

Nota stampa

## SUMMIT DEL GIOIELLO ITALIANO, GIOVEDÌ APRE L'APPUNTAMENTO STRATEGICO PER ORO E GIOIELLO MADE IN ITALY

- **Arezzo, 5 e 6 dicembre: il Summit organizzato da Italian Exhibition Group con le associazioni di categoria raddoppia ad Arezzo Fiere e Congressi**
- **Accanto all'impegno sul ricambio generazionale nel mondo produttivo, è il momento di interpretare la sensibilità delle nuove generazioni**

[oroarezzo.it/it/summit-gioiello-italiano](http://oroarezzo.it/it/summit-gioiello-italiano)

Arezzo, 3 dicembre 2024 – **Summit del Gioiello Italiano** alla quarta edizione, le associazioni di categoria pronte a scrivere assieme a **Italian Exhibition Group** un nuovo capitolo per il futuro del settore orafo e gioielliero in Italia. L'appuntamento ad **Arezzo Fiere e Congressi** con le associazioni d'impresa della filiera orafo-gioielliera italiana raddoppia: alla prima giornata di confronto sulle strategie per il settore di dopodomani, giovedì 5, si aggiunge nella mattinata di venerdì 6 la tappa regionale di **Smart Future Toscana 24**. Strategie industriali e, poi, *matching* tra impresa e formazione; all'insegna dei casi di successo della manifattura Made in Italy nel senso più ampio possibile, dal gioiello, certo, al tessile, alle biotecnologie, con un occhio di riguardo all'empowerment femminile nel mondo del lavoro. Un tassello che vede IEG, organizzatrice di Oroarezzo e Vicenzaoro, impegnata da lungo tempo in progetti condivisi con le associazioni d'impresa per il ricambio generazionale nella filiera. IEG chiama i suoi partner, ora, a immaginare un **nuovo obiettivo** di questa missione comune, che guarda al tratto finale della filiera. Dopo aver pensato alle maestranze del gioiello Made in Italy di domani, occorre in occasione del Summit pensare a chi domani ne sarà l'acquirente.

“Un appuntamento fondamentale prima della fine dell'anno” - commenta il presidente di Arezzo Fiere e Congressi **Ferrer Vannetti**, “che testimonia in pieno la validità dell'accordo tra Arezzo Fiere e IEG che si sta sempre più concretizzando in una validissima collaborazione operativa. Siamo molto soddisfatti anche per crescente aspetto innovativo del Summit del Gioiello Italiano visto che in questa edizione amplia il suo format si svolgerà anche una parte dedicata all'orientamento e al matching tra giovani, aziende ed enti di formazione organizzato da Smart Future Academy. Si tratta di passi avanti fondamentali visto che il gioiello e l'oro sono elemento distintivo di Arezzo a livello internazionale, e i nostri imprenditori del settore stanno promuovendo sempre più sperimentazione e ricerca creativa: la tecnologia ha fatto passi incredibili, e gli orafi aretini sono riusciti a coniugare l'alta tecnologia con la spiccata creatività del “fatto ad arte” che da sempre contraddistinguono il Made in Italy riuscendo a essere presenti con successo nei più sofisticati e ricercati mercati di tutto il mondo”.

**Giordana Giardini**, presidente Confindustria Federorafi Toscana Sud: «Capire che cosa chiedono i giovani consumatori è fondamentale per le aziende. Uno strumento per rispondere a questa domanda è “Vivioro”, il progetto in sinergia con Federpreziosi, pensato proprio per promuovere il gioiello di Arezzo “sintonizzandoci” sulle nuove sensibilità della Generazione Z. Il gioiello ha valore, e lo produciamo seguendoo dei valori che le nostre aziende mettono in pratica ogni giorno, dal riciclo di materia prima alle certificazioni di approvvigionamento etico, all'innovazione digitale; anche nelle aziende più piccole. Il passo da compiere ora è raccontare l'anima green dei nostri gioielli, IEG ci dà un appoggio fondamentale in questo compito».

**Mauro Benvenuto**, presidente Orafi CNA: «Siamo pronti per l'economia circolare, meno a comunicarla. Eppure vuoi per il costo in sé della materia prima, vuoi perché da sempre siamo abituati a recuperare l'oro da

gioielli magari passati di moda, nel nostro settore il riciclo è basilare. Questo rapporto con l'oro fa sì che il gioiello, tra alti e bassi, non passi mai di moda e accompagni tutti i momenti fondamentali delle nostre vite. Il gioiello non racconta bugie, non perde mai di valore. Questo messaggio deve arrivare anche alle nuove generazioni, sicuramente il compito del sistema fieristico è mettere in linea questo messaggio dal produttore al retailer».

