

Baselworld, dieta di marchi per l'edizione 2018



Si alza il sipario sull'edizione 2018 di **Baselworld**, il salone internazionale dell'orologeria e della gioielleria, in calendario a Basilea, in Svizzera, fino al prossimo 27 marzo. Il salone ospita quest'anno poco meno di 700 brand, in forte calo dai 1.300 del 2017 (e dai quasi 1.500 del 2016), su una superficie espositiva di circa 140mila metri quadrati. La fiera, assicura il Comitato degli espositori di Baselworld, mantiene la sua rilevanza internazionale concentrandosi sulla qualità, sulle peculiarità dei diversi settori e tornando a scommettere su **Les Ateliers**, l'area dedicata ai watchmakers indipendenti (tra questi i brand **Louis Moinet**, **Graham**, **Paul Picot**, **Kari Voutilainen** e **Ferdinand Berthoud**).

Nelle scorse settimane, in linea con quanto già attuato da aziende come **Hermès**, **Girard-Perregaux**, **Ulysse Nardin**, **Louis Erard** ed **Eberhard & Co**, anche il gruppo Usa **Movado** ha ritirato la [partecipazione alla fiera](#) svizzera, considerata troppo onerosa e 'superata' dallo sviluppo digitale. "Baselworld - ha dichiarato a *Wwd* **Efraim Grinber**, chief executive officer di Movado - è diventata sempre meno rilevante nel tempo. Le fiere commerciali in generale sono meno rilevanti in un mondo che cambia e in cui l'e-commerce ha un ruolo sempre maggiore".

A fare da contraltare alle difficoltà registrate dalla fiera sono i dati dell'export di settore. Secondo quanto comunicato dalla **Fédération de l'industrie horlogère suisse**, a febbraio 2018 l'export di orologi dalla Svizzera è cresciuto del 12,6% annuo a 1,69 miliardi di franchi (1,43 miliardi di euro), nel decimo mese consecutivo di espansione. Nell'intero 2017, l'incremento era stato del 2,7% a quota 19,92 miliardi di franchi, contro il declino del 9,9% registrato nel 2016.

Post date: 2018-03-22 09:00:03

Post date GMT: 2018-03-22 08:00:03