



nota stampa

VICENZAORO SEPTEMBER, MERCATO ANCORA IN CRESCITA IEG PREPARA LA «NUOVA CASA DELL'INDUSTRIA ORAFO GIOIELLIERA»

- Da oggi a martedì 10 a Vicenza il boutique show di riferimento in Europa per oro e gioielli
- Saluto del ministro Urso: «Il settore orafa promuove l'immagine dell'Italia nel mondo, contribuendo alla crescita dell'economia»
- Ermeti (IEG): «Cogliamo le sfide del tempo per un settore centrale del Made in Italy»
- Indagine Intesa Sanpaolo, una azienda su tre prevede aumento fatturato nel 2024 mentre oreficeria e gioielleria crescono ancora del 4% nel primo semestre dell'anno
- Tre giorni di VO'Clock Privé per il pubblico di appassionati di lancette

vicenzaoro.com | [#theheritagefortomorrow](https://twitter.com/theheritagefortomorrow) | [iegexpo.it](https://www.iegexpo.it)

Vicenza, 6 settembre 2024 – Inaugurata **Vicenzaoro September – The Jewellery Boutique Show**, nel segno dei 70 anni di manifestazioni orafe nella città del Palladio. Una manifestazione che, come ha ricordato il ministro delle Imprese e del Made in Italy **Adolfo Urso** nel suo messaggio «Dal 1954, anno della prima edizione, ha mostrato al mondo la maestria, l'innovazione e la creatività che contraddistinguono il settore orafa, sempre più affermato nel contesto mondiale. Un comparto che promuove l'immagine dell'Italia nel mondo, contribuendo alla crescita dell'economia».

Da oggi sino a martedì 10, il salone internazionale di Italian Exhibition Group ospita 1.200 brand espositori con il 40 per cento da 35 Paesi esteri. Oltre 450 i buyer ospitati grazie al programma di incoming di ICE Agenzia e del Ministero degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale, provenienti da 60 Paesi con Stati Uniti, Emirati, Cina e Spagna e Francia per l'Europa in testa. Illustrato dal presidente di Italian Exhibition Group-IEG **Maurizio Ermeti** il piano di riqualificazione del quartiere fieristico: «Ci sono momenti in cui le visioni devono diventare realtà. Questo lo spirito con cui inauguriamo l'edizione settembrina della più longeva fra le fiere del settore: 1200 brand esposti, il 40% dei quali provenienti dall'estero e una grande capacità di interpretare proposte e tendenze. IEG crede in VicenzaOro. Ed è dalla volontà di confermarsi leader della qualità di questa industry a livello mondiale che si stanno sviluppando i progetti di investimento per 60 milioni di euro sul quartiere fieristico. Abbiamo colto le sfide del tempo per dare una base concreta al futuro della casa dell'industria orafa gioielliera, settore centrale per il made in Italy».

Alla cerimonia inaugurale della manifestazione, condotta dal direttore del *Giornale di Vicenza* Marino Smiderle, sono intervenuti il presidente di IEG, **Maurizio Ermeti**, l'assessore della Regione Veneto allo Sviluppo economico **Roberto Marcato**, **Claudia Piaserico**, presidente Federorafai, il sindaco di Vicenza **Giacomo Possamai**, **Matteo Zoppas**, presidente ICE Agenzia, **Fabrizio Lobasso**, vice direttore generale per la Promozione del Sistema Paese e direttore centrale per l'Internazionalizzazione economica del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale, **Andrea Nardin**, presidente della Provincia di Vicenza. Messaggio del ministro delle Imprese e del Made in Italy **Adolfo Urso** (**N. B. - dichiarazioni in allegato**).

