

Polska



Relacja z polskiego stoiska
narodowego na targach
biżuteryjnych w Indiach

2018-08-29 16:24:55



W dniach 9-13 sierpnia 2018 r. odbyła się w Mumbaju 35. edycja targów biżuterii pt. India International Jewellery Show (IJS). Jest to jedna z największych, cyklicznych imprez tego typu w regionie. Stanowi ona platformę wymiany wiedzy, kontaktów oraz najnowszych trendów m.in. z zakresu kamieni szlachetnych, kruszców, dóbr couture, czy także masowej produkcji biżuterii.



W olbrzymim Bombay Exhibition Center znalazło się ponad 2000 stoisk wystawienniczych reprezentujących ponad 80 krajów. Polska Agencja Inwestycji i Handlu wraz ze stoiskiem informacyjno-promocyjnym zlokalizowana została w Hali 2 w otoczeniu czołowych polskich producentów biżuterii z bursztynu bałtyckiego.

Polski bursztyn wywołał niemałe zaciekawienie wśród hinduskich odbiorców. Surowiec ten nie jest powszechnie znany na subkontynencie, dlatego tak istotna jest jego promocja. Odwiedzający podziwiali jego ciekawą barwę, a także lekkość i możliwości szerokiego zastosowania w przemyśle jubilerskim.



Ekspert branżowy p. Wojciech Mysiara w wywiadzie dla mediów branżowych

Obecność PAIH na najważniejszych targach branżowych w Indiach jest kluczowa. Z jednej strony to wsparcie naszych wystawców, a z drugiej to wyraźny sygnał, że Polska jest globalnym graczem w branży jubilerskiej. Taka obecność tworzy atmosferę zaufania i prestiżu oraz przygotowuje grunt do przyszłej współpracy – przyznał Wojciech Mysiara, ekspert branżowy.

Targi w Mumbaju obfitowały w bardzo bogate kolekcje głównie złoto 18K z brylantami i kamieniami kolorowymi. Tradycyjna stylistyka i wzornictwo bardzo odbiegają od tej którą znamy w kulturze zachodniej.



Polskie stoisko narodowe podczas targów India International Jewellery Show.

Na podstawie obserwacji i rozmów przeprowadzonych podczas targów odnoszę wrażenie, że stylistyczne nawiązanie czy ponowna interpretacja lokalnej estetyki mogłaby doprowadzić do komercyjnego sukcesu. Owszem nasz design jest atrakcyjny, ale raczej jako produkt niszowy. Aby produkt mógłby stać się masowym powinien uwzględniać miejscowe preferencje. W mojej ocenie jedynie długofalowa i przemyślana strategia promocji, uwzględniająca odmienną kulturę Indii ma szansę powodzenia. – dodał Mysiara.

U podstaw wierzeń hinduskich leży mistycyzm i ezoteryka, które często odwołują się do wróżbiarstwa i horoskopów gdzie bursztyn również zajmuje charakterystyczne miejsce. Hindusi wierzą w jego lecznicze i oczyszczające moce. Nie należy lekceważyć tego aspektu, ponieważ może okazać się to kluczem do otwarcia tak wielkiego rynku.



Konferencja prasowa z udziałem mediów i przedstawicieli polskich firm.

Tradycyjnie na polskim stoisku wydzielone zostało miejsce do spotkań b2b dla przedstawicieli polskich firm oraz ich kontrahentów. Odbywały się na nim również rozmowy z przedstawicielami mediów branżowych, którzy poszukiwali informacji na temat polskiego sektora biżuterii i bursztynu. Stoisko odwiedzili również obecni przedstawiciele instytucji edukacyjnych czy laboratoriów gemmologicznych. „Wszyscy oferowali gotowość i pomoc w promocji bursztynu i polskiego designu, wskazując jednocześnie że zaangażowanie polskiego rządu w promocję to bardzo dobry kierunek” – podkreślił ekspert branżowy Wojciech Mysiara.

Zorganizowany został także briefing dla prasy, w którym uczestniczyli zaproszeni goście m.in. Pan Damian Irzyk - Konsul Generalny RP w Mumbaju, Pani Ada Dyndo - Kierownik Zagranicznego Biura Handlowego PAIH w Mumbaju, czy Pani Anna Kalata - Wiceprezes Indyjsko-Polskiej Izby Gospodarczej.

Polskie stoisko narodowe na targach w Mumbaju zostało zorganizowane przez PAIH w ramach realizacji programu promocji branży Moda Polska w ramach poddziałania 3.3.2: Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój.



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO
ROZWOJU**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego