

IEG/VICENZAORO SEPTEMBER 2022 – DAILY REPORT Lunedì 12 settembre 2022

PASSAGGIO GENERAZIONALE, GIOVANI TALENTI E FORMAZIONE, ECCELLENZE DA TORRE DEL GRECO E DALLA SICILIA NELLA QUARTA GIORNATA DI MANIFESTAZIONE

www.vicenzaoro.com

Vicenza, 12 settembre 2022 – Un impegno concreto dell'industry nella formazione di retailer e operatori. La quarta giornata di **Vicenzaoro September 2022 – The Jewellery Boutique Show**, la fiera internazionale del mondo orafo e gioielliere firmata IEG - Italian Exhibition Group, a Vicenza fino a domani martedì 13 settembre, ha offerto training e approfondimenti per orientare produttori, grossisti, rivenditori e dettaglianti del settore.

IL RETAILER DEL FUTURO NEI TALK DI FEDERPREZIOSI

Il **passaggio generazionale** è un tema particolarmente sentito dai commercianti orafi. Secondo un'indagine di **Federpreziosi Confcommercio Imprese per l'Italia**, lo sta affrontando il 48,3% degli intervistati e, di questi, l'85,4% lascerà l'impresa nelle mani di un familiare. Se ne è parlato durante i **Retail Talk** organizzati a **Vicenzaoro September** dall'associazione, due appuntamenti su passato, presente e futuro del retail orafo. Tra gli speaker, l'imprenditore, scrittore e docente **Emanuele Sacerdote**. «Per garantire continuità e avere un passaggio generazionale 'non-shock' – ha spiegato - tutti i membri della famiglia dovrebbero essere pronti: i 'senior' dovrebbero avere consapevolezza sufficiente per spossessarsi della gestione, mentre i junior dovrebbero essere maturi e responsabili dal punto di vista imprenditoriale».

Il secondo appuntamento si è focalizzato sul valore del servizio per il punto vendita con **Davide dal Maso**, coach di social media marketing, per il quale: «Umanità batte prezzo. È con questo spirito che vanno affrontati oggi i social media, ovvero con la consapevolezza che puntare esclusivamente a sponsorizzazione di contenuti o a frequenza di pubblicazione non ha alcun senso se alla base non vi è una forte propensione all'autentica relazione umana con i propri clienti reali e potenziali».

Ha sottolineato il direttore Federpreziosi, **Steven Tranquilli**: «Abbiamo toccato temi di forte attualità per le aziende del settore, e non solo del mondo del dettaglio. Da un lato il cambio generazionale, la sfida di molte aziende, tutte con lo stesso denominatore ma tutte diverse, perché ogni famiglia è diversa come lo è ogni impresa. Dall'altro l'importanza del fattore umano per il mondo della gioielleria inteso come fonte di energia con la quale consolidare la relazione con la propria clientela, un collante tra domanda e offerta che lega gioielliere e clientela».

LA CONOSCENZA STORICA DELLA GLITTICA PER IL GIOIELLO DI OGGI

Forme d'arte attraversano epoche per arrivare ai giorni nostri, disegnando e incidendo il futuro. Ne è esempio la **glittica**, che con l'intaglio può dar vita all'incisione o al cameo. Una tecnica primitiva ma evolutasi nel corso dei secoli per dare forma all'immaginario dell'essere umano. Un excursus storico che stamattina, nella quarta giornata di **Vicenzaoro September 2022**, ha coinvolto sul main stage del quartiere fieristico di Vicenza, **Laura Maria Sara Tomaselli** storica e conservatrice delle Oreficerie Antiche, professore all'Istituto Marangoni e all'Istituto Gemmologico Italiano, e **Loredana Prospero**, direttrice responsabile di I.G.I. – Istituto Gemmologico Italiano, con la moderazione di **Azzurra Cesari**, project manager di Assogemme MRGI. L'analisi storica e culturale della glittica ha evidenziato le sue diverse applicazioni nella comunicazione, sia essa religiosa, culturale o politica, dall'epoca primitiva ai giorni nostri, passando per le incisioni medievali e rinascimentali e per le forme d'arte moderne di *art nouveau* e *art déco*. «Lo scopo è quello di far capire come la conoscenza del passato possa essere spendibile all'interno delle aziende, senza rimanere segregato nelle

aule aziendale” - ha commentato Laura Maria Sara Tomaselli - “Conoscere la storia ci insegna, con la dovuta dose di creatività, a ricontestualizzare tecniche e vocabolari di comunicazione iconografica e iconologica”.