INTESA SANPAOLO: IMPRESE ORAFE, UNA SU TRE PREVEDE AUMENTO FATTURATO NEL 2024

Un terzo delle imprese del settore orafa prevede un aumento del fatturato nel 2024 (era il 28% nella rilevazione di dicembre). È la fotografia che emerge sesta edizione dell'inchiesta congiunturale svolta da Club

degli Orafi Italia e Intesa Sanpaolo presso le più importanti aziende dell'industria orafa italiana e presentata nella giornata inaugurale di Vicenzaoro. Evidenze coerenti con la variazione dell'indice ISTAT di fatturato che nel primo semestre ha mostrato un incremento del 4%, in controtendenza rispetto al sistema moda che sconta una riduzione del -8%. Positive anche le prospettive sugli investimenti per il 29% degli intervistati: politiche monetarie più accomodanti e il progressivo rientro dei costi energetici riducono i timori legati al costo del debito e al costo dell'energia. Nell'indagine di Intesa Sanpaolo entra il tema della sostenibilità, per approfondire le misure attuate dalle aziende per promuovere le azioni ESG, garantire la tracciabilità delle materie prime e migliorare l'impatto ambientale e sociale delle loro attività. La pratica più diffusa risulta la raccolta differenziata nella quasi totalità del campione (77% per le imprese produttive, 95% per quelle del commercio). Tra le imprese produttive è buona l'attenzione verso la riduzione degli imballaggi (59%) e di materiali pericolosi (55%) e alta la presenza di certificazioni specifiche (55%), tra le quali la più diffusa è la certificazione RJC.

AUTUNNO INVERNO 2024-25, LE QUATTRO TENDENZE IN VETRINA

Tendenze del gioiello per la prossima stagione autunno inverno 2024-25, per Trendvision Jewellery + Forecasting, corrono lungo l'asse del tempo: tra eredità storica e innovazioni contemporanee. I consumatori vogliono esprimere individualità attraverso pezzi unici e audaci. Ecco, dunque, ispirazioni tra vintage e avanguardia, che l'osservatorio di IEG identifica con quattro etichette. Si ritorna al **Boldness**, spinto dalla rinascita dell'estetica vintage degli anni '70 e '80 con l'uso di metalli lisci e arrotondati, dall'iconico tubo gas alle sfere d'oro dalle finiture lucide, accompagnati da cabochon e pietre dure. Opulenza e lusso arrivano dal passato, nel ricordo degli intrecci di epoca vittoriana o addirittura dell'età georgiana: ecco i tratti salienti della tendenza **X-Treme Décor**. Ma i gioielli sono a tutti gli effetti un linguaggio, assieme ai tatuaggi, che le persone usano per esprimere personalità e creatività. **Superstyling** è la tendenza che riflette quel che accade nei laboratori che la strada e i social media sono oggi. Un esempio è lo "ear party", collezione eterogenea di orecchini che adorna l'orecchio. Dall'individualismo alla firma d'autore, **Graphique** celebra il design elegante attraverso linee minimaliste e materiali leggeri. Segni distintivi come spirali e forme a V incarnano la creatività del designer, trasformando la semplicità in eleganza versatile e senza tempo.

VO'CLOCK PRIVÉ, TRE GIORNI APERTI AL PUBBLICO CON LA PASSIONE PER I SEGNAMEPPO

In parallelo a Vicenzaoro, sino a domenica 8, è aperto al pubblico **VO'Clock Privé, il salotto di IEG dedicato all'orologeria contemporanea** nella Hall 8.1 con entrata gratuita previa registrazione. Appassionati, esperti e collezionisti troveranno esposti gli ultimi modelli di top brand e di grandi artigiani, con un'esperienza immersiva nell'universo del segnameppo con i maggiori esperti settore.

LE DICHIARAZIONI DELL'INAUGURAZIONE

Illustrato dal presidente IEG **Maurizio Ermeti** il piano di riqualificazione del quartiere fieristico: «Ci sono momenti in cui le visioni devono diventare realtà. Questo lo spirito con cui inauguriamo l'edizione settembrina della più longeva fra le fiere del settore: 1200 brand esposti, il 40% dei quali provenienti dall'estero e una grande capacità di interpretare proposte e tendenze. IEG crede in VicenzaOro. Ed è dalla volontà di confermarsi leader della qualità di questa industry a livello mondiale che si stanno sviluppando i progetti di investimento per 60 milioni di euro sul quartiere fieristico. Abbiamo colto le sfide del tempo per dare una base concreta al futuro della casa dell'industria orafa gioielliera, settore centrale per il made in Italy».

