modaes.es

Guías

FERIAS Y PASARELAS DE MODA

16/17

Modaes.es Guías
Julio 2016
www.modaes.es

Modaes.es
Líder en información económica del negocio de la moda

Directora
Pilar Riaño

Redactor jefe
Custodio Pareja

Equipo redacción
Silvia Riera
Christian De Angelis
Amelia Pijuán
Iria P. Gestal

Redacción Latinoamérica
Martía Bertero

Contacto redacción
redaccion@modaes.es

Equipo comercial
Vanesa Luaces
Montserrat Luna

Contacto publicidad
comercial@modaes.es

Desarrollo de negocio
Christian De Angelis
Vanesa Luaces
Paula Robledo

Edita
Ripley Gestora de Contenidos, SL
Gran Via de les Corts Catalanes 646, 4º2ª
08007 - Barcelona
933 180 551

Diseño
Àxel Durana

Ilustraciones
María Martí

Modaes.es Premium
Conviértete en usuario Premium de Modaes.es para acceder a todas las publicaciones de Modaes.es y a los servicios del Espacio Premium

Suscríbete en
www.modaes.es/premium

Reservados todos los derechos. Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo cualquier método o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, la distribución de ejemplares del presente documento.

16 /17

MODAES.ES LA CABECERA LÍDER EN EL NEGOCIO DE LA MODA EN ESPAÑA

Modaes.es es el grupo editorial de referencia para el sector de la moda en España. Articulado en torno al diario online del mismo nombre, cabecera líder en información económica del negocio de la moda en el mundo de habla hispana, Modaes.es basa su desarrollo en ofrecer respuestas de calidad en información y servicios para los profesionales de un sector de gran importancia para la economía española.

Nacido a principios de 2009, el diario online Modaes.es (www.modaes.es) es una cabecera de ámbito económico que ofrece en tiempo real todas las noticias del negocio de la moda en España y en todo el mundo. Modaes.es ha logrado en base a la experiencia de un grupo de profesionales del periodismo económico, con un fuerte compromiso por la calidad y el rigor periodístico, convertirse en la referencia informativa para los líderes empresariales del sector. Lo avalan las miles de noticias publicadas, las exclusivas, los reportajes y los análisis que reciben mensualmente cerca de 600.000 páginas vistas de lectores de una gran influencia, así como más de 8.000 abonados voluntarios a su newsletter diario y los miles de seguidores en las redes sociales.

PRESENTACIÓN

SALIR AL EXTERIOR Y CRECER EN EL MERCADO INTERNACIONAL ES UNA ASIGNATURA OBLIGATORIA PARA LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS DE MODA. LA GUÍA MODAES.ES DE FERIAS Y PASARELAS DE MODA TIENE COMO MISIÓN AYUDAR A LAS EMPRESAS A ELEGIR DÓNDE HAY QUE ESTAR.

Más allá de los grandes grupos de distribución de moda existe un universo amplísimo de marcas que comercializan sus colecciones a través de establecimientos multimarca, grandes almacenes y markets place online. Todos estos canales continúan siendo herramientas excelentes para el desarrollo internacional de las empresas de moda.

Las ferias siguen defendiendo su protagonismo como punto de encuentro entre marcas y distribuidores con la voluntad de ser plataformas internacionales. El grueso de los salones son puertas de acceso para los mercados en los que tienen lugar y en su ámbito inmediato de influencia. Para muchas marcas, los salones son pistas de aterrizaje en mercados exteriores.

Los certámenes han ido cambiando con el tiempo, transformándose según el mercado y los vaivenes de la moda. El mapa de las ferias internacionales de moda no es estanco sino todo lo contrario: sus actores evolucionan y varían edición tras edición, algunos desaparecen y se establecen de nuevo para cubrir huecos en el mercado. Ya sea por motivos económicos, sociales, geográficos o políticos, las ferias modifican oferta, formatos, fechas o tiempos para adaptarse a las necesidades de expositores y visitantes.

La quinta edición de Guía Modaes.es de Ferias y Pasarelas de Moda, que se reedita cada año, ha sido creada con la voluntad de servir de apoyo a los profesionales del sector que deben tomar decisiones en torno al complejo panorama ferial internacional. En este sentido, las siguientes páginas pueden servir como una primera aproximación al panorama ferial mundial de la industria de la moda.

T
TEJIDOS E HILATURAS

Bangladesh Denim *p. 8*
Colombiatex *p.9*
Denim Première Vision *p.10*
Filo *p.11*
Interfilière *p.12*
Intertextile Apparel Fabrics *p.14*
Kingpins *p.15*
International Istanbul Yarn Fair *p.16*
Milano Unica *p.18*
Munich Fabric Start *p.19*
Modtissimo *p.20*
Pitti Filati *p.22*
Première Vision *p.23*
Spinexpo *p.24*
Stib *p.25*
Texworld *p.26*
The London Textile Fair *p.28*
Tissu Premier *p.29*

A
APROVISIONAMIENTO

All China Leather *p.32*
Apparel Sourcing *p.33*
Bstim *p.34*
Clothing Machinery *p.36*
Futurmoda *p.37*
Co-Shoes *p.38*
Hong Kong Fashion Week *p.40*
IM Intermoda *p.41*
India International Garment Fair *p.42*
India International Leather Fair *p.43*
Itma *p.44*
Lineapelle *p.45*
Maroc In Mode *p.46*
Techtextil + Texprocess *p.48*
The Sourcing Connection *p.49*

M
MODA

Capsule *p.52*
Chic Shanghai *p.53*
Centrestage *p.54*
CPM Moscú *p.56*
Colombiamoda *p.57*
Ethical Fashion Show *p.58*
Ispo *p.59*
Modefabriek *p.60*
Pitti Uomo *p.61*
Momad *p.62*
Magic Las Vegas *p.64*
Panorma *p.65*
Premium Berlin *p.66*
Pure London *p.67*
Tranoï *p.68*
Who's Next *p.70*

CA
CALZADO Y ACCESORIOS

Baselworld *p.74*
Bijorhca *p.75*
Expo Riva Schuh *p.76*
Couromoda *p.77*
Intergift *p.78*
Micam *p.79*
GDS *p.80*
Premier Classe *p.82*
Sapica *p.83*
FN Platform *p.84*

I
INFANTIL

Bubble London *p.88*
Kleine Fabriek *p.89*
Fimi *p.90*
Día Mágico by Fimi *p.92*
Pitti Bimbo *p.94*
Puericultura *p.95*
Playtime *p.96*

N
NUPCIAL

Barcelona Bridal Week *p.100*
New York International Bridal Week *p.101*
The London Bridal Show *p.102*
SI Sposaltalia *p.103*

ÍB
ÍNTIMO Y BAÑO

Gran Canaria Moda Cálida *p.106*
Mode City *p.107*
Salon Internacional de la Lingerie *p.108*

P
PASARELAS

080 Barcelona Fashion *p.112*
Haute Couture Paris *p.113*
London Fashion Week *p.114*
Mercedes-Benz Fashion Week Madrid *p.115*
New York Fashion Week *p.116*
Milano Moda Donna *p.117*
MF Show *p.118*
Semana de la Moda de París *p.119*

TEJIDOS E HILATURAS

Bangladesh Denim
p. 8

Colombiatex
p.9

Denim Première Vision
p.10

Filo
p.11

Interfilière
p.12

Intertextile Apparel Fabrics
p.14

Kingpins
p.15

International Istanbul Yarn Fair
p.16

Milano Unica
p.18

Munich Fabric Start
p.19

Modtissimo
p.20

Pitti Filati
p.22

Première Vision
p.23

Spinexpo
p.24

Stib
p.25

Texworld
p.26

The London Textile Fair
p.28

Tissu Premier
p.29

BANGLADESH DENIM EXPO
El denim de la A a la Z

Con tal solo dos años de trayectoria a sus espaldas, Bangladesh Denim Expo empieza a hacerse hueco en la agenda de los profesionales del denim. La feria asiática, que vio la luz en 2014, se cuela en el calendario internacional del sector, donde compite con Denim Première Vision o Kingpins.

