

2023

Trends Report



Caro lettore,

Catawiki e Ipsos hanno unito le forze in una collaborazione unica per prevedere le tendenze dei consumatori che daranno forma al 2023.

Per determinare queste tendenze, è stato messo a punto un ampio programma di ricerca qualitativa, articolato in diverse fasi. Durante lo studio, sono state combinate informazioni provenienti da numerose fonti e dalla ricerca sulle tendenze di Ipsos, con indicazioni da parte dei leader del settore e dei numerosi esperti di Catawiki. Queste tendenze sono state esplorate e raggruppate tramite quadri analitici Ipsos collaudati, basati sul macroambiente e sui principali fattori esterni, per garantire un quadro attendibile del 2023.

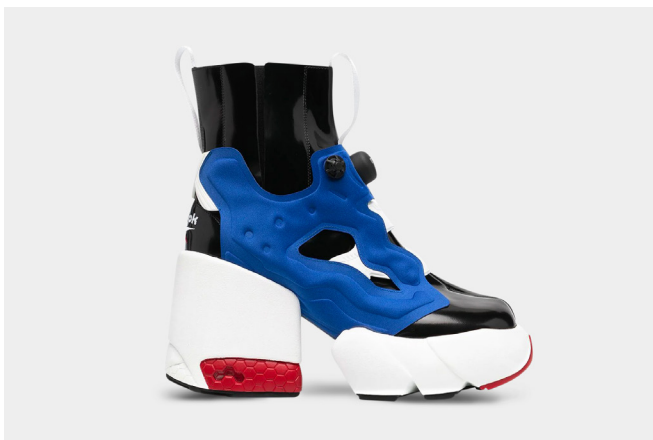
Quindi, cosa ci riserva il 2023? Sono state individuate cinque tendenze dominanti che si rifletteranno sul mondo degli oggetti speciali proposti da Catawiki.



Catawiki è il principale sito di compravendita online per oggetti speciali che rispondono alle passioni delle persone. Ogni settimana vengono messi all'asta oltre 75.000 oggetti, tutti esaminati e selezionati da uno degli esperti di Catawiki che conta centinaia di professionisti specializzati in arte, design, gioielli, moda, auto d'epoca, oggetti da collezione e tanto altro ancora. Catawiki ha sede ad Amsterdam e si avvale del contributo di oltre 750 dipendenti in tutto il mondo.



Ipsos è un'agenzia di ricerca di primo piano, presente in oltre 90 mercati in tutto il mondo. La ricerca relativa alle nuove tendenze rappresenta il fulcro della loro esperienza, in grado di fornire a una serie di clienti globali e locali informazioni sul futuro prossimo e remoto, per contribuire ad anticiparlo.



Oltre la norma

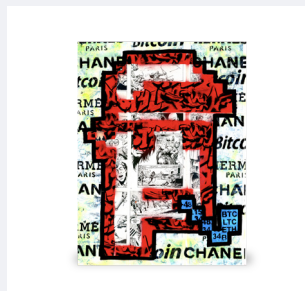
Dimentica le regole, il 2023 si fonderà sull'espressione dello stile individuale. Il design e l'arte del 2023 si declineranno in una miriade di stili e supporti: un ritratto generato dall'intelligenza artificiale, un imponente pezzo esclusivo di Sottsass o innumerevoli accessori per la casa. Nella moda, si potrà osare con il contrasto di stampe e consistenze, abbinando Moschino e Margiela. L'anno prossimo ognuno potrà stabilire le proprie regole.



Lot 46247317: Walter Van Beirendonck - Sunglasses



Lot 56247467: Henri Fernandez - Insect Sculpture



Lot 53057569: Moabit - Moabit X Crypto Punk X Blue Pipe

Nessuna convenzione, nessuna regola

Secondo Luise Hack e Lorenzo Altimani, esperti di moda di Catawiki, il 2023 sarà tutto incentrato sul lasciar andare le regole ormai obsolete: "Le collezioni specifiche per genere semplicemente non sono più attuali: fluidità è la parola d'ordine". Lo dimostrano le passerelle della SS 2023, attraverso il ricorso diffuso alle trasparenze per la moda maschile, le stampe trompe l'oeil e l'utilizzo degli stessi capi da parte di modelli che si riconoscono nel genere maschile e femminile.