Giacomo Possamai, sindaco di Vicenza: «Vicenza, capitale mondiale del gioiello, ritorna a splendere nei cinque giorni dedicati a Vicenzaoro, la manifestazione più longeva a livello internazionale e la più importante del settore insieme a Hong Kong e Las Vegas. I numeri con cui si presenta, in termini di espositori, eventi, fatturato e valore dell'export del distretto orafa, esprimono tutta la portata di questo straordinario appuntamento. La città, la cui storia economica, sociale e culturale è profondamente legata al settore orafa, ospita con orgoglio la nuova edizione di Vicenzaoro September e saluta tutti gli operatori e i visitatori in arrivo, guardando, con soddisfazione, il procedere dei lavori per la costruzione del nuovo edificio di 22 mila metri

quadrati che riqualificherà il quartiere fieristico. Un investimento che dimostra la volontà di IEG di mantenere il primato mondiale della nostra fiera, costruito in decenni di impegno e scelte lungimiranti».

Andrea Nardin, presidente della Provincia di Vicenza: «Vicenzaoro si rinnova nella tradizione. Non c'è miglior modo di festeggiare un anniversario che guardando al futuro. Ed è questo che fa Vicenzaoro, nata 70 anni fa per volontà di artigiani, commercianti e produttori locali e confermatasi negli anni non solo una delle fiere dell'oro più grandi al mondo, ma la fiera che detta le tendenze del settore. È qui a Vicenza, a settembre di ogni anno, che produttori e buyer si ritrovano per confrontarsi su novità, nuovi modelli, intrecci di materiali preziosi. È qui che si scrive il presente e il futuro dell'oro. E per farlo al meglio, si celebrano i 70 anni di Vicenzaoro con un intervento che rinnova il quartiere fieristico rendendolo moderno e funzionale. Un investimento sul futuro della Fiera e della Città, un tassello importante per costruire i prossimi 70 anni di Vicenzaoro. Grazie, dunque, a IEG per gli sforzi che sta facendo, grazie a tutti gli espositori e i visitatori che scelgono Vicenzaoro e trovano ad accoglierli un territorio desideroso di offrire loro una buona permanenza dentro e fuori la fiera».

La presidente di Federorafi - Confindustria **Claudia Piaserico** ha illustrato due recenti impegni di comunicazione per l'Associazione: «Grazie al sottosegretario Borgonzi e alla presidente di Cinecittà Chiara Sbarigia, Federorafi ha avuto assegnata l'ideazione e la realizzazione con grande libertà sia creativa che di manifattura della statuetta per il premio "Gina Lollobrigida". Un premio destinato a un artista, sia scultore o fotografo in ambito cinematografico o altro, il premio è destinato a raccontare la contaminazione tra le arti. Per far sì che si parli del gioiello anche in altri ambiti. Un lavoro di squadra, per il quale sono state coinvolte tutte aziende orafe vicentine, che hanno prodotto la statuetta in bronzo bagnata in oro 24 carati, smaltata con madreperla e polvere di diamanti. Esempio di innovazione e artigianalità. Inoltre, si è conclusa a giugno una campagna social, per ora con target Stati Uniti e Regno Unito con cinque influencer di fama internazionale cui abbiamo fatto vivere l'Italia attraverso una caccia al tesoro tra Torre del Greco, Valenza, Arezzo e Vicenza. Hanno avuto modo di raccontare cosa accade nelle nostre fabbriche e perché il made in Italy ha un valore diverso, in grado di esprimere quel plus che ci permette di essere scelti dai mercati a prescindere dalla concorrenza di altri».

