



## Presse-Information • Press Release • Communiqué de Presse • Comunicato stampa

N. 18 i

22 febbraio 2010

Relazione finale

### Crescita a due cifre per inhorgenta europe 2010

- Circa il 15% in più di visitatori rispetto al 2009
- Ulteriore crescita del profilo internazionale
- Ottima atmosfera grazie all'elevato numero di ordini raccolti

Tra il 19 e il 22 febbraio, inhorgenta europe 2010 ha confermato in modo grandioso il suo ruolo di barometro delle tendenze nel settore gioielleria ed orologeria. Non da ultimo grazie allo svolgimento a inizio anno fieristico la manifestazione è uno dei saloni leader a livello internazionale di orologeria, gioielleria, pietre preziose, perle e relative tecnologie. Questa posizione è stata ulteriormente sottolineata quest'anno dal congresso annuale della confederazione mondiale della gioielleria, CIBJO, che si è svolto a Monaco di Baviera in contemporanea alla 37<sup>a</sup> edizione di inhorgenta europe.

Con ben oltre 30.000 visitatori specializzati provenienti da 84 Paesi inhorgenta europe ha registrato una crescita di quasi il 15%. La partecipazione internazionale tra i visitatori specializzati è stata di circa un terzo ed è aumentata di un buon 2,5%. I primi dieci Paesi di provenienza dei visitatori sono stati quest'anno, oltre alla Germania, l'Austria, la Spagna, l'Italia, la Svezia, la Svizzera, la Grecia, i Paesi Bassi e la Gran Bretagna e l'Irlanda.

L'atmosfera nei padiglioni era ottima, soprattutto grazie all'alto numero di ordini dovuto alle giacenze a magazzino, notevolmente ridotte, che i rivenditori di gioielli ed orologi hanno rilevato verso la fine del 2009. Ma ha avuto un grande riscontro anche l'offerta ampia e di alta qualità.

L'immagine estremamente positiva dell'andamento del Salone viene confermata anche dai risultati del sondaggio condotto in contemporanea alla manifestazione da TNS Infratest: il 42% (anno precedente: 33%) degli espositori intervistati ha assegnato all'attuale situazione economica del settore una valutazione da ottima a buona, l'80% (56%) ha indicato lo stesso giudizio per lo sviluppo futuro del mercato. Tra i visitatori si è trattato corrispondentemente del 51% (45%) e del 74% (62%) degli intervistati. Il 76% (61%) degli espositori intervistati ha assegnato al Salone una valutazione complessiva da ottima a buona; per quanto riguarda i visitatori la percentuale è stata del 95% (91%). Gli aspetti ritenuti migliori dai visitatori sono stati: la completezza e l'ampiezza

Messe München GmbH  
Marketing & Kommunikation  
Konsumgüter  
Messegelände  
81823 München  
Deutschland

Tel (+ 49 89) 9 49 - 2 06 10  
Fax (+ 49 89) 9 49 - 97 2 06 10  
[Maud.Hoff@messe-muenchen.de](mailto:Maud.Hoff@messe-muenchen.de)  
[www.inhorgenta.com](http://www.inhorgenta.com)



dell'offerta espositiva (94%), l'atmosfera del Salone (93%), il carattere guida del Salone (89%) nonché la chiarezza/suddivisione settoriale e la qualità delle informazioni per i visitatori (ciascuna 88%). Gli aspetti più apprezzati dagli espositori sono stati: la chiarezza/suddivisione settoriale (80%), il carattere guida del Salone (76%) e la qualità dei visitatori (75%).

Complessivamente 1.143 espositori provenienti da 38 Paesi si sono presentati su una superficie netta di 29.700 m<sup>2</sup>: con ciò inhorgenta europe 2010 ha registrato rispetto all'anno precedente un aumento del 2,5% della superficie espositiva. inhorgenta europe ha occupato complessivamente 66.000 m<sup>2</sup> in sei padiglioni del Nuovo Centro Fieristico di Monaco di Baviera.

