

Eurobijoux cierra puertas con un ligero descenso en el número de visitantes

Satisfacción moderada entre los organizadores por haber sido capaces de mantener el volumen de ventas aún a pesar de la crisis del sector

PEDRO FLORES

Una de cal y una de arena para ésta 59ª edición de la feria bisutería Eurobijoux que ayer celebró su jornada de clausura. A pesar de haberse mostrado incapaz de atraer la misma cantidad de personas que en la edición precedente, si que ha conseguido mantener el mismo volumen de ventas que en las otras ediciones.

Los miembros de la entidad organizadora, Sebime, mostraban ayer una ligera mueca de satisfacción por haber logrado capear el temporal. Su presidente, Matthias Roters, considera que la feria había transcurrido «mejor de lo previsto», y que por tanto el certamen «se consolida con fuerza a nivel europeo».

Gran parte de éste relativo éxito lo tiene el haber sido capaces de llamar la atención de compradores más profesionales a través de una intensa campaña promocional de Sebime. A diferencia de otros años, el visitante de esta edición se interesaba más por el producto, se llevaba más muestras para casa y compraba con mayor decisión.

Otro de los aspectos que también han valorado muy bien expositores y visitantes, ha sido la mejora del nivel de los productos expuestos. «Ha aumentado la calidad de las colecciones, del diseño y de la moda en general», afirma orgulloso Roters.

Los expositores también han sufrido un descenso en número respecto al año pasado, pasando de unos 120 a sólo 107. Roters cree que esta cifra «está bastante bien puesto que la mayoría de ferias europeas han sufrido un descenso en este aspecto». Un retroceso que en algunos casos se ha cobrado la mitad de los fabricantes.

Durante los días que ha durado la feria se han producido algunos contactos con fabricantes alemanes, franceses y griegos, con el objetivo de incluirlos dentro de la marca de calidad Euro-fashion Bijoux, de la que ya forman parte españoles e italianos. Aunque todavía es pronto para hablar de un acuerdo, si que es cierto que se han intensificado los contactos, y que parece existir voluntad por parte de esos países por pasar a formar parte de la asociación.



La Pasarela dejó imágenes como ésta. FOTO: TOLO MERCADAL

La bisutería encuentra en la Pasarela su mejor forma de promoción

Con menos presupuesto que la del año anterior, la Pasarela Eurobijoux ha conseguido también sobreponerse a las dificultades y conformar una edición que ha destacado «por su espectacular puesta en escena», en palabras del presidente de Sebime, Matthias Roters.

Desde que fuese creada hace ahora cinco años, la Pasarela se ha transformado en una herramienta clave para promocionar la bisutería menorquina a nivel internacional. «No existe en España ninguna otra pasarela específica de bisutería», asegura Roters.

En la edición de este año han tomado parte 45 empresas de varias nacionalidades, y 36 diseñadores. Además, 200 empresas procedentes de sectores complementarios como el sector del calzado han colaborado de alguna u otra forma con los organizadores.

El pasado viernes, la Pasarela consiguió llenar una sala con más de 800 personas, colgando así el cartel de aforo completo. Un éxito que se amplifica aún más si se tiene en cuenta que ese día el tiempo no acompañaba, y que el Vive Menorca jugaba a la misma hora un partido clave para sus aspiraciones deportivas.

