

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Estambul

## 26<sup>a</sup> ISTANBUL JEWELRY SHOW 2008

Estambul  
26/03 al 30/03 2008

ICEX

## ISTANBUL JEWELRY SHOW 2008

Este informe ha sido realizado por Mireia Saenz de Buruaga Saelices, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Estambul

## ÍNDICE

<b>1. PERFIL DE LA FERIA</b>	<b>4</b>
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la ofecomes	5
<b>2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA</b>	<b>6</b>
2.1. Organización y expositores	6
2.2. Datos estadísticos de PARTICIPACIÓN	6
<b>3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS</b>	<b>10</b>
<b>4. VALORACIÓN</b>	<b>11</b>
4.1. Del evento en su conjunto	11
4.2. De la participación española y principales países competidores	11
4.3. Recomendaciones	12
<b>5. ANEXOS</b>	<b>13</b>

# 1 . PERFIL DE LA FERIA

## 1.1. FICHA TÉCNICA

Istanbul Jewelry Show 2008 – 26ª International Jewelry, Silver, Watch & Equipment Fair

<b>Ambito:</b>	Sectorial (Joyería y Relojería)
<b>Fecha:</b>	26-30 marzo 2008
<b>Edición:</b>	26ª
<b>Frecuencia:</b>	semestral
<b>Lugar de celebración:</b>	CNR – Expo Center – World Trade Center
<b>Horario de la feria:</b>	26/03/2008: 11.00-19.00 // 27-29/03/2008: 09.30-19.00 // 30/03/2008: 09.30-16.00
<b>Precio de la entrada:</b>	gratuita
<b>Medios de transporte:</b>	Servicio gratuito de autobuses, salidas desde Taksim; Çinar Hotel; Polat Hotel; Radisson Hotel; Grand Bazar; Ibis Hotel; Galería Holiday Inn.
<b>Director / Organizador:</b>	ROTAFORTE INTERNATIONAL TRADE FAIRS&MEDIA
<b>Colaboradores:</b>	TAJ-TURKISH ASSOCIATION OF JEWELLERS
<b>Superficie:</b>	50.000 metros cuadrados
<b>Precios:</b>	dependiendo de las características, ubicación e instalaciones se ofrecen <i>stands</i> de 80 US\$ // 125 US\$ // 155 US\$
<b>Servicios incluidos:</b>	Montaje del stand básico; nombre de la empresa participante; iluminación; limpieza.
<b>Servicios ofrecidos:</b>	Registro online; recogida y servicio de información en el aeropuerto; conexión a internet wireless; catalogo complementario digital; guía gratuita de la feria; cafetería y

restaurante; guardarropa; servicio médico.

**Fecha de cierre de inscripciones:**

**Carácter:** profesional

**Tipo de visitantes:** Profesionales (detallistas, mayoristas, productores, importadores, exportadores, diseñadores...)

**Fecha de la próxima edición:** Istanbul Jewelry Show-II 2008 (28-31 agosto) // Istanbul Jewelry Show-I (18-22 marzo 2009)

**Otras ferias relacionadas:**

## 1.2. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS

- Joyería en oro
- Joyería con diamantes
- Todo tipo de piedras y perlas
- Plata
- Joyas de diseño
- Monturas para joyas
- Maquinaria
- Equipos y herramientas
- Mostradores, vitrinas y elementos de exposición y/o muestra
- Dispositivos de seguridad

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

Se visitó el pabellón y se contactó con todos los participantes para conocer sus impresiones, valoración y satisfacción con el desarrollo de la feria. Además, se puso a su disposición los servicios de la Oficina Económica y Comercial de Estambul.

## 2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

### 2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES

La organizadora de Istanbul Jewelry Show 2008 es Rotaforte International Trade Fairs & Media, Inc., una de las empresas líder en organización de eventos dentro del sector de la joyería en Turquía. Está especializada en la industria de la joyería, gemas y relojes y desarrolla alrededor de 20 eventos en 16 países distintos. Istanbul Jewelry Show (IJS) es un evento internacional cada vez más importante debido al rápido crecimiento del propio mercado turco (es el tercer fabricante de joyería en oro a nivel mundial) así como de los mercados de los países del entorno de Turquía. Según los datos de la organizadora, Turquía provee a 55 países vecinos como centro distribuidor y de ventas, tanto hacia Europa, como Oriente Medio, Rusia y antiguas repúblicas soviéticas, este de Europa, norte de África y países Mediterráneos.

