



10-14 September 2021 Vicenza | Italy



f t i n @ | VICENZAORO.COM



PRESS

IEG/VICENZAORO SEPTEMBER 2021 – DAILY REPORT Lunedì 13 Settembre 2021

I segreti dell'orologio vintage, le innovazioni dalle aziende di "Startup&Carats", l'omnicanalità come strategia vincente per il futuro dei negozi: questi i temi dibattuti nei numerosi incontri e tavole rotonde.

Presentato alla community di Vicenzaoro in anteprima l'evento JGT Dubai di IEG e Informa Markets Jewellery in programma dal 22 al 24 febbraio 2022

www.vicenzaoro.com

Vicenza, 13 settembre 2021 – Continua con grande interesse da parte dei visitatori **Vicenzaoro September 2021**, il Salone di riferimento internazionale del mondo orafa gioielliero firmato **IEG - Italian Exhibition Group**, in programma a Vicenza fino a domani martedì 14 settembre.

Nella giornata di lunedì molti sono stati gli appuntamenti e le opportunità di approfondimento che si sono presentati a pubblico e operatori.

OROLOGERIA ANTICONVENZIONALE: LA PASSIONE CHE ROMPE GLI SCHEMI

Cosa vuol dire essere anticonvenzionali? Ad esplorare le frontiere dell'orologeria, ieri pomeriggio a **Vicenzaoro September 2021**, il talk **"Orologeria anticonvenzionale"** con **Antonio Terranova**, Co-Fondatore e Capo Designer di CVSTOS The Time Keeper, **Yeznig Maghdessian**, Chief Operating Officer di Corum e **Walter Ribaga**, Direttore Generale CYRUS e la moderazione di **Dody Giussani**, Direttore de L'Orologio ed **Enrico Zazzali**, Editor Revolution Magazine Italia. Nell'ultimo decennio in campo orologiero si è assistito ad un fiorire di design inaspettati, nuove funzionalità ad opera di realtà di nicchia: i marchi indipendenti, nati per proporre soluzioni differenti da quelle dei grandi gruppi pensando quotidianamente fuori dagli schemi. Così sono nati modelli iconici frutto di prime esperienze di partnership tra brand o soluzioni tecnologiche con un doppio crono in grado di misurare in tempo reale la performance simultanea di due atleti in sfida. Oggi l'anticonformismo è sempre più apprezzato dal mercato, che ricerca pezzi unici in cui l'abilità tecnica si traduce in armonia delle forme, un mondo fatto di grande e dedizione passione artigiana, che spesso prende ispirazione dal dialogo con una clientela animata dallo stesso amore verso le macchine segnatempo.

LO STORYTELLING DELL'OROLOGIO D'EPOCA: I SEGRETI DEL VINTAGE SVELATI DAL PROF. PANCANI

"Un orologio d'epoca ha una storia da raccontare" – così ha esordito ieri **Ugo Pancani**, professore in Orologeria Meccanica ed Elettronica e trainer dell'Academy della Fondation de la Haute Horlogerie, in occasione della lectio magistralis che ha arricchito il programma convegnistico di **VOVintage**, l'evento aperto al pubblico di appassionati e collezionisti dell'orologeria vintage di **Vicenzaoro September 2021**. "Il tempo lascia segni che attribuiscono un'identità unica e un fascino speciale al segnatempo che bisogna preservare nel tempo", ha spiegato il professore che ha offerto una panoramica completa sul mondo del vintage, sul mercato, sulle condizioni all'atto dell'acquisto e sul restauro a regola d'arte. Analizzate anche le competenze tecniche e storiche necessarie per meglio comprendere questo settore che nei primi mesi del 2021 ha

registrato un boom del mercato delle case d'aste e delle vendite online con un +255% rispetto al 2019. La vendita di orologi vintage sta attraversando infatti un momento di forte sviluppo in un mercato in continua evoluzione e dalle enormi potenzialità.

