

Presse-Information * Press release * Communiqué de presse * Comunicato stampa * Comunicado de prensa

nr. 23 i

febbraio 2008

C o m u n i c a t o f i n a l e

inhorgenta europe 2008: positivo svolgimento del Salone con aumento degli ordini

- Gli organizzatori registrano ancora oltre 30.000 operatori i visitatori da 78 Paesi
- Circa un terzo dei visitatori è venuto dall'Estero
- Nuovo un forte incremento degli operatori dell'Europa Orientale
- I partecipanti del Salone pongono in risalto l'atmosfera nei padiglioni, l'ampiezza dell'offerta e la sua suddivisione
- L'interesse dei visitatori si è concentrato in particolare sui settori delle pietre preziose e del design

Il salone inhorgenta europe 2008, che si è svolto dal 15 al 18 febbraio 2008 nel nuovo Centro Fieristico di Monaco di Baviera, ha confermato anche quest'anno il suo ruolo di salone leader del settore. Al 35° Salone Internazionale di Orologeria, Gioielleria, Pietre Preziose, Perle e Tecnologie si sono presentati 1.224 espositori (nel 2007: 1.183) di 48 Paesi (nel 2007: 44 Paesi). Anche sul fronte degli operatori in visita è stato mantenuto l'elevato livello di frequenza della manifestazione precedente: oltre 30.000 operatori hanno nuovamente varcato i cancelli del Centro Fieristico di Monaco.

Durante lo svolgimento del Salone è apparso chiaramente che produttori e rivenditori continuano a mostrarsi ottimisti nei confronti dello sviluppo degli affari in futuro. Un motivo di questo atteggiamento positivo è certamente la vivace attività di ordinazioni da parte degli operatori in visita. In particolare gli espositori affermati hanno potuto aumentare ancora una volta il livello già particolarmente soddisfacente dei contratti conclusi l'anno scorso.

Manfred Wutzlhofer, presidente della direzione della Messe München GmbH:

“Nonostante le più difficili condizioni quadro rispetto al 2007, come per esempio l'aumento dei prezzi dei metalli preziosi, la maggior parte degli espositori ha dichiarato di aver concluso buoni affari ad inhorgenta europe. Questo aspetto è stato sicuramente favorito anche dalla

numerosa presenza di visitatori stranieri. In particolare dall'Europa Orientale abbiamo registrato un nuovo incremento della partecipazione”.

Su 64.500 metri quadrati di superficie gli espositori hanno presentato le ultime tendenze e collezioni, nuovi marchi e tecnologie nonché formule di marketing per il futuro dell'orologeria e della gioielleria. Il positivo svolgimento generale del Salone e la buona atmosfera respirata ad Inhorgenta Europe 2008 emergono anche nel sondaggio condotto da TNS Infratest. I dati rilevati si differenziano minimamente da quelli dell'edizione passata: il 52% (59%) degli espositori intervistati considera l'attuale congiuntura economica del settore da ottima a buona, il 75% (83%) prevede un simile sviluppo futuro anche per l'andamento del mercato. Tra i visitatori il 57% (62%) ovvero il 74% (86%) condivide queste opinioni. Considerando una stima del mercato non più così positiva a causa delle attuali condizioni economiche generali, il clima nei padiglioni è apparso ugualmente ottimista come nell'anno precedente.

Breil Milano (Binda Group), Andrea Canevari, direttore:

“Dopo un lungo periodo di assenza siamo ritornati quest'anno ad Inhorgenta Europe. E devo dire che ne è valsa la pena. Sia per quanto riguarda l'afflusso dei visitatori sia del giro d'affari siamo soddisfatti. Il salone Inhorgenta Europe ci aiuterà soprattutto ad aumentare il grado di notorietà del nostro marchio in Germania”.

