



Nota stampa

## IEG/VICENZAORO JANUARY 2023 – DAILY REPORT 2 Domenica 22 gennaio 2023

### VO VINTAGE: LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE, TREND DELL'OROLOGERIA D'ALTA GAMMA E GIOVANI WATCH LOVERS

[www.vicenzaoro.com](http://www.vicenzaoro.com)

Vicenza, 22 gennaio 2023 – Gli ultimi trend del mercato internazionale d'alta gamma, la nuova frontiera dei prodotti contraffatti, l'esperienza dei giovani protagonisti del settore. Il passato, il presente e il futuro dell'orologio sono protagonisti a **VO Vintage**, nella terza giornata di **Vicenzaoro January 2023 – The Jewellery Boutique Show**. Nel salone internazionale del mondo orafo e gioielliere firmato **IEG - Italian Exhibition Group** in programma a **Vicenza fino a martedì 24 gennaio**, si fa discute dei temi caldi del settore, tra contemporaneo e vintage. Cultura orologiera per appassionati e collezionisti a **VO Vintage**, il salotto dell'orologio e del gioiello vintage aperto al pubblico, dove è possibile acquistare pezzi rari di gioielleria e orologeria d'epoca fino a lunedì 23 gennaio e seguire gli eventi con i più autorevoli opinion leader nazionali e internazionali.

#### CONTRAFFAZIONE: UN MERCATO DA 464 MILIARDI DI USD

Prodotti contraffatti: un "mercato" che vale 464 mld di USD nel mondo, 134 mld di USD in Europa e 32 mld di euro in Italia (elab. OECD su dati 2019). «La contraffazione è una piaga per il settore dell'orologeria, il nostro dovere è raccontare il fenomeno al consumatore ed educarlo ad un acquisto sicuro e consapevole» ha spiegato **Mario Peserico**, presidente Assorologi, all'incontro "Difendere la passione da contraffazione e furto" che si è tenuto oggi a **VO Vintage**, il marketplace di **Italian Exhibition Group** dedicato all'orologeria e alla gioielleria vintage di pregio, in scena al quartiere fieristico di Vicenza fino a lunedì 23 gennaio in contemporanea con **Vicenzaoro January** e **T.Gold** (20-24 gennaio). «Spesso il consumatore finale non si accorge dell'errore quando acquista prodotti contraffatti, soprattutto da quando il web è diventato il media di vendita principale. È il fenomeno degli "hidden links": post presenti sui social che propongono la vendita di prodotti, quali abbigliamento, scarpe, orologi, con all'interno un codice. Se lo si clicca, compare un catalogo prodotti apparentemente originali, ma in realtà falsi. Il prezzo può mettere in allerta. Per questo è fondamentale che le piattaforme di vendita facciano tutto il possibile per debellare la presenza dei contraffattori». **Bruno Bergamaschi, aka Giorgione**, tra gli esperti di orologeria più riconosciuti in Italia, ha aggiunto: «Quello della contraffazione è un problema difficilmente risolvibile dagli appassionati, la cosa più sicura è affidarsi alle reti ufficiali o ai punti vendita fisici che possono dare una garanzia, altrimenti è davvero facile incappare in falsi, anche per un esperto. La tecnologia blockchain è l'unico modo per proteggere il consumatore e anche il brand». L'evento, moderato dalla giornalista **Silvia Bonfanti**, ha visto anche la presenza di **Lorenzo Lucchinelli**, founder di Ipsum - Identity for luxury goods, e del Col. t.ST **Cosmo Virgilio**, Comandante Provinciale della Guardia di Finanza.