Naomi Howard, esperta di pietre preziose, afferma che nel 2023 si prevede una crescente domanda di pietre colorate, vivaci e audaci, che possano valorizzare qualsiasi abito. D&G incarna questo concetto con la sua linea Rainbow, che comprende lo sgargiante orologio con gioielli multicolore.

Stile massimalista

Colori eclettici e brillanti, fantasie e tonalità audaci e stili contrastanti troveranno sempre più spazio nel 2023. Eva van den Oever, esperta di arte contemporanea, fa luce sul motivo per cui il massimalismo sarà di moda nel 2023: "Attualmente ci troviamo in uno stato d'animo minimalista, il che lascia spazio all'integrazione di oggetti massimalisti".

Il trend massimalista di TikTok #cluttercore sta diventando virale con oltre 73 milioni di visualizzazioni. I reel mostrano ambienti completamente riempiti di oggetti vivaci e sfacciati, densamente stipati e tuttavia, in qualche modo, organizzati efficacemente.

Unione di arte e tecnologia

Gli NFT sono stati solo il punto di partenza, ma l'anno prossimo si prevede che nuove tecnologie, come le I.A., prenderanno il volo ed esploreranno i confini dell'immaginazione.

Secondo Statista, la popolarità degli NFT continuerà a crescere, con una previsione di 8,09 milioni di trader europei attivi nel 2023. Il New York Times sta già parlando del modo in cui nuove piattaforme di I.A. generativa come DALL-E 2, Midjourney e Stable Diffusion stiano cambiando il mondo della cinematografia, del design d'interni e dell'arte. Il modo in cui le intelligenze artificiali integreranno, anziché oscurare, l'arte contemporanea è già visibile nelle opere di Francien Krieg e Robert Kohlhuber.



Un nido accogliente

Un recente sondaggio condotto da Statista in Francia rivela che, su 1.032 intervistati, oltre la metà ritiene che la propria casa avrebbe potuto essere più confortevole durante il lockdown. Una percentuale ancora più alta si è detta disposta a investire di più per poter ottenere questo comfort.

Nel 2023, in ogni casa ci saranno oggetti e accessori che contribuiranno a creare un ambiente sereno in cui vivere. Linee più morbide e forme non convenzionali diventeranno protagoniste di spazi accoglienti. Collezioni di minerali e tarocchi d'epoca doneranno ad ogni angolo un tocco etereo, mentre gli hobby analogici saranno un'opportunità per staccare la spina.



Lot 61030807: Isamu Noguchi - Vitra Floorlamp



Lot 56862493: Märklin HO - Steam Locomotive with Tender



Lot 60624501: Moon Meteorite

Curve

La ricerca dimostra (Silvia & Barona, 2009; Watson et al., 2012; Bar & Neta, 2006; Aronoff, 2006) che il cervello umano è predisposto ad associare gli angoli vivi alla rabbia e all'ansia, mentre felicità e relax sono connessi alle forme tondeggianti. La scelta di mobili dalle linee arrotondate può quindi contribuire a creare uno spazio più ospitale e invitante.

Annick van Itallie, esperta di antiquariato, ci spiega che "le linee architettoniche più aspre possono essere ammorbidite da arazzi rivisitati in chiave moderna, per un tocco personale e accogliente". Tra i pezzi più ricercati per il 2023 ci sono il Bend Sofa di Patricia Urquiola e le lampade in carta di riso di Noguchi.

