



## Intergift e Bisutex più internazionali Intergift & Bisutex more international

**L**a 51ª Settimana Internazionale del Regalo, della Gioielleria e della Bigiotteria, svoltasi dal 14 al 18 settembre alla Fiera de Madrid, ha riunito oltre 2000 aziende sulla maggior superficie espositiva di tutta la sua storia (104.456 m<sup>2</sup>). 92.755 professionisti (63.618 per *Intergift* e *Bisutex*, 29.137 per *Iberjoya*) hanno visitato questa edizione che, ancora una volta, ha evidenziato la sua capacità di richiamo per il settore dei beni di consumo.

### Fiera più internazionale

Ad *Intergift* e *Bisutex* la partecipazione diretta di imprese estere è aumentato rispettivamente del 12,8% e del 37,93%. La Settimana nel suo insieme ha registrato oltre 5000 acquirenti da 79 paesi, in particolare da Portogallo, (54%), Italia (7,6%) e Francia (5,6%).

Le proposte sono state principalmente rivolte all'ambiente autunnale e al Natale: decorazioni dalle linee eleganti, calde, confortevoli e allo stesso tempo pratiche e funzionali. Accanto all'arredamento e ai pezzi ausiliari, *Intergift* ha presentato numerose soluzioni provenienti dai settori tessile, illuminazione, accessori, ecc.

La maturità del mercato richiede un flusso costante di idee, i cui migliori alleati sono il design e il senso di opportunità. Così lo hanno inteso le imprese espositrici delle grandi aree di *Intergift* dedicate al regalo informale, alla fantasia, al regalo promozionale, al

licensing, ai giocattoli, ecc, che hanno presentato una selezione di articoli dotati di grande immaginazione e qualità.

### Bisutex: novità e tendenze

*Bisutex* ha mostrato un contenuto innovativo, con numerosi articoli pienamente identificati con le correnti del momento e con le nuove linee proposte per l'autunno/inverno 2006-2007. In particolare, nella sezione *Espacio de Tendencias* sono stati messi in rilievo design, colori ed elementi protagonisti delle collezioni della prossima stagione. Cinque pezzi a scala gigante (una borsetta, un portafoglio, una collana, un orologio, un fazzoletto) hanno ricreato le linee di disegno e i bagni in metallo (bronzo, argento e oro) proposti per la stagione autunno/inverno.

Fra le altre tendenze di rilievo vi sono state la bigiotteria in argento, i disegni ad ispirazione etnica, col trionfo di materiali organici e pietre semipreziose.

**T**he 51st edition of International Gift, Jewellery and Fashion Jewellery Week, from 14th to 18th September at Fiera de Madrid, brought together more than 2,000 companies and presented the largest exhibition area in its history (104,456 m<sup>2</sup>). 92,755 professionals (63,618 for *Intergift* and *Bisutex*, 29,137 for *Iberjoya*) visited this edition, which once again revealed the event's growing penetration within the consumer goods market.

### A more international show

At *Intergift* and *Bisutex*, direct participation of foreign companies witnessed respectively an increase of 12.8% and 37.93%. The Week as a whole was visited by more than 5,000 buyers from 79 countries, especially Portugal (54%), Italy (7.6%) and France (5.6%).

The exhibits focused mainly on the autumn and Christmas seasons. A series of elegant,

warm and convenient lines also presented practical and functional qualities. Alongside furniture and numerous auxiliary items, *Intergift* presented an infinite range of ideas under the headings of textiles, lighting, accessories, etc..

The maturity of this market requires constant innovation and new ideas, accompanied by good design and a favourable opportunity. This much was clear from judging the exhibitors in the extensive sections devoted to informal gifts, imagination, promotional gifts, licensing, toys, etc., which presented original and highly quality and imaginative items.

### Bisutex: novelties and trends

*Bisutex* presented an innovative exhibition based on an extensive range of items designed in accordance with current trends and the new lines proposed for Autumn/Winter 2006-2007. The Trends Showcase featured all the designs, colours and items that will be playing a prominent role in next season's collections. Five items (a bag, a wallet, a necklace, a watch and a scarf) designed on a gigantic scale were created to present the design approach and the metallic finish of these products (bronze, silver and especially golden) for Autumn/Winter.

Other trends were fashion jewellery pieces made of silver, the designs with ethnic flavour, and the success of organic materials and semi-precious stones.