TRAYECTORIA

La primera edición de Bangladesh Denim Expo, que tuvo lugar en noviembre de 2014, se erigió como un punto de encuentro entre los proveedores del denim y los profesionales del sector. El director gerente de la compañía Denim Expert Limited, Mostafiz Uddin, es el impulsor del certamen desde sus inicios. Bangladesh ha jugado un papel importante en el capítulo del denim y se ha consolidado con los años como uno de los principales productores del tejido vaquero de segmento medio, por detrás de China.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Bangladesh Denim Expo concentra en su oferta a todos los agentes de la cadena de aprovisionamiento del denim, desde tejedores hasta acabadores y talleres confeccionistas. Las compañías expositoras provienen de países como India, Pakistán o Tailandia, pero también de países europeos como España, Alemania o Italia.

EDICIÓN ANTERIOR

La pasada convocatoria de la feria, celebrada en abril, duplicó su número de asistentes respecto a la edición del año anterior. En total, 4.154 visitantes acudieron a la cita del denim, el grueso de los cuales eran representantes de más de 990 empresas de todo el mundo. En cuanto al número de expositores, en el certamen participaron 49 expositores procedentes de 13 países.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS, FORNITURAS, CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

DACCA, 8 A 9 DE NOVIEMBRE DE 2016
DACCA, ABRIL DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

INFO@BANGLADESHDENIMEXPO.COM

WEB

WWW.BANGLADESHDENIMEXPO.COM

COLOMBIATEX DE LAS AMÉRICAS
El textil de Latinoamérica se cita en Medellín

Colombiatex es uno de los principales eventos para el aprovisionamiento textil en Latinoamérica. En Medellín, la feria reúne una vez al año, a finales de enero, a empresas que representan los diferentes actores de la cadena de valor de la moda.

TRAYECTORIA

El certamen ha mantenido en los últimos años una evolución estable como punto de encuentro del sector en Latinoamérica. Su principal objetivo desde su fundación, en 1989, ha sido impulsar la industria local del textil y de la confección. Con el tiempo, el certamen ha ido ganando tamaño, pasando de los 120 expositores iniciales a los 500 que tiene actualmente.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El evento cuenta con la participación de compañías de la industria química, fabricantes y distribuidores de fibras textiles, hilados, tejidos, acabados, maquinaria textil y de confección y fornituras. La mayoría de las empresas participantes procede de Colombia y de otros países latinoamericanos, como México, Brasil, Ecuador o Perú. En cuanto al público internacional, el grueso de los profesionales que acuden al certamen proceden de los países de la Alianza del Pacífico: México, Chile y Perú, además de Ecuador y Venezuela.

EDICIÓN ANTERIOR

En enero de 2016, Colombiatex superó por primera vez el listón de los 500 expositores e incrementó un 12% la afluencia, hasta 21.300 visitantes. La cifra de compradores internacionales creció un 4%, hasta 1.770 profesionales. En cuanto a la participación extranjera, el 43% de los expositores son ya internacionales.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS, FIBRAS E HILADOS, FORNITURAS Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

MEDELLÍN, 24 A 26 DE ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

CATALINA RENDÓN JARAMILLO (DIRECTORA COMERCIAL)
CATALINA.RENDON@INEXMODA.ORG.CO
+57 4 6043 700 EXT. 160

CONTACTO PARA VISITANTES

CONTACTCENTER@INEXMODA.ORG.CO
+574 444 5086

WEB

COLOMBIATEX.INEXMODA.ORG.CO

DENIM PREMIÈRE VISION
El denim encuentra su sitio en Barcelona

Denim Première Vision es una feria de tejidos especializada en el segmento del denim. El salón se desmarcó desde un principio del calendario habitual de las ferias europeas textiles. La edición de invierno tiene lugar en noviembre y la de verano, en mayo. El motivo de estas fechas es la necesidad de adaptarse al ritmo de producción del mercado del jean, diferente al del prêt-à-porter y marcado sobre todo por las operaciones que requieren los lavados y acabados, que obligan a comprar antes los tejidos.

TRAYECTORIA

Première Vision puso en marcha este nuevo concepto de feria en 2007 en París con cincuenta expositores. Después de catorce ediciones, la feria abandonó la capital francesa para instalarse en Barcelona. El debut del certamen en la ciudad española en mayo de 2014 batió todas las expectativas. Sin embargo, en las últimas ediciones, la feria ha regresado al tamaño anterior a su desembarco en Barcelona.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El evento reúne cerca de un centenar de expositores en cada una de sus ediciones. El 50% de las empresas que participan en él procede de Turquía, Marruecos y Túnez. Desde que la feria se celebra en Barcelona, la presencia de empresas españolas ha aumentado y ya son nueve los expositores del país. Por otro lado, entre las compañías que acuden al evento se encuentran Diesel, Guess Jeans, G-Star, Valentino o Louis Vuitton, entre otros.

EDICIÓN ANTERIOR

En la convocatoria de marzo de 2016, Denim Première Vision bajó una marcha en Barcelona. El certamen reunió a un total de 3.803 visitantes, un 8% menos que en la edición de un año atrás. El salón contó en esta ocasión con 95 expositores, la mitad de ellos tejedores y tres cuartas partes procedentes de Europa y de la cuenca mediterránea.

ESPECIALIDAD

DENIM

PRÓXIMAS FECHAS

BARCELONA, 16 Y 17 DE NOVIEMBRE DE 2016
BARCELONA, MAYO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

MARIE-CLAIRE ANNEQUIN
+33 (0) 4 72 60 65 00
EXHIBITORS@DENIMBYPREMIEREVISION.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

JORGE TABOADELA
CMT ESPAÑA
933 435 510
CMTESPANA@PREMIEREVISION.COM

WEB

WWW.DENIMPREMIEREVISION.COM

FILO
Foro europeo de fibras e hilados en Milán

Filo se mantiene como la mayor feria europea de fibras e hilados. El certamen se celebra dos veces al año, en primavera (a finales de marzo) y en otoño (a finales de septiembre), en Milán, y está consolidado como un punto de encuentro de toda la industria.

TRAYECTORIA

La pérdida de peso de la industria textil en Europa y, en particular, de la hilatura, ha reducido el tamaño de este certamen, que en la últimas ediciones se ha celebrado en el Palazzo delle Stelline, en el centro de Milán. No obstante, Filo continúa siendo estratégico para el sector en Italia. El certamen acompañó en noviembre de 2015 a la feria italiana de tejidos Milano Unica en su debut en Shanghái.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

A pesar de que su público mayoritario son tejedores, cada vez es más habitual la presencia de diseñadores y marcas de moda en busca de tendencias y proveedores. Al proponer tendencias a dos años vista, Filo ha ido despertando el interés de los diferentes actores del sector, más allá de su público inmediato. En cuanto a los expositores, la mayoría son italianos, con la presencia de empresas como Zegna Barufa, Albini Group, Davifil, Italfil o Safil, entre otros. También hay empresas internacionales, como la británica Lurex o la suiza Hermann Bühler. En total, la convocatoria reúne en cada una de sus ediciones en torno a sesenta empresas.

EDICIÓN ANTERIOR

La feria ha hecho bandera en las últimas ediciones del *made in Italy*, a pesar de que el 30% de su expositores son extranjeros. La innovación y la internacionalización son los pilares sobre los que versa el certamen, que mantiene un número estable de expositores y visitantes.

ESPECIALIDAD

FIBRAS E HILADOS

PRÓXIMAS FECHAS

MILÁN, 28 Y 29 DE SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES

CARLOTTA BARBERO
+39 335 6730595
INFO@FILO.IT

CONTACTO PARA VISITANTES

+39 015 8483271
INFO@FILO.IT

WEB

WWW.FILO.IT

INTERFILIÈRE
La materia prima del íntimo

Interfilière es una de las ferias europeas especializadas en tejidos, fornituras y otros accesorios para la producción de prendas de íntimo y de baño. A diferencia de su principal competidor, Mare di Moda, el certamen francés se celebra junto a los principales eventos del sector de la moda íntima y de baño. Interfilière tiene lugar en París dos veces al año, en enero junto al Salon International de la Lingerie y en julio junto a Mode City.

