



VICENZAORO JANUARY 2025 - DAILY NEWS MARTEDÌ 21 GENNAIO

IEG E ASSOCORAL: SIGLATO IL RINNOVO TRIENNALE DELLA COLLABORAZIONE

Italian Exhibition Group rinnova l'accordo con **Assocoral**, l'associazione che riunisce i produttori di coralli, cammei e gioielli del distretto di Torre del Greco. Il documento, che rafforza la collaborazione su base **triennale**, è stato siglato **lunedì 20 gennaio** nel corso della quarta giornata di **Vicenzaoro January 2025** tra **Matteo Farsura**, che guida le fiere orafe di IEG, e **Vincenzo Aucella**, presidente dell'associazione campana.

«Siamo felici di rinnovare l'accordo con Assocoral per valorizzare il corallo, un prodotto fondamentale nell'offerta di Vicenzaoro e nella ricerca e selezione da parte dei nostri visitatori. Ringrazio il presidente Vincenzo Aucella per la fiducia: siamo pronti per collaborare assieme per il futuro», dichiara Farsura.

«Si rinnova un accordo tra IEG e Assocoral per noi strategico, lungo un solco già tracciato nel passato, aggiornandolo assieme a Vicenzaoro per affrontare le nuove sfide che la lavorazione del corallo e del cammeo, e quindi di Torre del Greco, raccolgono», commenta Aucella.

I NUOVI CONSUMATORI CONTEMPORANEI DI GIOIELLI CHIEDONO NATURA, AUTENTICITÀ E MEMORIA SECONDO FRANCESCO MORACE DI FUTURE CONCEPT LAB OSPITE DI VICENZAORO JANUARY

Tutti gli stili possono mescolarsi con qualsiasi stile. Tutte le persone attraversano stili diversi anziché escluderne uno a favore di un altro. Passato e avanguardie sono entrambi contemporanei. Dunque è ora di mettere un po' di ordine nelle preferenze di consumo nel settore del gioiello. **Vicenzaoro**, il salone internazionale della gioielleria di **Italian Exhibition Group**, ha chiesto a **Francesco Morace**, fondatore di Future Concept Lab, di fornire una mappa per comprendere l'evoluzione dei gusti dei consumatori. Protagonista di un incontro tenutosi nel corso della giornata di lunedì 20 gennaio, il sociologo e saggista ha presentato un'analisi che si concentra sulla fascia d'età compresa tra i 20 e i 29 anni. «Una generazione attiva che agisce in maniera creativa, indipendenti dalle aziende per cui lavorano, si spostano da città a città, con una predilezione per le capitali europee, attenti agli influencer perché prediligono un contatto diretto», dice Morace. D'interesse poi è la fascia dei quarantenni, «cresciuti con il gusto del design e della moda, vogliono originalità ricercata. Per loro l'elemento chiave è l'accessorio. In questa fascia emerge, o forse ritorna, il gioiello maschile addirittura incorporato nei capi d'abbigliamento con grande originalità», prosegue il sociologo. Mentre i cinquantenni assieme agli over 60 prediligono senza dubbio il valore degli "hallmark", da cercatrici e cercatori di beni ed esperienze nel segmento premium quali sono.

Per quanto riguarda le tendenze, Morace sottolinea che «le rivoluzioni sociali convivono anziché escludersi. La sostenibilità non è più neo-pauperismo ma deve avere una sua capacità estetica con un occhio attento alle nuove generazioni». L'attenzione alla natura, alla sua «capacità di durare», è un tema ricorrente, come nelle opere degli artisti Breakfast e Refik Anadol. Morace parla anche di «metamemoria», affermando che «l'esplorazione del passato è molto orizzontale», il che spiega l'appeal del vintage tra i giovani, che «capiscono la qualità e il valore negli oggetti». La sostenibilità si rafforza con certificazioni come quelle delle B-Corp e iniziative come i diamanti "carbon negative". Morace conclude: «Le nuove generazioni si informano molto velocemente, verificano l'autenticità dello spirito di brand o ambassador e, nel caso, non perdonano».



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.

PRESS CONTACT IEG / VICENZAORO JANUARY 2025:

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

MEDIA AGENCY VICENZAORO JANUARY 2025: Adnkronos Comunicazione

Bruno Rizzotti: 393 95 214 36, bruno.rizzotti@adnkronos.com; Enrico Bellinelli: 334 57 177 90, mail; Fabio Valli: 344 128 19 66, fabio.valli@adnkronos.com; Alessandra Paladini: 331 907 89 81, alessandra.paladini@adnkronos.com

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