#### OROLOGERIA: LE STRATEGIE FUTURE DELL'ALTO DI GAMMA

I grandi brand dell'orologeria dell'alto di gamma rivedono i propri modelli con l'obiettivo di garantire ancor più sicurezza al mercato degli appassionati e dei collezionisti. Il talk "*Gli ultimi trend del mercato internazionale d'alta gamma*", andato in scena nel corso della terza giornata di **VO Vintage**, il marketplace di **Italian Exhibition Group** dedicato all'orologeria e alla gioielleria vintage di pregio, evento in scena al quartiere fieristico di Vicenza fino a lunedì 23 gennaio in contemporanea con **Vicenzaoro January** e **T.Gold** (20-24 gennaio), è stato un momento utile per illustrare gli scenari di mercato del prossimo futuro. Moderato da

Michele Mengoli e Jacopo Giudici, rispettivamente direttore e founder di Watchinsanity, l'appuntamento ha coinvolto gli appassionati di segnatempo in compagnia di Stefano Mazzariol, founder e ceo di Vintage Watches, Elvio Piva, founder e ceo di Tempus Padova, e Roberto Verde, presidente dell'associazione Watch Passion. Il foyer del quartiere fieristico di Vicenza è stato teatro di uno scambio di opinioni sui modelli e sulle strategie distributive future dell'orologeria di lusso, di un dibattito sul relativo impatto sui prezzi e sui vantaggi a beneficio del collezionista e dell'appassionato. Centrale nel corso degli interventi il caso Rolex e delle strategie della casa svizzera anche in vista di possibili lanci futuri di nuovi modelli e collezioni.

### **GIOVANI, ESPERTI E RIVOLUZIONARI: IL SUCCESSO DI JASPER LIJFERING A VO VINTAGE**

Sanno fare divulgazione e sanno vendere. Sono appassionati e grandi esperti, talvolta sfrontati, ma accendono venti di cambiamento radicale grazie a stili comunicativi dirompenti e competenza nell'utilizzo dei social network. La nuova generazione di *watch lovers* protagonista nella terza giornata di **VO Vintage 2023**, il salotto di Italian Exhibition Group dedicato all'orologeria e alla gioielleria vintage di pregio, in scena al quartiere fieristico di Vicenza fino a domani in contemporanea con Vicenzaoro January e T.Gold (20-24 gennaio), ha accolto per la prima volta **Jasper Lijfering**, fondatore e ceo di Amsterdam Vintage Watches, uno dei volti più dirompenti sull'intero panorama di settore. Protagonista dell'incontro "Vintage game changer", condotto da **Andrea Casalegno**, watch lover, consulente e divulgatore con la firma lamCasa, Lijfering ha raccontato una storia fatta di coraggio, rischio e passione che, di fatto, grazie a Instagram ha saputo sradicare vecchi paradigmi e rivoluzionare la comunicazione del segnatempo di pregio. All'occorrenza, anche utilizzando registri estremi. Un incontro one-to-one che ha dimostrato come il futuro dell'orologeria vintage sia in ottime mani e come le giovani leve – benché il loro valore renda riduttiva la definizione – sappiano trasformare il mondo di proporre, raccontare e vendere i prodotti, anche nell'universo dei segnatempo.

### **FOCUS ON ITALIAN EXHIBITION GROUP**

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, Cina, Messico, Germania, Singapore, Brasile - che l'hanno posizionata tra i principali operatori europei del settore.

### **PRESS CONTACT IEG**

Head of media relation & corporate communication: Elisabetta Vitali; press office manager: Marco Forcellini; international press office coordinator: Silvia Giorgi; Michela Moneta, press office coordinator; [media@iegexpo.it](mailto:media@iegexpo.it)

### **MEDIA AGENCY VICENZAORO: MY PR Lab T. +39 0444.512550**

Filippo Nani, [filippo.nani@myprlab.it](mailto:filippo.nani@myprlab.it); Giulia Lucchini, +39 348 7853679, [giulia.lucchini@myprlab.it](mailto:giulia.lucchini@myprlab.it); Enrico Bellinelli, +39 392 748 0967, [enrico.bellinelli@myprlab.it](mailto:enrico.bellinelli@myprlab.it)

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.