

Vender, vender, vender

CÓMO APOYAR A LA INDUSTRIA DESDE LA CREACIÓN DE ENCUENTROS O, LO QUE ES LO MISMO, CÓMO CREAR FERIAS INTERESANTES EN UN SECTOR.



Ignasi Pérez Arnal, Industry Watcher / Director de contenidos del Congreso de REBUILD

Este número de *Nuevo Azulejo* coincide con una de las ferias más interesantes de Europa. Dentro de nuestro sector, existe en cada país europeo una feria dedicada al sector de la construcción. Cada una tiene un *approach* distinto y cubren un ámbito diferente. Batimat en Francia, BAU en Alemania, Tektónica en Portugal, SAIE en Italia, REBUILD en España... Unas dedicadas al sector en su totalidad o en subsectores más específicos, unas se celebran cada dos años o con frecuencia anual, otras son un conglomerado de salones que se unen a la vez. Pero todas, y más después de la pandemia, están reconsiderando su conversión digital. Este es uno de los temas que siempre tocamos en este espacio de la revista y las ferias no se escapan. Existe un interés continuo para encontrar la forma de establecer *matching* entre proveedores y compradores, entre divulgación y conocimiento. Como ventajas encontramos el hecho de poder alargar antes y después el calendario del encuentro o evitar el desplazamiento o tener una pre-visión de lo que será *in situ*. Pero quizás aún falta acelerar estos procesos.

Existen ferias de pequeñas dimensiones como ExpoConstruye en Jerez de la Frontera (Cádiz) que, recientemente nacida, ha doblado su capacidad y otras -de mayores dimensiones también- son citas prácticamente obligatorias: hay que ir cada año para saber lo que se cuece en los próximos años.

Este es el caso de Cersaie en el mundo de la cerámica. Pero no tanto porque sea una feria específica de la cerámica y acabados, sino porque los italianos -tan capaces de fusionar arquitectura con ingeniería constructiva y belleza ya desde los romanos- generan una feria de construcción como SAIE y otra de arquitectura y *contract* como Cersaie. De esta última es de la que nos vamos a ocupar por su coincidencia en el tiempo.

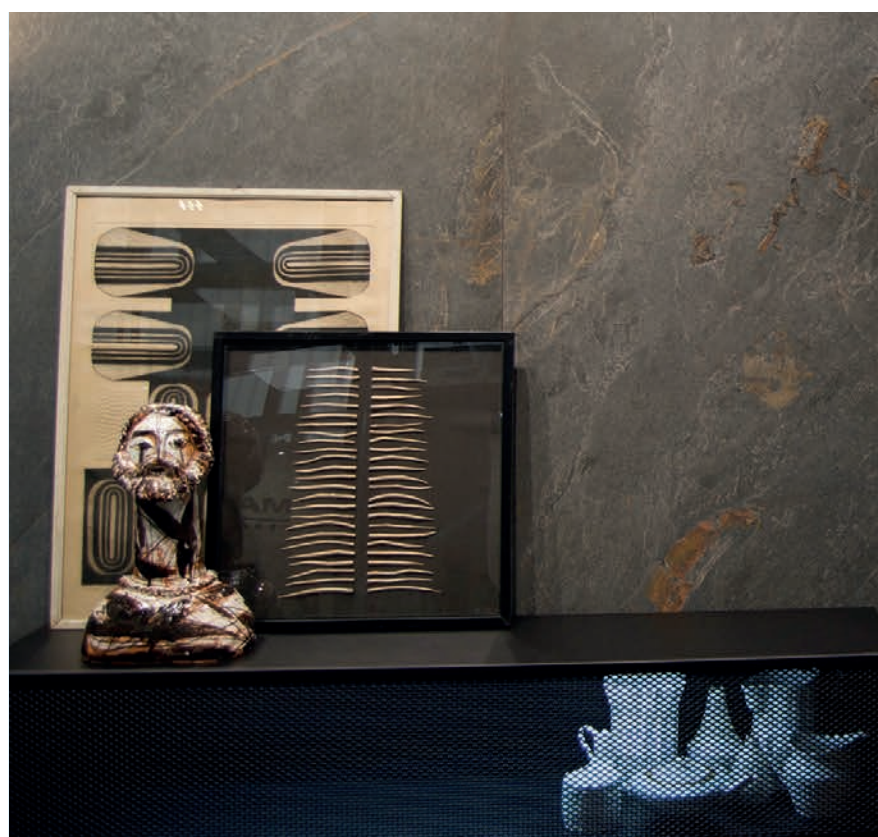
Esta es una feria creativa y dedicada al mundo cerámico donde cada año se desarrolla un programa distinto. Se observa la estrecha relación entre medios de comunicación y revistas -como *NA*, que es singular en nuestro país- pero que en Italia se cuentan por docenas e intervienen directamente en el programa de actividades. Son capaces de mezclar el proyecto arquitectónico, invitando a grandes firmas de arquitectos, con la Asociación de Chefs para "atacar" el ámbito de la cocina. Unen a arquitectos, ingenieros y proveedores con los instaladores sin ningún rubor y además con espacios para la formación técnica y profesional. ¡Incluso te ayudan a diseñar tu casa!

