



PRESS

Nota stampa

IEG: VO'CLOCK PRIVÉ, UNA NUOVA DESTINAZIONE PER L'OROLOGERIA CONTEMPORANEA

- **VO'CLOCK Privé format innovativo per i brand dell'orologeria, all'insegna della cultura orologiera**
- **Tra le eccellenze del watchmaking, anche i maestri indipendenti di AHCI**
- **Made in Italy ed evoluzione tra i contenuti di seminari e talk con opinion leader, esperti, community di appassionati**

vicenzaoro.com/it/vo-clock

Vicenza, 12 settembre 2023 – Si è chiuso domenica **VO'Clock Privé**, il salotto dell'orologeria contemporanea rivolto agli appassionati di segnatempo. Un format B2C unico e originale di **Italian Exhibition Group** che ha fatto incontrare nel foyer al primo piano del quartiere fieristico di Vicenza, dall'8 al 10 settembre, le **eccellenze dell'orologeria**, i brand dell'alto di gamma, i creatori indipendenti, le istituzioni più autorevoli, i collezionisti e le community di watch lover per tre giorni all'insegna della **cultura orologiera**.

La seconda edizione - in concomitanza con il salone di Vicenzaoro (8-12 settembre), il più importante evento fieristico B2B del settore orafo gioielliero in Europa - ha rafforzato il palinsesto di eventi, meet-up, talk, corsi e workshop: protagonisti di ben 20 incontri sono stati i brand con la loro storia, i modelli di segnatempo più ricercati, le innovazioni e le novità, la creatività degli indipendenti. **Tudor, Zenith, Hublot, Bulgari** sono stati alcuni degli appuntamenti che hanno coinvolto opinion leader, collezionisti e personalità dell'orologeria come **Beppe Ambrosini, Bruno Bergamaschi** (aka Giorgione), ma anche prestigiose istituzioni ginevrine come la **FHH** e i maestri dell'orologeria indipendente **AHCI**.

VO'CLOCK PRIVÉ FORMAT INNOVATIVO PER I TOP BRAND DELL'OROLOGERIA CONTEMPORANEA

VO'Clock Privé si propone come **piattaforma di condivisione e apprendimento unica nel suo genere**. È un format nato ascoltando le esigenze delle case orologiere, che hanno partecipato con i loro contenuti, potendo così incontrare direttamente la propria community di estimatori, raccontarsi e avere un contatto immediato con il mercato di riferimento.

Tra i top brand Bulgari, che ha ripercorso l'ultimo decennio: «Abbiamo fortemente creduto e investito in una nuova generazione di orologiai e un know how specifico per la grande *sonnerie* – ha illustrato **Andrea Granalli**, high end watches WW sales director **Bulgari Time SA**. - Entrare nella nostra manifattura è come entrare in una cattedrale. Silenzio, luce, concentrazione: è un luogo mistico che crea un fortissimo effetto su chi lo visita. Oggi siamo universalmente riconosciuti come una marca orologiaia dalla community di esperti e appassionati».

Una community che ha trovato a VO'Clock Privé un momento unico di incontro, confronto e condivisione di **esperienze**. «Prossimità è la parola chiave – spiega **Paolo Cappiello**, regional brand director South Europe di **Zenith**, presente a Vicenza con la sua **Watch Clinic**. - Fare tutto da una scrivania fa perdere il senso della realtà e non permette di capire davvero cosa vuole il cliente. Appuntamenti di riferimento per il mercato come VO'Clock Privé, sono indispensabili per avvicinarci ai nostri utenti finali. Zenith continuerà certamente a partecipare, questa è la 'piazza del paese', e il paese si chiama Orologeria».

Brand del primo orologio subacqueo dell'era moderna, nel 1954, **Tudor** è stato presente a VO'Clock Privé con **Ander Ugarte**, head of design, e **Renato Scloza**, brand manager Italia, che commenta: «Abbiamo avuto

modo di parlare di questo appuntamento con amatori e cultori dell'orologeria: siamo molto contenti di poterci confrontare in questo contesto. VO'Clock Privè è un bel contenitore di cui non cambierei nulla, in cui i vari marchi ma anche appassionati e conoscitori possono esprimersi e conoscersi».

Essere piacevole al tatto e alla vista, anche nei minimi dettagli sino a quelli nascosti. È il secondo compito dell'orologio, dopo la misura del tempo. A Vicenza **Luca Castellani**, direttore commerciale Mondo di **Parmigiani Fleurier**, per sottolineare l'importanza del restauro: «Questa manifestazione attira sempre più pubblico interessato. È fondamentale per la realtà italiana: è l'unico punto di riferimento e di ritrovo per gli amanti del settore della gioielleria e dell'orologeria».