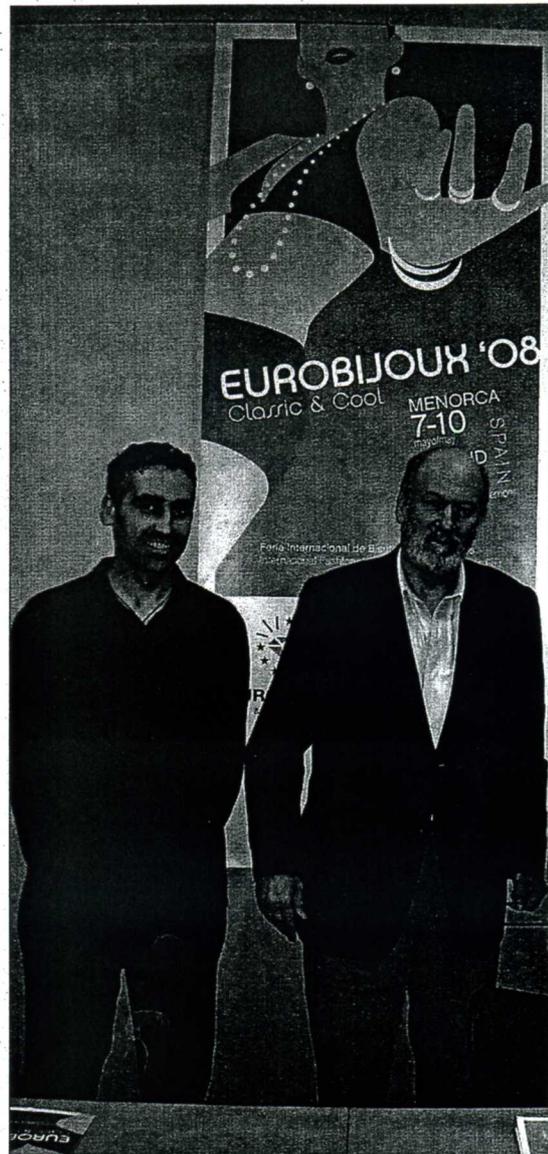
Roters espera que en las próximas ediciones la consejería de Comerç del Govern mantenga su apoyo a la Pasarela, «ya que engloba todo la moda de les Illes Balears».

Los miembros de Euro-fashion Bijoux han puesto a disposición de sus afiliados una sala VIP que ha funcionado de manera ininterrumpida los días de feria para los 36 fabricantes que actualmente integran el colectivo. Iniciativas como ésta tratan de hacer más atractiva la marca para el resto de países que todavía no son miembros.

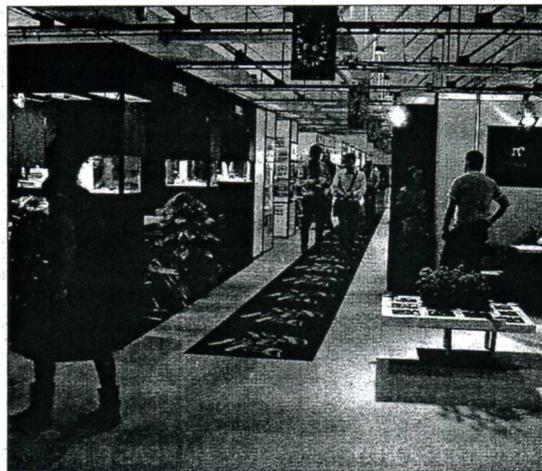
Del resto de propuestas que se han llevado a cabo durante estos cuatro días, destaca especialmente la buena acogida que ha tenido la degustación de productos autóctonos de Menorca. Son muchos los fabricantes que acudían puntualmente cada día para saborear la calidad de estos productos. «A las diez y media, todo el mundo desfilaba corriendo para allí», subraya Roters.

Una vez finalizado Eurobijoux, Sebime ya piensa en su futura participación en diferentes ferias internacionales. La primera de ellas llegará el próximo día 19 de junio en Hong-Kong. A continuación tocará preparar la siguiente Eurobijoux que se celebrará en Madrid. Y a más distancia la feria de Milán.

Pero eso no es todo, puesto que Sebime realizará varias misiones comerciales con el objetivo de conocer nuevos mercados. Entre ellos el de los Emiratos Árabes, Hungría, Rumanía y Turquía.



Francesc Félix y Matthias Roters, en su comparecencia de ayer. ■ Fotos: P.F. & J.F.



En ningún momento de la feria se produjeron grandes aglomeraciones.

■
En esta edición se ha conseguido atraer la atención de compradores más profesionales

■
Euro-fashion Bijoux ha intensificado los contactos con Alemania, Francia y Grecia

■
Sebime realizará varias misiones comerciales para conocer nuevos mercados