

VOICE

VICENZAORO
INTERNATIONAL
COMMUNITY
EVENT

12 - 14 September 2020 | Vicenza, Italy

in collaboration with



organised by

ITALIAN
EXHIBITION
GROUP



PRESS

IEG – A VOICE JEROME FAVIER, CEO DI DAMIANI: “IL LUSSO? È AUTENTICITÀ, E’ SAVOIR FAIRE”.

L’uomo più influente nel mondo dei diamanti, intervistato a Voice sul futuro del Lusso Made in Italy, sottolinea “Non siamo l’industria del Lusso”

www.vicenzaoro.com/it/voice

Vicenza, 12 settembre 2020 – Una visione decisa e che non lascia alcun margine di fraintendimento: secondo Jerome Favier, CEO di Damiani – la Maison sinonimo di lusso e artigianalità Made in Italy in tutti gli angoli del mondo – il lusso non è un’industria, per definizione. Lo ha sostenuto oggi sul palco The Stage of Voice in un’intervista con Andrea Cabrini, direttore di Class CNBC, nella giornata inaugurale di VOICE – Vicenzaoro International Community Event – il kick-off concreto e simbolico della rivalsa orafa-gioielliera dopo i mesi di lockdown.

“Il lusso è un’autenticità, una realtà, un savoir faire, un’artigianalità che può essere moltiplicata, amplificata”, afferma Favier. Da questo deve ripartire il Made in Italy. “Non dobbiamo dimostrare che il Made in Italy è un asset: lo è. La maggior parte dei gioielli di alto livello nel mondo sono fabbricati in Italia.”

Un patrimonio nazionale di incommensurabile valore, che proprio sull’autenticità deve puntare nel rivolgersi ai mercati internazionali. “Grazie anche alla digitalizzazione, il consumatore finale è molto maturo, sa riconoscere abilmente cosa è autentico e cosa non lo è.” E basa le proprie scelte e le proprie preferenze proprio su tale discriminante.

In quest’ottica, i preziosi Made in Italy diventano portatori di un vantaggio competitivo innato e difficilmente replicabile. Il settore orafa-gioielliero, che da oggi rialza la testa, non potrà non tenerlo presente.

FOCUS ON ITALIAN EXHIBITION GROUP

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, oltre che nelle sue ulteriori sedi di Milano e Arezzo. Il Gruppo IEG si distingue nell’organizzazione di eventi in cinque categorie: Food & Beverage; Jewellery & Fashion; Tourism, Hospitality and Lifestyle; Wellness, Sport and 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 2019 con ricavi totali consolidati di 178,6 mln di euro, un EBITDA di 41,9 mln e un utile netto consolidato di 12,6 mln. Nel 2019 IEG ha totalizzato 48 fiere organizzate o ospitate e 190 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 e 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