I GIOVANI TALENTI SI PRESENTANO AL 18° HRD DESIGN AWARDS

Sostenibilità, innovazione e creatività sono alcune delle parole chiave emerse dalla discussione con i giovani talenti del design protagonisti, ieri, della presentazione della **18a edizione dell’HRD Design Awards, a Vicenzaoro September**. In collegamento con il main stage **Nayala Obeid**, designer di gioielli e illustratrice, in una breve live demo ha mostrato l’importanza di fondere le tradizionali tecniche con quelle digitali. A seguire, dopo una breve introduzione della Egypt Gold School, **Rafaat Nassar**, vice Chairman di Egypt Golden Group ha introdotto i finalisti dell’edizione 2022: **Yu Fayi** dalla Cina, **Anne Sophie Dielen** dal Belgio e **Pallavi Verma** dall’India. Sul main stage del salone **Ellen Joncheere**, Ceo di HRD Antwerp promotore dell’iniziativa, ha evidenziato la volontà di “creare una vera e propria community”. **Gaetano Cavalieri**, presidente CIBJO che patrocina l’award, ne ha sottolineato l’importanza, insistendo sulla centralità di una tematica come la sostenibilità: “Le giovani generazioni sono più consapevoli di quanto la sostenibilità sia importante in ogni aspetto della vita”, ha detto, “e di quanto sia essenziale per competere nel mercato internazionale”.

L’ARTE ORAFA DELLA SICILIA A VICENZAORO

Il blu del mare, il rosso del corallo, il nero della pietra lavica, il verde della macchia mediterranea: i colori della Sicilia arrivano a Vicenzaoro September, la fiera internazionale dell’oro e del gioiello di Italian Exhibition Group. Un **collettivo di dodici storiche gioiellerie**, organizzato dall’**Assessorato per le Attività produttive della Regione Sicilia**, porta nel quartiere fieristico vicentino un carico prezioso di storia e colori. Tra le attrazioni principali della maestria e artigianalità presenti nello stand siciliano c’è la collezione di gioielli in corallo "1831", realizzata esclusivamente con il corallo raccolto dai banchi originati dall'emersione dell'isola Ferdinandea, l'isola emersa temporaneamente nel 1831 al largo di Sciacca dopo un'eruzione vulcanica. In mostra creazioni orafe storiche e gioielli di design da tutta la regione.

LUNGO LE VIE DEL CORALLO

“Lungo le vie del corallo” è il catalogo scientifico completo della collezione museale Antonino De Simone. Pubblicato in occasione del **centonovesimo anniversario** della nascita dell’antica impresa torrese del corallo, offre una lettura storica e antropologica delle manifatture realizzate con il prezioso materiale tra il XVI e il XX secolo. Ad illustrarlo a Vicenzaoro September, **Vincenzo Aucella**, coordinatore Gruppo Giovani Federpreziosi Confcommercio e Presidente Assocoral, **Gioia De Simone**, CEO Antonino De Simone srl, **Bianca Cappello**, storica del gioiello e critica, **Camilla Cielo**, presidente Gruppo Giovani Imprenditori Confindustria Vicenza, **Cristina Del Mare**, etnologa curatrice del libro, con la moderazione di **Federica Frosini**, direttore responsabile VO+ Jewels & Luxury Magazine.

FOCUS ON ITALIAN EXHIBITION GROUP

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, Cina, Messico, Brasile, India - che l’hanno posizionata tra i principali operatori europei del settore.

PRESS CONTACT IEG

Elisabetta Vitali, head of corporate communication; **Marco Forcellini**, press office manager; **Michela Moneta**, press office coordinator; **Luca Paganin**, press office specialist

MEDIA AGENCY ITALIA: MY PR Lab T. +39 0444.512550 - **Filippo Nani** filippo.nani@myprlab.it; **Giulia Lucchini** giulia.lucchini@myprlab.it, +39 348 7853679

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

orafo - gioielliere, 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