



Nota stampa

IEG/VICENZAORO JANUARY 2023 – DAILY REPORT Domenica 22 gennaio 2023

GIOIELLO E SOSTENIBILITÀ, FORMAZIONE DEI GIOVANI, LEGAMI CON L'ALTA MODA, LEZIONI DI TECNOLOGIA, PASSAGGI GENERAZIONALI.

I TEMI DEGLI INCONTRI DELLA TERZA GIORNATA DI MANIFESTAZIONE

www.vicenzaoro.com

Vicenza, 22 gennaio 2023 – Gioielli e approvvigionamenti sostenibili, momenti di orientamento per gli operatori orafi di domani, alta moda e gioielleria a confronto, lezioni di tecnologia per il settore, passaggi generazionali: la terza giornata di **Vicenzaoro January 2023 – The Jewellery Boutique Show**, la fiera internazionale del mondo orafo e gioielliere firmata **IEG - Italian Exhibition Group** in programma a **Vicenza fino a martedì 24 gennaio** assieme a **T.Gold**, manifestazione dedicata ai macchinari per l'oreficeria, e **VO Vintage**, salotto dell'orologio e del gioiello vintage aperto al pubblico fino a lunedì 23 gennaio, ha visto numerosi e qualificati incontri di approfondimento con ospiti internazionali.

GIOIELLI E APPROVVIGIONAMENTI SOSTENIBILI, LA RESPONSABILITÀ È DEI BRAND

Alta gioielleria, il predominio è dei marchi: una posizione che li rende soggetti fondamentali nella promozione dell'approvvigionamento responsabile e dei principi di sostenibilità. Questo il focus dell'evento "The branding of the jewellery market" a cura di **CIBJO**, la Confederazione Mondiale della Gioielleria, a **Vicenzaoro January – The Jewellery Boutique Show**, la fiera internazionale del mondo orafo e gioielliere firmata **IEG - Italian Exhibition Group** in programma a Vicenza fino a martedì 24 gennaio. «Mentre 20 anni fa la quota di mercato dei marchi era relativamente trascurabile nel mercato della gioielleria, oggi essi concretizzano più della metà delle vendite» ha spiegato in collegamento video **Esther Oberbeck**, Senior Vice President of Group Strategy Development and Strategy Analytics presso il Gruppo De Beers, che a fine 2022 ha rilasciato a rapporto che ha evidenziato il ruolo crescente dei marchi in gioielleria. Oberbeck ha sottolineato l'importanza di parlare ai giovani consumatori, sempre più attenti alla sostenibilità, alla trasparenza e alla provenienza dei prodotti che acquistano. All'evento, moderato da **Edward Johnson** di Gemfields, presenti **Lita Asscher**, Co-CEO di Royal Asscher Company, uno dei principali marchi di diamanti, che ha evidenziato l'importanza della tracciabilità lungo tutta la filiera delle pietre preziose, e **Iris Van der Veken**, Executive Director di Watch & Jewellery Initiative 2030, il nuovo gruppo industriale fondato da Kering e Cartier, che sta lavorando per creare un'industria sostenibile con l'obiettivo di abbattere le emissioni, preservare le risorse e favorire l'inclusività: «Se vogliamo fare la differenza, dobbiamo impegnarci e raccontare sempre storie credibili» ha aggiunto Van der Veken. **Luca Buccellati**, CEO di Mario Buccellati Italia Srl, in collegamento video, ha dichiarato: «Bisogna guardare al futuro, stiamo lavorando per crescere come "green company", maggiore è la crescita dell'azienda e maggiore è la responsabilità in questo senso».

È TUTTO D'ORO IL FUTURO PER I GIOVANI DI VICENZA

A Vicenzaoro un open day dedicato ai ragazzi che devono scegliere la scuola e una parte importante del proprio futuro. Una giornata, quella di oggi, dedicata alla scoperta delle meraviglie esposte in fiera e soprattutto alle grandi opportunità offerte dal settore. A ospitare l'evento, Italian Exhibition Group, ad organizzarlo Confindustria Federorafi e la Provincia di Vicenza. L'open day ha visto, tra gli altri, gli interventi del sindaco di Vicenza **Francesco Rucco**, del provveditore **Nicoletta Morbioli**, della vicepresidente della Provincia **Maria Cristina Franco** e di **Marco Carniello** per Italian Exhibition Group. «La gioielleria italiana vive un grande momento di crescita ed è richiestissima, soprattutto all'estero e questa edizione di Vicenzaoro si