Casio Europe GmbH, Andreas Schult, sales manager:

“Guardiamo ad un Salone che si è svolto in modo alquanto positivo. La giornata di maggior successo è stata quella di sabato. Secondo le prime stime siamo riusciti a produrre un aumento del giro d'affari. I motori del nostro fatturato sono stati le collezioni G-Shock e degli orologi radiocomandati. A causa della sua prerogativa di salone degli ordini e della sua prossimità con i mercati austriaco e svizzero, Inhorgenta Europe è per noi il salone fieristico più importante”.

Elysee Uhren GmbH, Claudia Hermann, responsabile del marketing:

“Soprattutto la qualificazione dei visitatori è stata buona in questa edizione di Inhorgenta Europe. Abbiamo potuto aumentare leggermente il risultato ottenuto l'anno scorso. Il lancio del marchio Levi's è stato un successo”.

Fossil (Europe) GmbH, Christian Coenen, membro della direzione:

“Con sorpresa abbiamo constatato che ad Inhorgenta Europe di quest'anno abbiamo avuto più clienti dell'edizione precedente, e fra questi clienti firmanti. Ciò significa che abbiamo potuto aumentare ancora una volta il volume delle commissioni. Anche quest'anno siamo riusciti a presentare la varietà dei nostri marchi grazie ad un'architettura differenziata dello stand.

Momento chiave della nostra partecipazione è stato il lancio del marchio Michael Kors. Il buon orientamento internazionale del Salone è stato per noi stimolo per invitare a Monaco di Baviera anche numerosi partner stranieri. Nella giornata di sabato abbiamo salutato ben 30 buyer della Romania”.

Pandora - KasiGroup, Jesper Nielsen, direttore:

“Siamo per la terza volta presenti ad inhorgenta europe. Poiché ormai realizziamo l’80 per cento dei nostri affari in Germania, inhorgenta europe è diventato per noi il momento più importante dell’anno. La propensione all’acquisto è di nuovo aumentata notevolmente. Il nostro volume di attività ad inhorgenta è aumentato più volte rispetto a quello dell’anno scorso. Una cosa è sicura: l’anno prossimo saremo nuovamente della partita a Monaco di Baviera”.

Thomas Sabo, Ralf Mock, direttore del marketing:

“Per noi inhorgenta europe è e rimane il più importante salone di gioielleria d’Europa. L’anno scorso abbiamo fissato in anticipo 495 appuntamenti per ordinazioni, quest’anno 650. Anche durante le giornate fieristiche abbiamo potuto osservare un grande aumento di operatori. Positivo è stato anche l’aver nuovamente potuto incontrare a Monaco di Baviera i nostri più importanti clienti internazionali. Siamo stati al momento giusto nel posto giusto”.

Schoeffel GmbH, Jutta Effenberger, manager PR:

“Siamo assolutamente soddisfatti dello svolgimento e del numero di visitatori. inhorgenta europe è per noi importante anche come salone delle tendenze. Adesso abbiamo ricevuto un buon panorama su quello che offrirà la stagione del gioiello nel 2008”.

Il 72% (73%) degli espositori intervistati ed il 92% (94%) dei visitatori hanno giudicato il Salone da ottimo a buono. Gli operatori economici hanno sottolineato positivamente soprattutto l’atmosfera del Salone (90%), la completezza e l’ampiezza dell’offerta (86%), la chiarezza e la suddivisione dei settori espositivi (86%) nonché la qualità delle informazioni per i visitatori (85%). I punti che hanno riscosso maggior favore tra gli espositori sono stati l’atmosfera del Salone (87%), la completezza e l’ampiezza dell’offerta (83%), il ricco programma collaterale e l’offerta dei seminari (81%) ed il carattere guida del Salone (72%).

Con una quota di partecipazioni straniere del 32% inhorgenta europe ha dato ancora una volta prova del suo alto livello di internazionalizzazione. Monaco di Baviera ha ospitato operatori di ben 78 nazioni. I primi 10 Paesi per numero di visitatori sono stati l’Austria, la Spagna, i Paesi Bassi, la Svizzera, la Gran Bretagna, l’Italia, la Grecia, la Repubblica ceca e l’Ungheria. I maggiori tassi di incremento sono stati registrati dalla Grecia, dai Paesi Bassi, dall’Ungheria e

dalla Repubblica ceca. Questi dati confermano la tendenza degli anni scorsi che vede in continuo aumento ad inhorgenta europe gli operatori in visita dai mercati in crescita dell'Europa Orientale.