Conclude **Bruno Bergamaschi (aka Giorgione)**, tra gli esperti di orologeria più riconosciuti in Italia, fondatore del forum Watchouse e ambassador degli eventi b2c del mondo dell'orologio di IEG: «La Fiera di Vicenza è un posto sicuro dove poter parlare della nostra passione, con bei corsi e bei talk: il progetto è giusto come anche le idee che lo caratterizzano, senza dubbio è una manifestazione di riferimento che crescerà molto nel tempo»

A VO'CLOCK PRIVÉ LA GRANDE OROLOGERIA INDIPENDENTE

È un tocco di estro in più, rispetto alla classica tradizione orologiera, che ci si aspetta dagli artigiani indipendenti. Design e innovazione meccanica ne sono il tratto caratteristico, possibili solo con numeri di produzione centellinati nell'arco di un anno. VO'Clock Privé ha portato a Vicenza alcuni dei più apprezzati maestri orologiai della prestigiosa **AHCI (Académie Horlogère des Créateurs Indépendants)**. Come **Ludovic Ballouard**, artigiano da 30 pezzi all'anno, con "complicazioni" tra le più ammirate del settore: «Come orologiaio – spiega - la priorità è la precisione degli orologi, cui storicamente si abbina la parte estetica da sempre molto curata».

Qualità ed estetica non sono il tratto esclusivo dei soli segnatempo da polso. Per **Alessandro Rigotto**, creatore di orologi d'arredo, da tavolo e da parete: «Con una produzione limitata ci si può rivolgere a mercati di nicchia. La mia idea di orologio artigianale si sviluppa con una produzione limitata in cui si possono adottare processi lavorativi inusuali, idee particolari e un approccio differente».

«Il nuovo appuntamento di VO'Clock Privé conferma le ottime premesse della prima edizione. Catalizza l'attenzione degli esperti e stimola il networking tra operatori e un pubblico appassionato e fidelizzato» sottolinea il co-fondatore di AHCI **Vincent Calabrese**, che proprio a Vicenza, due anni fa presentò il suo sistema Calasys. «Scommessa rivelatasi vincente, dal momento che gli eventi in concomitanza con Vicenzaoro, sia per l'orologeria vintage che indipendente e contemporanea, si stanno rivelando grandi propulsori di conoscenza e innovazione di settore sia per qualità degli appuntamenti che per la presenza di brand di riferimento nazionale e internazionale».

PIÙ MADE IN ITALY NEL PRESENTE E NEL FUTURO DELLE LANCETTE

C'è più *made in Italy* nel presente e nel prossimo futuro della manifattura delle lancette. Non solo l'*Italian Touch* che già oggi fa la differenza in Svizzera, come evidenziato nel talk con **Mario Peserico**, managing director **Eberhard & Co.**, e **Marcello Binda**, CEO **Wylor Vetta**, ma una svolta epocale che dall'*habillage* vedrà protagonista l'Italia anche nella meccanica. Un nuovo Rinascimento alle porte che favorisce l'associazionismo e il networking. Dal design della cassa, al movimento; cuore dell'orologio. Ad illustrare lo scenario, nei diversi panel del programma di educational e seminari tecnici di VO'Clock Privé **Ugo Pancani**, professore di Orologeria meccanica ed elettronica e trainer di **FHH (Fondation de la Haute Horlogerie)** di Ginevra, in conversazione con personaggi del calibro di **Sandro Fratini**, **Auro Montanari**, **Marco Mantovani**, per citarne alcuni. «A Vicenza si è creata l'occasione di aggregare potenzialità che per il futuro daranno grandi risultati – è il suo commento -. Vicenzaoro è la prima fiera che si è resa conto dell'importanza di dare attenzione al mondo dell'orologeria. Vicenza è oggi un punto di riferimento, con due obiettivi raggiunti: mettere insieme le persone che mirano allo sviluppo dell'orologeria italiana e chi ha necessità della cultura di settore».

È possibile rivedere i **talk di VO'Clock Privé**, sul canale Youtube di Vicenzaoro, a [questo link](#).

PRESS CONTACT IEG

head of media relation & corporate communication: Elisabetta Vitali; press office manager: Marco Forcellini; international press office coordinator: Silvia Giorgi; media@iegexpo.it

Trade press office coordinator Jewellery & Fashion Division: Michela Moneta

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

Filippo Nani, filippo.nani@myprlab.it; Giulia Lucchini, +39 348 7853679, giulia.lucchini@myprlab.it; Enrico Bellinelli, +39 392 7480967, enrico.bellinelli@myprlab.it



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

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