

IEG - Vicenzaoro September 2019: innovazione digitale volano di crescita

Sempre più seguiti i 'Digital Talks', gli incontri con esperti del digital retail sui cambiamenti del settore orafa e del consumatore all'interno della manifestazione

Un'analisi condotta su un campione rappresentativo delle gioiellerie italiane conferma l'importanza dell'innovazione nel retail e la necessità della formazione

Vicenza (Italy), 10 settembre 2019 – Una ricerca di Federpreziosi attesta come l'innovazione digitale rappresenti un volano di crescita tra le 14.600 gioiellerie italiane, che danno lavoro a quasi 37.000 addetti, rappresentando il 4,2% della distribuzione al dettaglio in Italia e il 3,7% del valore aggiunto. Anche la gioielleria ha preso da tempo parola sull'universo digital e durante l'edizione in corso di Vicenzaoro - organizzata da Italian Exhibition Group – tornano i **Digital Talks**, già apprezzati nelle scorse edizioni.

Infatti, le gioiellerie che hanno saputo innovare, decodificando e aggiornando in chiave digitale la tradizione di un mestiere antico e capillarmente radicato nel tessuto economico nazionale, si rivelano più efficienti dal punto di vista commerciale. Eppure, l'idea che anche il mercato dei preziosi richieda oggi competenze e soluzioni commerciali diverse e più complesse che in passato non è ancora diffusa tra tutte le gioiellerie.

Per questo IEG, interpretando il ruolo di supporto alle aziende e allo sviluppo del settore più in generale, promuove da tempo all'interno di Vicenzaoro, i Digital Talks, veri e propri brainstorming da 30 minuti con importanti esperti del digital retail sull'integrazione tra canali di vendita e mondo digitale, organizzati in collaborazione con Federpreziosi Confcommercio, che vertono sui temi più caldi dell'innovazione digitale.

La nuova serie di "pillole", introdotta e moderata dal direttore di Federpreziosi Confcommercio Steven Tranquilli, ha visto protagonisti - domenica 8 e lunedì 9 settembre nella VO Square della Hall 6 - esperti, players internazionali e operatori che si sono confrontati partendo dal nuovo rapporto redatto da Format Research nell'ambito dell'Osservatorio Federpreziosi Confcommercio e illustrato da Pierluigi Ascani, Presidente dell'Istituto di ricerca.

Nel dettaglio l'incontestabile crescita del commercio online e l'evidenza per piccole e micro-aziende di adottare strategie di comunicazione che consentano di preservare la loro attività.

Particolare interesse ha suscitato il tema, sempre più attuale e vivo, legato al "web luxury", ossia l'esigenza di portare online l'esperienza offline del consumatore: si tratta di uno step necessario per ottenere visibilità online e allargare le possibilità di acquisto per i consumatori di oggi.

Gli argomenti di carattere strategico e tecnologico sono stati trattati da esperti quali: **Veronica Civiero**, Social & Marketing Expert; **Luca Mastella**, Head of Growth @ Marketers; **Mark Hanna**, Chief Marketing Officer di Richline Group; **Valentino Bergamo**, Ceo Calicant.us, con i suoi collaboratori Andrea Mazzon e Carlotta Magnaguagno. Il fotografo **Marco Bucco** ha infine affrontato il tema dell'importanza dell'immagine per valorizzare al meglio il "prodotto gioiello" e catturare con immediatezza l'attenzione dei frequentatori del web.

È possibile consultare la ricerca completa dell'Osservatorio Federpreziosi sul sito www.federpreziosi.it.

LINK per materiale stampa e immagini:

ftp://ftp.iegexpo.it/Press_Jewellery&Fashion/Press_VICENZAORO_September19/

User: press

Password: press

(si consiglia l'apertura del link con Google Chrome)

ITALIAN EXHIBITION GROUP SPA: FOCUS ON

Italian Exhibition Group (IEG), quotata sul Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A., è leader in Italia nell'organizzazione di eventi fieristici e tra i principali operatori del settore fieristico e dei congressi a livello europeo, con le strutture di Rimini e Vicenza. Il Gruppo IEG si distingue nell'organizzazione di eventi in cinque categorie: Food & Beverage; Jewellery & Fashion; Tourism, Hospitality & Lifestyle; Wellness, Sport & Leisure; Green & Technology. Negli ultimi anni, IEG ha avviato un importante percorso di espansione all'estero, anche attraverso la conclusione di joint ventures con operatori locali (ad esempio negli Stati Uniti, Emirati Arabi e in Cina). IEG ha chiuso il bilancio 2018 con ricavi totali consolidati di 159.7 mln di euro, un EBITDA di 30.8 mln e un utile netto consolidato di 10.8 mln. Nel 2018, IEG, nel complesso delle sedi espositive e congressuali di Rimini e Vicenza, ha totalizzato 53 fiere organizzate o ospitate e 181 eventi congressuali. www.iegexpo.it

PRESS CONTACT IEG

Michela Moneta, press office coordinator

MEDIA AGENCY VICENZAORO Barabino & Partners T. + 39 010.272.5048

Ilaria Schelotto +39 335.69.81.186 i.schelotto@barabino.it **Manuela Signorelli**: +39 349.12.53.833

m.signorelli@barabino.it

MEDIA AGENCY IEG SEDE DI VICENZA: MYPRLab T. +39 0444.512550

Filippo Nani +39 335.101.93.90 filippo.nani@myprlab.it **Lisa Scudeler** +39.338.691.03.47 lisa.scudeler@myprlab.it

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.