

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

No 12 i

Gennaio 2010

inhorgenta europe 2010: un'esplosione di novità e tendenze

I produttori di gioielli ed orologi presentano una gamma straordinaria di nuove collezioni

Sobrietà o frivolezza, marchio di moda o gioiello di design personalizzato, colori tenui o intensi: anche quest'anno inhorgenta europe sarà la vetrina di presentazione delle tendenze dell'orologeria e della gioielleria che determineranno la domanda in futuro. Dal 19 al 22 febbraio 2010 il Salone riapre i battenti per gli operatori del settore dell'orologeria e della gioielleria provenienti da tutto il mondo. Grazie all'appuntamento a inizio anno i visitatori possono informarsi ampiamente sui colori attuali, sulle nuove forme e sulle combinazioni di materiali che giocheranno un ruolo importante nella prossima stagione. I numerosi espositori, tra i quali è stato condotto un sondaggio, hanno rivelato in anticipo le novità che andranno a presentare a Monaco di Baviera, quali sono per loro le tendenze più significative e l'importanza che ha per loro la presenza ad inhorgenta europe.

I visitatori troveranno una vera e propria esplosione di colori (in particolare balzano agli occhi nelle collezioni del momento i colori forti come le nuance fluorescenti e i colori segnaletici) ma anche delicate sfumature pastello "con effetto invecchiato" e "colori confetto" estivi come il turchese, il cioccolato, il lilla o il corallo che conferiscono una nota di calore. Per quanto riguarda le forme e i motivi giocano di nuovo un grande ruolo i design classici ma anche gli stili femminile-androgino, floreale, fortemente geometrico ed etnico. Quasi tutte le collezioni pulsano di vitalità, spesso accoppiata ad elementi stravaganti che permettono look molto personalizzati. Nuovo è l'avvicendamento degli anni '80 con gli inizi degli anni '90 che mostrano sia il loro lato sexy- edonistico che il loro lato sovversivo-provocatorio.

GIOIELLI

Capolavoro

"Siamo lieti di essere ad inhorgenta europe che ci entusiasma soprattutto per l'ambiente del settore di altissimo livello e il contesto esclusivo! Capolavoro è un pregiato marchio di gioielli in oro che offre fantastiche soluzioni per qualsiasi periodo della vita e qualsiasi occasione come ad es. le novità "Tobi & Theresa Kids Collection" o "Burning Hearts Collection" per il fidanzamento o

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
www.inhorgenta.com

per un messaggio d'amore, ma anche collezioni complete, collezioni di perle, braccialetti e collier. Inseriamo forti accenti di tendenza con lunghe "collane Chanel", bracciali con gemme colorate in set completi o nelle nostre linee di gioielli "Ornamento" e "BelleArte" che abbondano di strabilianti forme floreali. Inoltre assistiamo a un chiarissimo ritorno dell'oro e ad un'ampia varietà di design, dalle forme retro alle forme chiare e rigorose".

Gerhard Fritsch, titolare

Pad. B1.214, corridoio B

Ch. Dahlinger GmbH & Co. KG

"La nostra azienda, nata nel 1871, è un produttore leader a livello mondiale di pregiate confezioni ed espositori per orologi, gioielli ed altri articoli di lusso. Alla prossima edizione di inhorgenta europe presenteremo, tra gli altri articoli, un particolarissimo elemento di spicco: una tecnica di sospensione di nuovissima generazione che sicuramente richiamerà grande attenzione e non solo in occasione dell'esclusiva dimostrazione presso il nostro fieristico nel padiglione A2, ma anche prossimamente nelle vetrine dei gioiellieri. La tecnologia di sospensione brevettata è pronta per il mercato e può essere impiegata senza grande dispendio presso il POS, in occasione di saloni, eventi e mostre come speciale elemento di richiamo. Questa tecnica, che è dotata di una calamita come basamento, non è solo da guardare ma anche da toccare. Gli oggetti sospesi possono essere presi in mano e poi rilasciati di nuovo. Inoltre si può toccare il prodotto presentato e lo può far girare. Con questa leggera rotazione anche i prodotti poco appariscenti fanno la figura di prime ballerine che compiono infinite e perfette piroette".

