

## III GOLDEN GLOBE MOSCOW

Moscú  
23/10 al 26/10 2008

ICEX

## III GOLDEN GLOBE MOSCOW

Este informe ha sido realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Moscú

## ÍNDICE

<b>1. PERFIL DE LA FERIA</b>	<b>4</b>
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	6
1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la Ofecome	6
<b>2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA</b>	<b>7</b>
2.1. Organización y expositores	7
2.2. Datos estadísticos de participación	8
<b>3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS</b>	<b>9</b>
<b>4. VALORACION</b>	<b>10</b>
4.1. Del evento en su conjunto	10
4.2. De la participación española y principales países competidores	10
4.3. Recomendaciones	10
<b>5. ANEXOS</b>	<b>12</b>

# 1 . PERFIL DE LA FERIA

## 1.1. FICHA TÉCNICA

Golden Globe 2008

<b>Ámbito:</b>	Feria dedicada a la joyería, bisutería, orfebrería y relojería.
<b>Fecha:</b>	De 28/10/08 a 31/10/08
<b>Edición:</b>	3ª
<b>Frecuencia:</b>	Anual
<b>Lugar de celebración:</b>	Recinto ferial "KROKUS EXPO" (КРОКУС ЭКСПО).
<b>Horario de la feria:</b>	Todos los días, de 10:00 a 18:00, salvo el último, hasta las 15:00.
<b>Precio de la entrada:</b>	200 rublos (unos 6 Euros),
<b>Medios de transporte:</b>	El recinto ferial se localiza en Moscú. No hay estaciones de Metro cercanas, siendo necesario llegar en autobús o coche particular. Desde las estaciones de Metro Tushinskaya o Shukinskaya se llega Crocus usando los autobuses 640 y 631 respectivamente. También pueden cogerse los monovolúmenes de viajeros (marchutkas). Si no hay atascos ni imprevistos, puede tardarse unos 25 minutos en coche desde el centro de la ciudad.
<b>Director / Organizador:</b>	<u>CROCUS EXPO</u> Directora: Nani Adzhimamudova Teléfono: +7 (495) 727-26-37, 983-06-71 Web: <a href="http://eng.goldenglobe.ru">http://eng.goldenglobe.ru</a> Correo electrónico: <a href="mailto:globe@crocus-off.ru">globe@crocus-off.ru</a>
<b>Colaboradores:</b>	Centro Nacional de Coleccionistas de Arte

<b>Superficie:</b>	6.500 m <sup>2</sup>
<b>Precios:</b>	Tasa de Inscripción: 8.000 rublos (unos 220 Euros) Alquiler de Stands: - Alquiler de Stand equipado: 6.600 rublos por m <sup>2</sup> (unos 180 Euros), IVA incluido. - Alquiler de Stand no equipado: 5.500 rublos por m <sup>2</sup> (unos 150 Euros), IVA incluido.
<b>Servicios incluidos:</b>	Gastos de organización, iluminación, seguridad y control de acceso al recinto, limpieza de pasillos y zonas comunes, retirada de basuras y publicación de la información del negocio en el catálogo general del evento.
<b>Servicios ofrecidos:</b>	Intérpretes, línea telefónica e internet, salas para la realización de presentaciones, conferencias o exposiciones.
<b>Fecha de cierre de inscripciones:</b>	A través de un formulario disponible en su página web, sin fecha límite.
<b>Carácter:</b>	Internacional.
<b>Tipo de visitantes:</b>	Público en general.
<b>Fecha de la próxima edición:</b>	Octubre de 2009.
<b>Otras ferias relacionadas:</b>	<u>YUVELIR</u> Entidad organizadora: ZAO «R.O.S. YUVELIREXPO» Lugar de la celebración: Moscú, recinto ferial de Sokolniki Tel.: +7 (495) 517-66-42, 517-66-73 Fax: +7 (495) 417-47-82, 417-02-04 <a href="http://www.rosyuvelirexpo.ru">www.rosyuvelirexpo.ru</a>

MILLIONAIRE FAIR MOSCOW

Directora: Elena Kudozova [e.kudozova@millionairefair.ru](mailto:e.kudozova@millionairefair.ru)  
Teléfono: + 7 (495) 637 66 50  
Fax: + 7 (495) 637 66 50  
123056, Moscow, Gruzinskiy Val, 11, building 3, office 9

NEW RUSSIAN STYLE / JUNWEX / JUNWEX SAN PETERSBURGO

Ms. Liubov Petrova

Tel: + 7 (812) 320 80 99

Fax: + 7 (812) 320 80 90

E-mail: [secur@restec.ru](mailto:secur@restec.ru)

Internet: [www.rjexpert.ru](http://www.rjexpert.ru) / [www.jewellerymoscow.com](http://www.jewellerymoscow.com)

## 1.2. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS

- Joyería
- Bisutería
- Relojería
- Obras de arte y Orfebrería

## 1.3. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA FERIA POR PARTE DE LA OFECOME

No se realizó ninguna actividad de promoción, pero sí una visita oficial.