TRAYECTORIA

Interfilière tampoco ha escapado de las consecuencias de la crisis del textil en Europa por la deslocalización de la producción y la entrada de tejidos a precios más bajos. Interfilière se ha mantenido estable en enero junto al Salon International de la Lingerie de París, pero ha cambiado de ubicación y de fechas con Mode City, que primero trasladó de Lyon a París y, más tarde, movió de septiembre a julio. No obstante, en 2016, la feria ha regresado a Lyon de manera excepcional ante la coincidencia de fechas con la Eurocopa de fútbol en la capital francesa.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El salón reúne empresas especializadas en hilatura, tejidos elásticos para íntimo y estampados para baño, fornituras, encajes y bordados para la confección de prendas íntimas y de baño. En la feria están presentes compañías de encajes como Noyon o Indesmalla; productores de bordados como Bischoff; fabricantes de cintas como Grobelastic; tejedoras como la española Dogi, e hiladores como Creora, Invista o Lenzing, entre otras. En cuanto a los visitantes, en su mayoría son marcas de íntimo y baño, aunque en los últimos años han ganado presencia grupos de gran distribución y marcas de moda que han diversificado.

EDICIÓN ANTERIOR

En la convocatoria de enero de 2016, la feria registró 156 expositores de 24 países. En cuanto a los visitantes, los asistentes franceses continúan siendo los más numerosos, seguidos de los italianos y los británicos. Entre las empresas que acudieron a Interfilière en su convocatoria anterior se encuentran Amazon, Guess, Zalando, Gap, Nordstrom, Celine, Chantal Thomass, Etam, Princess Tam Tam, Galeries Lafayette, Louis Vuitton, Hermès, Calzedonia, Dolce&Gabbana, Giorgio Armani, Asos, Marks&Spencer o H&M, entre otros.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS Y FORNITURAS PARA ÍNTIMO Y BAÑO

PRÓXIMAS FECHAS

LYON, 9 A 11 DE JULIO DE 2016
NUEVA YORK, 22 DE SEPTIEMBRE DE 2016
SHANGHÁI, 12 Y 13 DE OCTUBRE DE 2016
PARÍS, 21 A 23 DE ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

LAURENCE NEREE
+33 (0) 1 47 56 32 84
LNEREE@EUROVET.FR

CONTACTO PARA VISITANTES

PAULA GARCIA
+33 (0) 1 47 56 32 06
PGARCIA@EUROVET.FR

WEB

WWW.INTERFILIERE.COM

09 | 10 | 11
JULIO 2016

EUREXPO
LYON*

Elena BESCOS | +33 (0)1 47 56 32 46 | ebescos@eurovet.fr | lingerie-swimwear-paris.com
Paula García | +33 (0) 1 47 56 32 06 | pgarcia@eurovet.fr | interfiliere.com
* Este año, Mode City e Interfilière se instalan en Lyon para la sesión de julio.

INTERTEXTILE APPAREL FABRICS
El mayor encuentro mundial de la industria textil

Intertextile Apparel Fabrics es la mayor feria de tejidos que se celebra en China y en todo el mundo. El salón, que organiza Messe Frankfurt, combinó hasta 2014 las ediciones de primavera y otoño en Pekín y Shanghái, pero desde entonces, la institución ferial concentra toda su actividad en Shanghái. La principal razón del cambio es tratar de aprovechar el tirón de la ciudad como capital china de la moda.

TRAYECTORIA

A pesar de la pérdida de competitividad de China en la producción textil, Intertextile Apparel Fabrics, que se celebra desde 1995, continúa engrosando sus dimensiones. En octubre, cuando convoca su mayor edición, la feria prevé barrer en 2016 todos sus récords con más de 5.000 expositores. Además, desde hace unos años, la feria se organiza en paralelo a otros certámenes, como Yarn Expo, especializado en fibras e hilados, y Chic y Pure, de marcas de moda. En el interior de la feria también se organiza la Milano Unico.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La feria reúne tejedores de todo el mundo, con una presencia cada vez mayor de fabricantes europeos. Messe Frankfurt ha reforzado la promoción de tejedores europeos con la organización del pabellón SalonEurope, en el que se reúnen una selección de expositores belgas, franceses, británicos, portugueses e italianos. Entre los visitantes, la organización constata un aumento de los compradores internacionales, sobre todo de los procedentes de Europa. Sin embargo, el público que visita Intertextile Shanghái Apparel Fabrics es sobre todo de China y Hong Kong. Entre las marcas locales que acuden al certamen están Aimer, Erdos, K-boxing, Li Ning u Ordifen, entre otras.

EDICIÓN ANTERIOR

En marzo de 2016, la feria continuó batiendo récords. En su tercera edición en Shanghái, el certamen rebasó por primera vez la barrera de 3.000 expositores y recibió la cifra récord de 71.000 visitantes, un 13% más que un año atrás. En cambio, en octubre de 2015, la cifra de visitantes retrocedió un 7%, hasta 66.256 compradores, pese haber elevado los expositores hasta las 4.600 empresas.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS, FIBRAS E HILADOS, FORNITURAS Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

SHANGHÁI, OCTUBRE DE 2016
SHANGHÁI, MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

ELENA ECHÁNIZ
915 337 645
INFO@SPAIN.MESSEFRANKFURT.COM

WEB

INTERTEXTILE-SHANGHAI-APPAREL-FABRICS-SPRING.
HK.MESSEFRANKFURT.COM

KINGPINS
La feria itinerante del denim

Kingpins es una feria para la industria del denim, que tiene diferentes convocatorias a lo largo del año en distintas ciudades. A diferencia de otros eventos dirigidos a este mismo sector, Kingpins se caracteriza por convocar encuentros muy selectivos.

TRAYECTORIA

Tras haber trabajado en la industria textil desde mediados de los años setenta, Andrew Olah puso en marcha la primera feria Kingpins en Nueva York en 2004. A lo largo de estos años, el empresario ha extendido la fórmula de la feria por el mundo, con otras celebraciones en Hong Kong y Ámsterdam. Para 2017, el organizador ferial prepara el debut de Kingpins en Miami. Por otro lado, en China la feria ha reordenado su estrategia y celebrará una sola edición anual en vez de las dos que organizaba hasta ahora. La segunda cita en el gigante asiático se ha reconvertido en Kingpins China City Tour, un recorrido por los diferentes clústers productivos del país.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Tejedores internacionales como Cone Denim, Prosperity Textile, Canatiba Denim Industry, Orta, Advance Denim, Deyao Textile, Calik Denim o Bluconnection son algunos de los expositores que participan en los diferentes encuentros. En cuanto a los visitantes, acuden a los certámenes las principales marcas de moda urbana, así como grupos de distribución y otras marcas del segmento Premium con líneas de prendas vaqueras.

EDICIÓN ANTERIOR

La organización del certamen no hace públicos el número de participantes ni expositores, pero, en general, los diferentes salones no superan los ochenta expositores y se asiste bajo invitación directa por parte de una empresa participante.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS, FORNITURAS, ACABADOS

PRÓXIMAS FECHAS

MIAMI, ENERO DE 2017
ÁMSTERDAM, ABRIL DE 2017
HONG KONG, MAYO DE 2017
MIAMI, MAYO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

VIVIAN WAY
VIVIAN@KINGPINS.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

INFO@KINGPINS.COM

WEB

WWW.KINGPINSSHOW.COM

INTERNATIONAL ISTANBUL YARN FAIR

Turquía muestra músculo industrial

International Istanbul Yarn Fair es la principal feria de hilatura que se celebra en Turquía. El certamen responde a las expectativas de la industria textil del país, pero también atrae a expositores y visitantes de todo el mundo. El evento se celebra en el recinto de Tüyap Fair Convention and Congress Center. En 2015, la feria tuvo lugar junto a Texpo Eurasia, dedicada a tejidos y fornituras.