presenta come la più grande della sua storia» ha sottolineato **Marco Carniello**, Global Exhibition Director Jewellery & Fashion di IEG, introducendo l'open day. «C'è un grande sviluppo nel settore, ma cominciano a mancare le figure di alta specializzazione nell'arte orafa», gli ha fatto eco **Nicoletta Morbioli**, provveditore della Provincia di Vicenza, che ha anche ripercorso le tappe più importanti di una tradizione che risale al Trecento, con i maestri orafi che hanno fatto scuola, e prosegue fino ad oggi. Anche la vicepresidente della Provincia di Vicenza, **Maria Cristina Franco**, ha sottolineato le «grandi e diversificate possibilità lavorative» del mondo dell'oreficeria, e ha anche auspicato che «molti ragazzi s'innamorino di questo settore». «Sono cresciuto con il mito di Vicenzaoro - ha detto il sindaco di Vicenza **Francesco Rucco** - e quest'anno stiamo assistendo a una grande ripartenza. Dobbiamo però anche creare una nuova generazione della gioielleria». **Alessia Crivelli**, vicepresidente di Federorafi con delega alla formazione, insieme ad alcuni giovani professionisti del settore ha poi illustrato i mestieri veri e propri, dal creativo al prototipatore, dal tagliatore di pietre preziose all'operatore di controllo numerico. Professioni che richiedono una stretta collaborazione e dove è fondamentale il lavoro in team.

I SEGRETI DELLA MODA CHE ISPIRANO LA GIOIELLERIA

In un contesto altamente volatile, alcune realtà riescono ad ancorarsi in un presente senza tempo. Tra queste c'è sicuramente la Maison Dior, che esprime la propria personalità in differenti percorsi polisensoriali: dalla seta all'oro, dal cachemire ai rubini, dai pellami più ricercati agli zaffiri. I confini sfumati tra alta moda e gioielleria sono stati al centro dell'incontro a cura di **Assogemme** tenutosi ieri, sabato 21 gennaio, che ha visto come ospite d'eccezione **Dominique Dufermont**, responsable Service Pierres Dior Joaillerie. «I confini tra gioielli e moda sono diventati ogni giorno più esili - ha affermato -. Una volta la gioielleria era lenta e la moda per natura veloce, oggi la "fast jewellery" è uno dei pilastri del mercato così come la "slow couture", che sembra essere sul lungo periodo una tendenza forte, che incontra l'imperativo della sostenibilità». Marchi come Dior sono riusciti a sfuggire alla trappola dell'effimero, che erode i margini e stempera l'immagine di marca. Prima di approdare alla Maison Dior, per la quale dirige il servizio pietre, Dominique Dufermont ha costruito la sua più che ventennale esperienza con un percorso dalle molte sfaccettature. Partendo dalle più grandi maison come Cartier e Van Cleef & Arpels, ha conosciuto il mondo delle pietre preziose in qualità di geologo e gemmologo, quindi di manager, imprenditore e docente dell'Ecole des Arts Joailliers di Parigi. Durante l'incontro, moderato da **Raffaele Ciardulli**, Coach, trainer & luxury consultant, dove è intervenuto anche **Paolo Cesari**, presidente di Assogemme, sono stati messi in evidenza il ruolo essenziale dei "mestieri d'arte", ancora indispensabili ad esprimere l'eccellenza e la necessità di un approccio polivalente, sistemico, capace di osservare la realtà da punti di vista sempre nuovi. «I preziosi e rari "métiers d'art", che devono essere sostenuti da coraggiosi progetti culturali e formativi, sono un pilastro essenziale di Dior Couture e Dior Joaillerie - ha concluso Dufermont -. L'accumulo di esperienze differenti consente di guardare allo stesso problema da diversi punti di vista, ciò è un'imprescindibile leva competitiva in entrambi i business».