L'OROLOGIO, FRA PASSIONE E INVESTIMENTO

Sandro Fratini, il più grande collezionista italiano al mondo di orologi, **Elvio Piva**, fra i principali commercianti, e **Maurizio De Angelis**, esperto dealer e giovane promessa italiana del mondo dei segnatempo vintage. Una conversazione tra grandi conoscitori dell'orologio d'epoca nell'ultima giornata di **VOVintage**, l'evento dedicato all'orologeria vintage di **Vicenzaoro September 2021**, il salone **IEG** della gioielleria che fino a domani animerà il quartiere fieristico vicentino.

Nel talk **"Orologio fra passione e investimento"** l'evoluzione del mercato dei segnatempo vintage e moderni. Secondo gli ospiti "non c'è limite al valore dei segnatempo, l'orologio si è definitivamente affermato come bene rifugio". Gli equilibri sono però in divenire: negli ultimi dieci anni, l'interesse per l'orologio d'epoca è cresciuto, determinando un aumento dei prezzi vista la scarsità dei pezzi, alcuni dei quali non più riproducibili. Anche la clientela si allarga e oggi, come rilevano gli esperti, i veri appassionati e conoscitori costituiscono solo una piccola fetta di chi si avvicina al mondo dell'orologeria per un mercato variegato dove il moderno acquisisce sempre più importanza. Vintage o moderno? Gli esperti consigliano di investire puntando su pezzi iconici che hanno fatto la storia dell'orologeria, con uno sguardo attento al nuovo che diventerà il vintage di domani. Con un avvertimento: il mercato è sovrano nel determinare il valore dei segnatempo, fare previsioni è possibile ma del domani non v'è certezza.

"STARTUP & CARATS": 12 RISORSE PER PROGETTARE IL FUTURO DEL GIOIELLO

Gioielli "multimediali" che trasmettono emozioni e ricordi grazie a una app sullo smartphone (**REM Jewel**); nanomateriali innovativi e sostenibili, integrabili nei processi industriali attraverso una piattaforma di produzione circolare (**Particular Materials**); un'agenzia italiana che aiuta i brand a massimizzare gli investimenti in Amazon su scala globale (**Xingu** del gruppo Labelium); una Digital Export Platform come unico accesso al più grande mercato al mondo, quello cinese, con oltre un miliardo di utenti on-line ogni giorno (**Sell In-To China**). Sono 12 le giovani aziende di **Startup & Carats**, il progetto organizzato dall'**ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane** insieme a **IEG** che torna a **Vicenzaoro September 2021**, la manifestazione internazionale di riferimento per il mondo orafo e gioielliero di **Italian Exhibition Group** (fino a domani 14 settembre in fiera a Vicenza) per supportare lo sviluppo dell'industry all'insegna di contaminazione, innovazione, creatività.

Lanciato con successo a gennaio 2020 per favorire sinergie e collaborazioni, promuovendo il dialogo e la relazione fra tutti gli attori della filiera orafa, **Startup & Carats** si consolida all'interno dello spazio espositivo di **T.Gold**, l'appuntamento dedicato ai macchinari per l'oreficeria e alle tecnologie applicate all'oro e ai gioielli di Vicenzaoro, confermando così il suo ruolo di **Innovation platform**. In un'unica soluzione, infatti, i buyers e gli operatori del settore possono scoprire le ultime tendenze del gioiello, delle tecnologie per la sua creazione e un'anteprima di innovazioni non ancora lanciate sul mercato, selezionate con la direzione strategica di **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale** e **ICE** attraverso l'iniziativa nazionale **Italian StartUp**, per rispondere a esigenze specifiche del mondo orafa o per generare una fruttuosa contaminazione cross-settoriale.

I DIGITAL TALKS DI FEDERPREZIOSI: LUNGA VITA AI NEGOZI!