Fabrizio Lobasso, direttore centrale per l'Internazionalizzazione economica del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale: «Vicenzaoro è riconosciuto come l'evento internazionale di riferimento in Europa per il settore orafa e argentero. È un luogo di incontro della manifattura pregiata, un palcoscenico di nuove tendenze, nuovi design e soluzioni di produzione all'avanguardia. Il successo di questo settore ci rende orgogliosi e lo considero figlio di due delle caratteristiche più riconoscibili del "bello e ben fatto" italiano: l'artigianalità dei prodotti, legata all'ingegno e alla manualità antica, e la capacità di innovazione tecnologica. I dati 2023 parlano di un fatturato italiano che ha raggiunto 11,97 miliardi di euro, in aumento in termini di valore del 10,2% rispetto al 2022, con l'export che ha fatto da traino registrando un +11,1% nel 2023. Sono dati motivo di soddisfazione, che incoraggiano la Farnesina e tutto il Team Italia a intensificare l'azione di sistema a favore dell'internazionalizzazione delle nostre imprese».

Matteo Zoppas, presidente ICE Agenzia: «La promozione e lo sviluppo del Made in Italy sono gli obiettivi principali di ICE. Per supportare in primo luogo le Pmi, ma non solo, l'Agenzia utilizza gli strumenti in grado di creare una narrazione del Made in Italy per una maggiore conoscenza del marchio in genere ed una predisposizione all'acquisto da parte del cliente, così come strumenti di sviluppo, intesi come occasioni d'incontro tra domanda e offerta (i.c.d. business matching), che vanno dalle piattaforme fieristiche in Italia e all'estero, oltre ad organizzare missioni e collettive di imprenditori per incontrare gli operatori del settore. Ciò è possibile grazie ad un network di circa 80 uffici ICE nel mondo, che accompagnano le imprese e gli imprenditori nello sviluppo del loro processo di internazionalizzazione. Lo facciamo in concerto col sistema Paese - ICE, SACE, CDP e la rete diplomatica -, nel quadro della Diplomazia della Crescita voluta dal Ministero degli Affari Esteri, aiutati anche dalla maggiore competitività produttiva che crea sul territorio nazionale il Ministero del Made in Italy. Nonostante un calo dell'export italiano dell'1% nella prima metà dell'anno in corso, rispetto allo stesso periodo del precedente, abbiamo registrato un aumento del 30% delle vendite all'estero nel 2023 sul 2019. Questo risultato è frutto dell'abilità e della resilienza dei nostri imprenditori. Nel

2023, l'export dell'oreficeria ha raggiunto i 10,7 miliardi di euro (+10,6% a/a), in aumento di circa il 52% sul 2019. Mentre tra gennaio e maggio del 2024 le esportazioni sono cresciute di circa il 60% sullo stesso periodo del 2023, trainate in particolare dalla Turchia (dove sono aumentate di oltre il 700%). Il settore rappresenta un vero e proprio vanto per il nostro Paese, che può trarre ulteriori opportunità proprio grazie alle fiere, che mettono in contatto operatori qualificati con i nostri imprenditori: quest'anno ICE ha facilitato l'incontro con 1.100 buyer nel settore della gioielleria, mentre a Vicenzaoro abbiamo portato quasi 100 buyer sui 400 presenti. Grazie alla sinergia con il Sistema Paese, ICE è costantemente impegnata a sostenere il settore dell'oreficeria ed a promuovere il valore del Made in Italy nel mondo».