Atelier Bunz GmbH, Georg Bunz, titolare:

“Nel 2008 desideriamo continuare a crescere. La nostra partecipazione ad inhorgenta europe di quest'anno ha avuto dunque un'importanza particolare. Al Salone abbiamo avuto l'opportunità di poter incontrare quasi tutti i nostri principali clienti europei. Siamo quindi soddisfatti dell'andamento del Salone”.

Theodor Wilh. Herbstrith GmbH, Jürgen Schlittenhardt, direttore delle vendite:

“Per la prima volta dal 2001 siamo di nuovo presenti a Monaco di Baviera. Come speravamo abbiamo potuto allacciare numerosi contatti con l'Europa Orientale ed i Paesi Scandinavi. In generale il volume di affari al Salone corrisponde alle nostre aspettative. Anche i segnali per un buon andamento degli affari del dopo salone sono positivi”.

Bundesverband Schmuck und Uhren, Alfred Schneider, presidente:

“L'atmosfera ad inhorgenta europe è migliore di quella che si respira all'interno del settore stesso. Diversi espositori registrano elevati tassi di crescita. Altri devono lottare soprattutto contro difficili condizioni generali come l'aumento dei prezzi dei metalli preziosi. Tra gli aspetti positivi ci si attende un forte orientamento europeo”.

Frey Wille, Stefanie Lehment, procuratrice:

“Il clima al salone di quest'anno è stato particolarmente progressivo. Questo significa che abbiamo potuto acquisire nuovi clienti accanto a quelli già esistenti. Si tratta soprattutto di clienti tedeschi, ma anche operatori interessati dalla Spagna e dai Paesi baltici hanno visitato il nostro stand”.

Jacques Lemans Uhrenvertriebs GmbH, Natalie Stecher, marketing:

“Già l'ultimo anno di esercizio è stato per noi un grande successo. Considerando le impressioni raccolte a questa edizione di inhorgenta europe, anche l'attuale inizia in modo molto promettente. Gli affari sono stati molto più che soddisfacenti. Oltre a numerosi clienti austriaci e tedeschi, abbiamo salutato al nostro stand anche diversi buyer spagnoli e russi”.

Leonardo, Frank Friedl, direttore delle vendite:

“Per esser stata la nostra prima volta ad inhorgenta europe, possiamo dire di aver registrato una vivace affluenza di visitatori al nostro stand. Anche se la nostra attenzione si concentra

principalmente sul mercato tedesco, siamo stati molto lieti del grande interesse dimostratosi da operatori spagnoli, italiani ed austriaci. Tutto sommato siamo riusciti a centrare i nostri obiettivi e quindi per l'anno prossimo ci ripromettiamo di tornare a Monaco di Baviera”.

Bundesverband der Juweliere, Schmuck und Uhrenfachgeschäfte e.V., Joachim Dünkelmann, presidente:

“Un maggior afflusso, un'alta qualificazione ed una crescente internazionalizzazione dei visitatori hanno caratterizzato l'attuale edizione di Inhorgenta Europe. Nonostante la modesta stagione d'affari del 2007 in Germania, l'atmosfera tra i visitatori è stata buona. In particolare il settore del design offre a Monaco di Baviera la cornice ideale per allacciare nuovi contatti ed acquisire idee innovative per il proprio punto vendita”.

Secondo le stime della direzione del Salone, ma anche dei visitatori e degli espositori, un motivo per la maggiore chiarezza della struttura merceologica così lodata dai partecipanti è stata evidentemente la riunione dell'intera offerta di pietre preziose e perle sciolte all'interno del padiglione C1. Con questa decisione il Salone ha saputo interpretare l'interesse da anni crescente per questo segmento del gioiello. Il pubblico ha apprezzato particolarmente questo settore fieristico. Il 95% per cento degli operatori ha lodato l'offerta di pietre preziose e perle con il giudizio da ottimo a buono.

