



JANUARY 20 - 24, 2023 Vicenza | Italy



VICENZAORO.COM



PRESS

Nota stampa n.2

VICENZAORO JANUARY 2023 INAUGURA "TIME", NUOVA AREA B2B PER LA FILIERA DELL'OROLOGERIA

- La nuova community dedicata all'orologeria contemporanea e alla sua filiera arricchisce il format B2B del salone di Italian Exhibition Group dal 20 al 24 gennaio 2023 a Vicenza.
- Per i principali buyer e operatori della distribuzione internazionale e italiana una selezione di brand quali Edox, U-Boat, GaGà Milano, Locman, marchi indipendenti e micro-brand ad alto potenziale.
- Componenti, accessori, strumenti e servizi per l'*after-sales* completano l'offerta espositiva con realtà come Oisa 1937 e Bergeon.
- Dal 20 al 23 gennaio anche la quarta edizione di VO Vintage, aperta al pubblico.

www.vicenzaoro.com

Vicenza, 9 novembre 2022 – A [VOJ - Vicenzaoro January](http://www.vicenzaoro.com) 2023 è tempo di orologi. Inaugura dal 20 al 24 gennaio la nuova community TIME, dedicata all'orologeria contemporanea con distribuzione multi-canale. L'area B2B integra l'offerta merceologica del salone di Italian Exhibition Group con una selezione di brand e micro-brand. Accessori, componenti, strumenti e servizi per l'*after-sales* completano l'offerta espositiva estesa a **tutta la filiera orologiera**, in linea con il format di Vicenzaoro, con cui si apre il calendario annuale degli eventi internazionali del settore orafa-gioielliero.

Nelle stesse giornate, infatti, l'appuntamento con l'unico **Jewellery Boutique Show** tra gli eventi fieristici di settore è anche vetrina di innovazione con le tecnologie di **T.GOLD**, il salone internazionale dei macchinari e dell'innovazione per l'oreficeria, e ambasciatore della cultura orologiera e gioielliera con **VO Vintage** (aperto al pubblico dal 20 al 23 gennaio).

LA NOVITÀ B2B DI "TIME"

Nel **padiglione 1**, cuore del quartiere fieristico di Vicenza, TIME ospiterà una **quarantina** tra **brand indipendenti e affermati** e proposte dall'alto contenuto di **ricerca creativa e innovazione**.

A marchi come **Edox, U-Boat, GaGà Milano** e **Locman** si affiancheranno le novità frutto della collaborazione con due realtà già note nel settore: una collettiva di **marchi svizzeri** a cura di **Swiss Creative Lab** e una selezione **micro-brand italiani** e **start-up ad alto potenziale** firmata **Watches of Italy**.

Componenti, accessori, strumentazione e attrezzature after-sales, con realtà come **Oisa 1937** e **Bergeon**, completeranno la nuova community che punta ad offrire una rappresentazione completa di **tutta la supply chain dell'orologeria**, in linea con il consolidato format di VOJ per il gioiello, *one-stop-shop* del mondo orafa con la migliore espressione di prodotti e soluzioni per ogni anello della catena del valore.

Attorno alle eccellenze manifatturiere italiane del comparto **Locman, U-Boat, GaGà Milano** e la manifattura di movimenti **Oisa 1937** prende il via anche un percorso di valorizzazione dell'orologeria Made in Italy.

UN NUOVO FORMAT PER IL BUSINESS MATCHING

Time offre ai marchi di orologeria la possibilità di intercettare i **principali buyer della distribuzione internazionale**, prima ancora che italiana, che trovano a Vicenzaoro tutte le novità e le tendenze del mercato. Nell'ultima edizione dello show, lo scorso settembre, hanno fatto registrare un aumento del 10%

rispetto al 2019; +20% gli arrivi dall'estero che rappresentano oltre la metà delle presenze totali (51%), con buyer provenienti **da 124 paesi del mondo**.

VICENZAORO NUOVA MÈTA DELL'OROLOGERIA IN ITALIA

Il lancio della community TIME, con la sua configurazione B2B, accresce l'offerta di Vicenzaoro per le diverse esigenze del mondo dei segnatempo. Il primo e più atteso evento dell'industry internazionale del gioiello è l'occasione per il mercato di scoprire tutte le tendenze e le novità dall'intera filiera, organizzate in *communities* di espositori, ovvero aree merceologiche omogenee: ICON per i top brand della gioielleria, LOOK per la fine jewellery attenta alla moda, CREATION per l'oreficeria, ESSENCE per pietre e gemme, EXPRESSION per packaging e visual merchandising. E ora anche TIME per l'orologeria, ulteriore opportunità di business nel calendario orologiero di IEG che già contempla **progetti B2C** come **VO Vintage** e **VO'Clock Privé**, destinati ad accompagnare le edizioni rispettivamente di gennaio e settembre di Vicenzaoro.

VO VINTAGE PER COLLEZIONISTI E APPASSIONATI

In concomitanza con Vicenzaoro, da **venerdì 20 a lunedì 23 gennaio** torna anche l'appuntamento con l'orologeria e la gioielleria **vintage di pregio**, grazie alla **quarta edizione di VO Vintage estesa a quattro giorni**. Il marketplace di IEG è **aperto al pubblico** e accessibile a tutti i visitatori del salone del gioiello, nel foyer al primo piano della fiera di Vicenza (Hall 8.1), spazio esclusivo e riservato. Sempre più apprezzato tra le community di watch lovers, collezionisti e appassionati per l'acquisto di pezzi unici e di valore, è luogo d'incontro con i protagonisti del settore, dai migliori rivenditori ai maestri orologiai, dagli esperti di tecnica e storia orologiera ai trend setter dei segnapolso, che contribuiscono all'autorevole programma di talk, meet-up e corsi sull'orologio vintage e contemporaneo.

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

Michela Moneta, press office coordinator, michela.moneta@iegexpo.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