TRAYECTORIA

La feria, nacida en 2003, ha ido ganando interés a medida que la industria textil y de la confección en Turquía ha ganado tamaño. En la actualidad, es uno de los principales eventos para la cadena de suministro del sector en el país y ha logrado despertar el interés de países fronterizos, en los que también se han trasladado algunos de los procesos productivos.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El certamen se presenta como un punto de encuentro para conocer de primera mano las últimas innovaciones del sector y las tendencias de mercado, además de contar con una creciente oferta de hilado orgánico. Turquía es el principal productor de hilados de Europa y el séptimo del mundo, con una cuota de mercado del 3,5%. El grueso de los visitantes son tejedores y otros intermediarios.

EDICIÓN ANTERIOR

En la convocatoria de 2015, la feria contó con 458 expositores procedentes de treinta países, que ocuparon una superficie de 40.000 metros cuadrados. El certamen recibió un total de 22.325 visitantes de 71 países. No obstante, la afluencia de público extranjero es aún el 11% del total. La mayoría de los visitantes acuden de países como Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Croacia, Irán, Kósovo o Macedonia, entre otros.

ESPECIALIDAD

HILADOS

PRÓXIMAS FECHAS

ESTAMBUL, 2 A 5 DE FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

NUR KULAÇO LU (DIRECTOR DE VENTAS INTERNACIONAL)
+90 (212) 867 11 29
NURKULACOGLU@TUYAP.COM.TR

CONTACTO PARA VISITANTES

+90 (212) 867 11 00
SALES@TUYAP.COM.TR

WEB

WWW.TUYAP.COM.TR

MILANO UNICA
Tejidos 'made in Italy'

Milano Unica es la mayor feria italiana de tejidos. Es el resultado de la unión de cinco ferias textiles: Moda In, Ideacomo, Ideabella, Shirt Avenue y Prato Expo, que en 2006 optaron por sumar fuerzas y construir en Italia un evento comercial con fuerza para competir con la francesa Première Vision.

TRAYECTORIA

Actualmente, Milano Unica está del todo consolidada como uno de los encuentros europeos de la industria textil. Sin embargo, la feria ha ido reduciendo el número de expositores y de visitantes desde sus inicios. En las últimas ediciones la feria ha conseguido frenar su pérdida gracias a la relocalización de ciertos procesos de la cadena de valor en Italia y el resto de Europa. Por otro lado, el salón emprendió en 2012 su desembarco en China y, el año pasado, en Nueva York.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La fuerza del *made in Italy* continúa siendo el principal activo del certamen. En los últimos años, la organización de Milano Unica viene observando un incremento de la afluencia de visitantes internacionales, sobre todo extracomunitarios, procedentes de Brasil, Corea del Sur, Rusia, China o Japón.

EDICIÓN ANTERIOR

En febrero de 2016 se celebró la vigesimosegunda edición de Milano Unica, que contó con la participación de 424 expositores y registró un alza del 13% en el número de visitantes de empresas de moda respecto un año atrás. La cifra de compañías italianas presentes en el certamen aumentó un 13,8% y el de extranjeras un 11%.

ESPECIALIDAD
TEJIDOS

PRÓXIMAS FECHAS
NUEVA YORK, JULIO DE 2016
MILÁN, 6 A 8 DE SEPTIEMBRE DE 2016
SHANGHÁI, 11 A 13 DE OCTUBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
SECRETARÍA GENERAL
+39 02 66101105
SEGRETERIA@MILANOUNICA.IT

WEB
WWW.MILANOUNICA.IT

MUNICH FABRIC START
El norte de Europa consolida su cita textil

Munich Fabric Start, el salón alemán de tejidos y fornituras, ha ido ganando protagonismo en el mercado europeo. Año tras año reduce la distancia que le separa del Première Vision, tanto en número de expositores como en número de visitantes. La feria no sólo ha logrado consolidarse, sino que ha abierto su área de influencia a toda Europa.

TRAYECTORIA

La buena evolución de Munich Fabric Start animó a sus organizadores a impulsar un nuevo salón, View Munich Preview, con fechas todavía más adelantadas. El evento, que se estrenó en 2008, concentra un centenar de fabricantes de tejidos alemanes e italianos en el Prisco Haus, un emblemático edificio histórico de Múnich. View Munich Preview, cuyo propósito es ser una antesala de las tendencias, se convoca en diciembre y en julio.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El certamen, que ha logrado consolidar una oferta de cerca de 950 fabricantes, ha estructurado la distribución de los diferentes actores en cuatro apartados: tejidos, fornituras, denim e ilustración textil. El certamen alemán recibe en torno a 20.000 compradores, entre los cuales se encuentran representantes de C&A, H&M, Marks & Spencer, Tommy Hilfiger, Hugo Boss, Jean Paul Gaultier o Armani, entre otros. A pesar de aumentar el número de visitantes de toda Europa, el grueso de los asistentes a la feria procede de Alemania y de los países de su entorno más próximo.

EDICIÓN ANTERIOR

En febrero de 2016, Munich Fabric Start se reafirmó como el segundo mayor evento de la industria textil europea. El certamen reunió alrededor de 20.400 visitantes, y más de 920 expositores presentaron alrededor de 1.500 colecciones. En cuanto a la participación extranjera, el grueso de los expositores provenía de Italia (23%) y Turquía (17%).

ESPECIALIDAD
TEJIDOS Y FORNITURAS

PRÓXIMAS FECHAS
MÚNICH, SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES
SUSANNE LÜBBERT
+49 (0) 89 45 22 47 70
SL@MUNICHFABRICSTART.COM

CONTACTO PARA VISITANTES
+49 (0) 89 45 22 47

WEB
WWW.MUNICHFABRICSTART.COM

MODTISSIMO
El textil portugués explota la producción en proximidad

Modtissimo es la feria de la industria textil y de la confección de Portugal. El evento tiene lugar en Oporto, el epicentro del clúster portugués del textil. La feria está organizada por Selectiva Moda, la patronal portuguesa del textil, constituida por ATP, la asociación de confeccionistas de Portugal, y Anil, la organización empresarial de la industria lanera.

TRAYECTORIA

La feria empezó su andadura en las salas del Hotel Solverde, en Espinho, cerca de Oporto. Después de unos años, el certamen creció y se convirtió en un encuentro interesante para profesionales europeos. Antes de la liberalización del comercio textil internacional, en 2005, Modtissimo era cita indispensable del sector y reunía no sólo a empresas portuguesas, sino también a tejedores y confeccionistas de toda Europa, sobre todo españoles e italianos. La industria del país presenta hoy una oferta flexible y en proximidad, además de haber invertido en innovación y tecnología.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Modtissimo es una feria pequeña en comparación con Première Vision o Munich Fabric Start, pero es el evento que agrupa en un mismo espacio a los diferentes actores de la cadena de valor del textil y la confección de Portugal. En ella exponen tejedores, confeccionistas y algunas marcas de moda. En las últimas ediciones, la feria ha logrado recuperar protagonismo gracias al retorno de ciertos procesos de la cadena de valor en Portugal para el aprovisionamiento en proximidad. Modtissimo ha vuelto a reunir a 200 expositores y supera de nuevo los 5.000 visitantes profesionales.

