

NOUVELLE DYNAMIQUE SUR BIJORHCA PARIS

Les chiffres clés de janvier 2017

- > **Près de 400** exposants et marques
 - >> **50%** d'internationaux
 - >> **30** nationalités
- > **12 168** acheteurs
 - >> **30%** d'internationaux
 - >> **90** nationalités
- > **2** espaces tendances
- > **22** conférences
- > **2** expositions



Le salon BIJORHCA PARIS a fermé ses portes le lundi 23 janvier. Le rendez-vous des professionnels du bijou a été marqué par la nomination d'Aude Leperre à la direction du salon, qui a permis d'insuffler une nouvelle dynamique. La scénographie a été totalement repensée, l'incontournable Fashion Trends revisité, et les jeunes talents et étudiants d'écoles de modes internationales ont été mis à l'honneur. Le salon a également battu son plein autour d'un programme de conférences rythmé et innové en lançant un village 3D.

En termes de visitorat, fréquentation et qualité sont stables, avec un nombre d'acheteurs équivalent à celui de l'édition de janvier dernier, malgré un contexte économique toujours difficile.

Une offre transversale qui en fait un événement indispensable

BIJORHCA PARIS a rassemblé, une fois de plus, les leaders de la bijouterie avec **près de 400 exposants et marques** venus présenter leurs collections. Les internationaux étaient au rendez-vous et représentaient 50% de l'offre avec **plus de 30 nationalités** présentes et des pavillons brésilien et sud-africain.

BIJORHCA PARIS a également innové en lançant un **village 3D** au sein d'Elements avec un espace d'échanges et de démonstrations. Celui-ci a permis aux visiteurs de découvrir les enjeux créatifs et économiques de cette révolution technologique pour le secteur de la bijouterie.

Contact Presse : Philippe Benaïcha | +33 (0)6 60 60 03 96 | presse.bijorhca@rsvip.fr

Contact visiteurs : +33 (0)1 47 56 52 82 | info@bijorhca.com

www.bijorhca.com

Un contenu riche pour puiser l'inspiration et décrypter les tendances

Pour compléter l'offre produits, les visiteurs ont pu découvrir les **deux espaces tendances du salon, réalisés par le bureau de style d'Elizabeth Leriche**, devenus de grands incontournables sessions après sessions.

- **Le Fashion Trends** pour inspirer les acheteurs autour de quatre thèmes forts a été revisité pour leur dispenser des conseils didactiques en termes de merchandising et vitrines.
- **La Precious Gallery** pour repérer les pièces phares du secteur précieux.

Le salon a aussi été l'occasion pour de nombreux professionnels de retrouver des conseils, informations et partages d'expériences avec le **nouveau programme de conférences**. Ce dernier a rencontré un grand succès, couvrant des thèmes allant des réseaux sociaux au visual merchandising à l'imprimante 3D, en passant par les tendances mais aussi l'histoire du bijou.

Les **étudiants des écoles européennes LISAA et Köln International School of Design à Cologne**, ainsi que les **lauréats du concours lancé sur la plateforme Chall'Angel** se sont par ailleurs vu offrir une place d'honneur pour exposer leurs réalisations devant l'espace VIP / Presse.

Enfin, **Stella Cadente**, nouvelle directrice artistique du salon, a invité les visiteurs du salon à se plonger dans son univers avec l'exposition qui lui était dédiée dans l'allée centrale « Il était une fois... Stella Cadente », ainsi que sur l'espace Lounge avec 4 boîtes expérientielles ou encore l'agencement de l'espace VIP / Presse en partenariat avec **Maisons du Monde**.

Des visiteurs qualifiés pour un rendez-vous business, concret et porteur

BIJORHCA PARIS séduit tous les acteurs du secteur et attire des visiteurs de tous les continents. La présence d'acheteurs français et internationaux conforte les organisateurs dans leurs choix stratégiques pour redynamiser l'événement.



Le salon compte ainsi 12 168 participants lors de cette édition dont 30% d'internationaux parmi lesquels figurent en tête la Belgique, l'Espagne, l'Italie au niveau Européen. Le Japon a été bien représenté au niveau international, ainsi que la Russie qui fait son entrée dans le Top 10 des pays les plus représentés par les acheteurs.

Détaillants, créateurs, concept-store constituent toujours la majorité des visiteurs du salon. On observe aussi, malgré une offre précieuse historiquement plus importante en septembre, que les détaillants HBJO sont venus plus nombreux. Les fabricants à la recherche de fournitures, machines, et services dans le cadre de leur activité gagnent par ailleurs 3 places.

Une édition de septembre résolument différente

Le salon prévoit son lot de nouveautés pour la prochaine édition ! A commencer par une **nouvelle identité visuelle** forte et dynamique en lien avec la Direction Artistique confiée au **duo créatif de Stella Cadente et Florian Claudel**.

L'équipe BIJOHRCA PARIS souhaite aussi renforcer sa **démarche qualitative** en enrichissant les tables rondes qu'elle a initiées en octobre dernier en interrogeant davantage d'acteurs du marché afin de mieux répondre à leurs problématiques. Elle envisage par ailleurs d'adapter son plan de communication en affinant sa stratégie, notamment digitale, et en élargissant son périmètre actuel.

En augmentant sa notoriété et sa couverture pour réunir de nouveaux acheteurs, BIJOHRCA PARIS veut confirmer sa position de **référence sur le marché français**. Elle s'attache à développer un **programme Top acheteurs** et délivrer un contenu riche et de qualité pour les visiteurs à la recherche de nouvelles tendances. Enfin, le plan du salon sera également totalement revu pour y accueillir de nouveaux corps de métier sur Elements, et faciliter le parcours d'achat des visiteurs.

Aude Leperre, Directrice du salon :

“ Je suis ravie d'avoir repris la direction de ce salon et des résultats de cette première édition. Un salon se doit d'être le reflet de son marché. Aussi travaillons-nous déjà activement sur l'édition de septembre qui fera sans nul doute une réelle différence pour encore mieux nous adapter à ce marché en pleine évolution. ”



A propos de REED EXPOSITIONS FRANCE - www.reedexpo.fr

Présent sur 20 secteurs d'activité, avec 50 salons leaders dont Batimat, EquipHotel, IFTM-Top Resa, Expoprotection, Pollutec, Midest, SITL, Yachting Festival, Maison & Objet*, Fiac, Paris Photo... et 51 sites internet, Reed Expositions apporte à ses clients les contacts, les contenus et les réseaux pour accélérer leur développement. Plus de 24 000 entreprises et 1,43 million d'acheteurs français et étrangers sont clients de ses événements.

Reed Expositions fait partie du groupe Reed Exhibitions, premier organisateur mondial de salons et leader sur le marché français avec plus de 60 manifestations et 2 filiales, Reed Expositions France et Reed Midem.

*organisé par SAFI, filiale de Reed Expositions et d'Ateliers d'Art de France



Prochain rendez-vous

du 8 au 11 septembre 2017

Pavillon 5 | Paris de Versailles