

NIEUWE DYNAMIEK OP DE BIJORHCA PARIS

Kerncijfers januari 2017

- > **Bijna 400** exposanten en merken
 - >> **50%** internationaal
 - >> **30** nationaliteiten
- > **12 168** inkopers
 - >> **30%** internationaal
 - >> **90** nationaliteiten
- > **2** trendruimtes
- > **22** conferenties
- > **2** exposities



De vakbeurs BIJORHCA PARIS, van 20 t/m 23 januari jl, werd gekenmerkt door de aanstelling van de nieuwe beursmanager Aude Leperre, die de vakbeurs een nieuwe dynamiek heeft gebracht. Het beursdecor kreeg een nieuw ontwerp, de gerenommeerde Fashion Trends werden herzien en nieuwe talenten en studenten van internationale modeopleidingen stonden speciaal in de belangstelling. Tenslotte organiseerde de vakbeurs een vernieuwend conferentiecycclus met de start van een 3D paviljoen. Ondanks de aanhoudende moeilijke economische context zijn de bezoekersaantallen en -kwaliteit van de BIJORHCA PARIS stabiel gebleven ten opzichte van de vorige (januari-)editie. Het aantal Nederlandse bezoekers steeg echter met 18%, een verheugende ontwikkeling.

Een onmisbaar vakevenement met een transversaal aanbod

Tijdens de afgelopen beurseditie verzamelde de BIJORHCA PARIS opnieuw de marktleiders van de sieradenbranche met bijna 400 exposanten en merken die er hun collecties presenteerden. De internationale spelers, afkomstig uit ruim 30 landen waaronder Braziliaanse en Zuid-Afrikaanse paviljoens, vertegenwoordigden 50% van het totale beursaanbod.

Op het nieuwe 3D paviljoen van de BIJORHCA PARIS, gelegen in de sector Elements, konden bezoekers terecht voor het ontdekken van creatieve en economische uitdagingen die spelen in de huidige technologische revolutie van de sieradenindustrie.

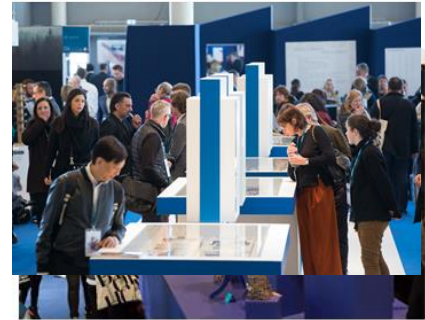
Volop inspiratie en trends

Aanvullend op het productaanbod werden de bezoekers verwelkomd in de twee gerenommeerde trendruimtes van de beurs, gerealiseerd door het stylingbureau Elizabeth Leriche:

- De Fashion Trends met inspiratie rondom vier krachtige thema's, gerestyled en aangevuld met educatief advies op het gebied van merchandising en etalages.
- De Precious Gallery voor het ontdekken van de belangrijkste producten van de sector waardevolle sieraden.



Daarnaast vormde het nieuwe conferentieprogramma dé gelegenheid voor vele professionals om advies en informatie te vinden of ervaringen te delen. Deze vormde een groot succes met thema's zoals social media of visual merchandising met de 3D printer, de laatste trends en tenslotte ook over de geschiedenis van sieraden.



Ontwerpen van studenten van de Europese opleidingen LISAA en Köln International School of Design in Keulen, en de prijswinnaars van de wedstrijd op het Chall'Angel platform, werden tentoongesteld op een speciale locatie, gelegen voor de VIP/Persruimte van de BIJORHCA PARIS.



Tenslotte werden beursbezoekers uitgenodigd om kennis te maken met Stella Cadente, de nieuwe artistiek directeur van de vakbeurs, in de vorm van de expositie *'Il était une fois... Stella Cadente'*, een lounge ruimte met de naam *'Boîtes à Merveilles'*, bestaande uit 4 ruimtes rijk aan zintuigelijke ervaringen en tenslotte de vormgeving van de VIP/Persruimte georganiseerd in samenwerking met Maisons du Monde.

Hoge bezoekerskwaliteit voor een concreet en kansrijk zakelijk trefpunt

De afgelopen beurseditie van de BIJORHCA PARIS verwelkomde bezoekers uit alle continenten en telde 12.168 deelnemers waarvan 30% internationaal, waarbij uit Europa met name bezoekers uit België, Spanje, Italië het best vertegenwoordigd waren. Op internationaal niveau werd Japan goed vertegenwoordigd, evenals Rusland, dat voor het eerst in de top 10 van de bezoekerslanden staat. Nederland kent ook een stijgende lijn van het bezoekersaantal (+18%!) en staat nu op een 9^{de} plaats van de bezoekerslanden.

De meerderheid van de bezoekers wordt nog altijd gevormd door retailers, ontwerpers en conceptstores. Eveneens kwamen er meer fabrikanten op zoek naar furnituren, machines en diensten.

Grote veranderingen voor de september editie

Ook voor de volgende beurseditie in september staan weer vele noviteiten op het programma, te beginnen bij een nieuwe visuele identiteit die wordt toevertrouwd aan het artistieke duo Stella Cadente en Florian Claudel.

Het team van de BIJOHRCA PARIS wil haar kwalitatieve ontwikkeling voortzetten in de vorm van rondetafelgesprekken, die sinds oktober jl. zijn gestart, met deelname van meer marktspelers om beter

te kunnen inspelen op de vraagstukken uit de markt. Eveneens wordt het communicatiebeleid aangepast, met een gerichte strategie, met name op digitaal niveau en voor een groter bereik.

Door grotere naamsbekendheid en zichtbaarheid gericht op het bijeenbrengen van nieuwe inkopers, onderstreept de BIJORHCA PARIS haar positie als toonaangevend trefpunt voor de Franse en internationale markt. De ontwikkeling van een Top buyers programma en de presentatie van een compleet en kwalitatief aanbod voor bezoekers op zoek naar nieuwe trends, vormen belangrijke uitgangspunten van de organisatie. Tenslotte zal de vakbeurs opnieuw worden ingedeeld om nieuwe onderdelen te kunnen toevoegen aan de sector Elements en ter vereenvoudiging van de bezoekroute.

Aude Leperre, Beursmanager:

“ Ik ben uiterst tevreden met mijn nieuwe rol als beursmanager en met de resultaten van deze eerste beurseditie. Een vakbeurs moet de markt weerspiegelen. We zijn alweer actief bezig met de september editie die ongetwijfeld veel veranderingen met zich zal meebrengen om nog beter op deze snel evoluerende markt te kunnen inspelen. ”



De aankomende beurseditie van de Bijorhca vindt plaats van 8 t/m 11 september 2017 in het expositiecomplex Paris Porte de Versailles (Hal 5)

Noot voor de redactie:

Dit is een persbericht van Promosalons Nederland, de Nederlandse vertegenwoordiging van Franse vakbeurzen. Voor meer (pers)informatie kunt u contact opnemen met: Promosalons Nederland, Tolstraat 127, 1074 VJ Amsterdam, ☎ 020-4620020, ✉ info@promosalons.nl. Contactpersonen: Coen Rosdorff en Marjolein Rienderhoff.

Perscontact in Frankrijk: Philippe Benaïcha, T. +33 (0)6 60 60 03 96 | presse.bijorhca@rsvip.fr

De site www.bijorhca.com heeft een aparte persrubriek voor het downloaden van de laatste persberichten, foto's en logo's