EDICIÓN ANTERIOR

En febrero de 2016, Modtissimo registró su cifra récord de visitantes: un total de 6.734 asistentes acudieron al certamen, un 10% más que en la convocatoria anterior. Por primera vez, la feria se celebró en el *hall* del aeropuerto de Oporto, donde se ubicaron cerca de 200 expositores que participaron en esta ocasión con alrededor de 300 colecciones.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS Y CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

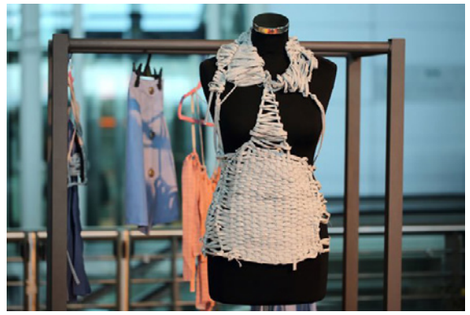
OPORTO, 21 Y 22 DE SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

MANUEL SERRAO
+351 229 380 610
MODTISSIMO@MAIL.TELEPAC.PT

WEB

WWW.MODTISSIMO.COM



PITTI FILATI
Hilatura y tendencias en Florencia

Pitti Filati es el único salón específico de hilados para género de punto en Europa. La feria, que se celebra en Florencia, es una de las de mayor trayectoria en Europa y, a pesar de la práctica desaparición de la hilatura en el continente, Pitti Filati ha sabido mantener su lugar en el calendario reconvertida en laboratorio de tendencias. El certamen está organizado por Pitti Imagine.

TRAYECTORIA

Pitti Immagine, la entidad organizadora del certamen, reorientó hace unos años el concepto de la feria para reivindicar la importancia de la hilatura como la materia prima del vestir y despertar así el interés de toda la cadena de valor. En las últimas convocatorias, la feria ha ido abriendo nuevos espacios dedicados a la lectura de tendencias futuras a partir de la hilatura, como Spazio Ricerca y KnitClub. Superado el proceso de deslocalización de la industria textil y las consecuencias de la desaparición de las cuotas a la exportación, Pitti Filati ha empezado a recuperar cierto esplendor tras una década en la que fue perdiendo de manera paulatina expositores y visitantes.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Pitti Filati atrae a más de 5.000 visitantes, la mitad de fuera de Italia. En las últimas convocatorias, Pitti Filati ha constatado que acuden al salón más visitantes internacionales que italianos. La organización observa una mayor afluencia de profesionales procedentes de Japón, Rusia, Turquía, China o Corea del Sur, entre otros. Además de tejedores, son habituales entre el público del salón los responsables de producto o de diseño de las principales marcas internacionales de moda. La feria también ha ido haciendo un hueco a los hiladores de países emergentes, que suponen ya el 10% de la oferta del certamen.

EDICIÓN ANTERIOR

En enero de 2016 se celebró la 78ª edición de Pitti Filati, que reunió a un total de 4.250 visitantes, de los cuales el 43,4% eran de origen extranjero. La cifra de compradores registró un incremento del 2% respecto a la convocatoria anterior. En el área expositiva, de una superficie de 20.000 metros cuadrados, se reunieron 40 expositores que presentaron más de 115 firmas.

ESPECIALIDAD

HILADOS PARA GÉNERO DE PUNTO

PRÓXIMAS FECHAS

FLORENCIA, 29 DE JUNIO A 1 DE JULIO DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

ANDREA MUGNAINI
MUGNAINI@PITTIMMAGINE.COM
+39 055 3693238

WEB

WWW.PITTIMMAGINE.COM

PREMIÈRE VISION
Reforzar el engranaje de la cadena de valor del textil

Première Vision es la mayor feria de tejidos que se celebra en Europa. El salón, que inició su andadura en 1973, reúne dos veces al año en París en torno a 700 expositores y 50.000 visitantes. Además de por su tamaño y de su trayectoria, la feria es importante por estar considerada como una de las más influyentes en la industria de la moda. Bajo el paraguas de Première Vision se celebra también el salón de accesorios Première Vision Accessories y Première Vision Yarns, dedicado a las fibras e hilados.

TRAYECTORIA

En los últimos años, el certamen ha ido creando nuevos apartados específicos para ciertos segmentos, como Kntiwear Solutions para el tejido de punto; Maison d'exceptions, con colecciones con un elevado componente de diseño, y Upper Jeanswear para el denim. La feria está organizada por una empresa homónima que ha llevado la fórmula a varias ciudades internacionales. Nueva York fue la ciudad donde en el año 2000 se puso en marcha el primer Première Vision fuera de París. Le siguieron Première Vision China en 2004, Moscú, dos años después, y Sao Paulo, en 2009. En 2014, la empresa organizadora clausuró el certamen ruso e impulsó uno de nuevo en Estambul, capital de uno de los países clave para el aprovisionamiento textil de Europa. En Shanghái, Première Vision se ha visto obligada a revisar su concepto ante la fortaleza del gigante local Intertextile.

PERFIL COMPRADORES Y VISITANTES

El salón de tejidos es el eje central de Première Vision Pluriel, un conjunto de ferias que se celebran a la vez y que abarcan toda la cadena de valor del textil. En total, todos estos certámenes suman más de 3.400 expositores y 160.000 visitantes. Así, junto a Première Vision, se celebran en el recinto ferial de Villepinte la feria de fibras e hilados, la de ilustración textil, la de fornituras y accesorios, la de curtidos y la de subcontratación de la confección.

EDICIÓN ANTERIOR

El evento, que reúne toda la oferta de materia prima de la moda, recibió en su última convocatoria en París, celebrada en feberro, un total de 55.025 visitantes, un 5,8% menos que en la misma edición de un año atrás. La feria reforzó la presencia de público internacional, que representó el 73% del total. En esta ocasión, participaron en el evento un total de 1.725 expositores, entre hiladores, tejedores, fabricantes de fornituras, estudios de diseño, curtidores y peleteros. El grueso de la oferta continúa concentrándose en el ámbito de la tejeduría, que agrupó 821 empresas, el 47,6% del total. En marzo de 2016, la edición de Première Vision en Estambul reunió a 146 expositores.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS

PRÓXIMAS FECHAS

NUEVA YORK, 19 Y 20 JULIO DE 2016
PARIS, 13 A 15 SEPTIEMBRE DE 2016
ESTAMBUL, 19 A 21 OCTUBRE DE 2016
PARIS, 7 A 9 FEBRERO DE 2017
PARIS, 19 A 21 SEPTIEMBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

CMT ESPAÑA
JORGE TABOALEDA
933 435 510
PVSPAIN@PREMIEREVISION.COM

WEB

WWW.PREMIEREVISION.COM

SPINEXPO
Una feria asiática en la capital francesa

Spinexpo ha logrado consolidarse como uno de los certámenes más importantes de Asia en el sector de la hilatura para el género de punto, con ambiente occidental y muy bien relacionada con las instituciones chinas y las asociaciones empresariales del país. La próxima edición del certamen desembarcará, por primera vez, en Paris a principios de julio.

TRAYECTORIA

Spinexpo, que nació en 2003, se celebra cada mes de marzo en Shanghái y, desde 2009, tiene una edición anual en Nueva York. La feria se planteó en un principio como un salón en el que hiladores europeos presentasen sus colecciones a tejedores y confeccionistas asiáticos. A pesar de ello, con el tiempo se fueron sumando a la oferta del salón hiladores de China. Hoy, la feria es una plataforma para la colaboración y la creación de *joint ventures* entre empresas asiáticas y europeas. En Nueva York, el salón se celebra desde hace siete años con el propósito de abarcar a todo el continente americano. De hecho, Spinexpo es el único certamen especializado en fibras e hilados que se celebra en toda América.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Su oferta cuenta con un importante grueso de expositores europeos y acuden a la cita compradores de todo el mundo. Los visitantes de Spinexpo proceden sobre todo del área Asia Pacífico y, en su mayoría, son confeccionistas y distribuidores. La convocatoria de Shanghái reúne alrededor de 200 expositores y atrae a más de 10.000 visitantes, el 80% de China. La de Nueva York es más reducida: no alcanza el centenar de empresas participantes y recibe alrededor de 1.500 compradores.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Spinexpo, celebrada en Shanghái el pasado marzo, reunió un total de 10.819 visitantes a lo largo de tres días, la gran mayoría de los cuales procedían de China. En cuanto a la participación internacional, destacó la presencia de visitantes procedentes de Japón, Estados Unidos y otros ciudadanos procedentes de Europa. En lo que respecta a la cifra de expositores, más de 150 empresas procedentes de once mercados participaron en el certamen asiático.