Bernd Dahlinger, managing partner

Pad. A2.101

Ehinger-Schwarz

"Alla prossima edizione di inhorgenta europe, Salone al quale partecipiamo dalla sua nascita, presenteremo tre importanti marchi: vi sorprenderemo! I nostri gioielli raccontano storie e la tendenza continua ad essere quella della purezza e dell'autenticità".

Lena Luthé, responsabile stampa

Pad. B1.109, corridoio A

Gellner

"Quest'anno festeggiamo la nostra 35ª partecipazione ad inhorgenta europe, un Salone che vanta un ambiente perfetto e un'organizzazione perfetta. Presenteremo numerose novità: portiamo avanti la nostra serie uomo "You Rock" con il noto modello Marcus Schenkenberg ed anche con la collaborazione della moderatrice Jenny Knäble; presentiamo la collezione di perle coltivate di Tahiti "black meets black" con diamanti e "Pearl Style by Gellner" con nuovi e giovanili design delle perle in argento e Tahiti. In esclusiva per inhorgenta europe mostreremo i modelli nuovi di zecca e i lotti di perle di nuova lavorazione.

Eveline Müller, marketing manager

Pad. B1.103, corridoio A

Georg Spreng

“inhorgenta europe è una manifestazione estremamente innovativa ed è il Salone del gioiello più importante in Europa, pertanto ci veniamo già da 20 anni. Il 2010 sarà un anno fantastico, si avverte chiaramente la tendenza alla crescita. Un angolo del nostro stand sarà dedicato a pezzi unici estremamente esclusivi con le gemme colorate più belle in assoluto, prevalentemente in platino e sull'altro lato dello stand saranno presenti piccole serie originali, dal prezzo molto interessante e inconfondibili nel design. I nostri gioielli sono veri, autentici e innovativi. I dettami in fatto di moda e di colore appartengono ormai al passato. I gioielli rimangono meno chiusi nelle vetrine e vengono piuttosto indossati, vissuti ed amati!”

Georg Spreng, titolare

Pad. B1.215, corridoio B

Henrich & Denzel

“Quest'anno introdurremo un materiale nuovo ed innovativo che combiniamo con il platino e l'oro. Inoltre presenteremo la nuova linea di gioielli “Fiori”, le nuove linee di fedi nuziali con uno speciale accento in oro, il “Korloff-Cut”, il particolarissimo taglio del diamante per solitari e anelli di diamanti”.

Christoph Teufel, amministratore

Pad. B1.213, corridoio B

Leonardo

“inhorgenta europe è la piattaforma ideale per fidelizzare i clienti e acquisirne di nuovi. Presenteremo la nostra nuova collezione 2010, sempre in vetro ed acciaio legato nei colori preannunciati. Come ulteriore momento di rilievo presenteremo la nuova collezione “Regine Sixt by Leonardo Charity Winter 2010”.

Isabell Eikel, coordinatrice PR

Pad. B2.216/218/321/323, corridoio B/C

Lifestyle Group

“Dal 1989, anno della fondazione della nostra ditta, partecipiamo regolarmente ad inhorgenta europe, perché qui riusciamo a incontrare facilmente i nostri clienti e perché possiamo presentarci in un ambiente ottimale. Nei segmenti orologeria e gioielleria presenteremo nuove combinazioni di materiali, nuovi design e pezzi unici di altissimo livello e una nuova collezione di gioielli “monomania” con cui abbiamo colto il carattere essenziale del tempo. Continua la tendenza ad “ostentare” con modelli grandi e stravaganti”.

Bianca Stimpfle, Lifestyle Group

Pad. B2.403, corridoio D

Meister Schmuck

“Ad inhorgenta europe abbiamo la possibilità di presentarci in modo ottimale, ossia di fare conoscere da vicino il mondo del marchio Meister ai nostri partner del commercio specializzato. Il nostro punto chiave è rappresentato dalla collezione di fedi nuziali che abbiamo completato sia a

livello di design che di prezzo e che abbiamo arricchito per affari successivi. Ma siamo in grado di stupire di nuovo anche con i nostri accessori uomo. La tendenza dei gioielli è quella di un linguaggio della forma chiaro e autentico con accenti spiritosi, realizzazioni superficiali seducenti con motivi e/o diamanti e tante ispirazioni prese dalla natura”.

