

**ITALIAN EXHIBITION GROUP:
SUL VALORE DI VICENZAORO JANUARY
LA PAROLA A ESPOSITORI E ADDETTI AI LAVORI**

Vicenza, 24 gennaio 2019 - Si sono concluse ieri le due manifestazioni di sei giorni Vicenzaoro January - il primo appuntamento annuale della IEG Jewellery Agenda – e il contemporaneo T.GOLD (il Salone Mondiale dedicato alle tecnologie per le diverse lavorazioni della gioielleria), organizzati da Italian Exhibition Group.

Piena soddisfazione per gli espositori e gli addetti ai lavori coinvolti, come testimoniamo le dichiarazioni raccolte a fine fiera tra gli stand.

Divyanshu Navlakha, Owner SUTRA *“VOJ è sempre stato un importante punto di incontro per il comparto internazionale dell’oreficeria. Per noi è un momento strategico perché ogni anno incontriamo sempre nuovi potenziali clienti. Dal punto di vista della collocazione temporale Gennaio è perfetto perché dopo Natale i clienti hanno l’esigenza di rinnovare le collezioni, in previsione delle vendite primaverili. Penso che Vicenzaoro sia molto migliorata negli ultimi anni. Molti sforzi e cambiamenti sono stati fatti e vediamo che i risultati stanno arrivando: molti selezionati buyer di qualità ora sono presenti. Molti nuovi contatti per noi da diversi Paesi. Sono molto soddisfatto di come sia andata l’edizione di gennaio di Vicenzaoro. Buona l’attenzione anche da parte del mercato italiano”.*

Chiara Carli, Direttrice Creativa Pesavento *“VOJ rappresenta per noi il ritorno all’importanza della manifestazione di inizio anno, a livello mondiale. Forse di questo ne soffrirà un poco la fiera di Basilea, ma qui oggi a Vicenza abbiamo rivisto grande entusiasmo e grande afflusso e rivisto molti contatti che non vedevamo da anni. Abbiamo avuto numerosi incontri ed ora sta a noi selezionare chi potrà divenire nostro nuovo partner, visto che abbiamo la fortuna di avere una rete commerciale molto forte. Abbiamo inoltre intravisto potenziali aperture di nuovi mercati internazionali dove oggi ancora non siamo presenti, per fare un esempio prendo il caso del Kazakistan dove ci interesserebbe molto entrare”.*

Natasha e Julian Tirisi, Proprietari Tirisi *“Vicenzaoro ci piace molto perché rappresenta una piattaforma efficiente con buyer di qualità nel periodo giusto per il mercato della gioielleria, quando si ha più coraggio per pianificare l’anno.*

Regala la pace ideale per valorizzare la gioielleria che produciamo, a partire dal design per arrivare alla definizione del prezzo giusto, gli organizzatori ci aiutano molto e possiamo lodare la loro efficienza.

Vicenzaoro è una piattaforma a tutti i livelli, dalle aziende tradizionali, alle start up a quelle che trattano solo l’argento lavorano con precise tipologie di buyer. Durante la manifestazione abbiamo avuto la fortuna di poter attivare nuovi importanti clienti di cui uno a Dubai di fascia molto alta, un altro per la prima volta in Palestina e questo ci riempie di soddisfazione perché non è così usuale attivare rapporti di tale portata attraverso contatti nati e sviluppati in fiera. Siamo molto soddisfatti”.

Andrea Visconti, CEO Giorgio Visconti *“Con piacere constatiamo tutte giornate intense di business quest’anno a Vicenzaoro January. Una bella soddisfazione per il nostro brand. I contatti sono stati per lo più internazionali e abbiamo avuto l’occasione di spaziare in tutto il mondo: abbiamo visto una varietà di nazioni potenzialmente interessate al nostro marchio. Dalla Cina a Dubai, dal Sud America al Nord Europa, con un aumento significativo del mercato tedesco che gli altri anni non avevamo registrato. Siamo tra l’altro rincuorati dal fatto di aver rivisto contatti del mercato russo che erano soliti frequentare Baselworld o Hong Kong. Vicenzaoro sembra beneficiare del cambiamento che sta attraversando la fiera svizzera. L’impressione a caldo è che sia stato un momento di business proficuo per noi. Anche il fatto di aver concentrato maggiormente gli investimenti su Vicenzaoro quest’anno, rinunciando a Basilea, sembra essere stata per noi la mossa giusta a giudicare dai contatti fatti”*.

Luigi Marostica, Amministratore Delegato Karizia S.p.A. *“VOJ rappresenta il primo appuntamento dell’anno che è il più importante. Per Karizia è il biglietto da visita della nuova collezione e dà il via all’anno. Per noi Vicenza, e soprattutto gennaio, è importantissima. Sicuramente questa è un’edizione diversa dalle precedenti: con meno traffico, forse, ma sicuramente più qualificato, quindi un’edizione più positiva rispetto alle altre. È stata movimentata da tutti i punti di vista: probabilmente è stato un insieme di fattori, ma anche la selezione di clienti fatta dall’Organizzazione finalmente sta dando buoni segnali. Per noi che lavoriamo con appuntamenti preassegnati è stato difficile inserire nuovi clienti, ma c’è stato movimento, nuove richieste, nuovi appuntamenti”*.

