

Nota stampa congiunta

Vicenzaoro: la piattaforma di IEG centrale per le strategie di settore

Al via ufficialmente a Vicenzaoro January 2020 il progetto #Primavicenzaoro insieme ad ICE e alle Associazioni di categoria

Vicenza, 17 gennaio 2020 – Prende il via ufficialmente a Vicenzaoro January 2020 (17-22 gennaio) #Primavicenzaoro, il progetto teso a confermare la manifestazione di Italian Exhibition Group quale riferimento per la gioielleria e l'oreficeria internazionale.

Realizzato con il supporto di **ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane / Ministero degli Affari Esteri**, che ne ha indicato la direzione strategica, è sostenuto da tutte le Associazioni di categoria (Confindustria Federorafi, Confartigianato Orafi, CNA Orafi, Confimi Industria Categoria Orafa ed Argentiera).

Obiettivo primario del progetto è valorizzare nel contesto internazionale il comparto orafa italiano, che continua a rappresentare un patrimonio di competenze e capacità creative unico, consolidando la sua presenza nella manifestazione italiana e valorizzando il bello e ben fatto così come *l'Italian way of life*.

Quello orafa-gioielliero è uno dei comparti manifatturieri di punta del Made in Italy, nonché tra i più vocati all'export con una propensione pari ad oltre l'80% del fatturato, e che impegna oltre 30.000 addetti e circa 8.000 aziende. Le Istituzioni e tutte le rappresentanze degli imprenditori stanno portando avanti di concerto accordi con la GDO, formazione, scouting sui nuovi mercati, incoming mirato e selezionato dei buyer, leve importanti per stimolare la crescita delle aziende e dei prodotti di oraficeria italiani nel mondo.

#Primavicenzaoro, nella parola stessa "PRIMA", focalizza le sue tre priorità: **PR**emiumness dei buyer (in termini di selezione, qualità e ricerca), **I**ngaggio dei brand (partecipazione, condivisione e allineamento) e **MA**estri dell'accoglienza (valorizzazione dell'Italian Style). Il tutto finalizzato affinché Vicenzaoro sia la PRIMA fiera nel calendario degli eventi internazionali, la PRIMA a presentare le nuove collezioni e a svelare le tendenze del settore e la PRIMA nelle priorità di business dei buyer internazionali.

Tre primati che segnano l'esclusività dell'appuntamento cui la magnifica cornice della città palladiana conferisce fascino e piacevolezza che non hanno pari in alcuna location fieristica al mondo.

Il posizionamento di “premiumness” ha forte rilevanza anche nel sostegno delle medie, piccole e piccolissime imprese che beneficiano delle piattaforme fieristiche per incrementare il loro business e la loro capacità di internazionalizzarsi.

A Vicenzaoro January 2020 l'oreficeria e gioielleria italiana saranno dunque sotto gli occhi di tutti i più importanti buyer del mondo e il ruolo del nostro paese nel settore del gioiello sarà il tema del convegno di apertura realizzato con la collaborazione del Club degli Orafi dal titolo “VISIO.NEXT: The Future of Jewellery. Creatività, innovazione e sostenibilità: sfide e opportunità del gioiello Made in Italy”.

Nell'ambito del progetto verranno lanciate, sempre secondo le linee strategiche volute da ICE, numerose iniziative anche su una delle priorità del comparto: avvicinare i giovani, le scuole e il mondo della formazione alle aziende del settore orafa-gioielliero per affrontare l'attuale “skills mismatch” e riconquistare l'interesse delle nuove generazioni nei confronti del comparto.

Infatti, nel ricco calendario di iniziative in programma a Vicenzaoro e durante il Fuori Salone VIOFF, dal titolo “Golden Factor”, numerosi sono gli appuntamenti dedicati alle nuove generazioni. Spiccano, tra gli altri, il talk di confronto tra studenti e aziende sui temi del talento e dell'innovazione organizzato con Confindustria Moda, l'Open Day di presentazione del nuovo corso di studi professionali IPSIA Lampertico “Gold Manufacturing - nuove tecnologie e processi del gioiello” e l'hackathon ‘The Gold Run’ in collaborazione con l'Università di Padova rivolto a studenti e ricercatori.

#Primavicenzaoro inoltre avvierà a gennaio il grande focus sulle start-up con il progetto “StartUp & Carats” volto ad offrire visibilità alle PMI innovative e alle start up, sia attraverso spazio dedicato in fiera sia attraverso canali online. Durante Vicenzaoro January si susseguiranno talk e seminari sul tema dell'innovazione con partnership di rilievo con incubatori e acceleratori di start up di primario livello.

#primavicenzaoro

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 ITALIAN EXHIBITION GROUP

Michela Moneta, press office coordinator sede di Vicenza

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.