Roberto Marcato, assessore allo Sviluppo economico Regione Veneto: «Si parlava di numeri, il Veneto vede in questo comparto 1221 imprese con 6642 addetti, di queste 873 sono imprese artigiane, e il 51,4% di questo totale sono a Vicenza, dove ci sono 5160 addetti: quasi la totalità di queste aziende si trova in questo territorio. L'export di distretto è di 2,1 miliardi di euro, quindi stiamo parlando davvero di cifre importanti, solo se pensiamo che l'export complessivo del Veneto ha raggiunto record mai visti nel 2023 e anche nel 2024 continua a dare risultati davvero interessanti. L'export totale su questo comparto è di 2,6 miliardi di euro ed è un +16,3% rispetto all'anno precedente. Nonostante le difficoltà, il Veneto continua ad avere una crescita sostenuta e un numero di nuovi addetti importante. Come Regione abbiamo messo in campo una serie di iniziative per continuare ad essere Regione leader di questo Paese: un piano che vede risorse per mezzo miliardo di euro dedicato esclusivamente alla modernizzazione tecnologica e innovativa delle imprese, e a breve presenteremo un piano robusto sul credito. Abbiamo poi presentato un piano energetico che inizierà il suo iter in Consiglio con una dotazione finanziaria, tra risorse regionali, statali ed europee, di 7,3 miliardi di euro. L'altro tema è quello della agevolazione normativa: abbiamo presentato il nuovo disegno di legge sul commercio che raggruppa tutto quello che riguarda il commercio della Regione. Altro disegno di legge è quello sull'attrazione degli investimenti, e a questo proposito siamo riusciti ad avere la Zona Logistica Speciale su Porto Marghera e Polesine».

Adolfo Urso, ministro delle Imprese e made in Italy (*messaggio inviato al presidente Ermeti e letto pubblicamente*): «Ringrazio il Presidente Ermeti per l'invito e saluto il pubblico scusandomi di non poter prendere parte all'evento a causa di impegni istituzionali.

Vicenzaoro è un evento che non solo ha segnato la storia dell'oreficeria italiana, ma continua a rappresentare al meglio una delle eccellenze del Made in Italy. Dal 1954, anno della prima edizione, questa fiera ha mostrato al mondo la maestria, l'innovazione e la creatività che contraddistinguono il settore orafo, sempre più affermato nel contesto mondiale. Quest'anno, con oltre 1.200 espositori provenienti da 35 paesi, e con una significativa rappresentanza internazionale che copre il 40% degli espositori totali, ci aspettiamo una manifestazione che non solo celebri la nostra eccellenza, ma che guidi tutto il comparto verso il futuro. La scelta del tema "The Heritage for Tomorrow" sottolinea l'importanza di sapere incardinare alle solide radici del passato l'innovazione, come è necessario che avvenga per ogni prodotto made in Italy. Come Ministro delle Imprese, sono particolarmente orgoglioso del ruolo che il settore orafo gioca nel promuovere l'immagine dell'Italia nel mondo, contribuendo significativamente alla crescita dell'economia. Sono sicuro, inoltre, che le meraviglie offerte nelle vostre vetrine saranno un incentivo per i giovani a intraprendere mestieri legati a questa raffinata tradizione, tanto da coltivare quanto da tramandare, attraverso accademie e scuole in cui è necessario valorizzare il nostro saper fare.

La varietà dell'offerta e la presenza di tutte le anime dell'industria orafo-gioielliera rendono questo appuntamento un punto di riferimento globale che, dall'alta gioielleria ai diamanti e pietre preziose, dal design contemporaneo fino alle ultime soluzioni per il packaging e visual merchandising, copre ogni aspetto della filiera, aprendo anche la possibilità di nuovi scambi di idee e collaborazioni. Benvenuti a Vicenzaoro: un'esperienza densa di ispirazione, conoscenza e successo che da 70 anni rende più ricco ogni visitatore».

PRESS CONTACT IEG/VICENZAORO

head of media relation & corporate communication: Elisabetta Vitali; press office manager: Marco Forcellini, Pier Francesco Bellini; international press office coordinator: Silvia Giorgi; press office coordinator: Luca Paganin; press office specialist: Mirko Malgieri. media@iegepo.it

trade press office coordinator Jewellery & Fashion Division: Michela Moneta

MEDIA AGENCY VICENZAORO: M&Partners T. +39 0444.512550

Filippo Nani, f.nani@mepartners.it; Enrico Bellinelli, +39 392 7480967, e.bellinelli@mepartners.it; Giulia Lucchini, +39 348 7853679, g.lucchini@mepartners.it; Francesca Magnanini, +39 338 6910347, f.magnanini@mepartners.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, Arabia Saudita, 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 - 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