



Nota stampa

IEG/VICENZAORO SEPTEMBER 2024 – DAILY DOMENICA 8 SETTEMBRE

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

Vicenza, 8 settembre 2024 – Biodiversità e mondo del gioiello, anticipazione delle tendenze 2026, sviluppo del distretto orafa campano, creatività e heritage: questi i temi degli incontri della terza giornata di **Vicenzaoro September 2024**, il salone internazionale di **Italian Exhibition Group** in corso al quartiere fieristico di Vicenza sino a martedì 10 settembre, in concomitanza, fino alle 18.30 di oggi, domenica 8 settembre, con **VO'Clock Privè**, l'evento gratuito (previa registrazione) e aperto al pubblico dedicato alla cultura orologiera.

«D.OR. CAMPANIA», IL DISTRETTO PRESENTATO A VICENZAORO

La filiera orafa in Campania fa sistema. Presentata in anteprima nella terza giornata di Vicenzaoro September, in corso nel quartiere fieristico di **Italian Exhibition Group** del capoluogo berico sino a martedì 10, la rete di imprese «**D.OR. Campania**», acronimo che raccoglie tradizione e innovazione con i tre poli produttivi di Napoli, Marcianise e Torre del Greco. E ancora: il sistema formativo, con i centri di eccellenza del Tarì Design School, “la Bulla” (Borgo Orefici) e Istituto Degni di Torre del Greco e la fitta rete di gioiellerie presenti in tutta la regione. Soggetti promotori sono Tarì sspa, Oromare promogest srl e il Consorzio Antico Borgo Orefici. Confindustria Caserta, Fedepreziosi Campania – Confcommercio e Assocoral sono nel gruppo di lavoro grazie ad un protocollo d'intesa condiviso. Per coniugare la tradizione di eccellenza del settore con l'innovazione attraverso progetti di formazione, promozione, internazionalizzazione, nuove tecnologie. Evento aperto con il saluto del global exhibition manager delle fiere orafe di IEG **Matteo Farsura**. «Mettiamo assieme, per la prima volta, il vero DNA della Campania: tradizione, produzione, servizi commerciali e dettaglio riuniti in rete in un soggetto istituzionale e con una nuova ottica. Circa 600 aziende di produzione, 1.400 dettaglianti e oltre 6.000 addetti. Obiettivo, dare unità e slancio internazionale alla millenaria tradizione dell'oreficeria campana», ha detto il presidente di D.OR. Campania **Vincenzo Giannotti**. Consiglieri nella gestione della rete d'impresе D.OR., sono **Vincenzo Aucella**, **Roberto De Laurentiis** e **Gennaro Mincione**. Un percorso istituzionale con una strategia industriale, tant'è che anche le associazioni di categoria hanno costituito dei consorzi per entrare in questa rete d'impresе. La prima mossa è stata voluta dalla Regione Campania, su impulso dell'assessore alle Attività produttive **Antonio Marchiello**. «Credo si possa valorizzare questo settore che già vale tanto. Gli imprenditori ci hanno creduto. La Regione è al loro fianco perché, se cresce l'impresa cresce anche il lavoro, un paradigma che non inventiamo noi», ha chiosato l'assessore Marchiello. Gli aspetti programmatici delle attività di D.OR. Campania, tra cui i progetti legati alle “transizioni gemelle” green e digitale, sono stati illustrati dal project manager **Fabrizio Monticelli**, mentre **Alfonso Bonavita**, dirigente della Unità Operativa competente in promozione del sistema produttivo campano sui mercati della Regione Campania, ha illustrato la composizione della filiera campana, costituitasi in rete d'impresе nello scorso aprile con lo strumento della Legge di stabilità regionale 2024. La spinta all'internazionalizzazione di D.OR. segue la performance dell'export regionale che vede la Campania quinta regione in Italia per numero di impresе (concentrate per lo più a Napoli e Caserta), e al settimo posto per valore delle esportazioni, pari a circa 36,1 milioni di euro, con un aumento dell'export nell'ultimo trimestre del 2023 pari al 5%. L'incontro è stato moderato da **Giovanni Micera**, direttore di Preziosa Magazine.