Hobby analogici

Uno studio condotto da Ipsos Polonia ha evidenziato che, su 800 intervistati, l'87% dichiarava di aver aumentato il tempo trascorso davanti allo schermo di 1-2 ore al giorno durante la pandemia di COVID-19. Nel 2023 le persone trascorreranno il loro tempo libero in modo più analogico. La FOMO ("Fear of Missing Out", ovvero la "paura di essere tagliati fuori") verrà rimpiazzata dal suo esatto opposto, la JOMO ("Joy of Missing Out", cioè la "gioia di essere disconnessi").

Quindi, come si manifesteranno questi hobby analogici? Pensa ai giochi da tavolo vintage, agli intricati villaggi natalizi e ai trenini. Kees Smit, esperto di modellini di treni, afferma che "il valore dei vecchi modellini di treni analogici è in aumento. Le persone sono alla ricerca di cose semplici, per controbilanciare il tempo che passano davanti allo schermo".

Anche l'industria della moda riconosce il fascino di questi passatempi salutari. All'inizio di quest'anno, Gucci e The North Face hanno collaborato con la star di TikTok e trainpotter Francis Bourgeois per la loro campagna "Full Steam Ahead".

Tesori eterei

Il 2023 porterà con sé un maggior interesse per la spiritualità e gli oggetti che appartengono a questo universo, ad esempio i minerali, le pietre portafortuna e i tarocchi. Come afferma la medievalista Marisa Galvarez in un articolo di Stanford News, questi oggetti soddisfano la voglia di qualcosa di fisico che incarni la spiritualità. Anche il The Guardian ha evidenziato come l'industria dei cristalli negli Stati Uniti abbia prosperato durante la pandemia di COVID-19, poiché i consumatori speravano che queste pietre potessero alleviare la loro ansia.

L'interesse per gli oggetti spirituali, secondo l'esperto di archeologia Wim van Stormbroek, non è dovuto solo alla loro rarità, alle loro qualità estetiche e ai loro benefici metafisici: "Lo spettacolo non è destinato ad essere apprezzato in solitudine. Questi oggetti verranno esposti e la condivisione delle loro storie sarà un modo per passare del tempo con i propri cari".



Ritorno all'anno 2000

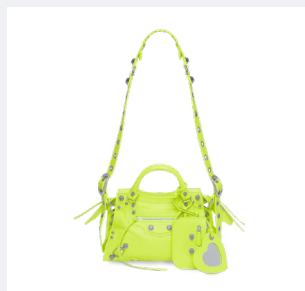
L'Office for National Statistics nel Regno Unito rivela che i consumatori tra i 25 e i 35 anni hanno oggi il reddito mediano disponibile più alto e continuano a rivolgersi all'epoca che ha segnato la loro giovinezza: l'inizio degli anni 2000. Quindi, festeggiamo il ritorno della moda scintillante, delle auto appariscenti e dei cimeli che hanno testimoniato gli albori dell'era digitale. Per le auto, l'ispirazione può arrivare da film come Fast & Furious e Need for Speed. Altrimenti, collega la PlayStation, prendi in mano le tue carte Pokémon e la tua borsa Balenciaga City e preparati a un tuffo nell'anno 2000.



Lot 43705705: Skyline Gt-R 33, 1996



Lot 43288689: Star Wars Episode II: Attack of the Clones - Master Yoda - Bust



Lot 35930395: Balenciaga - City Bag

Veicoli della cultura pop

Dalle Jeep d'epoca utilizzate in Jurassic Park ai drifter giapponesi di Fast & Furious, le vetture rese celebri dai blockbuster, dai giochi e dalla cultura pop degli anni 2000 saranno al centro dell'attenzione nel 2023.

Secondo il nostro esperto di auto d'epoca, Francisco Carrión Cardenas, la popolarità delle auto sportive giapponesi ha generato interesse anche per le vetture JDM meno note: "Andando oltre i classici come la Supra MK IV del 1994, si può scoprire un mondo di auto sempre più ricercate come la Toyota Celica dei primi anni 2000, la Subaru BRZ e la Mazda MX-5".