Klaus Dittrich, presidente della direzione generale di Messe München GmbH: "Siamo estremamente contenti dell'eccellente andamento di inhorgenta europe 2010, che ha superato persino le nostre aspettative. In particolare la forte crescita di visitatori indica chiaramente quanto il Salone sia interessante per il settore. inhorgenta europe è la quarta manifestazione consecutiva a Monaco di Baviera che registra un chiaro aumento dei visitatori. inhorgenta europe ha potuto ulteriormente consolidare il suo ruolo di importante piattaforma commerciale in Europa. E in futuro continueremo a rafforzare questo ruolo con costanza e congiuntamente al settore sia per quanto riguarda le strategie che i contenuti".

inhorgenta europe 2011 si svolgerà dal 25 al 28 febbraio 2011 nel Nuovo Centro Fieristico di Monaco di Baviera.

Dichiarazioni:

Thomas Sabo, Carolin Hochstrat, international PR manager:

inhorgenta europe 2010 è stato per noi un successo pieno che ha superato totalmente le aspettative e gli obiettivi prefissati alla vigilia del Salone. Abbiamo registrato oltre 700 incontri in cui sono stati conclusi ordini: i clienti internazionali non si sono lasciati fermare nemmeno dal tempo invernale e hanno rispettato i loro appuntamenti. I visitatori provenivano da oltre 20 Paesi. Anche l'anno prossimo Thomas Sabo sfrutterà la cornice di inhorgenta europe per portare ulteriormente avanti la sua espansione internazionale.

Pandora, Annette Lastrup Nielsen, vice managing director:

Siamo estremamente soddisfatti di come è andato il Salone e abbiamo raggiunto i nostri obiettivi di fatturato per quest'anno. Sicuramente ciò dipende anche dal nuovo design del nostro stand che ha avuto un grande successo.

Swarovski (Germania) GmbH, Christoph Storck, managing director:

Ad inhorgenta europe possiamo rivolgerci davvero in modo mirato ai gioiellieri. Per noi questo aspetto è particolarmente importante perché con la nuova immagine del nostro marchio vogliamo imporci con maggiore consapevolezza presso i nostri partner commerciali. Anche questo siamo riusciti senza dubbio a fare al Salone. Soprattutto la nostra linea "Out of the Blue" è piaciuta davvero moltissimo".

Fossil Europe GmbH, Christian Coenen, vice president sales Germany:

Sfruttiamo il Salone per presentare ai nostri rivenditori la “piattaforma del marchio Fossil”. Qui possiamo presentare prodotti, soluzioni ed iniziative per l'intero anno. I nostri circa 1.000 appuntamenti, suddivisi su tre giorni, dimostrano che utilizziamo al meglio inhorgenta europe per la comunicazione con i nostri partner commerciali.

Festina Uhren GmbH, Maximilian Schiessl, marketing:

Il Salone si è svolto con la massima soddisfazione da parte nostra. Già alla vigilia avevamo fissato 400 appuntamenti. Ugualmente positiva è stata anche la situazione degli ordini: i clienti dimostrano di essere pronti e disponibili a investire. Negli ultimi anni il profilo internazionale è aumentato costantemente; ci fanno visita soprattutto molti clienti provenienti dall'Europa dell'Est.

Casio Europe GmbH, Andreas Schult, sales manager:

La nostra opinione di inhorgenta europe 2010 è molto positiva. Abbiamo registrato più clienti rispetto all'anno scorso e fatturati straordinari. Oltre ai clienti provenienti da Germania ed Austria, questa volta molti sono venuti anche dall'Europa dell'Est e dall'Italia. In generale l'atmosfera è stata ottima.

Frédérique Constant Deutschland GmbH & Alpina, Lothar Elmer, sales director:

Un anno fa ci siamo riposizionati a Monaco di Baviera. Pertanto per noi era importante anche essere presenti come espositori ad inhorgenta europe. Negli ultimi giorni abbiamo avuto un riscontro estremamente positivo dal mercato e abbiamo incontrato i principali rivenditori del nostro marchio. È stata senz'altro un'ottima decisione quella di esporre qui.

