

Nota Stampa

IEG - VICENZAORO SEPTEMBER 2018

I fenomeni che influenzano i nuovi consumatori nel nuovo TRENDBOOK 2020+

Vicenza, 22-26 settembre 2018 – Il TrendBook 2020+ è la pubblicazione dell'osservatorio indipendente di VICENZAORO - **TRENDVISION Jewellery + Forecasting** - voluto da Italian Exhibition Group (IEG) per un colpo d'occhio sulle tendenze che influenzeranno il mondo del gioiello, le attitudini dei consumatori e gli andamenti del mercato internazionale del lusso nei prossimi 18 mesi.

Guida irrinunciabile per capire come cambiano i gusti e i comportamenti d'acquisto dei nuovi consumatori del mondo orafa-gioielliero, il Trendbook 2020+ è **presentato domenica 23 settembre alle ore 10.00 nella Hall 6 - VO Square di VICENZAORO September 2018**, il Salone Internazionale del Gioiello organizzato da **Italian Exhibition Group (IEG)** nel quartiere fieristico vicentino, che si conferma un appuntamento cruciale in vista della scelta dei prodotti destinati alle vetrine natalizie.

Suddiviso per aree tematiche (gioielleria, orologeria e diamanti), il TrendBook 2020+ non si limita a descrivere l'evoluzione dei consumi del mercato del lusso, ma getta uno sguardo attento sui fenomeni emergenti che condizionano l'evoluzione della società, riflettendosi sui comportamenti d'acquisto.

“Stiamo vivendo un periodo di forti cambiamenti e di rottura delle regole”, spiega la fondatrice e creative director di Trendvision Jewellery + Forecasting **Paola De Luca**.

Nella forza dirompente del digitale che stravolge regole produttive, di distribuzione e comunicazione, nel recupero di una dimensione emozionale quasi a riequilibrare il dominio della tecnologia, nell'orgoglio identitario che risveglia alcune fasce della popolazione, nelle citazioni del passato e nella nuova ondata femminista di questi tempi riecheggiano gli anni Venti del secolo scorso, gli “Anni Ruggenti”, “The Golden Years”, “Les Années Folles”.

“I canoni di bellezza non sono più gli stessi – sottolinea la De Luca: l'unicità si manifesta attraverso l'imperfezione, esaltata dalla **fieratezza della propria diversità**, sia essa etnica, fisica o culturale. Così trova posto nel sistema dei consumi **una bellezza matura**, non più legata all'età, ma piuttosto allo stile di vita, ai gusti e ai valori personali che vengono espressi con orgoglio”.

I brand rispondono a questa tendenza creando collezioni con pezzi non più coordinati e in abbinata, ma combinabili secondo il gusto di ciascuno in un **mix & match che rompe le regole** dello stile e lascia al consumatore **totale libertà di esprimere la propria identità**. Per esempio nell'abbinare orecchini venduti singolarmente con un anello da piede.

Dove tutto sembra tendere ad essere globalizzato, ecco riemergere la **ricerca di radici**. “Tra i fenomeni emergenti più interessanti – continua la De Luca - la rivisitazione di un oggetto come la **tiara** si inserisce in un trend storico sempre molto forte e rassicurante, come il passato a cui attinge,

alimentato dalla cronaca che riporta in auge le famiglie reali e appaga il desiderio fiabesco di fuga dalla realtà”.

Gli stessi **Millennial** stanno cambiando le priorità legate all’acquisto: la percezione del lusso è associata all’esperienza vissuta, alle emozioni, e non al possesso di un oggetto.

Dall’Asia, invece, arrivano designer e fotografi capaci di guardare al proprio passato con occhio futuribile, e farsi portavoce di una rivoluzione culturale di rottura rispetto al passato.

E non è poco in un’epoca in cui il mondo parla attraverso codici estetici ed elementi semiotici e la fotografia è l’esperanto globale.

In un contesto globale del quale si stanno riscrivendo le regole, dunque, cinque sono i megatrend da tenere d’occhio per orientarsi e capire l’evoluzione del consumatore del mondo del gioiello:

- **SOFT POWER:** orgoglio di affermare sé stesse.
- **SYBILLE:** la spiritualità, il mistico, l’irrazionale. L’innovazione passa attraverso la saggezza della natura e la conoscenza degli antichi saperi.
- **RURAL VISIONNAIRE - Nature Odyssey.** Importanza al significato, alle origini. Organico e sostenibile, grande attenzione alla sostenibilità
- **BABEL – The phygital.** È un consumatore dalla mentalità estremamente aperta, convinto che tutto possa essere ripensato e ridefinito. Vive all’insegna della semplicità e del minimalismo, prediligendo uno stile estremamente casual e funzionale per essere esattamente quello che desidera.
- **ANOTHER MAN – The disruptive.** Emerge un individualismo “buono”, più attento alla sostanza che alla forma, all’essenza più che all’apparenza. Si ispira all’estetica della purezza e celebra l’autenticità, l’unicità. Considerato uno dei gruppi di consumatori più rilevanti dei prossimi 5 anni, vi fanno parte uomini dalla mentalità aperta, che non hanno paura di mostrare le proprie emozioni.

VICENZAORO September 2018 si conferma così un punto di riferimento imprescindibile per la ricerca e lo sviluppo delle tendenze che a livello globale caratterizzeranno l’oreficeria e la gioielleria.

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 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

UFFICIO STAMPA ISTITUZIONALE IEG SEDE DI VICENZA: MYPRLab

Filippo Nani

T. +39 0444.512550

Mob: +39 335.101.93.90

filippo.nani@myprlab.it

Lisa Scudeler

T: +39 0444.512550

Mob: +39.338.691.03.47

lisa.scudeler@myprlab.it