Oggetti da collezione dell'anno 2000

In base al Millennial Myths and Realities Report di Ipsos, i Millennials passano 24 ore a settimana interagendo con i loro telefonini. I primi anni 2000 rappresentano quindi un'epoca di semplicità e di beata ignoranza. Per questo, ci si aspetta che la Generazione Y sia portata a cercare oggetti da collezione per tornare con la mente a quel passato spensierato.

La rinascita degli oggetti da collezione degli anni 2000 è alimentata da tendenze di TikTok come #whatsinmybag (1,2 miliardi di visualizzazioni) e #cybery2k (230,4 milioni di visualizzazioni). Si pensi alle fotocamere digitali compatte, ai cellulari a conchiglia e alle cuffie di qualità con il cavo.

Moda del millennio

Secondo gli esperti di moda Luise Hack e Lorenzo Altimani, la moda del 2000 è già attuale, ma l'anno prossimo si assisterà al ritorno delle it-bag, degli occhiali da sole extralarge e delle silhouette morbide.

La borsa Balenciaga City è un ottimo esempio di questa tendenza e parte del suo successo è dovuto alla sua storia ispiratrice. Inizialmente non era destinata alla produzione per via della sua mancanza di struttura, ma questa borsa è riuscita a diventare uno degli accessori più in voga dell'epoca. Ironia della sorte, la popolarità della borsa era dovuta proprio alla sua silhouette senza logo, rilassata e destrutturata. Il suo successo è stato influenzato anche dalle It girl degli anni 2000 come Kate Moss, le gemelle Olsen e Nicole Richie.

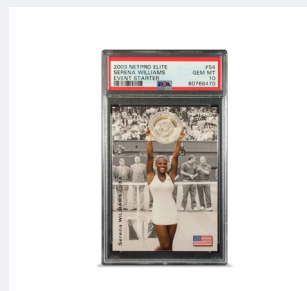


Nuovi eroi, nuove storie

Il 2023 sarà una celebrazione del cambiamento con volti ancora poco rappresentati al centro della scena, dagli eroi dello sport alle regioni vinicole emergenti. Avranno maggiore spazio i produttori di vino e i distillatori che stanno dando una nuova veste a tradizioni di lunga data, mentre gli atleti storicamente trascurati stanno finalmente ottenendo il riconoscimento che meritano. Il 2023 sarà all'insegna di una narrativa più inclusiva e di oggetti speciali che raccontano una storia in cui tutti possono identificarsi.



Lot 26286611: 2019 Domaine Prieure Roch - Nuits St. Georges 1er Cru - 2 Bottles



Lot 62042737: Netpro - Serena Williams - Rookie Card



Lot 26286611: Nyetimber "Classic Cuvée" Brut - West Sussex

Artisti del gusto indipendenti

Si prevede una maggiore diversità per quanto riguarda i personaggi celebrati e una creatività che infrange le regole sia nella produzione che nel consumo di alcolici e vini. Secondo Nicolas Heidrich, esperto di superalcolici, le enologhe e le distillatrici sono sempre esistite, ma il 2023 è l'anno in cui avranno finalmente il riconoscimento che meritano.

Claire Sorine, esperta di vini, spiega in parole semplici il modo in cui i moderni produttori sono meno inclini a rispettare le regole: "Vogliono essere liberi di seguire il proprio modo di pensare, senza dover aderire a norme stabilite da qualcuno molto tempo fa. Producono su scala ridotta, ma sfruttano le qualità del clima e del terreno a loro vantaggio senza ambire a una denominazione".

Nuovi orizzonti dello sport

L'industria dello sport e i suoi cimeli stanno diventando più inclusivi che mai, con le atlete e i paralimpici in prima linea. Nel gennaio 2022, ad esempio, la figurina SI For Kids Series 4 Rookie di Serena Williams del 1999 è stata venduta per la cifra record di 117.000 dollari.