Schoeffel GmbH, Brigitte Kapelle, direzione marketing:

Fin dall'inizio è stato alto il numero di visitatori al Salone e al nostro stand. Già il primo giorno è partito alla grande. Nessun segnale di recessione. Ogni anno ci sono nuovi clienti, questa volta provenienti, oltre che dalla Germania, soprattutto da Svizzera, Paesi Bassi, Italia e, novità, anche dall'Ucraina. La percentuale di ordini è stata ancora un tantino migliore rispetto all'anno scorso. Il Salone continua ad essere una piattaforma importante per dialogare con i clienti.

Gebr. Boley Uhren- und Schmucktechnik GmbH & Co. KG, Silke Lutz, direzione acquisti:

Le nostre aspettative per quanto riguarda l'edizione di quest'anno di inhorgenta europe sono state addirittura superate: non abbiamo davvero sentito la crisi. Dal primo giorno c'è un'attività intensa presso il nostro stand.

Ph. Hahn Söhne, Dieter Hahn, titolare:

Durante l'intero Salone abbiamo registrato ininterrottamente una domanda costante da parte dei nostri partner commerciali. Particolarmente alto è stato quest'anno l'interesse per le pietre di

piccole e medie dimensioni. Complessivamente possiamo chiudere il Salone in modo davvero positivo.

Dr. Gaetano Cavalieri, presidente di CIBJO:

Vorrei parlare soprattutto in veste di visitatore di inhorgenta europe: mi colpisce sempre l'organizzazione impeccabile del Salone. In tal modo si può sfruttare con la massima efficienza la manifestazione grazie alla struttura chiara, semplice e pratica. inhorgenta europe è pertanto il Salone del settore nel cuore dell'Europa.

Wilfried Büscher, titolare di Büscher Time & Design, Kaarst:

Per me inhorgenta è un must. Qui posso informarmi sulle novità del mercato. Inoltre possono farmi un'ottima idea complessiva di tutti i marchi.

Robert Balsler, gioielliere, Gießen:

inhorgenta europe è una delle piattaforme più importanti soprattutto per il contatto tra i produttori, i fornitori e i rivenditori. Qui è possibile scambiarsi opinioni, sia in colloqui personali che nell'ambito di tavole rotonde. Ad una di queste quest'anno ho partecipato di nuovo anche come relatore. Mentre inhorgenta prima era soprattutto un Salone per raccogliere ordini, oggi è anche un importante punto di incontro del settore.

Per ulteriori informazioni consultare il sito [www.inhorgenta.com](http://www.inhorgenta.com).

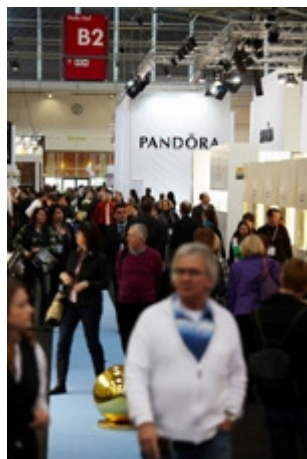


Foto: Messe München GmbH / Streubel

18/MK/vH

Profilo di Messe München International (MMI)

Con circa 40 saloni specializzati dedicati a beni di investimento, beni di consumo e nuove tecnologie, Messe München International (MMI) è uno degli organizzatori leader a livello mondiale di manifestazioni fieristiche. Oltre 30.000 espositori provenienti da più di 100 Paesi e oltre due milioni di visitatori da più di 200 Paesi prendono parte ogni anno alle manifestazioni che si svolgono a Monaco di Baviera. MMI organizza inoltre saloni specializzati in Asia, Russia, Medio Oriente e America meridionale. Con sei consociate estere in Europa ed Asia nonché 64 rappresentanze straniere che offrono i loro servizi in oltre 90 Paesi in tutto il mondo, che sono importanti piazze fieristiche, MMI dispone di una rete su scala mondiale. Come azienda operante a livello globale, Messe München International fornisce un contributo fondamentale alla tutela dell'ambiente e alla sostenibilità.

Per ulteriori informazioni consultare [www.messe-muenchen.de](http://www.messe-muenchen.de)