidente di IEG, **Maurizio Ermeti**, l'assessore della Regione Veneto allo Sviluppo economico **Roberto Marcato**, **Claudia Piaserico**, presidente Federorafai, il sindaco di Vicenza **Giacomo Possamai**, **Matteo Zoppas**, presidente ICE Agenzia, **Fabrizio Lobasso**, vice direttore generale per la Promozione del Sistema Paese e direttore centrale per l'Internazionalizzazione economica del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale, **Andrea Nardin**, presidente della Provincia di Vicenza. Messaggio del ministro delle Imprese e del Made in Italy **Adolfo Urso** (**N. B. - dichiarazioni in allegato**).

INTESA SANPAOLO: IMPRESE ORAFE, UNA SU TRE PREVEDE AUMENTO FATTURATO NEL 2024

Un terzo delle imprese del settore orafa prevede un aumento del fatturato nel 2024 (era il 28% nella rilevazione di dicembre). È la fotografia che emerge sesta edizione dell'inchiesta congiunturale svolta da

Club degli Orafi Italia e Intesa Sanpaolo presso le più importanti aziende dell'industria orafa italiana e presentata nella giornata inaugurale di Vicenzaoro. Evidenze coerenti con la variazione dell'indice ISTAT di fatturato che nel primo semestre ha mostrato un incremento del 4%, in controtendenza rispetto al sistema moda che sconta una riduzione del -8%. Positive anche le prospettive sugli investimenti per il 29% degli intervistati: politiche monetarie più accomodanti e il progressivo rientro dei costi energetici riducono i timori legati al costo del debito e al costo dell'energia. Nell'indagine di Intesa Sanpaolo entra il tema della sostenibilità, per approfondire le misure attuate dalle aziende per promuovere le azioni ESG, garantire la tracciabilità delle materie prime e migliorare l'impatto ambientale e sociale delle loro attività. La pratica più diffusa risulta la raccolta differenziata nella quasi totalità del campione (77% per le imprese produttive, 95% per quelle del commercio). Tra le imprese produttive è buona l'attenzione verso la riduzione degli imballaggi (59%) e di materiali pericolosi (55%) e alta la presenza di certificazioni specifiche (55%), tra le quali la più diffusa è la certificazione RJC.

AUTUNNO INVERNO 2024-25, LE QUATTRO TENDENZE IN VETRINA

Tendenze del gioiello per la prossima stagione autunno inverno 2024-25, per Trendvision Jewellery + Forecasting, corrono lungo l'asse del tempo: tra eredità storica e innovazioni contemporanee. I consumatori vogliono esprimere individualità attraverso pezzi unici e audaci. Ecco, dunque, ispirazioni tra vintage e avanguardia, che l'osservatorio di IEG identifica con quattro etichette. Si ritorna al **Boldness**, spinto dalla rinascita dell'estetica vintage degli anni '70 e '80 con l'uso di metalli lisci e arrotondati, dall'iconico tubo gas alle sfere d'oro dalle finiture lucide, accompagnati da cabochon e pietre dure. Opulenza e lusso arrivano dal passato, nel ricordo degli intrecci di epoca vittoriana o addirittura dell'età georgiana: ecco i tratti salienti della tendenza **X-Treme Décor**. Ma i gioielli sono a tutti gli effetti un linguaggio, assieme ai tatuaggi, che le persone usano per esprimere personalità e creatività. **Superstyling** è la tendenza che riflette quel che accade nei laboratori che la strada e i social media sono oggi. Un esempio è lo "ear party", collezione eterogenea di orecchini che adorna l'orecchio. Dall'individualismo alla firma d'autore, **Graphique** celebra il design elegante attraverso linee minimaliste e materiali leggeri. Segni distintivi come spirali e forme a V incarnano la creatività del designer, trasformando la semplicità in eleganza versatile e senza tempo.

VO'CLOCK PRIVÉ, TRE GIORNI APERTI AL PUBBLICO CON LA PASSIONE PER I SEGNA TEMPO

In parallelo a Vicenzaoro, sino a domenica 8, è aperto al pubblico **VO'Clock Privé, il salotto di IEG dedicato all'orologeria contemporanea** nella Hall 8.1 con entrata gratuita previa registrazione. Appassionati, esperti e collezionisti troveranno esposti gli ultimi modelli di top brand e di grandi artigiani, con un'esperienza immersiva nell'universo del segnatempo con i maggiori esperti settore.

PRESS CONTACT IEG/VICENZAORO

head of media relation & corporate communication: Elisabetta Vitali; press office manager: Marco Forcellini, Pier Francesco Bellini; international press office coordinator: Silvia Giorgi; press office coordinator: Luca Paganin; press office specialist: 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



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