Mathia Marty, Meister + Co. AG

Pad. B1.202, corridoio B

Morellato & Sector

“Nei nostri marchi di proprietà, Morellato e Sector, e nei nostri marchi in licenza, Roberto Cavalli e Just Cavalli, possiamo offrire fantastiche novità per quanto riguarda gli orologi e i gioielli, ad esempio pezzi creativi da collezione o modelli oversize. I gioielli da uomo saranno un tema importante anche nel 2010; per quanto riguarda gli orologi continua la tendenza delle casse di grandi dimensioni”.

Stefano Furlanis, amministratore

Pad. A1.322/423, corridoio C/D

Niessing

“inhorgenta europe rappresenta per noi un Salone estremamente importante e centrale, anche perché l'interesse internazionale negli ultimi anni è chiaramente aumentato. In febbraio presenteremo per la prima volta la nostra nuova immagine e tante nuove idee e interessanti novità per quanto riguarda le fedine nuziali e i gioielli, ad esempio le fedine nuziali con messaggi personali e cifrati. Riteniamo che non ci sia una tendenza classica ma molte correnti che scorrono una accanto all'altra con la stessa importanza. I clienti cercano pezzi autentici e i marchi di gioielli aumentano di importanza. I materiali oro, platino e diamanti continuano e sono sempre più richiesti”.

Karina Wilde, Niessing

Pad. B1.211, corridoio B

Schoeffel

“Partecipiamo dalla prima edizione di inhorgenta europe, ogni anno, perché si tratta di un Salone molto importante per il nostro settore. Questa volta porteremo con noi straordinarie perle solitarie e collier di perle di dimensioni, forme e colori speciali: una collezione di gioielli concentrata esclusivamente sulle perle. La tendenza al momento è per i collier lunghi, le combinazioni del bianco e nero e le combinazioni nei colori classici così come dei gioielli da portare per 24 ore”.

Brigitte Kappelle, responsabile marketing

Pad. B1.203/302, corridoio B/C

Swarovski

“Con la nostra partecipazione ad inhorgenta europe 2010, il Salone leader del settore, desideriamo presentare all'ampio pubblico specializzato la varietà della nostra collezione di gioielli. Tanto per fare un esempio: poesia, eleganza, natura e humour sono combinati nella collezione “Out of the Blue” come omaggio unico nel suo genere all'acqua. In questa collezione viene

espressa la ricchezza di questo elemento di importanza vitale, il cui carattere è in linea con le caratteristiche del cristallo Swarovski”.

Holger Beckers, marketing operations manager Swarovski Deutschland GmbH

Pad. B2.318/320, corridoio C

OROLOGI

Aerowatch

“Il nostro slogan è 100% Swiss Made e tutto da un'unica fonte: la nostra azienda a conduzione familiare. Presenteremo numerosi orologi da polso al quarzo e automatici e non va dimenticato l'orologio da tasca, la nostra competenza chiave dal 1910, che attualmente sta anche vivendo un vero e proprio ritorno! Da noi la tendenza è quella di un design nostalgico con i valori di base di un tempo e quadranti ordinati”.

Norbert Jensen, titolare e amministratore di Näher & Jensen

Pad. A1.300

Casio

“Da oltre due decenni partecipiamo volentieri a questo Salone: le esperienze positive fatte qui e i buoni fatturati ci hanno sempre dato ragione. Nel quadro della nostra comprovata strategia multimarca presentiamo numerose novità con G-Shock, Baby-G ed Edifice. La tendenza prevede sia la raffinata combinazione oro rosa/nero, i colori estivi alla moda per la stagione calda e il fresco look in acciaio legato. I look eleganti e sportivi vengono ottenuti con materiali pregiati come l'acciaio legato e il titanio e vengono completati da numerose raffinate funzioni”.

