

LUXURY MARKET

calidad y exclusividad

Por primera vez en todo el Estado español, una feria ha reunido a lo más selecto de las marcas que rodean el lujo. Se trata del Luxury Market, un punto de encuentro entre los productos más caros y exclusivos y un público amante de la elegancia y la calidad. Un gran evento social que reunió a lo más selecto en el Castell de Peralada entre el 14 y el 15 de mayo.

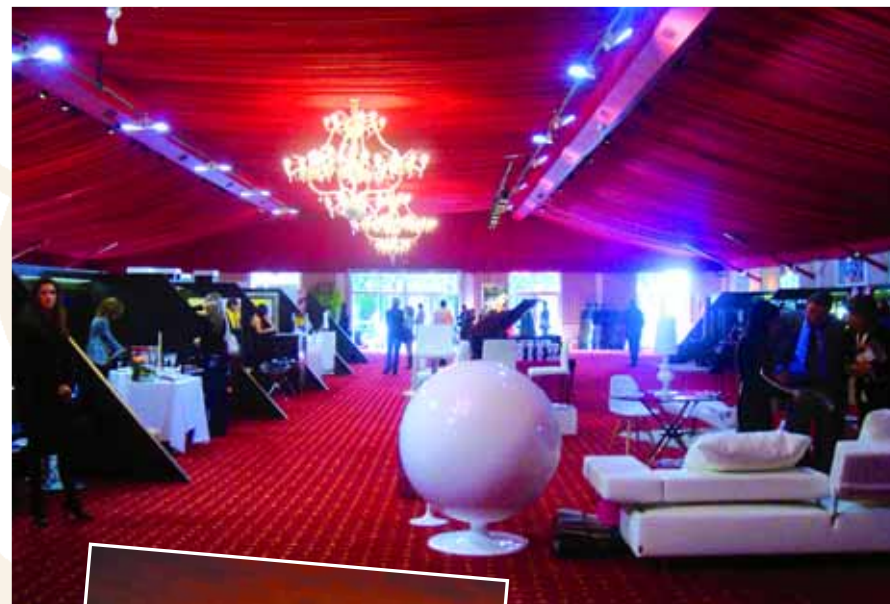
Con este marco incomparable, los expositores revalorizaban, aún más si cabe, la exclusividad de sus productos. Desde joyas, porcelanas, coches de alta gama o muebles selectos hechos a medida. El Luxury Market es, como opina la empresa organizadora Dajuca Events, "la sintensis del mercado de gran calidad para un público de alto nivel adquisitivo".

Más de 40 marcas exclusivas se repartieron por los más de 3.000 metros cuadrados de exposición en esta primera edición del Luxury Market, instalada en los jardines del Castell de Peralada.

El mercado del lujo y la exclusividad está ganando cada día más adeptos y la celebración de ferias como Luxury Market ponen de relieve el movimiento de un sector que no para de crecer a pesar de la crisis.

Empresas como Alvo y sus espectaculares piezas de marfil y piedras preciosas; marcas como Aston Martin, Bentley, Jaguar, Ferrari, Maserati o Range Rover; aviación exclusiva, como la que representa la empresa corporatejets XXI o joyas exclusivas de Bvlgari, Chopard, Carrera & Carrera, Montblanc o Vertru pusieron el brillo a una edición muy especial del Luxury Market. El éxito promete nuevas ediciones aún más espectaculares.

De acuerdo con un estudio elaborado por la empresa Bain & Company publicado en diciembre de 2007, el lujo mueve más de 159.000 millones de euros y Europa es el primer mercado de artículos de lujo, a pesar de la incidencia notable de los países ubicados en la zona de Asia y el Pacífico. En este sentido, China lidera el mercado asiático, con un crecimiento del 30% en el último año, seguida de la India con un crecimiento del 25% y Taiwán, Singapur y Corea, con crecimientos y funda-



“ EL MERCADO DEL LUJO Y LA EXCLUSIVIDAD ESTÁ GANANDO CADA DÍA MÁS ADEPTOS Y LA CELEBRACIÓN DE FERIAS COMO EL LUXURY MARKET PONEN DE RELIEVE EL MOVIMIENTO DE UN SECTOR EN ALZA QUE NO PARA DE CRECER ”

mentos sólidos.

Este informe llega a la conclusión de que la categoría de producto con un mayor crecimiento (15%) fue la de accesorios, seguida por las de ropa y joyería/relojería, con un 10% cada una.

Por otro lado, la indumentaria para hombre tuvo un rendimiento superior al del mercado y acumuló una participación cada vez mayor del mercado de artículos de lujo. El 95% del crecimiento en esta categoría procedió de Estados Unidos y Europa.

En este mercado de crecimiento de los artículos de lujo, Dajuca Events ha sido la primera empresa que ha visto claro las oportunidades de este sector y decidió organizar el Luxury Market, una cita que, como explican Daniel Tulsà, Joan Cabrillana y Carles Sanz, 'alma maters' de Dajuca Events, ha sido "una apuesta empresarial que ha nacido para revolucionar el mundo de los eventos comerciales y exclusivos". Con Luxury Market el objetivo ha estado claro: "dirigirnos a un público con clase que busca la excelencia y no recuencia a consumir lo mejor".

Ésta es la premisa que ha diferenciado Luxury Market de otras ferias del sector. Un ambiente acogedor, música en directo, marcas exclusivas... una auténtica cita social que, con seguridad, creará un precedente a seguir. ➔



►
Un ambiente acogedor, música en directo, marcas exclusivas... una auténtica cita social que tuvo como escenario los jardines del Castell de Peralada.