Ésta ha sido la 26ª edición de la feria, en la que se han reunido productores, mayoristas, minoristas, exportadores e importadores. IJS destaca por su carácter profesional, dinamismo y constante crecimiento. En sus 5 pabellones temáticos está representada la alta joyería, diamantes, piedras preciosas y semipreciosas, perlas, diseño (Dream's Designs Pavilion), plata, relojes y maquinaria y tecnología.

### 2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN

En la feria participaron un total de 1.167 compañías expositoras de las cuales 525 eran extranjeras, procedentes de 29 países distintos, y las restantes 642 eran locales. Istanbul Jewelry Show ha contado con la visita de 33.811 visitantes, de los cuales 9.416 eran compradores internacionales, que procedían de 86 países distintos, así como 489 representantes de prensa.

#### DATOS ESTADÍSTICOS EN 26ª EDICIÓN MARZO 2008

Número total de compradores / visitantes	33.811
Número total de compradores / visitantes internacionales	9.416
Representantes de prensa y agencias	489
Número de países internacionales representados	86

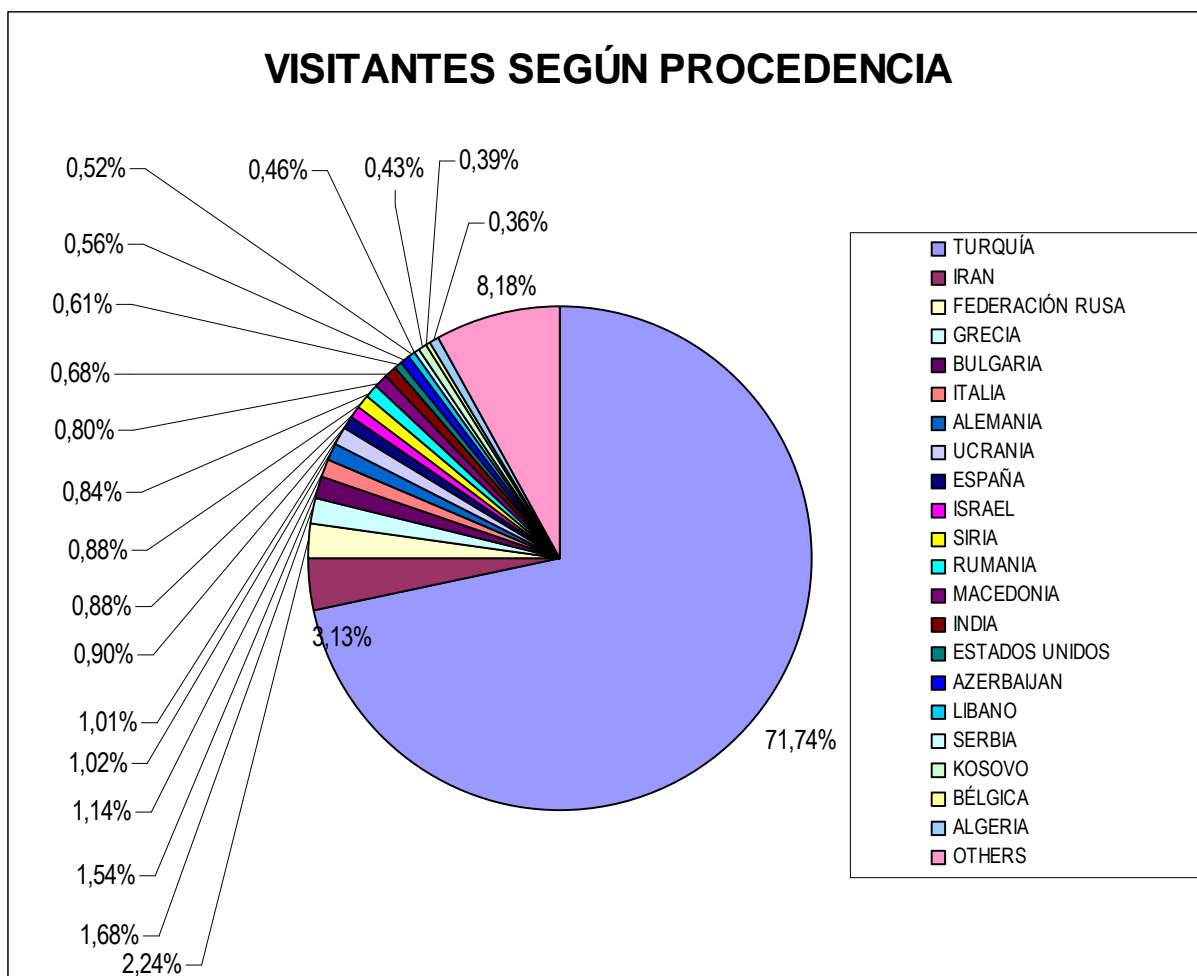
VISITANTES (datos facilitados por la organizadora)

## ISTANBUL JEWELRY SHOW 2008

---

Según procedencia

TURQUÍA	71.74%
IRÁN	3.13%
FEDERACIÓN RUSA	2.24%
GRECIA	1,68%
BULGARIA	1,54%
ITALIA	1.14%
ALEMANIA	1.02%
UCRANIA	1.01%
ESPAÑA	0.90%
ISRAEL	0.88%
SIRIA	0.88%
RUMANIA	0.84%
MACEDONIA	0.80%
INDIA	0.68%
ESTADOS UNIDOS	0.61%
AZERBAIJÁN	0.56%
LÍBANO	0,52%
SERBIA	0.46%
KOSOVO	0.43%
BÉLGICA	0.39%
ARGELIA	0.36%
OTROS	8.18%



EXPOSITORES (datos facilitados por la organizadora)

Número de compañías expositoras				1.167
Número de compañías expositoras internacionales				525
Número de países representados				30



## ISTANBUL JEWELRY SHOW 2008

---

### Expositores según procedencia

TURQUÍA	55,01%
SINGAPUR	0,43%
COREA DEL SUR	0,51%
BÉLGICA	0,94%
JAPÓN	0,08%
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	2,23%
CANADÁ	0,09%
FRANCIA	1,71%
ISRAEL	0,26%
CHINA	2,23%
INDIA	1,80%
ESPAÑA	1,71%
SUIZA	1,71%
INGLATERRA	1,20%
EGIPTO	0,09%
EE.UU.	3,60%
ALEMANIA	4,20%
HONGKONG	4,20%
TAILANDIA	3,43%
ITALIA	11,83%
GRECIA	0,26%
MALASIA	0,17%
POLONIA	0,17%
PAÍSES BAJOS	0,17%
IRÁN	0,09%
SUDÁFRICA	0,09%
LÍBANO	0,26%
FEDERACIÓN RUSA	0,51%
TAIWÁN	0,09%
UCRANIA	0,17%

### 3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

Según los datos proporcionados por la organizadora se observa un incremento en la visita de firmas extranjeras, concretamente procedentes de la Federación Rusa, Irán y Repúblicas de Asia oriental. Los nuevos diseños e innovaciones siguen siendo uno de los sectores que mayor interés despiertan. Además del potencial de la industria turca, su dominio técnico y diseño, los profesionales pudieron exponer y conocer las últimas tendencias en diseño, rarezas y piezas originales de alto nivel de artesanía; trabajos que experimentan con distintos materiales; creaciones de diseñadores premiados a nivel internacional; diseños inspirados en mitos, en la historia, tradición e imaginación; así como alta joyería elaborada con oro, diamantes, gemas y piedras preciosas.