Wouter Waaijers, esperto di cimeli sportivi, non può che confermare questa tendenza: "Per la prima volta, nel 2011, Panini ha pubblicato una tiratura limitata di figurine per la Coppa del Mondo Femminile FIFA, ottenendo una scarsa attenzione da parte dei media. Oggi, grazie anche alla visibilità che il calcio femminile sta aumentando vertiginosamente". I Millennials rappresentano oggi un gruppo d'acquisto fondamentale e sono molto sensibili all'uguaglianza e alla diversità, elemento che si riflette nei cimeli sportivi che desiderano collezionare.

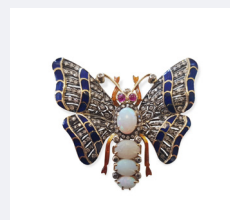
Regioni emergenti

Secondo lo studio condotto da Statista sui vini frizzanti europei, il Regno Unito è uno dei nuovi protagonisti del settore, poiché il cambiamento climatico ha incoraggiato i produttori di vino a guardare più a nord per trovare condizioni climatiche e geologiche adatte. Le case produttrici di champagne Taittinger e Vranken-Pommery Monopole hanno piantato vigneti nel Regno Unito e stanno distribuendo vini frizzanti a marchio inglese. Attualmente, i tre principali vitigni coltivati nel Regno Unito sono il Pinot Nero, lo Chardonnay e il Pinot Meunier, a testimonianza di un clima e di un territorio adatti allo spumante.

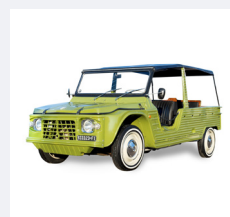
Secondo l'esperto di alcolici e birra Jeroen Koetsier, il sud-est asiatico è il mercato del whisky da tenere d'occhio nel prossimo anno. Accanto al Giappone, noto da tempo per i suoi squisiti whisky, Taiwan e India sono passati dal mercato locale alla ribalta sulla scena mondiale.



Lot 17807697: Butterfly Brooch
in 18 kt Gold, Enamels, Opals



Lot 60591435: Cognac Jean
Fillioux Wu Dram Clan - No.
55/60, Single Estate Single
Cask - b. 2022 - 700ml



Lot 56818503: Citroën -
Mehari Mk1, 1970



Lot 28930329: Mercedes-Benz
- SL 320 40th Anniversary
Roadster Edition 1/250

Investimenti alternativi

Nel 2023 l'attenzione si sposterà dai beni d'investimento tradizionali come il whisky, gli orologi vintage e le apprezzate auto d'epoca a nuove alternative. Dalle spille antiche ai cognac fino alle auto d'epoca più recenti, le persone investiranno in beni meno tradizionali che riflettono le loro passioni.

Cimeli

Pezzi classici del passato come il bracciale Cartier Love e la borsa Hermès Kelly continueranno a essere investimenti di successo. Nel 2023, però, ci saranno novità tra le fila dei classici del futuro, come la già iconica Cassette Bag di Bottega Veneta o una spilla vintage tempestata di pietre preziose.

Secondo le esperte di Catawiki Amelie Lambert e Naomi Howard, l'acquisto di un pezzo d'antiquariato si sposa perfettamente con la tendenza del prossimo anno, che prevede l'abbinamento di classici delicati con oggetti esclusivi e d'effetto. Sarà l'occasione perfetta per abbinare un intramontabile Alhambra Van Cleef & Arpels a una collana d'oro massiccia.

Malternative

Basta con il whisky, è tempo di provare sapori nuovi. Le bottiglie su cui investire il prossimo anno saranno cognac, armagnac e grappa. Oltretutto, sono molto più convenienti dei tradizionali liquori da investimento.

Nicolas Heidrich, esperto di superalcolici, afferma che "un buon cognac degli anni '50 o '60 ha ancora un prezzo conveniente oggi, ma si prevede che il valore di queste delizie del palato possa raddoppiare o persino quadruplicare. Mi ricorda il whisky di 10-15 anni fa. Quindi adesso è il momento perfetto per investire".

