

52ª IBERJOYA FOREVER | 24, 25 Y 26 DE SEPTIEMBRE 2016

'No podíamos retrasarnos más ante los obstáculos a los que se enfrenta el Sector'



Giovanna Tagliavia, directora de la Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros (AEJPR), es la analista de las demandas empresariales y de las medidas que se debaten en los poderes públicos antes de su implantación, tanto en España como en Europa.

Es interlocutora de la Asociación Española con las organizaciones territoriales del sector, asesora a la Presidencia y a la Junta Directiva en su intervención ante las instituciones públicas en todo aquello que, antes o después, incida en las empresas del. Además, es la responsable de política sectorial de IBERJOYA FOREVER

¿Qué significa política sectorial en una Feria?

Son las directrices que marcan unas actuaciones destinadas al bien común del sector dentro de esa Feria. Todas las ferias del mundo cobran la entrada al visitante profesional. Una política sectorial es la decisión de que los profesionales del sector no sean gravados para ver a otros profesionales del sector aunque eso suponga ausencia de ingresos a la organización ferial. Una política sectorial es destinar parte de los ingresos a financiar la promoción durante un año de los expositores. Son acciones en pro del bien común del sector pero referidos sólo a una feria.

¿Qué expectativas tiene IBERJOYA FOREVER?

Son muy positivas. Estamos en fase de inscripciones pero sé que muchos esperan a ver quién participa para tomar una decisión. En ese sentido, tengo que agradecer a muchas empresas que, precisamente, no esperaran a los demás para decidirse, creo que vieron claro el tipo de proyecto que planteábamos.

¿Puede avanzarnos algún nombre?

Precisamente para saber quién compartía esta visión, esta nueva forma de trabajar comercialmente pero también como colectivo, afianzando los puntales sobre los que actualmente se sostiene el sector, no queríamos publicar las empresas hasta julio y no lo haremos hasta entonces, pero creo que ninguna de las que nombro se opondría a que lo haga, así que daré algunos ejemplos: Alejandro Gayubo, Carolo Concept, Swalem, Geresa, Salvatore Plata, Gamujoy, Yanes, Seoane, Barín-Belén Bajo, Galata, Sempsa, Sotomayor Aguilar, Negueruela, Cresber, Conde Vera, Fili Plaza, Rodolfo Serván, Miquel Sardá, Carlos Castellanos, Jorge Fernández... claro hay muchas más pero creo que estos nombres son representativos de todo tipo de empresas grandes, medianas o pequeñas.



¿Por qué ha apostado la Asociación Española por IBERJOYA FOREVER?

La Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros está en las instituciones, en la Unión Europea, en la interlocución con el Gobierno español, en los foros internacionales de debate sectorial, todo eso nos permite disponer de información de primera mano, intuimos los obstáculos del futuro y por eso decidimos que no podíamos retrasarnos en iniciar un proceso a medio plazo para que las empresas crecieran. Si ellas crecen, el sector también lo hace y nuestro objetivo es el sector.



· **'Radiant y Wenger, del Grupo Geresa, participan como marcas relojeras'**

· **'Ocho novedades que marcan las diferencias en el actual panorama ferial de nuestro país'**

· **'La 52ª edición de Iberjoya se transforma en un Salón Boutique. Lujo, moda y singularidad se dan cita en un largo fin de semana, del 24 al 26 de septiembre. Pabellón de Cristal de la Casa de Campo, en Madrid'**



'Naturaleza Colgante' de Jaime Moreno y anillo 'Medievo' de Laura Márquez. Imágenes cortesía de la Asociación Joyas de Autor.

¿Responde el sector a esa apuesta?

Lo hace paulatinamente. El carácter español es muy cauto, menos atrevido que otros países pero creo que esta crisis nos ha obligado a ser más determinantes y empezamos a ver esa respuesta de forma muy positiva.

¿Cómo definiría a IBERJOYA FOREVER?