ESPECIALIDAD
FIBRAS E HILADOS

PRÓXIMAS FECHAS
PARIS, 6 Y 7 JULIO DE 2016
NUEVA YORK, 19 A 21 JULIO DE 2016
SHANGHÁI, SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES
JENNIFER VAN TASSEL
JENNYVT@SPINEXPO.COM

CONTACTO PARA VISITANTES
OLIVIER MEDMAN
+33 06 61 53 6000
OLIVIERM@SPINEXPO.COM

WEB
WWW.SPINEXPO.COM

STIB
Los agentes textiles cierran pedidos en Barcelona

Hasta la llegada de Denim by Première Vision a Barcelona, el Salón Textil Internacional de Barcelona (Stib) era el único salón del sector que se celebraba en España. Los promotores y expositores de esta feria no son fabricantes, sino agentes de colecciones internacionales, sobre todo italianas, para el mercado español.

TRAYECTORIA

Como salón, Stib tomó cuerpo cuando se trasladó en 2002 a uno de los edificios emblemáticos de Barcelona, la Casa Llotja de Mar. Su nueva ubicación le dio alas para crecer, sobre todo en visitantes. A finales de la última década, la feria adquirió cierta relevancia y se trasladó al Palacio de Congresos de Cataluña cuando se vislumbró la posibilidad de sumar las empresas de otros encuentros textiles que coincidían en Barcelona: Salón Textil del Mediterráneo y Galería Textil. Al final, cada uno siguió su rumbo y hoy tan solo sobrevive Stib. En los últimos años, el certamen ha perdido cerca de una veintena de expositores debido a la recesión económica y a la falta de relevo generacional. Desde octubre de 2013, Stib se convoca en las Reials Drassanes de Barcelona.

PERFIL DE EXPOSITORES Y VISITANTES

Desde sus inicios, han acudido a Stib los responsables de compras de los grandes grupos de distribución españoles, como El Corte Inglés, Inditex o Mango, así como diseñadores del país. No obstante, en las últimas convocatorias han participado en el salón una treintena de agentes, menos que cuando la feria se instaló en el Palacio de Congresos de Cataluña.

EDICIÓN ANTERIOR

El pasado marzo se celebró la edición número 29 de Stib en Barcelona, un encuentro que reunió a un total de 28 empresas participantes, una menos que en las últimas convocatorias. A pesar de verse afectado por la desaparición de marcas y talleres de confección en los últimos años, el salón atrajo a firmas y diseñadores como Pronovias, Adolfo Domínguez, Mango o Cortefiel, entre otros. En esta ocasión, los agentes presentes trajeron consigo un total de 315 firmas internacionales de tejidos.

ESPECIALIDAD
TEJIDOS

PRÓXIMAS FECHAS
BARCELONA, 26 A 28 SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
ELISABETH PINEDA
935 171 215
SECRETARIA@STIB.NET

WEB
WWW.STIBBCN.COM

TEXWORLD
La oferta global en tejidos en París

Texworld es el salón de tejidos que se celebra en París en paralelo a PremièreVision. La feria, que en 2002 compró Messe Frankfurt, se celebra actualmente en el recinto ferial de Le Bourget, en las afueras de la capital francesa y a un par de paradas de tren del recinto Nord Villepinte, donde se concentra Première Vision Pluriel.

TRAYECTORIA

Texworld inició su andadura en el centro de convenciones y exposiciones Cnti, en La Defênse, en París, en un espacio reducido e incómodo para dar cabida a cerca de 600 expositores y recibir alrededor de 16.000 visitantes. No fue hasta 2007 cuando Texworld se trasladó a Le Bourget, un entorno mucho más espacioso, que le permitió aumentar la oferta hasta casi el millar de empresas expositoras. En 2015, Messe Frankfurt recuperó la feria de innovación textil Avantex y la relanzó junto a la feria de tejidos de París. Por otro lado, el organizador ferial también ha lanzado Avantprint, dedicado a la impresión textil, que tendrá una periodicidad anual en las ediciones de septiembre. Junto a Texworld se celebra también Apparel Sourcing, que organiza sus ediciones en Nueva York, India y Estambul, que aún está pendiente por confirmar, y la feria Shawls & Scarves, dedicada a los accessorios.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El grueso de los visitantes es europeo, procedentes sobre todo de Francia, Reino Unido y España. No obstante, el salón recibe también a profesionales de los principales países proveedores de Europa, como Túnez, Marruecos o Portugal, así como China y Hong Kong. En cuanto a los expositores, el certamen aglutina a casi un millar de compañías procedentes de 27 países distintos.

EDICIÓN ANTERIOR

La feria textil de París disminuyó en su última convocatoria de febrero un 7% el número de visitantes respecto a la de un año atrás, hasta 12.684 asistentes. Este descenso fue debido a los últimos atentados perpetuados en la capital francesa, aunque destacó el aumento de compradores rusos (+42%) y europeos. En cuanto a los expositores, Texworld reunió 658 empresas procedentes de once países.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS, MATERIAL DE COSTURA Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, 12 A 15 DE SEPTIEMBRE DE 2016
PARÍS, 6 A 9 DE FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA VISITANTES

VISITORSERVICE@FRANCE.MESSEFRANKFURT.COM
+33 (0)1 55 26 89 89

CONTACTO PARA EXPOSITORES

EXHIBITORSERVICE@FRANCE.MESSEFRANKFURT.COM
+33 (0)1 55 26 89 89

WEB

WWW.TEXWORLD.MESSEFRANKFURT.COM
WWW.APPARELSOURCING.MESSEFRANKFURT.COM
WWW.AVANPRINT.MESSEFRANKFURT.COM
WWW.AVANTEX.MESSEFRANKFURT.COM
WWW.SHAWLSANDSCARVES.FR.MESSEFRANKFURT.COM

THE LONDON TEXTILE FAIR
Reino Unido reivindica su poso textil

The London Textile Fair es una de las novedades del calendario ferial europeo. El evento, que alberga una amplia oferta de tejidos, estudios de estampación de tejidos, prendas vintage y accesorios, se celebra dos veces al año en el Business Design Center, en Londres.

TRAYECTORIA

Después de décadas asistiendo a la desaparición de certámenes profesionales para la industria textil en Europa, en 2008, un emprendedor británico, John Kelley, puso en marcha este salón, que ha empezado a generar interés en su mercado local, pero también en el continente. Una de las novedades que presenta esta feria son las fechas. Su impulsor ha fijado el evento muy por delante del resto de ferias europeas, como Munich Fabric Start, Milano Unica o Première Vision. The London Textile Fair tiene lugar en enero y en julio, mientras que el resto se concentran en febrero y en septiembre. El impulsor del certamen puso en marcha también The London Print Design Fair, que es, junto a Première Vision Design, el único evento en Europa dedicado a la ilustración textil.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La oferta del salón se compone sobre todo de tejedores italianos, turcos, británicos, portugueses, españoles y franceses. En cuanto a los visitantes, el grueso de su público son confeccionistas británicos y del resto de Europa.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria del certamen, celebrado en enero en Londres, consiguió colgar el cartel de completo. La feria reunió a 400 expositores de veinte países europeos y alrededor de 5.500 visitantes. Ya existe una lista de espera de más de cincuenta empresas para la próxima convocatoria de la feria, que se celebrará el próximo julio.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS, ACCESORIOS, ESTUDIOS DE ILUSTRACIÓN Y PRENDAS VINTAGE

PRÓXIMAS FECHAS

LONDRES, 13 A 14 DE JULIO DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

BRONWEN MORRIS
+44 (0)20 8347 8145
BRONWEN@THELONDONTEXTILEFAIR.CO.UK

WEB

THELONDONTEXTILEFAIR.CO.UK

TISSU PREMIER
La feria se redimensiona y regresa a los orígenes

Tras dos años orientada a cubrir todas las fases de la cadena de valor para el *fast fashion* y la gran distribución, la feria Tissu Premier ha recuperado su concepto original y vuelve a dedicarse sólo a la oferta de tejidos. El certamen, propiedad de Première Vision, se celebra dos veces al año en la localidad francesa de Lille.