Martin Grosse, Sales Manager Schofer Germany *“In generale siamo molto contenti di VOJ19. Abbiamo iniziato molto bene e continuato anche nei giorni seguenti a fare business. Siamo fiduciosi che il 2019 sarà un buon anno, gli ordini che stiamo ricevendo sono molto buoni ed è certo che torneremo anche a VOS. Entrambi gli appuntamenti di Vicenza sono molto importanti per noi: siamo presenti a 9 fiere nel mondo e Vicenzaoro è un must”*.

Alexander Leuz, Managing Partner Schaffrath. *“Per anni abbiamo frequentato Vicenzaoro da visitatori. Se si guarda allo sviluppo che la manifestazione ha attraversato si può davvero affermare che questa è divenuta un importante “Trend Show” internazionale. Siamo molto orgogliosi di far parte di questa famiglia come espositori nella community ICON, sin dal primo giorno di manifestazione siamo entrati in contatto con le gioiellerie premium più importanti a livello europeo, così come con le catene multistore e i department store giapponesi e singoli imprenditori gioiellieri dal Canada e anche dal Medio Oriente. Anche i retailer dal Nord e Sud America hanno preso parte alla manifestazione. Qui a Vicenza poi c’è un particolare ambiente in cui non è difficile rompere il ghiaccio con i visitatori e invitarli a visitare lo stand e le nuove collezioni, iniziando subito una conversazione piacevole. Una condizione di incontro che molte altre manifestazioni hanno perso nel corso degli ultimi anni e questo rende più facile presentare la nostra gioielleria più innovativa.*

Oltre a incontrare nuovi clienti internazionali, qui entri davvero all’interno del mondo della gioielleria globale portandoti a casa stimoli e ispirazioni notevoli. Non solo, qui c’è l’espressione della tecnologia e del futuro sviluppo delle tecniche di produzione e questo connubio ti permette di rimanere aggiornato secondo quanto più è all’avanguardia nel nostro settore. Si arriva addirittura ad avere l’impressione che c’è semplicemente più tempo per la fiera della gioielleria di ciò che accade per il mondo orologiero. Vicenzaoro è la porta per l’unico mondo possibile della gioielleria. Bravo!

Massimo Poliero, CEO Legor Group *“Anche quest’anno T.GOLD ha dimostrato di essere una buona occasione per incontrare i nostri clienti e confrontarci su progetti di collaborazione per i prossimi mesi. L’afflusso è stato paragonabile a quello dello scorso anno e in generale la qualità degli operatori molto buona; questo ci ha permesso di conoscere alcuni potenziali partner interessanti e adesso abbiamo all’orizzonte diverse opportunità di collaborazione; ora sta a noi lavorare per renderle concrete”.*

Vittorio Gaudino, Amministratore Delegato SISMA. *“Anche quest’anno Vicenzaoro T.Gold si è riconfermata per SISMA la più importante esposizione del settore; il riscontro ottenuto in loco, dai numerosi visitatori, ci ha spronati a perseguire quella strategia di investimento volto all’innovazione che già l’azienda sta percorrendo.”*

www.vicenzaoro.com

ITALIAN EXHIBITION GROUP SPA: FOCUS ON

Italian Exhibition Group (IEG) è leader in Italia nell’organizzazione di eventi fieristici e tra i principali operatori del settore fieristico e dei congressi a livello europeo, con le strutture di Rimini e Vicenza. Il Gruppo IEG si distingue nell’organizzazione di eventi in cinque categorie: Food & Beverage; Jewellery & Fashion; Tourism, Hospitality and Lifestyle; Wellness and Leisure; Green & Technology. Negli ultimi anni, IEG ha avviato un importante percorso di espansione all’estero, anche attraverso la conclusione di joint ventures con operatori locali (ad esempio negli Stati Uniti, Emirati Arabi e in Cina). IEG ha chiuso il bilancio 2017 con ricavi totali consolidati di 130,7 mln di euro, un EBITDA di 23,2 mln e un utile netto consolidato di 9,2 mln. Nel 2017, IEG, nel complesso delle sedi espositive e congressuali di Rimini e Vicenza, ha totalizzato 50 fiere organizzate o ospitate e 206 eventi congressuali.

www.iegexpo.it

UFFICIO STAMPA ITALIAN EXHIBITION GROUP:

Patrizia Rovaris, Press Office Manager Jewellery & Fashion Division
patrizia.rovaris@iegexpo.it

UFFICIO STAMPA VICENZAORO: Barabino & Partners

Ilaria Schelotto
T: 010.272.5048
i.schelotto@barabino.it
Mobile: 335.69.81.186

Barbara Demicheli
T: 010.272.50.48
b.demicheli@barabino.it
Mobile: 347.41.62.986

Manuela Signorelli
T: 010.272.5048
m.signorelli@barabino.it
Mobile: 349.12.53.833