



SEPTEMBER 8 - 12, 2023 Vicenza | Italy

Discover more



8 - 10 SEPTEMBER 2023

Vicenza, Italy

vicenzaoro.com



madeinitaly.gov.it



WICENZAORO.COM

Organized by

ITALIAN EXHIBITION GROUP

PRESS

Nota stampa n.7

## IEG: COMPETENZE STRATEGICHE PER L'INDUSTRY DEL GIOIELLO A VICENZAORO SEPTEMBER

- **Competenze strategiche e tecniche nei talk formativi del salone orafino internazionale di Italian Exhibition Group (8-12 settembre) all'insegna della cultura di settore**
- **Al fianco di associazioni, istituzioni e aziende un ampio excursus sui temi più dibattuti: dagli andamenti di mercato alle strategie di marketing, dalla lotta alla contraffazione al punto di vista del retail**

[www.vicenzaoro.com/it/](http://www.vicenzaoro.com/it/) | #discovermore

*Vicenza, 30 agosto 2023* – Formazione e competenze sia strategiche che tecniche per i professionisti del settore orafino-gioielliero sono in primo piano a **Vicenzaoro September (VOS) 2023, dall'8 al 12 settembre** nel quartiere fieristico di Vicenza assieme a **VO'Clock Privé** (8-10 settembre), evento aperto al pubblico di appassionati di orologeria contemporanea. Il salone internazionale di Italian Exhibition Group – IEG è l'appuntamento per l'intera filiera dell'oro e del gioiello dove gli operatori di oggi e di domani si incontrano per aggiornare e ampliare le proprie conoscenze.

### MERCATO DOMESTICO, INTERNAZIONALE ED EXPORT VICENTINO

L'analisi dell'andamento del mercato, tra Made in Italy e piazze internazionali, aprirà gli eventi di VOS venerdì 8 settembre alle 11.30, con la presentazione dei dati di **Direzione Studi e Ricerche Intesa Sanpaolo** in collaborazione con **Club degli Orafi Italia**. Lunedì 11 settembre focus su export e posizionamento competitivo delle imprese del distretto orafino vicentino di **Confartigianato Imprese Vicenza** con la responsabile Sistema Oreficeria e Gioielleria **Sara Ferretti**, e **Vladi Riva**, responsabile International Department.

### DIAMANTI NATURALI E LAB-GROWN, LO STATO DELL'ARTE A VOS

A Vicenzaoro si farà il punto sulle corrette strategie di marketing per il mercato dei diamanti, e in particolare su uno dei temi più dibattuti nel settore, la differenza tra diamante naturale e lab-grown. Ne parlerà domenica 10 settembre il **Gem Talk** a cura di **I.G.I. (Istituto Gemmologico Italiano)**, fornendo al pubblico strumenti e indicazioni per operare in modo responsabile. Interventi di **Luigi Cosma**, presidente Borsa Diamanti d'Italia, **Thierry Silber**, founder & CEO Madestones, e **Daniel Nyfeler**, managing director Gubelin Gem Lab Ltd, moderati da **Loredana Prospero**, direttore IGI Milano.

### LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE

Nella giornata di domenica 10, in collaborazione con CIBJO- Confederazione mondiale della gioielleria, **Sara Yood**, Deputy General Counsel, Jewelers Vigilance Committee, dedicherà un seminario alla tutela della proprietà intellettuale come asset fondamentale nell'industria della gioielleria e dell'oreficeria. Moderato da **Lisa Koenigsberg**, Initiatives in Arts and Culture, l'appuntamento è intitolato "Defending what's yours: IP in the jewelry and watch industry" e illustrerà le opzioni legali in caso di furto o violazione di diritti d'autore, brevetti e marchi, sul fronte del design come su quello del marketing.

### RETAIL ORAFO: STRATEGIE PER IL CAPITALE UMANO

Empatia, ascolto, intelligenza emotiva, ma anche creatività e capacità narrativa sono fondamentali per chi, nel punto vendita, tesse il dialogo con i clienti finali. A raccontare la prospettiva dei retailer, sabato 9

settembre, ospite di **Assogemme** per il talk *“L’umanità come vantaggio competitivo: il ruolo strategico delle gioiellerie indipendenti”*, **Carlo Bartorelli**, presidente e amministratore unico di **Bartorelli 1882 spa**, uno dei più antichi e importanti gruppi di gioiellerie in Italia che gestisce, oltre ai punti vendita multimarca Bartorelli sul territorio italiano, anche le boutique monomarca Bulgari e Hublot a Forte dei Marmi e le nuovissime aperture Jaeger-LeCoultre e IWC entro la fine dell’anno 2023. Una riflessione che prosegue anche domenica, con il **Retail Talk** di **Federpreziosi Confcommercio** incentrato su motivazione, valori e *soft skills* come armi strategiche per il gioielliere. Tra gli ospiti **Francesco Moser**, pluripremiato campione di ciclismo.

#### **PRESS CONTACT IEG**

head of media relation & corporate communication: Elisabetta Vitali; press office manager: MarcoForcellini; international press office coordinator: Silvia Giorgi; [media@iegexpo.it](mailto:media@iegexpo.it)

Trade press office coordinator Jewellery & Fashion Division: Michela Moneta

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

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



#### **FOCUS ON**

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.

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 - 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