

Oficina Económica y Comercial Embajada de España en Londres FICHA SECTOR

Marzo 2007

BISUTERÍA¹

1. MERCADO

TAMAÑO DEL MERCADO (2004):

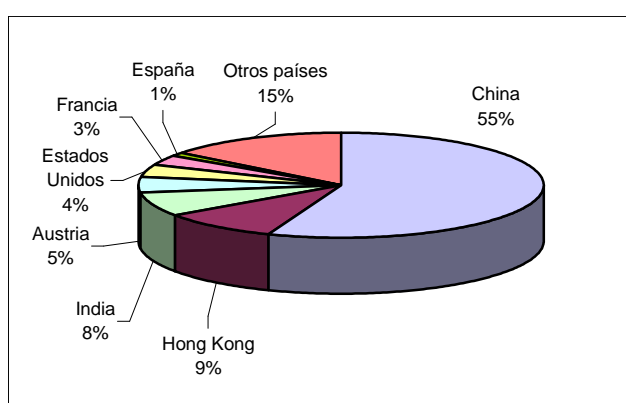
Ventas 2005² : £405 millones
 Importaciones 2006 : £235,38 millones

El mercado de bisutería en Reino Unido ha crecido un 18% entre 2004 y 2005³. Se trata de un mercado muy fragmentado en cuanto a fabricantes, con una relativa carencia de marcas. Las importaciones de bisutería han crecido por encima del mercado: 76% en términos reales en el período 2003 a 2006. Sin embargo el ritmo de crecimiento de las importaciones británicas está decreciendo: el crecimiento de 2005 a 2006 fue de tan sólo un 4% comparado con el 31% del año anterior.

Evolución importaciones bisutería del Reino Unido (millones de libras)

País	2004	2005	2006
1. China	67,83	111,08	128,37
2. Hong Kong	11,56	22,19	21,80
3. India	8,81	25,05	17,25
4. Austria	6,99	7,61	10,54
5. Estados Unidos	8,90	8,95	9,15
6. Francia	3,46	4,63	6,67
...
12. España	3,36	1,12	2,64
Total	156,59	226,33	235,38

Cuota de los principales proveedores, 2006



Las exportaciones de bisutería de España al Reino Unido aumentan año tras año, situándose en 2006 en 2,64 millones de libras. Gracias a este aumento, España pasa de tener un 0,73% de cuota en 2002 a un 1,12% en 2006.

SEGMENTACIÓN: % volumen de ventas por producto (2002)

Pendientes	42%	Pulseras	11%
Collares	25%	Broches	9%
Anillos	7%	Otros	6%

SEGMENTACIÓN: % valor de ventas por producto (2002)

Pendientes	23%	Pulseras	14%
Collares	41%	Broches	10%
Anillos	2%	Otros	10%

¹ Partida arancelaria 7117

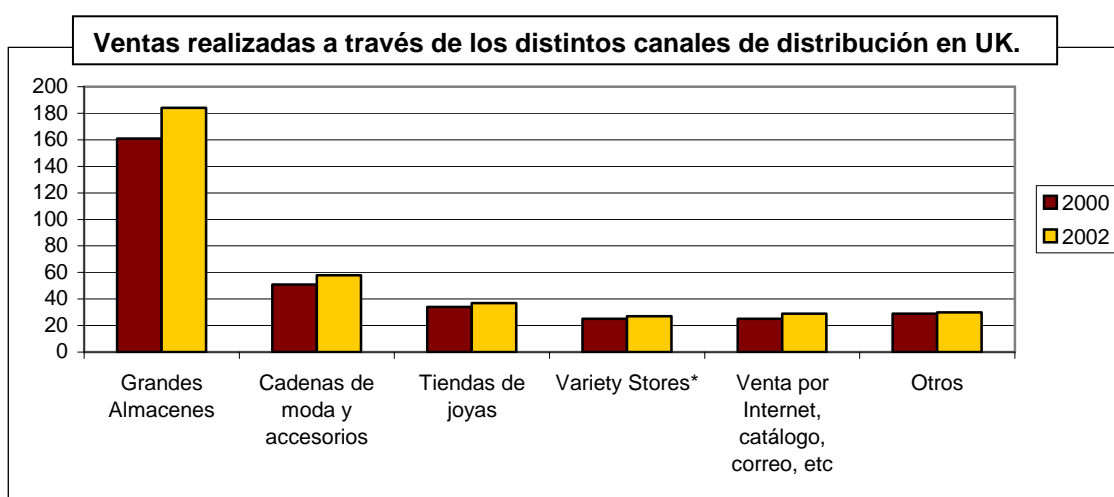
² Fuente: Costume Jewellery in the UK – Sept 2003 (Mintel)

³ Fuente: Costume Jewellery UK – September 2005 (Mintel)

Aunque los pendientes son los que cuentan con un mayor volumen de ventas, son los segmentos de collares y pulseras los que han experimentado un crecimiento mayor en los últimos años³.

