



VICENZAORO JANUARY 2025 – DAILY NEWS

VO VINTAGE, IL MERCATO DEL “SECONDO POLSO” APRE AI GIOVANI

Il “secondo polso” piace ai giovani, dice il VO Vintage di Italian Exhibition Group. La sesta edizione del marketplace aperto a collezionisti, appassionati e curiosi di orologeria e gioielleria si chiude, oggi, lunedì 20 gennaio e ridisegna l’identikit dell’acquirente di orologi vintage, protagonista di scelte originali e legate all’indossabilità quotidiana. VO Vintage restituisce una istantanea del collezionismo, che punta all’autenticità anziché al puro e semplice investimento, come è emerso nel talk tra **Dody Giussani**, direttore del mensile L’Orologio e **Francesco Magnoni**, esperto di vintage e coordinatore del business della casa d’aste Antiquorum Italia. Tra i casi più celebri ricordati di questo fenomeno tipicamente italiano, il successo del Royal Oak Audemars Piguet.

Mercato, andamento dei trend e aspettative del consumatore e del collezionista hanno segnato i talk con esperti del settore, protagonisti e testimoni diretti della storia dell’orologio italiano. Due su tutti: **Ugo Pancani**, professore della Fondation de la Haute Horlogerie di Ginevra, che ha scelto il VO Vintage per presentare il suo nuovo libro dedicato proprio alla “Storia dell’Orologeria Italiana” edito dall’editore bolognese Scripta Maneant. E ancora, una vera icona dell’orologeria italiana: Panerai, raccontata nella sua evoluzione dal segreto militare all’acquisizione delle Officine da parte del Vendôme Luxury Group, oggi gruppo Richemont nel 1997 nel racconto ricco di aneddoti di **Mario Paci** entrato a lavorare in Officine Panerai nel 1982 come ingegnere collaudatore e di **Carlo Maria Ceppi**, curatore di Heritage Panerai, cui è stata dedicata una mostra con pezzi storici ambiti da collezionisti di tutto il mondo. E ancora, Locman che ha presentato a Vicenza il suo omaggio alla pattuglia acrobatica nazionale: l’Aviatore Frece Tricolori. I piloti italiani della più celebre pattuglia acrobatica al mondo indosseranno al polso, infatti, il nuovo segnatempo della casa toscana che nel design omaggia lo stile tecnico degli anni Quaranta del secolo scorso. Un appuntamento che ha visto tra gli ospiti, in collegamento dallo Stato Maggiore Aeronautica, il **generale Urbano Floreani**, già pilota della pattuglia, **Ugo Pancani**, **Benedetto Perrotta**, amministratore unico di OISA 1937, la colonnella **Mariassunta Morello** e **Marco Mantovani**, presidente Locman. Tra i tanti ospiti, la competenza e la passione di **Andrea Foffi** e **Tony Musumeci** in dialogo con **Michele Mengoli**, **Jacopo Giudici**, rispettivamente direttore e editore di Watch Insanity, e **Giorgione**, che a VO Vintage sono ormai di casa e diventano punto di attrazione per l’intera comunità esperti o per chi sceglie di avvicinarsi per la prima volta al mondo delle lancette.

FEDERPREZIOSI CONFCOMMERCIO, LA NUOVA RICERCA DI SETTORE: NELL’ESPERIENZA D’ACQUISTO CRESCE L’ONLINE

Nuove tecnologie e intelligenza artificiale sempre più centrali nella creazione di esperienze personalizzate e nell’ottimizzazione delle vendite. Un consumatore sempre più attratto dagli acquisti online, anche se tiene il canale di vendita tradizionale, complice il rapporto di fiducia con il gioielliere, il valore percepito del servizio e la qualità di esperienza.

Questi alcuni temi significativi della ricerca, curata da **Format Research** per l’**Osservatorio Federpreziosi**, presentata lunedì 20 gennaio, a Vicenzaoro 2025 da **Federpreziosi Confcommercio-Imprese per l’Italia** in collaborazione con Italian Exhibition Group. La ricerca, curata da Format Research per l’Osservatorio Federpreziosi, ha esplorato presente e futuro del settore orafa al dettaglio nel nostro Paese. Focus particolare è stato posto su fotografia e andamento del settore e sul ruolo del consumatore nell’evoluzione dell’esperienza di acquisto. Dai dati emerge un trend significativo: il crescente peso delle vendite online nel settore orafa. Nel 2024, il fatturato complessivo del settore ha raggiunto 6,8 miliardi di euro, di cui circa 1,08

miliardi provenienti dall'e-commerce dei siti delle gioiellerie, registrando un aumento del 19% rispetto al 2023. Questo dato evidenzia una sempre maggiore integrazione tra i canali di vendita tradizionali e digitali. Secondo l'Osservatorio Federpreziosi, l'88,2% delle gioiellerie italiane ha una presenza online, e quasi il 62% combina un sito web con profili attivi sui social network.

Analizzando i canali e le modalità di acquisto, emerge che il 71,8% dei consumatori ha acquistato almeno un gioiello nell'ultimo triennio. Nel biennio più recente, il 72,3% ha scelto di rivolgersi a una gioielleria fisica, mentre il 9,5% ha utilizzato sia canali offline che online. Il 18,35% dei consumatori, invece, ha preferito acquistare esclusivamente tramite la rete, registrando un aumento del 7,9% rispetto al 2023. Questi dati sottolineano una crescita significativa del commercio online nel settore.

Lo studio è stato illustrato da **Pierluigi Ascani**, presidente di Format Research in occasione dell'incontro "Cambiare è inevitabile – Crescere è una scelta" moderato da **Steven Tranquilli**, direttore di Federpreziosi Confcommercio cui hanno preso parte, oltre al presidente di Federpreziosi Confcommercio, **Stefano Andreis**, alcuni gioiellieri italiani: **Manuel Aucella**, ditta Aucella di Torre del Greco; **Dino Bracci**, Gioielleria Bracci in Viterbo; **Agostino Gazzo**, Gioielleria Magnone in Genova; **Giuliano Gori**, Gioielleria Gori in Roma.



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

PRESS CONTACT IEG / VO VINTAGE 2025:

head of media relation & corporate communication: Elisabetta Vitali; **press office manager:** Marco Forcellini, Pier Francesco Belliini; **press office coordinator:** Luca Paganin; **international press office coordinator:** Silvia Giorgi; **press office specialist:** Mirko Malgieri media@iegexpo.it;

MEDIA AGENCY VO VINTAGE 2025: Adnkronos Comunicazione

Bruno Rizzotti: 393 9521436, bruno.rizzotti@adnkronos.com;
Enrico Bellinelli: 334 5717790, enrico.bellinelli.professional@adnkronos.com;
Fabio Valli: 344 1281966, fabio.valli@adnkronos.com;
Alessandra Paladini: 331 907 89 81, alessandra.paladini@adnkronos.com

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