ICEX

## 2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

### 2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES

La Feria tuvo lugar en el recinto ferial de KROKUS (o CROCUS), uno de los más importantes en Moscú, donde se suelen celebrar las ferias internacionales. Ocupó la sala 9 del Pabellón 2, con una superficie total de 6.500 m<sup>2</sup>. Esta sala se encuentra en el tercer piso del pabellón, accediéndose a ella a través de ascensores o escaleras automáticas.

Las instalaciones y la organización son aceptables, y los pabellones están bien señalizados. Los stands de las empresas eran muy espaciosos y bien iluminados. Se indicaba el nombre del expositor en letras grandes y claras.

Los servicios ofrecidos por parte de la feria eran aceptables en líneas generales, con puntos de información en la entrada de la sala ocupada por la feria. Los servicios de restauración son bastante amplios y con un menú variado, aunque la relación calidad precio es mala.

El gran problema del recinto ferial de Crocus son los accesos: no hay línea de metro próxima y la carretera que llega a él sufre atascos diarios. La otra alternativa es tomar un autobús o una furgoneta de viajeros (*marchutka*) que enlace con alguna estación de metro. En todo caso, se trata de un viaje bastante incómodo.

Las fechas de esta feria no son casuales: Coincidió exactamente con las de la feria INTERCHARM, el principal evento del sector de la perfumería y cosmética en la Federación Rusa. De hecho, la mitad de la sala 9 formaba parte de este otro evento, quedando dividida en dos zonas por una mampara. El motivo de esta coincidencia es un proyecto para atraer nuevos clientes y visitantes a GOLDEN GLOBE aprovechando el excelente tirón que tanto en número de visitantes como en prensa tiene INTERCHARM.

## 2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN

Según la organización, a esta edición de GOLDEN GLOBE acudieron 115 empresas de 10 regiones rusas diferentes, lo que refuerza el carácter nacional de este evento. Ninguna empresa española participó en la feria.

<b>País</b>	<b>Número de Expositores</b>
Rusia	111
Corea	1
India	1
Lituania	1
Turquía	1

El número total de visitantes, según la organización, fue de 15.000 personas. Sin embargo esta cifra merece una doble crítica: por un lado, no se indica qué porcentaje de la misma corresponde a profesionales o clientes selectos; por otro, como quiera que GOLDEN GLOBE estaba en una sala compartida con INTERCHARM, muchos asistentes y participantes a dicha feria aprovecharon algunos momentos para ver las exposiciones de joyería.



### 3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

GOLDEN GLOBE es una feria bien organizada pero poco relevante en el mundo de la joyería y orfebrería en Rusia. Entre sus participantes predominan las marcas nacionales y algunas procedentes de repúblicas de la antigua U.R.S.S., así como determinadas empresas procedentes de países del lejano oriente.

Ello conlleva que no presente grandes novedades ni tendencias dignas de mención. Se trata, en definitiva, de un evento menor si se le compara con las otras grandes citas que el sector de la joyería celebra en Rusia, especialmente JUNWEX y MILLONNAIRE FAIR.

Esta feria estaba dirigida al público en general más que a los profesionales. Por ello la elección de sus fechas, coincidiendo con otros grandes eventos internacionales, y también por ello los participantes era sobre todo rusos y no operadores internacionales.

Conscientes de esta carencia, la organización ha puesto en marcha otra feria llamada GOLDEN GLOBE PROFESSIONAL, que tendrá lugar entre los días 3 y 7 de Septiembre de 2009. Esta feria sí puede resultar más interesante para las empresas españolas, ya que la organización espera contar con un amplio número de operadores internacionales y restringirá las visitas para que su público sea marcadamente profesional.

## 4. VALORACION

### 4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

A tenor de lo dicho, la valoración que se hace de GOLDEN GLOBE es que, pese a ser un evento bien organizado, no resultaría especialmente interesante para las empresas españolas que quieran entrar al mercado ruso.