**Luca Parrini**, presidente Confartigianato Orafi e Argentieri: «La forza del Summit di Arezzo è anche questa, mettere sul tavolo di lavoro nuove idee, darci una occasione per riflettere sul nostro settore. Un po' come capita quando nelle nostre aziende creiamo dei modelli. Magari solo un paio su dieci possono essere messi in produzione e sono quelli che ti permettono di progredire. La formazione dei collaboratori nelle nostre imprese è essenziale, ma lo è anche comprendere i consumatori di domani. L'auspicio è che anche questa edizione del Summit anticipi i temi di cui ci occuperemo nel prossimo futuro».

**Vincenzo Aucella**, presidente Assocoral: «Corallo e cammei rappresentano una nicchia di mercato che risponde alle richieste degli acquirenti in modo praticamente sartoriale, anche grazie alle gioiellerie che sanno interpretare le esigenze dei loro clienti in modo completo per poi trasmetterle ai nostri artigiani. Da prodotto di massa, il cammeo è evoluto a prodotto di nicchia, trasversale per tutte le fasce di acquisto. Certo, questa capacità di adattarsi al mercato va raccontata. Una spinta arriverà sicuramente anche dal Summit, che cade nel momento giusto dell'anno per riflettere su quanto fatto e su cosa ci aspetta a partire da gennaio. È un valore aggiunto perché tutti noi operatori durante le fiere siamo contesi tra l'offerta formativa dei convegni e l'ascolto dei clienti».

**Massimo Guasconi**, presidente Camera di Commercio Arezzo-Siena: «Nel corso del primo semestre 2024, la gioielleria ha contribuito in modo rilevante, in termini di valore dell'esportazioni, ad un sistema moda italiano che, nel suo complesso, ha evidenziato segnali di forte rallentamento. Più cauto l'andamento del mercato interno, che necessita di strategie di marketing più coinvolgenti. Proprio come "Vivioro", il progetto nato per garantire l'elevata qualità delle produzioni delle nostre aziende e soprattutto per avvicinare, con un linguaggio comunicativo più legato al mondo dei social, i consumatori più giovani accrescendo il loro interesse verso il gioiello made in Italy e le opportunità professionali che questo settore offre».

**Stefano Andreis**, presidente Federpreziosi Confcommercio: «Conoscere i nuovi consumatori e, allo stesso tempo, introdurre competenze innovative nelle aziende al dettaglio per interpretare gli orientamenti di consumo più attuali è da sempre oggetto di attenzione da parte di Federpreziosi. Le indagini condotte negli ultimi anni tra cui quelle del nostro Osservatorio, lo dimostrano. Così come i momenti di confronto tra associazioni di categoria che hanno avuto come palcoscenico. Il ruolo di IEG nel favorire e sostenere questo tipo di sinergie è di grandissimo valore, per le ricadute concrete sulle modalità di comunicazione tra attori della filiera, nella direzione di un vero e proprio lavoro di squadra. Il Summit del Gioiello può essere considerato l'ideale amplificatore di questo approccio orientato a un costruttivo dialogo mirato a una progettualità e a un'operatività effettive».

**Alessia Crivelli**, vice presidente Federorafafi: «Amiamo così tanto questo nostro mestiere, da volerne vedere la continuità. Tanto per le maestranze, tema su cui continua il nostro impegno, e anche per veder nascere nuovi colleghi, nuovi imprenditori. Siamo le loro radici. Possiamo mettere a loro disposizione gli strumenti necessari e così far crescere la filiera del gioiello. Perché il gioiello è sempre il prodotto di un team di persone. Perciò il nostro impegno è per continuare a investire per i giovani, su i giovani e, soprattutto, con i giovani».

Sponsor della giornata del 5 dicembre è BPER Banca.

Programma completo delle due giornate, sulla [pagina del Summit](#)



## 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 / SUMMIT DEL GIOIELLO ITALIANO:**

**head of media relation & corporate communication:** Elisabetta Vitali; **press office manager:** Marco Forcellini, Pier Francesco Belliini; **international press office coordinator:** Silvia Giorgi; **press office coordinator:** Luca Paganin; **press office specialist:** Mirko Malgieri [media@iegexpo.it](mailto:media@iegexpo.it); trade press office coordinator jewellery & fashion Michela Moneta [michela.moneta@iegexpo.it](mailto:michela.moneta@iegexpo.it).

### **MEDIA AGENCY SUMMIT GIOIELLO ITALIANO: Adnkronos Comunicazione**

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