TRAYECTORIA

A lo largo de los últimos quince años, el salón no ha escapado de las consecuencias de la crisis del textil en Europa y ha ido perdiendo expositores y visitantes, así como su carácter internacional. Ante la pérdida de tamaño, el certamen se trasladó en 2015 a las instalaciones Halls de la Filature, que antiguamente habían sido una fábrica de hilatura. El evento continúa sacando partido a sus fechas avanzadas (junio y noviembre), que facilitan la visita de la gran distribución, que encuentra en estas fechas la comodidad de trabajar sobre temporada, asentar la próxima y ver un avance de la siguiente.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

A principios de la década, el salón reunía más de 400 empresas y cerca de 10.500 visitantes. En la actualidad, suma una oferta de menos de un centenar de tejedores y recibe a unos 1.300 compradores. Los consumidores internacionales prácticamente han dejado de acudir a este certamen, que ha quedado como una feria regional que atrae sobre todo a profesionales del norte de Francia, Bélgica y Holanda.

EDICIÓN ANTERIOR

La última edición de Tissu Premier, celebrada en noviembre del año pasado, reunió a 76 expositores procedentes de Europa (53%) y Turquía (47%), y alrededor de 1.300 visitantes, sobre todo de Francia, Bélgica, Holanda y Reino Unido.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS

PRÓXIMAS FECHAS

LILLE, NOVIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES

VIORELIA ROMAN-NOSATI
V.ROMAN@PREMIEREVISION.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

CMT ESPAÑA
JORGE TABOALEDA
933 435 510
CMTESPANA@PREMIEREVISION.COM

WEB

WWW.TISSU-PREMIER.COM

APROVISIONAMIENTO

All China Leather
p.32

Apparel Sourcing
p.33

Bstim
p.34

Clothing Machinery
p.36

Futurmoda
p.37

Co-Shoes
p.38

Hong Kong Fashion Week
p.40

IM Intermoda
p.41

India International Garment Fair
p.42

India International Leather Fair
p.43

Itma
p.44

Lineapelle
p.45

Maroc In Mode
p.46

Techtextil + Texprocess
p.48

The Sourcing Connection
p.49

ALL CHINA LEATHER
La industria china de la piel se concentra en Shanghái

All China Leather Exhibition (Acle) es una de las mayores ferias de curtidos de Asia. Se celebra en septiembre en Shanghái junto a China International Footwear (Ciff), especializada en producción de calzado, y Moda Shanghái, orientada a los accesorios de moda. Las tres ferias juntas reúnen la oferta de toda la cadena de valor del calzado y los artículos de piel, desde la materia prima, los tintes y otros productos químicos hasta pieles semiacabadas y acabadas, maquinaria para su manipulación y soluciones tecnológicas para la industria.

TRAYECTORIA

La compañía china Aplf, especializada en la organización de ferias para la industria de la moda, puso en marcha Acle en 1998, que actualmente gestiona de manera conjunta junto con la patronal china de la industria de la piel (Clia, en sus siglas en inglés). Aplf es también la empresa organizadora de Ciff y Moda Shanghái.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

All China Leather Exhibition reúne en Shanghái a empresas expositoras y visitantes de todo el mundo. Las compañías expositoras presentan una amplio abanico de productos de piel: complementos, bolsas, calzados, artículos para el interior de los coches, maletas, etc. Los compradores son, en su mayoría, marcas, diseñadores locales y retailers en busca de talleres o de producto acabado.

EDICIÓN ANTERIOR

En septiembre de 2015, la feria reunió a un total de 1.044 expositores de 37 países y alrededor de 23.000 visitantes, procedentes de 103 países, en un recinto en Shanghái de 92.000 metros cuadrados. Los expositores presentaron una amplia oferta de cuero de alta calidad, marroquinería, calzado, productos químicos de cuero, accesorios y maquinaria.

ESPECIALIDAD

APROVISIONAMIENTO PARA EL CALZADO
Y OTROS ARTÍCULOS DE PIEL

PRÓXIMAS FECHAS

SHANGHÁI, 31 DE AGOSTO A 2 DE SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

HENTON CONSULTING SL
MS NICOLA JACKMAN
NICOLA@PUDING.ES
627 524 613

WEB

WWW.ACLECHINA.COM

APPAREL SOURCING
La cadena de valor se alarga en el seno de Texworld

La feria Apparel Sourcing, organizada por la institución ferial Messe Frankfurt, reúne en un mismo evento todos los procesos de la cadena de valor del textil y la confección para los fabricantes americanos, distribuidores, mayoristas, cadenas de tiendas, agentes, diseñadores y agencias de compras. El certamen se enmarca en la celebración de la feria Texworld.

TRAYECTORIA

Apparel Sourcing vio la luz en 2010 en Nueva York, cuando Messe Frankfurt decidió, en colaboración con el Gobierno chino, unir en un mismo espacio la oferta de tejeduría de Texworld con la de la confección. Un año después, Messe Frankfurt llevó Apparel Sourcing a París en el mismo recinto ferial de Le Bourget. Tanto en la capital francesa como en la ciudad estadounidense, la feria acompaña a Texworld en sus dos ediciones anuales.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

En las últimas convocatorias, el certamen ha ido ganando cuerpo en París y reforzando la convocatoria americana. En ambas convocatorias participan confeccionistas procedentes de países como China, Islas Mauricio, Colombia, Guatemala, Pakistán o los mismos Estados Unidos.

EDICIÓN ANTERIOR

En enero de 2016, el certamen de Apparel Sourcing celebrado en Nueva York atrajo a más de 4.000 visitantes y 310 expositores. El evento contó con la participación de 16 países, entre los que se incluyeron Estados Unidos, China, Perú, Portugal, Reino Unido, Colombia y Pakistán. Por otro lado, la última convocatoria celebrada en Paris, el pasado febrero, reunió a un total de 12.684 visitantes, un 7% menos que en la edición anterior. El salón asistió a una disminución de la participación internacional, reduciendo el número de visitantes asiáticos (-18%) y americanos (-8%). No obstante, destacó el aumento de los compradores procedentes de Rusia (+42%) y de Bélgica (+17%).

ESPECIALIDAD

CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

NUEVA YORK, 12 A 14 DE JULIO DE 2016
PARÍS, 12 A 15 DE SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

ELENA ECHÁNIZ
915 337 645
INFO@SPAIN.MESSEFRANKFURT.COM

WEB

WWW.APPARELSOURCINGSHOW.COM

BSTIM
Puesta en valor del potencial productivo

Best Solutions in Textile Manufacturing Fair (Bstim) es una feria de origen español impulsada por el sector textil y varias instituciones de la localidad de Igualada (Barcelona) en febrero de 2015 con el objetivo de promover el retorno de la producción en proximidad. Los expositores del certamen son proveedores textiles, principalmente del territorio catalán, que abarcan los diferentes procesos de la cadena de valor.

TRAYECTORIA

El certamen es un proyecto conjunto de la agrupación textil local Fagepi y Fira d'Igualada que cuenta con el apoyo del Ayuntamiento de la ciudad. El evento está abierto a empresas productoras de toda Cataluña y España. La feria ha ido haciéndose hueco en los últimos años en el sector, atrayendo a un creciente número de expositores y compradores en sus primeras ediciones.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La industria de la comarca de L'Anoia, una de las cunas del textil en Cataluña, trata de atraer a las compañías que buscan volver a producir en España. Inditex y Mango son algunas de las empresas que se han interesado por fabricar de nuevo en la localidad, junto con TCN, System Action, Nice Things o Smash!, entre otras.

