

Bilan

Le Hong Kong Gift and Premium Fair progresse encore et explore de nouveaux horizons



Le salon HKTDC du Cadeau et de l'Objet Publicitaire de Hong Kong n'a rien perdu de son gigantisme. La 27^e édition, qui s'est déroulée du 27 au 30 avril dernier au Centre de convention et d'expositions de Hong Kong a accueilli 4 112 exposants (38 de plus qu'en 2011) et 47 048 visiteurs, soit environ 1 000 de plus que lors de la session précédente.

D'année en année, cet événement s'impose comme le « hub mondial » du sourcing en objets promotionnels et cadeaux. Cette édition 2012 comprenait pas moins de 1 800 exposants étrangers, originaires de 35 pays. Ce sont principalement des entreprises venues de Chine et Taiwan, mais l'Europe était également représentée avec entre autres 20 exposants allemands, 19 britanniques, 12 italiens, 7 espagnols, 6 français et, pour la toute première fois au Hong Kong Gift and Premium Fair, une société venue de Suède.

En matière de produits, il apparaît que le silicone sous toutes ses formes est la grande tendance du côté des matériaux : on retrouve d'ailleurs des objets en silicone dans quasiment toutes les catégories du concours « Hong Kong Smart Gifts Design Awards ». Par ailleurs, les

accessoires autour du Smartphone et tablettes sont sans conteste le segment en plein essor. Ils avaient même leur zone dédiée au sein du salon : « iAccessories », un espace riche en idées nouvelles.

Autre tendance forte et qui ne date pas d'hier : celle des produits « green ». Ce segment continue de prendre de l'ampleur. Tous les objets conçus pour économiser de l'énergie, confectionnés à base de matériaux recyclés ou naturels étaient regroupés sur la mezzanine.

Quant au « Hall of Fine Designs », il concentrait les stands les plus hauts de gamme et attractifs. Sans surprise, on y retrouvait certains exposants fidèles de CTCO comme Plastoria, Xoopar, Xindao, PSL et Prodir.

Parmi les nouveautés, les organisateurs avaient aménagé un espace dédié

aux « small orders », pour faciliter les commandes de faible volume, une tendance notable sur le marché. Des centaines de produits, dans toutes les familles de produits, y étaient présentés pour des commandes en toute petite quantité, avec les prix affichés pour faciliter les comparaisons.

Notons enfin quelques-uns des thèmes de conférences qui ont attiré un large public, soucieux de s'interroger sur les enjeux forts de la profession et du marché : « La sécurité des cadeaux promotionnels : exigences et tests », « Mode et bien-être : des opportunités de business porteuses »... Plus qu'une vitrine, le Hong Kong Gift and Premium Fair est indéniablement un des salons où vit et avance le marché mondial de l'objet promotionnel.

www.hktdc.com/hkgiftspremiumfair