Per Jeroen Koetsier, esperto di alcolici e birra, conviene tenere gli occhi aperti alla ricerca di birre interessanti in termini di investimento. Soprattutto quelle che invecchiano bene e sono prodotte con metodi antichi, come le birre d'abbazia e gueuze belghe e olandesi. Per dirlo con le sue parole: "Le birre di alta qualità, rare e prodotte in modo tradizionale sono sempre più ricercate. In passato una bottiglia da 75 cl è arrivata a fruttare 500 euro all'asta. Coloro che riusciranno a entrare prima degli altri in questo mercato potranno salire sul carro dei vincitori".

Qualità a prezzi accessibili

Le auto d'epoca in condizioni perfette, a qualsiasi prezzo, sono sempre state un buon investimento. Tuttavia, in tempi di incertezza, alcuni cercheranno vetture classiche di qualità in una fascia di prezzo più accessibile. L'esperto di auto d'epoca Franco Vigorito ci dice che "le persone cercano vetture vintage con buone prestazioni, qualità che strizza l'occhio alla nostalgia e bassa manutenzione, a prezzi ragionevoli". I modelli tedeschi, come la Volkswagen Golf GTI MK1, saranno visti come grandi opportunità di investimento.

John Searle, esperto di moto d'epoca, riconosce questa tendenza anche nel mondo delle due ruote. Le popolarità di moto più leggere ed economiche, come la Triumph Tiger Cub da 250 cc, è in rapido aumento rispetto alle controparti tradizionalmente più ricercate e costose, quali la Triumph Tiger 100 e la T110.

Nuovi classici

Il 2023 sarà il momento di festeggiare le youngtimer, cioè i veicoli che stanno per compiere 25 anni. Aggiudicati un classico del futuro e lasciati conquistare da una BMW Z di fine anni '90 o senti il vento tra i capelli a bordo di una Mercedes-Benz SLK cabriolet.

I Millennials sono il motore del mercato automobilistico d'epoca e anche il valore da collezione delle moto sportive di nicchia degli anni '90, come la Ducati 916 o la Honda VTR 1000 SP1, viene ora riconosciuto.

Metodologia

Per rivelare le tendenze per il 2023, Ipsos ha utilizzato il suo quadro analitico per le previsioni future. La metodologia, realizzata su misura per questo progetto, consisteva in quattro fasi distinte. Ai risultati del resoconto hanno contribuito in modo determinante anche gli spunti di esperti esterni e leader di categoria, nonché le preziose competenze di Catawiki e dei suoi esperti.

Curatori

La selezione delle tendenze attraverso la ricerca a tavolino ha combinato fonti ricche e diversificate, come il database Ipsos dei report sulle tendenze, i trend globali del Knowledge Centre di Ipsos, i resoconti e gli approfondimenti rilevanti di Catawiki e il meta-learning. Si è così creata una visione globale per il 2023 di tutti gli sviluppi e le tendenze all'interno dei settori di Catawiki.

Interviste ai leader del settore

Al fine di ottenere informazioni sulle tendenze future da diverse prospettive e di attingere alle menti degli esperti e dei leader di categoria al di fuori del regno di Catawiki, sono state condotte interviste a protagonisti esterni del settore. In questo modo, si sono potute scoprire nuove tendenze sia da parte di venditori o esperti altamente specializzati in un determinato settore, sia dal punto di vista dei consumatori.

Co-creazione

Laboratori per raggruppare e arricchire le tendenze, sfruttando le conoscenze e l'esperienza di Ipsos e Catawiki.

Interviste qualitative agli esperti

15 interviste qualitative e approfondite con gli esperti di Catawiki in Belgio, Paesi Bassi, Francia, Germania e Italia. Per dare vita alle tendenze delle diverse categorie, scoprire le sfumature culturali e acquisire nuove conoscenze sugli oggetti, gli sviluppi, le storie e le tendenze più rilevanti all'interno dei vari settori.

Attenzione: la ricerca qualitativa è per sua natura generatrice di ipotesi e non è rappresentativa della popolazione in generale.