2. DISTRIBUCIÓN

Los principales distribuidores de bisutería en el Reino Unido son los grandes almacenes, seguidos en cuota de mercado por cadenas de ropa y accesorios que cada vez presentan una oferta más interesante. Es el caso de cadenas como Next, Accesorize o Topshop. Hay que destacar también el caso de la venta por Internet y venta por catálogo que gana cuota de mercado cada año. Así la venta por catálogo creció un 16% desde el año 2000 al 2002, casi un 4% más que el crecimiento total del mercado, que creció un 12%.



- Las cuota de mercado de los grandes almacenes creció un 14% entre 2000 y 2002, lo que significa un 2% por encima del crecimiento total del mercado. Cuatro grandes almacenes destacan: Fenwicks, Harvey Nichols, Liberty y Selfridges. Estos establecimientos destacan por la cuidada selección de su oferta y su preocupación por diferenciarse. Esto, sin duda, favorece a los diseñadores independientes y pequeños fabricantes con capacidad de fabricación suficiente para satisfacer las exigencias de los pedidos.
- Las tiendas de accesorios y moda tienen una importancia especial en lo que se refiere a adolescentes y jóvenes. Entre ellos, el más establecido es la cadena Accesorize, líder en ventas de accesorios. Este grupo ha creado una oferta que mezcla la joyería en plata y bisutería con la que pretende abarcar una extensa clientela, desde consumidoras adolescentes hasta mujeres de mayor edad. También ha introducido una oferta adicional dirigida al sector infantil. Otras tiendas de confección como Top Shop o Next ofrecen productos con cierto valor añadido, y por tanto, mayor precio, sin salir, no obstante, del segmento medio.
- Los minoristas de confección independientes hacen frente a esta competencia con productos de compañías pequeñas y diseñadores independientes, que lógicamente tienen precios más elevados.
- En las joyerías y tiendas especializadas, los productos varían en términos de calidad y de estilos. De entre éstos, por ejemplo, Butler & Wilson es un importante especialista en bisutería con un gran componente de diseño, así como Angela Hale que también se caracteriza por una bisutería delicada y femenina de alta calidad. En cualquier caso, hay una gran proporción de productos importados en el

* Variety Stores: incluye cadenas como Marks and Spencer o Woolworth. Son similares a grandes almacenes pero con menor variedad de oferta.

mercado de bisutería de Reino Unido, y su influencia se puede ver por ejemplo con la presencia de Agatha, minorista francés.

3. TENDENCIAS Y EVOLUCIÓN PREVISTA DEL MERCADO

En los últimos años el sector de la bisutería ha experimentado un crecimiento moderado cuyo factor clave ha sido una moda más atrevida. Los proveedores y detallistas son ahora más conscientes de la importancia de la sofisticación en sus propuestas. Así, aunque los productos más clásicos tienen su plaza establecida, es el gusto por lo moderno lo que dirige el mercado, también entre las mujeres maduras.

El remarcable crecimiento que ha experimentado este sector entre 2004 y 2005 se debe principalmente a factores como el desarrollo de nuevos diseños y a un incremento y desarrollo de la oferta que puede encontrar el consumidor en las tiendas. Sin embargo, hay otra serie de factores que han sido también motores de este crecimiento: la importancia creciente que dan, tanto mujeres como hombres, a la moda y al estilo, y el número cada vez mayor de mujeres con un buen empleo, solteras o casadas sin hijos, que destinan cada vez más dinero a la joyería y otros accesorios.

Se está creando asimismo una base de futuros consumidores masculinos de bisutería, ya que actualmente un 25% de los hombres menores de 25 años declaran vestir piezas de bisutería con frecuencia.

4. REVISTAS

No existe ninguna revista específica del sector. Dentro de otros sectores las más relevantes son *Drapers Record* y *Retail Jeweller & British Jeweller*.

- **Drapers Record**, del sector moda, cubre también accesorios.

Tel (0) 20 78123786 Fax (0) 20 78123762 www.drapersrecord.com

- **Retail Jeweller & British Jeweller** pertenece al sector joyería.

Tel (0) 20 78123724 Fax (0) 20 78123760 www.retail-jeweller.com

5. LEGISLACIÓN

No existe regulación específica respecto a la bisutería, la legislación británica se está adaptando a las directivas europeas que regulan el uso de diferentes materiales.

6. FERIAS

Spring Fair (Febrero, NEC, Birmingham) Feria anual de regalo y accesorios

Organizador: Trade Promotion Services Tel (0) 20 8277 5863 Fax (0) 20 8277 5888

www.springfair.com

7. ASOCIACIONES

British Jewellers' Association

Tel (0) 121 237 1110 Fax (0) 121 237 1113

www.bja.org.uk

British Jewellery & Giftware Federation

Tel (0) 121 236 2657 Fax (0) 121 236 3921

www.bjgf.org.uk

Fuentes : World Trade Atlas (fuentes estadísticas)

Costume Jewellery in the UK- Sept 2003 (Mintel)

Costume Jewellery UK – September 2005 (Mintel)

Ficha elaborada por:

Oficina Comercial de España en Londres – Departamento de Bienes de Consumo

66 Chiltern Street, London W1U 4LS Tel (0)20 74672330 Fax (0)20 72246409

email: londres@mcx.es