Su repercusión entre los profesionales europeos del sector es mínima, su trascendencia en prensa especializada muy reducida y, en definitiva, la posibilidad de encontrar allí contactos interesantes es menor que en otras ferias de joyería. De hecho, su principal activo es su fecha de celebración, que la organización de CROCUS intenta explotar al hacerlo coincidir con INTERCHARM.

### 4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES

Ninguna empresa española tomó parte en GOLDEN GLOBE. Tampoco se detectó la presencia de grandes operadores internacionales, aunque algunas marcas de prestigio reconocido acudieron a través de sus representantes locales. La realidad es que esta feria tiene un marcado carácter nacional, con poca presencia extranjera y la que hay, además, es poco relevante.

### 4.3. RECOMENDACIONES

Como consecuencia de todo lo ya dicho, no se recomienda a las empresas españolas que participen en GOLDEN GLOBE. Las empresas dedicadas a la joyería de alto nivel tendrán mejor encaje en MILLONNAIRE FAIR o JUNWEX, mientras que las de bisutería encontrarán mejor acomodo en GIFT EXPO. Si aun así hubiera empresas españolas interesadas en participar, esta Oficina Económica y Comercial (en adelante, Ofecome) marca las siguientes recomendaciones generales.

Resulta inestimable disponer de un traductor o una persona que conozca el idioma ruso, ya que son todavía pocos los profesionales rusos que manejan el inglés. En ocasiones, estos mismos traductores pueden ser contactos interesantes en el futuro. La Ofecome dispone de un buen listado de traductores a disposición de las empresas que los soliciten y su precio está fijado a día de hoy en 100 euros por persona y día.

Es necesario planificar bien el transporte de las mercancías. Se recomienda encarecidamente seguir las instrucciones de Icx cuando haya Pabellón Oficial, o de la organización de la feria cuando no lo haya. En caso contrario existe un gran riesgo de que las mercancías sean retenidas en frontera. Los casos en que una empresa contrata el transporte a través de un courier y luego ve sus muestras bloqueadas en la aduana no son, por desgracia, aislados. Cuando esto ocurre, la realidad es que ni siquiera con la mediación de la Ofecome es posible desaduanar la mercancía y ésta ha de ser devuelta a España.

Por otro lado, siempre existe el riesgo de que ocurran pequeños hurtos, ya sea entre las muestras o bien entre los objetos que se dejan a la vista. Pese a la existencia de un servicio de seguridad, se aconseja no perder de vista ordenadores portátiles, teléfonos, bolsos o artículos similares, ni dejarlos en el recinto ferial de un día para otro.

Es también interesante disponer de un pequeño resumen de las características de la empresa en ruso, ya que los profesionales de este país normalmente se interesan por todo tipo de información que la compañía les pueda ofrecer. Se aconseja realizar una ronda de contactos previa a la feria, por teléfono mejor que por correo electrónico, ya que las empresas rusas, por lo general, no prestan mucha atención a las campañas de mailing.

Es conveniente hacerse con una lista de contactos antes de venir a Rusia. Éste es un mercado que requiere persistencia y en el que volver de una feria sin ningún contrato no significa que haya sido un fracaso. Los profesionales rusos suelen usar las ferias para establecer un primer contacto con sus clientes potenciales y obtener información sobre la compañía. La Ofecome ofrece estos listados gratuitamente a todas las empresas españolas que los solicitan, de forma que en ellos puede encontrarse la dirección y teléfonos de contacto de los mejores socios rusos, su página web y correo electrónico así como la opinión que esta Ofecome tiene de cada una de las empresas.

Del mismo modo, en la página web de las Oficinas Comerciales están colgados y accesibles los estudios de mercado y notas sectoriales de cada segmento, a fin de que las empresas interesadas en conocer el mercado ruso puedan descargárselos.

El coste del roaming en Rusia es muy elevado, de manera que si se prevé necesario utilizar el teléfono móvil es recomendable traer uno liberado desde España y comprar aquí una tarjeta rusa, cuyo precio es bastante reducido. Estas tarjetas permiten hacer recargas en función de su uso.

Finalmente, se recuerda que el personal de esta Ofecome está a la disposición de cualquier empresa española que tenga interés en el mercado ruso, por lo que se les anima a solicitar cualquier tipo de información a través del procedimiento de consultas.

# 5. ANEXOS

LOGO FERIA GOLDEN GLOBE 2008



VISTA GENERAL DE LA FERIA

