

FERIAS

Inhorgenta revalida su atractivo en la poscrisis



La zona de entrada a la feria siempre presentó este aspecto animado desde primeras horas

Inhorgenta ha mantenido el tipo en los momentos difíciles y se prepara para liderar la recuperación de un mercado y un sector que quieren dar el adiós definitivo a la crisis. Más de 32.000 visitantes profesionales procedentes de 79 países han apostado por conocer en directo las novedades que el certamen había anunciado en cuanto a estructura, pero, por supuesto, respecto a la oferta que un total de 1.116 expositores de 36 países han presentado en un espacio expositivo neto de 31.500 metros cuadrados. Incremento de expositores y visitantes superior al 2%, entre lo que ha de rese-

ñarse la presencia española, muy superior a años anteriores, sobre todo en lo que acontece a profesionales procedentes de Catalunya.

Inhorgenta es una feria bonita, que continúa afianzando su posición con el esfuerzo continuo de sus responsables, en esta edición dirigido a reorganizar su oferta de forma más cómoda y atractiva. La clara estructura por sectores ha sido calificada de notable a sobresaliente por el 89% de los visitantes y por el 82% de expositores. En esta reorganización, se ha de enumerar la presentación destacada de las alianzas, además de la concentración de marcas

relacionadas con el estilo de vida o *lifestyle*. Por no olvidar los pabellones C1, enfocado en el segmento de las piedras preciosas, y C2, faro indiscutible de la joyería contemporánea y la investigación creativa.

En Munich, y durante unos días, desde el 25 al 28 de febrero pasado, se olvidó la tan nombrada crisis. No es de extrañar, por tanto, que Inhorgenta 2011 haya obtenido por parte de expositores y visitantes las mejores notas desde el primer sondeo realizado por TNS Infratest en 1996. Sus responsables se preparan para continuar esta estela en la próxima edición, del 10 al 13 de febrero de 2012. ●

El primer Inhorgenta Award



Arriba, fotografía en familia de los organizadores, presentadores, jurado y galardonados del primer Inhorgenta Award, para el que se presentaron a concurso 332 propuestas en las diferentes categorías. A señalar que el catalán Ferran Iglesias estuvo no-

minado como finalista en la categoría *Contemporary Design*. Otro catalán, Ricard Domingo, actuó como jurado. La organización ha repartido un total de 17.500 euros en ayudas económicas para futuras participaciones en la feria.

Aumenta cada vez más la presencia española en el certamen alemán

Por primera vez, OH!3



Esta marca española, oficialmente lanzada en febrero de 2010 en Iberjoya, Madrid, ya trabaja su internacionalización, por primera vez en Inhorgenta 2011, y también en el salón Baselworld.

Segunda vez para Facet



Facet Jewellery Solutions ha expuesto por segunda vez en el salón, con novedades que incluyen diseños en tanzanita y aguamarina. Esta firma catalana también se presenta por segunda vez en Basilea.

Piero Magli, 11 años en Inhorgenta



La empresa alicantina a cuyo frente se halla José Vicente, se halla en la actualidad en 35 países con sus dos líneas, la de correas y la de joyería de moda. Este año también se estrenará en el salón Feninjer, Brasil.

For Me, también en Alemania



La joven marca de Joan Tremoleda, For Me, también enriqueció la oferta de Inhorgenta con su fresco e innovador concepto de iniciales en plata a precios muy competitivos.

CONTRASTE

EL PRIMER MENSUAL INFORMATIVO DEL SECTOR JOYERO, PLATERO Y RELOJERO

Abril 2011 // Año XIII // CONTRASTE 137

OROYHORA Mundo técnico desde 1949 • Nº75 • EN PÁGINAS CENTRALES

El ticket medio de venta en joyerías no supera 100 euros

LOS RELOJES ECONÓMICOS Y LA PLATA SE LLEVAN EL PROTAGONISMO • Pág.04

Baselworld muestra una oferta cauta

El salón Mundial de la Joyería y la Relojería, celebrado del 24 al 31 de marzo, volvió a demostrar, una vez más, su papel de liderazgo como plataforma de referencia de la industria de la joyería y la relojería. En Baselworld se vieron las últimas novedades del sector cuyas tendencias reflejan la cautela del mercado. La oferta joyera y relojera la protagonizaron, en mayor medida, una vuelta a los clásicos en todos los sentidos, aunque también se vieron ideas más audaces en cuanto al uso de nuevos materiales. El salón suizo congregó a un total de 1.892 empresas expositoras procedentes de 45 países. La presencia de empresas españolas estuvo muy diversificada. **Pág. 03**



La reina Sofía, premio Montblanc de la Cultura



La reina Sofía ha recibido el Premio Montblanc de la Cultura por su compromiso con los más débiles. La Reina recibió un cheque por valor de 15.000 euros que ha donado a la fundación que lleva su nombre, y que se destinará a un proyecto cultural de su elección, y una estilográfica Montblanc de edición limitada Patron of Art. En la imagen, Su Majestad junto al presidente de Montblanc, Lutz Bethge, y el presidente de la Fundación Montblanc, el pianista chino Lang Lang.



La joyería cordobesa vuelve a León

Del 8 al 10 de abril se celebra en León el II Encuentro Comercial de Joyería Cordobesa, tras el éxito de la primera edición celebrada el pasado año. **Pág. 08**

Seguros avalados por la certificación ISO 9001-2000 (D.G.S. nº J-1.523)



Ante cualquier situación
**ENVIOS, EXPORTACIONES,
SEGUROS DE FERIA...**



RODOLFO SERVÁN
CORREDURÍA DE SEGUROS, S.A.
EL ASESOR DEL JOYERO