Lo sviluppo digitale nel mondo orafa sotto i riflettori di **Vicenzaoro September 2021** con i **Digital Talks**, gli incontri con esperti e professionisti dell'innovazione che dal 2017 **Federpreziosi Confcommercio** organizza in collaborazione con **Vicenzaoro**, il salone internazionale dell'oreficeria e gioielleria di **IEG - Italian Exhibition Group** in corso fino a domani a Vicenza. Nell'incontro di oggi **"Lunga vita ai negozi!"**, introdotto dal Presidente di Federpreziosi Confcommercio **Giuseppe Aquilino** e condotto dal direttore **Steven Tranquilli**, **Fabrizio Valente**, Fondatore e CEO di Kiki Lab, ha affrontato il tema dell'attuale convivenza tra due fenomeni opposti: l'e-commerce e il ritorno al negozio fisico di prossimità. "Da una ricerca Federpreziosi" ha evidenziato Tranquilli, "oltre il 55% dei dettaglianti orafi ha espresso fiducia nel futuro. I segnali sono quindi positivi, fanno pensare a una nuova primavera per i negozi di prossimità ed è proprio questo il momento di capitalizzare l'accelerazione verificatasi nei confronti del rapporto con gli strumenti digitali adottando soluzioni omnicanale

e investendo nella crescita su questo fronte”. Secondo Fabrizio Valente “in un mondo dove ormai oltre il 40% degli utenti è abituato a effettuare indifferentemente sia acquisti on-line sia nel punto vendita fisico, la gioielleria può diventare ‘un tempio moderno’ in grado di attrarre clienti evoluti e consapevoli, ormai abituati all’utilizzo di tecnologie e social. Il futuro delle gioiellerie è di chi saprà integrare l’esperienza del ‘mestiere’ con l’utilizzo dei canali digitali per mantenere contatti e relazioni, offrire un’esperienza di accoglienza e servizio ineccepibile e, soprattutto, far intelligente uso dei dati relativi alla propria clientela per iniziative di comunicazione e marketing on-line e off-line”. Strategico sarà favorire l’affluenza al punto vendita fisico affrontando gli investimenti in un’ottica di sistema.

IL NUOVO SHOW 2022 JGT DUBAI SI PRESENTA ALLA COMMUNITY DI VICENZAORO

A **Vicenzaoro September 2021** la presentazione di una delle novità di **Italian Exhibition Group** per lo sviluppo del settore orafa gioielliero sui mercati strategici internazionali: **Jewellery Gem & Technology Dubai (JGT Dubai)**, il nuovo evento internazionale B2B dedicato all’oreficeria e alla gioielleria con la prima edizione in scena al **Dubai World Trade Center dal 22 al 24 febbraio 2022**. Alla presenza di **Mr. Tawhid Abdullah**, presidente del Gold Souk di Dubai, **Marco Carniello**, Global Exhibition Director Jewellery & Fashion Division di IEG, e **Adelaide Ruzzi**, Project Leader J&F di IEG, hanno illustrato alla community di Vicenzaoro l’iniziativa organizzata da IEG in joint venture con uno dei principali player mondiali nell’organizzazione di manifestazioni fieristiche di settore come **Informa Markets Jewellery**, con il sostegno e le competenze di **DMCC (Dubai Multi Commodities Centre)** e **Dubai Gold and Jewellery Group**, rispettivamente partner ufficiale e industry partner. Il nuovo salone offre alle aziende del comparto l’opportunità di sfruttare appieno il potenziale di un grande mercato costituito da 4 miliardi di consumatori a sole sette ore di volo da Dubai e sostiene il consolidamento del Made in Italy per lo sviluppo commerciale con grossisti, retailer e produttori di Medio Oriente, India, Russia, Europa meridionale e Nord Africa. JGT Dubai si arricchisce inoltre di un esclusivo programma di seminari ed attività di networking, che vedranno la partecipazione di alcune tra le più influenti personalità e i migliori esperti del settore. A questi si aggiungono due appuntamenti di caratura mondiale: l’attesissima **Dubai Diamond Conference** organizzata da DMCC e la cerimonia di presentazione dei **Jewellery World Awards (JWA)** di Informa Markets Jewellery.

FOCUS ON ITALIAN EXHIBITION GROUP

Italian Exhibition Group (IEG), quotata sul Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A., hamaturato 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, Cina, Messico, India - che l’hanno posizionata tra i principali operatori europei del settore.

PRESS CONTACT IEG

Michela Moneta, press office coordinator

MEDIA AGENCY VICENZAORO Barabino & Partners T. + 39 010.272.5048

Barbara Demicheli +39 347.41.62.986 b.demicheli@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

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.