Debe de ser una de las razones por las que podemos concluir de la importancia de hacer las cosas bonitas (y no a buen precio) y de añadir tecnología y nuevos conceptos constantemente (en vez de conformarse con el "siempre se ha hecho

de esta manera"). Italia lo demuestra con una industria que produce un PIB un 30% mayor que el de España y una renta per cápita un 15% mayor que la española.

En el siglo XXI, para el redactor de este artículo es impensable, y realmente pienso que injustificable, poder ejercer bien la profesión de cualquiera de los perfiles y agentes que hemos comentado sin conocer las últimas propuestas, herramientas e innovaciones. Es de obligado cumplimiento tener intercambio con otros profesionales y, por esta razón, las visitas a las ferias son una de las mejores formas de hacerlo. Al menos, pongamos en nuestra agenda una al año.

Para escogerla, yo diría que los italianos, si algo han sabido hacer siempre, es fusionar culturas y extraer de esta fusión la mejor tecnología sin olvidar la estética. Y es que saben que la gente compra con los ojos, construye con las manos y paga con las tarjetas.



Sell, sell, sell

HOW TO SUPPORT THE INDUSTRY FROM THE CREATION OF MEETINGS OR WHAT IS THE SAME, HOW TO CREATE INTERESTING FAIRS IN A SECTOR.

Ignasi Pérez-Arnal, Industry Watcher/Content Director of the REBUILD Congress

This issue of **Nuevo Azulejo** coincides with one of the most interesting fairs in Europe. Within our sector, there is in each European country, a fair dedicated to the construction sector. Each one has a different approach and covers a different field. Batimat in France, BAU in Germany, Tektónica in Portugal, SAIE in Italy, REBUILD in Spain... Some are dedicated to the sector as a whole or to more specific subsectors, some are held every two years or annually, others are a conglomerate of shows that come together at the same time. But all of them, and more after the pandemic, are reconsidering their digital conversion. This is one of the topics that we always touch on in this article and the fairs do not escape. There is a continuous interest in finding a way to create a match between suppliers and buyers, between dissemination and knowledge. As advantages we find the fact of being able to extend the calendar of the event

before and after or avoid displacement or have a pre-vision of what will be in situ. But perhaps these processes still need to be accelerated.

There are little fairs like ExpoConstruye in Jerez de la Frontera (Cádiz, Andalusia, Spain), which has recently been born and has doubled its capacity, and others - with bigger dimensions too- are real musts: you should go every year to find out what's going on in the coming years. This is the case of Cersaie in the world of ceramics. But not so much because it is a specific fair for ceramics and finishes, but because Italians -so capable of merging architecture with constructive engineering and beauty since the age of Romans- have created a construction fair like SAIE and another for Architecture and Contract like Cersaie. It is the latter that we are going to deal with due to its coincidence in time.

This is one creative fair where a different program takes place every year. There is a close relationship between the media and magazines -such as Nuevo Azulejo, which is unique in our country- but which in Italy number in the dozens and are directly involved in the program of activities. They are able to mix the architectural project, inviting large architectural firms, with the Chefs Association to "attack" the field of cooking. They unite architects, engineers, suppliers with installers without any shame, and also with spaces for technical and professional training. They even help you design your house!

It must be one of the reasons why we can conclude of the importance of making things beautiful (and not at a good price) and of constantly adding technology and new concepts (instead of settling for "it has always been done this way"). Italy demonstrates this with an industry that produces a GDP 30% greater than that of Spain and a per capita income 15% greater than that of Spain.

In the 21st century, for the writer of this piece it is unthinkable, and I really think it is unjustifiable, to be able to carry out the profession of any of the profiles and agents that we have mentioned without knowing the latest proposals, tools, and innovations. It is mandatory to exchange with other professionals and, for this reason, visits to fairs are one of the best ways to do so. Let's put at least one a year on our agenda.

To choose it, I would say that if Italians have always known how to do something, it is to merge cultures and extract the best technology from this fusion without forgetting aesthetics. And they know that people buy with their eyes, build with their hands, and pay with credit cards.

