

EL CLUB BI, BOCI, ALEMANES Y GRIEGOS HAN TRABAJADO DURO CON SEBIME EN EL DISEÑO DE ESTE CAMBIO ESTRATÉGICO

Los fabricantes expresan su ilusión por la nueva estrategia común europea

Los representantes de los principales colectivos del sector bisutero coinciden en la necesidad de abordar la promoción comercial de forma conjunta y en la conveniencia de reforzar la marca EuroFashion Bijoux

L.M.F. Maó

Representantes de los diferentes colectivos de fabricantes europeos, algunos agrupados en torno a una asociación, como los italianos -Club Bi- y los franceses- Boci- o en solitario, se han dado cita en la recién finalizada EuroBijoux&Accessories para participar en el certamen como expositores y aprovechar la feria para cerrar un acuerdo que todos ellos califican de "histórico" y que permitirá reforzar la bisutería europea en un cada vez más competitivo entorno mundial.

Junto con Matthias Roters, de SEBIME, Hans S. Kutter, Nicole Roux, Ciara Sampietro, Massimo Garotta y Padelis Nikolis son el rostro visible de este cambio estratégico, cuyo anticipo fue el traslado de la feria EuroBijoux&Accessories desde Maó a Palma para la presente edición. Este primer paso es valorado positivamente, como no podía ser de otra manera, y más a la vista del resultado.

Kutter, Roux, Sampietro, Garotta y Nikolis expresan su satisfacción por el desarrollo de la 62ª EuroBijoux&Accessories- destacan la idoneidad del recinto y la buena organización por parte de SEBIME- y no ocultan su ilusión por la nueva etapa que se abre. Sin embargo, se muestran sumamente realistas. Todos coinciden en que el camino no va a ser fácil, va a requerir esfuerzos y sacrificios, jugando con el tiempo y el potencial de Asia en contra.

La valoración del acuerdo



L.M. **ALEMANIA**
HANS S. KUTTER, fabricante

Estamos muy contentos. Volvemos a estar donde estábamos hace seis años y con la convicción de que la división nos ha llevado a un callejón sin salida. El éxito de la promoción de dos grandes ferias internacionales en Europa depende de elegir lugares a los que se pueda llegar fácilmente y de conseguir incrementar el número de expositores. En la marca habrá que trabajar, definiendo bien qué es europeo, aunque va a ser difícil porque la competencia asiática es muy fuerte.



L.M. **ITALIA**
SAMPJETRO Y GAROTTA, Club Bi

Ha sido difícil conseguir este acuerdo, convencer a todo el Club Bi porque los italianos nos creemos que todo es Milán. EuroBijoux&Accessories ha de convertirse en un gran acontecimiento internacional de moda, consiguiendo una feria más cálida, con más glamour, para convertirse en una feria bellísima. Palma es una ciudad bella y conocida por el turismo pero no como polo productivo, y Milán tiene que cambiar de fechas para coincidir con la Semana de la Moda.



L.M. **FRANCIA**
NICOLE ROUX, presidenta de BOCI

Estamos ante una gran idea y una buena iniciativa por la confusión que existían entre los clientes por la dispersión del calendario ferial. Para que las dos grandes ferias funcionen bien habrá que sectorizar mejor el producto, avanzar mucho en el concepto de feria de moda y aumentar el número de expositores. La implantación de EFB resultará complicada por la definición de qué es producto europeo, pero en todo caso hay que trabajar en diseño, precio y calidad.



L.M. **GRECIA**
PADELIS NIKOLIS, Fabricante

En esta guerra llevamos cinco o seis años y ha resultado un error para el sector en su conjunto. El hecho de haber llegado a un acuerdo para reorganizar el calendario ferial, abre la posibilidad de atraer a más expositores y más compradores. La clave para que estas dos grandes ferias sean potentes dependerá de que sepamos elegir bien a las empresas a las que invitamos a participar, han de ser empresas con fuerza y capacidad y que la feria sea muy profesional y muy atrac-



Zaca