Ph. Hahn Söhne, Dieter Hahn, titolare:

“A dispetto di tutti gli scettici Inhorgenta Europe 2008 ha dimostrato che la riunione delle competenze in materia di pietre preziose in un unico padiglione, il C1, è stato un vero successo. Questa strutturazione crea un maggior orientamento per l'operatore. Qui gli esperti del settore hanno l'opportunità di intrattenersi con i loro colleghi. Per quanto riguarda gli affari abbiamo continuato sull'onda positiva dell'anno scorso. Non rileviamo alcun segno di un calo degli affari”.

Bundesverband der Edelstein- und Diamantindustrie e.V., Jörg Lindemann, presidente:

“La concentrazione dell'offerta di pietre preziose nel padiglione C1 è stata salutata positivamente sia dagli espositori che dagli operatori. Questo successo consolida un'importante colonna del Salone, vale a dire la competenza nelle pietre preziose. L'impegno del Salone di aumentare il grado di internazionalità della manifestazione continua a dare frutti, in particolare per quanto riguarda i Paesi dell'Europa Orientale. Secondo me, a questo proposito la piazza fieristica di Monaco di Baviera è ideale”.

Schlangenotto Opals, Helen Schlangenotto, direttrice:

“Da 15 anni veniamo dall’Australia puntualmente per ogni inhorgenta europe. Siamo molto soddisfatti degli esiti degli affari. Un motivo del successo potrebbe essere nel nuovo allestimento del padiglione C1. Abbiamo potuto servire un numeroso pubblico internazionale, soprattutto operatori di Spagna, Inghilterra ed Europa Orientale”.

Anche quest’anno inhorgenta europe ha dimostrato di disporre di eccellenti competenze in materia di design. Il 95% degli operatori hanno promosso a pieni voti questo filone del Salone. Numerosi fra gli espositori più creativi hanno proposto le loro novità nel padiglione C2, dove il Salone con numerosi premi ed esposizioni speciali ha offerto un ideale forum per preziosi originali in primo luogo alle nuove generazioni del design.

Charlotte Ehinger-Schwarz GmbH & Co KG, Caroline Schwarz, amministratrice delegata:

“Quale uno dei primi espositori del padiglione dei designer C2 siamo lieti ogni anno di incontrare l’alta qualità dei gioielli presentati in questo speciale settore del Salone. Questa originalità contribuisce notevolmente alla fama di inhorgenta europe. Particolarmente piacevole è anche constatare che un numero sempre maggiore di clienti ha voglia di sperimentare cose nuove ed è disposto a supportare il nostro coraggio inventivo. Siamo molto soddisfatti degli affari siglati al Salone”.

Gebr. Niessing GmbH & Co., Jochen Exner, direttore e titolare:

“Nel nostro padiglione C2 il clima è stato particolarmente positivo, un aspetto che sicuramente va attribuito anche all’alto livello degli espositori presenti. Come ogni anno abbiamo potuto incontrare i nostri clienti tedeschi. In particolare abbiamo rilevato un aumento dei clienti internazionali, soprattutto dalla Spagna, dall’Olanda e dal Belgio”.

Friederike Schürenkämper, vincitrice del premio all’innovazione di inhorgenta europe:

“Il momento più importante per me ad inhorgenta europe è stato naturalmente la vincita del premio all’innovazione. Ho partecipato al Salone per la prima volta in veste di espositrice e mi sono sentita molto a mio agio nel padiglione del design C2. Non solo per l’elevato numero di galleristi tedeschi ed internazionali che hanno mostrato interesse per le mie creazioni. Bensì anche perché qui si incontrano numerosi colleghi creativi con i quali è possibile discutere di progetti comuni”.

L’appuntamento con inhorgenta europe 2009 avrà luogo dal 20 al 23 febbraio 2009 presso il nuovo Centro Fieristico di Monaco di Baviera.