PRESERVARE LA BIODIVERSITÀ, FATTORE COMPETITIVO PER IL GIOIELLO MONDIALE

La natura è importante per l'industria del gioiello. Non si tratta di trarre ispirazione per il design, ma di incorporare la difesa della biodiversità nella strategia di business delle aziende. Un punto di svolta,

presentato nella terza giornata di Vicenzaoro September, il salone internazionale di Italian Exhibition Group, in uno degli incontri del calendario di eventi firmati da **CIBJO - The World Jewellery Confederation**, presieduta da **Gaetano Cavalieri**, che rappresenta il settore all'Onu e nelle organizzazioni internazionali e da **Watch & Jewellery Initiative 2030**, diretta da **Iris Van der Veken**. L'organizzazione nata nel 2022 per volontà delle maisons Cartier e Kering per portare nell'industry gli obiettivi dell'Agenda ONU 2030 è pronta a diffondere questa missione sulla piattaforma "Nature Roadmap". "Una piattaforma di sviluppo e azione che agisce su tre importanti temi che sono intimamente connessi: clima, biodiversità della natura e inclusività", sottolinea Iris Van der Veken. "Quando si parla di industry, il lato emozionale è molto importante per i consumatori e altrettanto importante è la narrazione della promessa che ci sarà un'azione su questi temi. Fare sostenibilità significa creare valore di business". All'incontro di CIBJO hanno partecipato **Francesca Manfredi**, Kering, Head of Innovation Watches & Jewellery in Kering, **Alice Vanni**, CSR director di Itaipreziosi, **John Mulligan**, presidente di World Gold Council e della commissione per lo sviluppo sostenibile di CIBJO, **Davide Tonon**, Managing Director Italy di Quantis.

TRENDS FOR BREAKFAST: VICENZAORO ANTICIPA LE TENDENZE GIOIELLO DEL 2026

Una sala gremita ha accolto oggi a **Vicenzaoro September**, il salone internazionale dell'oro e del gioiello che prosegue fino al 10 settembre nel quartiere fieristico di Vicenza, Paola De Luca, founder & creative director Trendvision Jewellery + Forecasting, per la presentazione del **nuovo Trendbook 2026+** durante l'appuntamento "**Trends for breakfast**". Punto di partenza, le riflessioni sulla nuova cultura del consumatore, sempre più motivato a trovare nell'**acquisto di preziosi un momento di gioia**. Una felicità alla quale si tende nonostante il contesto sociopolitico internazionale e che deve comprendere anche la sensazione di piacevolezza connessa al **sentirsi in pace con la propria condotta etica**. Di qui la crescente importanza di concetti quali la responsabilità sociale, l'impatto ambientale e l'inclusione, che porta al superamento del gender fluid, verso una gioielleria no gender, che comunica la personalità attraverso oggetti in grado di raccontare sé stessi. Ma l'**inclusività** si applica anche in altri ambiti, come lo spazio perché le referenze estetiche del gioiello del futuro sono sempre più influenzate dalla **commistione tra culture**. Riflessioni che portano a definire **quali siano le opportunità** per il settore della gioielleria, legate alla capacità di interpretare le evoluzioni che sono già in atto, e vengono riassunte in cinque trend principali, dai nomi tanto evocativi, quanto didascalici: **Sleek Elegance, Opulent Extravaganza, Street Coolness, Digital Nouveau, Wonderland**.

A VICENZAORO LA CREATIVITÀ È LA CERNIERA DEL TEMPO TRA HERITAGE AND FUTURE

A Vicenzaoro September, il salone internazionale dell'oro e del gioiello nel quartiere fieristico di Vicenza fino al 10 settembre e giunto al 70° anniversario, l'heritage è un concetto centrale. Ripreso anche durante l'incontro del 7 settembre promosso da **Assogemme** "Eredità future: il tempo sospeso dell'atto creativo". Nel corso del talk, aperto da **Matteo Farsura**, global exhibition manager divisione Jewellery & Fashion di IEG, e da **Paolo Cesari**, Presidente di Assogemme, il confronto tra **Luca Iacomucci**, high jewellery designer freelance at Louis Vuitton, e **Raffaele Ciardulli**, coach trainer & luxury consultant, sui vent'anni di carriera del creativo italiano, per sottolineare il ruolo del coraggio, il senso innovativo dell'heritage, la funzione del cliente come mecenate, il valore dell'umanità e, a sorpresa, quello dell'umiltà. Soprattutto in tempi di congiuntura difficili, per trasformare il presente effimero in futuro prezioso, attraverso la creatività che diventa cerniera del tempo.

GLI APPUNTAMENTI DI LUNEDÌ 9 SETTEMBRE

Domani, lunedì 9 settembre, in programma a Vicenzaoro il **Retail Talk** in collaborazione con **Federpreziosi Confcommercio** dedicato al rapporto tra Intelligenza Artificiale e gioielleria, in un evento dedicato a retailer e professionisti del gioiello (11.45) e un incontro sul **contrasto all'illegalità nel settore orafa** in collaborazione con Guardia di Finanza di Vicenza e Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (ADM), Direzione Territoriale Veneto e Friuli Venezia Giulia (15.00). Programma aggiornato sul sito vicenzaoro.com.

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@iegexpo.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