La industria del engaste o montura es uno de los segmentos en auge del sector de la joyería en Turquía, que sirve como distribuidor al resto de la región. Las plantas manufactureras del país tienden a transformarse en lugares donde se elabora joyería cada vez de mayor calidad, intentando diferenciarse de la producción en masa. Según las cifras del año 2007, las importaciones de oro en Turquía marcaron un nuevo récord y se situaron en las 230,8 toneladas métricas, un incremento del 20% en relación a las cifras del 2006. Según el presidente de la Asociación de Exportadores de Minerales Preciosos y Joyería de Estambul (IMMIB), Atasay Kamer, la capacidad anual de Turquía en procesamiento de oro es de unas 400 toneladas y está valorada en unos 10 mil millones de dólares. Entre los datos publicados, destacan los beneficios que dicho procesamiento reporta al país, ya que éste exportó 148 toneladas de oro procesado, durante el 2007, valoradas en 3,7 mil millones de dólares. Las previsiones para este 2008 se sitúan en las 200 toneladas. (Fuente: Turkish Daily News / Today's Zaman)

El sector de los minerales preciosos y joyería contribuye a la economía turca no sólo por el valor añadido que genera sino también por los puestos de trabajo y los ingresos a través de impuestos. Sin embargo, se basa en pequeñas empresas con escasa capacidad para contratar ejecutivos y expertos profesionales. Eso explica las carencias en cuanto a formación y gestión, así como la inexperiencia en las operaciones de financiación y desarrollo de oportunidades de exportación. Además, el número de países rivales en la exportación de oro crece y actores como China e India están ampliando su participación en el mercado mundial.

## 4. VALORACIÓN

### 4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

El rápido crecimiento del mercado turco y países de alrededor ha incrementado la importancia internacional de esta feria. Se trata del evento más importante en el sector de la joyería y está plenamente consolidado tras su 26ª edición. Su área de influencia no se limita al mercado turco, sino que incluye a países colindantes que utilizan esta feria como plataforma para proyectarse.

La organizadora ha valorado muy positivamente el evento, destacando que los expositores se han mostrado satisfechos con sus espacios y ha resaltado tres incrementos considerables en relación a las ediciones anteriores. En primer lugar, han incrementado el número de visitantes internacionales, especialmente de los procedentes de la federación Rusa, Irán y las Repúblicas de Oriente Medio. En segundo lugar, ha destacado la fortaleza del sector de la maquinaria y herramienta que ha habido en esta edición. Por último ha valorado la mejora en la calidad y variedad de los productos exhibidos, así como la renovación e inversión continua de los fabricantes de joyas.

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

Por tercer año consecutivo España ha estado presente con un Pabellón de Participación Agrupada organizado por JOYEX (Asociación Española de Fabricantes y/o Exportadores de Joyería, Plata y Relojería) y con ayuda del ICEX. La Oficina Económica y Comercial de España de Estambul estuvo presente en la inauguración y a lo largo de las jornadas, con la visita y acompañamiento del agregado comercial, Francisco José Alfonso Aguirre, el analista de mercado, Ergun Amasyali, así como los becarios de la oficina. Se mantuvieron entrevistas con las empresas participantes y se ofrecieron los servicios de la OFECOMES.

El pabellón incluyó a siete empresas españolas. En el conjunto todas ellas se mostraron satisfechas con el nivel profesional de la feria, la calidad de los contactos y la organización. Sin embargo, apuntaron a los problemas con los montadores del stand, contratados por JOYEX, y que no terminaron su tarea. Esto supuso un retraso en la apertura de los stands, que tuvieron que ultimarse el mismo día de la inauguración de la feria y provocó que las empresas abrieran al público con varias horas de retraso. En cualquier caso se mostraron satisfechas

con el desarrollo posterior, aunque algunas de las empresas presentes esperaban una mayor afluencia de visitantes. Las empresas participantes fueron: Enric Torres; Arla; Art Metal Fusion; Candela; Chaymo; Rafael Guijo; Ramon.

Entre los motivos que explican la presencia de estas empresas en la feria es el interés por conocer el mercado turco y las posibilidades de negocio que ofrece, con la intención de diversificar sus áreas de operación ante un descenso en las ventas. Es el caso de **Enric Torres**, que participó en la feria por primera vez y trabaja con esmaltes inspirados en el *art nouveau*. El objetivo era descubrir las posibilidades de un nuevo mercado, esto es, oportunidades para abrir nuevos puntos de venta ante el descenso de ventas que la empresa ha notado en su mercado habitual, los Estados Unidos, provocado, en parte y según Enric Torres, por la fortaleza del euro. La mayoría de las ventas en el exterior de dicha empresa se registran en los EE.UU., de allí que a través de Turquía pretendan acceder al mercado ruso y al de las antiguas repúblicas soviéticas. También **Arla**, que participaba por primera vez en la feria, pretendía conocer el mercado turco y aunque a nivel profesional estaban satisfechos mostraron sus quejas en cuanto a la desorganización en los transportes y la afluencia de visitantes. La empresa **Candela** también se mostraba satisfecha con la calidad de los contactos establecidos.