Como un Salón Boutique. Del mismo modo que los Hoteles Boutique se han alejado de las grandes cadenas hoteleras, nos alejamos de los estándares de las ferias multitudinarias porque ofrecemos otro tipo de servicio. Es importante que los comercios especializados se encuentren con este tipo de ferias, más adaptadas a ellos, cercanía en la gestión de la compra, servicio posventa inmediato, singularidad que no siempre está en las ferias multitudinarias porque la creatividad no tiene una relación directa con el dinero que uno tiene para exponer. En cuanto a los expositores, este tipo de Salón debe acercar todo tipo de expositor al comprador y para ello, el Salón debe adaptarse a cada expositor, según sus circunstancias, hablamos con cada uno de ellos para saber sus necesidades e intentamos que el lujo, la moda y la singularidad convivan en esa boutique para que el comprador profesional pueda obtener un escaparate atractivo. Ya hay países que tienen este tipo de Salón Boutique, Francia es uno de ellos.

‘Geresa, Yanes, Seoane, Barín-Belén Bajo, Salvatore Plata, Gálata, Gayubo, Sempsa, Cresber, Sotomayor Aguilar... son sólo algunos de los expositores ya confirmados’

LAS DIFERENCIAS

1) Una feria que dura un año entero. Cerrada la feria, continúa una labor promocional de consumo de joyería, platería y relojería. Un servicio de promoción de los expositores a los compradores nacionales e internacionales. Un servicio de promoción de los jóvenes creativos, microempresas y profesionales a todo el sector nacional. Asesoría sectorial para todos los expositores de todos los espacios.

2) Los precios incluyen los servicios posferia.

3) Se definen y caracterizan distintas actividades a efectos sectoriales. Jóvenes Creativos, Artesanos, Diseño singular, Microempresa, Profesionales del sector.

4) Se adaptan los espacios a cada tipo de actividad.

5) Se establecen espacios y precios diferenciados para las nuevas actividades que se integran en la feria. **JADE is +** tiene espacios de 200 Euros, 505 Euros 960 Euros y 1390 Euros. **M&P** tiene espacios de 300 Euros, 505 Euros y 960 Euros.

6) Los profesionales independientes podrán ofrecer sus servicios del mismo modo que se ofrecen los productos. Agentes, gemólogos, reparadores... Previamente a la exposición deberán acreditarse ante la organización.

7) Therooms es un espacio dentro de la propia feria para el descanso del visitante.

8) Los Premios IberjoyaForever. La feria promocionará el consumo de joyería, con un gabinete de comunicación que difundirá a la opinión pública el sorteo de 10 piezas por valor de 15.000 Euros de PVP. Estas piezas serán objeto de un sorteo entre los clientes de las joyerías que hayan asistido a IBERJOYA FOREVER. Cuando los responsables de estas joyerías entren en la Feria, recibirán un distintivo y un lote de números para el sorteo. Tales números serán una cortesía de la joyería con sus clientes cuando realicen una compra entre el 27 de septiembre y el 14 de febrero.

LOS ESPACIOS DE IBERJOYA FOREVER

- 1) Empresas del Sector
- 2) JADE is +: Jóvenes Artesanos y Diseñadores.
- 3) M&P: Microempresa y Profesionales
- 4) Actividades vinculadas: Editoriales, Asociaciones empresariales, etc.
- 5) The rooms.
- 6) Club de Prensa.
- 7) Club de Debate.
- 8) Puntos de información.
- 9) Secretaría técnica y mantenimiento



‘Tenemos que impulsarnos nosotros mismos si queremos tener más fuerza. Iberjoya Forever es una feria que nace con una política sectorial para fortalecernos’

CRISTINA YANES
YANES JOYEROS



‘Creo que esta feria es un foro que responde a muchas necesidades del sector y por eso creo que es una buena oportunidad. Los compradores necesitan empresas serias cerca’

JOSÉ ANTONIO CADARSO
GERESA



PLANO DE SITUACIÓN DE IBERJOYA, EN EL PABELLÓN DE CRISTAL DE LA CASA DE CAMPO



Un brazalete de Gayubo (colección Carnivale)