JEWELRY TECHNOLOGY FORUM, IL METALLO È ETICO E LAVORATO CON INNOVAZIONE

«Responsabilità» e «stampa 3D con metalli preziosi» sono i due concetti chiave del **Jewelry Technology Forum** in corso nella terza giornata di **Vicenzaoro January 2023**. A monte del gioiello c'è la materia prima e la lavorazione con macchinari, e prima ancora la chimica dei metalli che crea le leghe. In un mondo che cambia rapidamente, come ricorda **Fabio Di Falco**, direttore marketing di Legor Group, azienda vicentina che organizza da dieci anni il Forum in collaborazione con IEG, «occorre mettere a fattor comune le esperienze maturate dai player del settore». Il know-how nella metallurgia e chimica per gioielli e accessori, sino alla gioielleria "Phygital", sono i temi portanti del Forum. La congiuntura positiva dei primi nove mesi del 2022 rispetto al 2021 segna un +30% in valore dell'export italiano e addirittura del +40% rispetto al 2019, assieme ai trend economici di settore, sono stati presentati da **Sara Giusti** e **Daniela Corsini** di Intesa Sanpaolo. Lo stato dell'arte della manifattura additiva in gioielleria, con le possibilità offerte oggi dalla stampa 3D, con la tecnica "Binder Jet" con metalli preziosi in luogo dei polimeri, è stata raccontata da **Alejandra De La Hija**, di HP e **Andrea Friso** di Legor Group che la applica già dallo scorso anno. Tecnologia che sfocia nell'umanesimo d'impresa. «La sostenibilità è importante, ma dipende dall'approccio alla responsabilità che le imprese hanno nei confronti dell'ambiente e delle comunità degli stakeholder. Oggi diventa centrale il riciclo dei metalli preziosi, per esempio dalla filiera automotive, anziché dalle attività estrattiva», ricorda **Di Falco**. Nel gioiello,

azienda etica significa eretica? Nel panel degli interventi del Forum, ecco la case history di D'orica, prima azienda italiana orafa a ottenere la certificazione B-corp, caso raccontato dal fondatore **Giampietro Zonta**.

GIOIELLO, IL PASSAGGIO GENERAZIONALE HA SUCCESSO QUANDO È GUIDATO DALLA PASSIONE. PAROLA DI FABERGÉ

Quando la successione generazionale in una impresa orafo-gioielliera ha successo? Con il talk "Sustainability through successful succession", CIBJO, la confederazione internazionale del settore, accende i riflettori sul tema del passaggio generazionale nelle piccole e medie imprese e nei brand iconici. La ricetta unica, inutile cercarla. Ma c'è un paradosso, nota Lisa Koenigsberg, presidente di Initiatives in Arts and Culture, che ha il compito di moderare il talk: «Per guardare al futuro, occorre guardare indietro». **Vincenzo Liverino**, proprietario dell'omonima azienda di coralli a conduzione familiare a Torre del Greco, che ha impegnato a preservare l'eredità storica della sua famiglia e della sua città nel settore del corallo, ricorda come «si dice che il corallo porti fortuna, e io ho avuto la fortuna di imparare i segreti del corallo sin da ragazzo a stretto contatto con la sapienza artigiana dei dipendenti dell'azienda fondata da mio nonno. Non solo. Il lavoro mi ha permesso di viaggiare per acquistare il corallo e in Italia ho sempre portato tecniche di lavorazione che vedevo in Oriente e altrove. Questo è l'insegnamento di mio padre». **Alice Cicolini**, designer londinese i cui gioielli sono realizzati secondo alcune tecniche tradizionali degli artigiani dello smalto oggi attivi a Jaipur, in India, che si tramandano più di 200 anni. **Alice Vanni**, responsabile Sostenibilità e Compliance di Italpreziosi, ha ricordato che nell'azienda fondata dalla madre Ivana Ciabatti, la gender equality sia centrale e che «la maternità non è una parentesi, ma un momento della vita in cui si acquisiscono nuove skill». Infine, **Sara Fabergé**, capo dell'Heritage Council e direttore dei progetti speciali di Fabergé, ha ricordato come «l'ispirazione dalla famiglia è importante, mio padre mi ha educata professionalmente all'interno di Fabergé ma anche all'expertise di altri artigiani. Quel che credo sia davvero importante è che la passione si adatti alle persone. Questa passione credo sia il tratto comune delle persone che lavorano in Fabergé, ma che accomuna questo marchio a tanti altri marchi presenti qui a Vicenza».

A seguire, diffonderemo un secondo Daily Report sugli eventi dedicati all'orologeria.

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, Germania, Singapore, Brasile - che l'hanno posizionata tra i principali operatori europei del settore.

PRESS CONTACT IEG

Head of media relation & corporate communication: Elisabetta Vitali; press office manager: Marco Forcellini; international press office coordinator: Silvia Giorgi; Michela Moneta, press office coordinator; media@iegexpo.it

MEDIA AGENCY VICENZAORO: MY PR Lab T. +39 0444.512550

Filippo Nani, filippo.nani@myprlab.it; Giulia Lucchini, +39 348 7853679, giulia.lucchini@myprlab.it; Enrico Bellinelli, +39 392 748 0967, enrico.bellinelli@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.