En el caso de **Chaymo**, que participaban por segundo año en el evento, destacaron la importancia y potencia de la feria. Entre los motivos que explican su presencia en Istanbul Jewelry Show están la proyección al exterior y promoción de marca e imagen. Además del interés por conocer el mercado turco, las oportunidades que ofrece y la cabida que su producto puede tener en éste. También la empresa **Ramon** participaba por segunda vez en la feria y consideraron que en esta 26ª edición había menos visitantes que en la edición anterior y que algunos aspectos de logística y organización deberían mejorarse, entre éstos, puesta en marcha del stand y transporte del hotel al recinto ferial.

### 4.3. RECOMENDACIONES

Es importante prestar atención a la presentación del stand y los productos exhibidos, puesto que los expositores son muy numerosos y prestan especial atención a la imagen y exponen los productos con creatividad, originalidad y estilo, de manera que la competitividad en cuanto a imagen es considerable.

Debería incrementarse la promoción en España de esta feria para lograr una mayor participación de empresas españolas en ella, a la par que la participación de éstas en el evento debería aprovecharse para incrementar la promoción del sector de la joyería español y potenciar la imagen-país. Una mayor presencia de empresas españolas permitiría una mayor capacidad de negociación frente a la organización ferial y entre otras, podrían conseguir mejores localizaciones de los stands.

## 5. ANEXOS

### **ENRIC TORRES**

Barcelona central

238 Republica Argentina

Barcelona 08023

[www.enrictorresjeweler.com](http://www.enrictorresjeweler.com)

[barcelona@enrictorresjeweler.com](mailto:barcelona@enrictorresjeweler.com)

Producto: esmaltes inspirados en art nouveau

### **CANDELA**

Ciudad de Barcelona, 36

Fuente del Jarro

Paterna (Valencia) 46988

[www.candela.es](http://www.candela.es)

### **RAMON**

La Gleva 34

Barcelona 08006

Tfn: +34 93 434 30 00

Fax: +34 93 434 30 01

[www.ramon.es](http://www.ramon.es)

[ramon@ramon.es](mailto:ramon@ramon.es)

Producto: joyería de oro

**CHAYMO S.A.**

Av. Cardenal Herrera Oria 65

Edificio Guadalcanal

28034 Madrid

Tfn: +34 91 358 04 38

Fax: +34 91 358 01 70

[www.chaymo.com](http://www.chaymo.com)

Producto: Piedras y perlas

**ARLA**

(34) 933 307 351

(34) 933 308 959

[www.arla.es](http://www.arla.es)

Producto: perlas

**ART METAL FUSION**

Crta de Liria, 18 bajos

46100 Burjasot (valència)

Tel: (34) 96 390 66 88

Fax: (34) 96 390 66 94

Producto: joyería

**RAFAEL GUIJO**

Crta Palma del Rio Km. 3,5 Fase 4. Modulo 2. Fabrica 30 Córdoba

Tel: (34) 957 480 659

Fax: (34) 957 481 251

[www.ragui.com](http://www.ragui.com)

e-mail: [ragui@ragui.com](mailto:ragui@ragui.com)

**JOYEX Asociación española de fabricantes de joyería**

Spanish Association of Jewellery Manufacturers

Muntaner 200 6-4

08036 Barcelona

## ISTANBUL JEWELRY SHOW 2008

---

Tfn: +34 93 416 12 10

Fax: +34 93 415 23 50

[www.joyex.com](http://www.joyex.com)

Organizadora de la feria: **ROTAFORTE International Trade Fairs&Media**

Nuruosmaniye Cad. 77 Orient Center K:7 D:706 Cagaloglu 34120 Istanbul (TURKEY)

Tlf: +90 212 519 07 19

Fax: +90 212 513 30 38

[www.rotaforte.com](http://www.rotaforte.com)

[info@rotaforte.com](mailto:info@rotaforte.com)



ICEX