Andreas Schult, sales manager Casio Europe GmbH

Pad. A1.302/403, corridoio C/D

Elysee Uhren

“inhorgenta europe continua ad essere per noi la piattaforma perfetta per presentarci al commercio specializzato consolidato ed anche ai grossi acquirenti dei grandi magazzini. Presenteremo i nostri tre marchi Elysee, Gant Time e Levi's Watches con numerose novità in isole distinte per marchio. Un evento di spicco sarà rappresentato anche dall'appuntamento di un'ora con l'ex-pilota Jochen Mass, con cui abbiamo sviluppato una collezione di orologi specifica, in cui firmerà autografi. La tendenza degli orologi continua ad essere quella classica: quadranti dalla realizzazione raffinata e struttura e funzioni ridotti nel segmento orologi analogici”.

Claudia Hermann, marketing manager

Pad. A1.317, corridoio C

Festina

“inhorgenta europe rappresenta per noi una piattaforma unica per i contatti diretti con i clienti. Il feedback che raccogliamo qui finisce direttamente nella concezione per l'anno 2010. I nostri marchi Festina, Lotus, Calypso e i marchi “Swiss Made” Jaguar e Candido attireranno l'attenzione

su se stessi con numerose novità. Inoltre siamo lieti di presentare nuove soluzioni di marketing e il nuovo "Shop-in-Shop-System".

Andrea Lengdobler, Festina Uhren GmbH

Pad. A1.130/331, corridoio A/C

Fossil

"La zona dell'ingresso del nostro stand sarà completamente mantenuta nello stile "moderno vintage" del marchio Fossil, inoltre ad ognuno dei nostri marchi Michele, adidas, Diesel, Emporio Armani, Burberry, Michael Kors e DKNY sarà dedicata una zona con un stile proprio. Un tema fondamentale dei gioielli Fossil è "Fossil Beads" con perle ottenute dai più diversi materiali quali il quarzo, il legno, il diaspro e l'agata bianca. Si registra il ritorno alle tendenze di un tempo come ad esempio il bracciale con applicazioni che vive un grande comeback. I fan della moda si rivolgono sempre più ai marchi che risultano credibili e familiari. Pertanto facciamo rivivere di nuovo la semplicità, l'autenticità e la qualità. Questi principi sono racchiusi in tutti i nuovi orologi, a partire dalla pelle liscia dal look elegante fino ai dettagli inaspettati che conferiscono funzionalità e stile".

Christian Coenen, amministratore di Fossil (Europe) GmbH.

Pad. A1.333/334

Ice-Watch

"L'orologio colorato è l'accessorio di moda 2010: partiamo dalla potenza del colore e puntiamo ad Ice-Watch come accessorio colorato perfetto per completare l'abbigliamento. Sarà presente anche il fondatore del marchio di orologi Jean-Pierre Lutgen che presenterà la nuova collezione".

Volker Busse, amministratore di albu.con.gmbh, ufficio commerciale di Ice-Watch per la Germania e l'Austria

Pad. A1.101, corridoio A

Kienzle

"inhorgenta europe è uno degli eventi di rilievo dell'anno che diverte molto e risveglia un grande interesse. Tra le altre cose, abbiamo nel cassetto la nuova collezione "Kienzle Sports Diver" che consiste di quattro innovativi modelli. Per quanto riguarda le tendenze va di tutto, tuttavia gli orologi sono fondamentalmente più sobri e discreti, con linee chiare e semplici dal design classico. Nel linguaggio della forma si punta di nuovo di più all'effetto ottico prolungato: rimane ciò che è comprovato".

Marie Alix Steinhoff, addetta stampa

Pad. A1.209, corridoio B, A1.210/309, corridoio B/C

Raymond Weil

"Abbiamo sviluppato prodotti estremamente innovativi ed allettanti per il commercio specializzato che ad inhorgenta europe possiamo raggiungere ottimamente. In particolare presenteremo una grande collezione di orologi da donna con diversi design e segmenti di prezzo. Particolari elementi di spicco sono ad esempio un pezzo unico della collezione "Freelancer", fucsia con lunetta

incastonata o l'orologio da uomo della collezione "Nabucco" in oro rosa/titanio, un cronografo con rattappante e un strumento di scrittura e gemelli in sintonia".

Norbert Jensen, titolare e amministratore di Näher & Jensen

Pad. B1.206, corridoio B

Per ulteriori informazioni su inhorgenta europe consultare www.inhorgenta.com



12/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