EDICIÓN ANTERIOR

La última edición celebrada en febrero de 2016 concluyó con una asistencia de 1.400 visitantes y un aumetno del 25% en los asistentes provenientes de firmas de moda. Al certamen catalán también asistieron visitantes de países como Estados Unidos o Rusia.

ESPECIALIDAD

APROVISIONAMIENTO

PRÓXIMAS FECHAS

IGUALADA, 22 A 23 DE FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

FIRA D'IGUALADA
938 040 102
INFO@BSTIM.CAT

WEB

WWW.BSTIM.EU

BEST SOLUTIONS IN TEXTILE
BSTIM
MANUFACTURING FAIR

22 | 23 febrero'17
Igualada (Barcelona)

La feria europea del punto

Más de 70 expositores que ofrecen soluciones para la producción de su colección

En convenio con
Ajuntament d'Igualada
departament de Dinamització Econòmica

Organiza
FAGEPI
FIRA D'IGUALADA

Medio colaborador
modaes.es

www.bstim.eu

CLOTHING MACHINERY
Estambul, epicentro de la maquinaria textil

Clothing Machinery es una de las mayores ferias de maquinaria para la confección en Europa. La feria, que se celebra en Turquía, concentra a fabricantes y distribuidores de máquinas de coser, de bordado, de acolchados, de corte láser, para planchar, de impresión digital, para doblar y embalar, lavadoras, sistemas de almacenamientos y de impresión de etiquetas, además de contar con un espacio dedicado a la tecnología específica para la industria del denim.

TRAYECTORIA
Clothing Machinery cumple 25 años de historia. El certamen, ubicado en el recinto Tuyap Fair and Congress Center, se celebra cada dos años en paralelo con la feria de tejidos y fornituras Fabric Istanbul.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES
El grueso de los visitantes del salón procede de Turquía y sólo el 5% de los asistentes acuden desde fuera del país. El certamen reúne a profesionales de Europa y Asia y, en concreto, de países como Azerbaiyán, Uzbekistán, Rusia, Bulgaria, Georgia, Croacia, Bosnia y Herzegovina, Kosovo, Macedonia, Serbia, Egipto o Irán, entre otros.

EDICIÓN ANTERIOR
En la última convocatoria, de 2014, el certamen reunió a 467 expositores procedentes de 67 países y 40.729 visitantes, 2.024 de los cuales procedían de países foráneos.

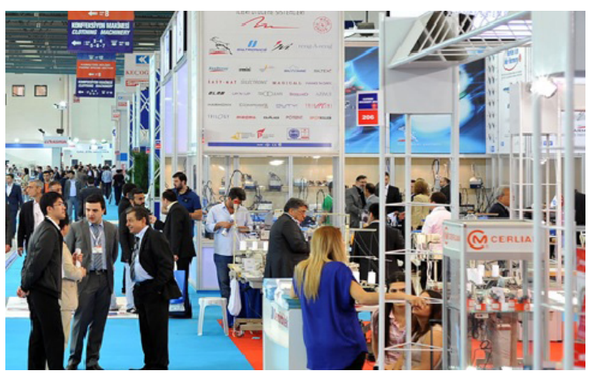
ESPECIALIDAD
MAQUINARIA PARA LA CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS
ESTAMBUL, 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES
GÜLBIN BOZKURT
+90 (212) 867 11 00 (EXT:1154)
GULBINBOZKURT@TUYAP.COM.TR

CONTACTO PARA VISITANTES
+90 (212) 867 11 00
SALES@TUYAP.COM.TR

WEB
WWW.CLOTHINGMACHINERYFAIR.COM



FUTURMODA
La industria de los componentes se cita en Alicante

Futurmoda es la feria española especializada en componentes para calzado. El certamen se celebra dos veces al año en Elche (Alicante), uno de los principales clústers del sector en el país.

TRAYECTORIA
La feria, que se puso en marcha en 1999, está totalmente orientada a los fabricantes de calzado, aunque al reunir a los actores de la fase inicial de la cadena de valor resulta también atractiva para diseñadores y marcas, que acuden a ella en busca de tendencias y materiales. Futurmoda está impulsada por la Asociación Española de Componentes (AEC).

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES
El evento, uno de los pocos que tienen lugar en Europa específico para este segmento de mercado, reúne a curtidores, fabricantes de maquinaria y productores de todo tipo de componentes para el calzado, como suelas, hebillas, tacones, trenzados o moldes, entre otros. El grueso de las empresas que exponen en el evento son españolas, aunque en las últimas ediciones han ido entrando firmas extranjeras, que ya representan el 35% de la oferta. La mayoría de los expositores extranjeros procede de Italia, Portugal y Turquía.

EDICIÓN ANTERIOR
La última edición de Futurmoda se consolidó como una de las mejores jornadas para el salón. El certamen, que reúne a diseñadores, creativos y fabricantes procedentes de sectores industriales y productivos como el calzado, el hábitat, el textil y la confección, reunió a 255 empresas expositoras, el 23% de las cuales participaba por primera vez en la feria. En cuanto al público, el evento registró un total de 2.264 visitantes profesionales, el 10% de los cuales procedía de 21 países distintos.

ESPECIALIDAD
COMPONENETES PARA EL CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS
ELCHE, 5 A 6 DE OCTUBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
INSTITUCIÓN FERIAL ALICANTINA
965 460 158
INFO@AEECC.COM

WEB
WWW.FUTURMODA.ES

CO-SHOES & ACCESSORIES *Promoción de la capacidad productiva*

Co-Shoes & Accessories International Workshop es una feria planteada como punto de encuentro dedicado a servicios de subcontratación y marca blanca de los sectores del calzado, los complementos y la marroquinería. El certamen, que realizó su primera edición en octubre de 2014, está impulsado desde la patronal española del sector, la Federación de Industria del Calzado Español (Fice), y tiene como objetivo reunir a empresas productoras de calzado españolas y de la cuenca mediterránea para dinamizar el regreso de la producción en proximidad. El salón, que celebra sólo una edición al año, se convoca en paralelo a Futurmoda, la feria internacional de la piel, los componentes y la maquinaria para el calzado.

TRAYECTORIA

La patronal española del calzado ha optado por Elche (Alicante) para celebrar este encuentro por ser el principal clúster productivo del sector, al concentrar el 60% de la fabricación de calzado en España. Los retos del certamen pasan por reforzar los vínculos de la industria española del calzado con la italiana y la portuguesa, además de atraer el interés de marcas y grupos de distribución más allá de España y de Europa, en países como Estados Unidos, Japón, China o Australia. El debut de Co-Shoes & Accessories contó con un centenar de empresas expositoras y recibió a 700 visitantes profesionales.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El evento pone en valor la producción para terceros, una parte del negocio de muchas empresas españolas de calzado, de la que hasta ahora se hablaba con mucha discreción. Desde hace unos años, se ha producido un claro retorno de la producción del calzado en España, con el regreso de pedidos de marcas nacionales e internacionales que habían llevado sus pedidos a Asia. Entre los distintos perfiles de los visitantes destacan retailers y distribuidores que buscan proveedores para sus propias marcas o nuevos proyectos, fabricantes que buscan productores para subcontratación, plataformas de ecommerce, marcas textiles que desean completar sus colecciones con calzado y marroquinería o diseñadores nacionales y extranjeros que buscan fabricantes para sus líneas de producto.

EDICIÓN ANTERIOR

La última edición de Co-Shoes & Accessories, celebrada en Elche en abril de 2015, contó con la presencia de cerca de quinientos asistentes y cincuenta empresas expositoras, el 60% de las cuales repetía en el certamen. Una veintena de las firmas eran originarias de Elche, mientras que la décima parte era de procedencia extranjera, sobre todo de Italia, Portugal y Polonia.

ESPECIALIDAD

APROVISIONAMIENTO DE CALZADO Y MARROQUINERÍA

PRÓXIMAS FECHAS

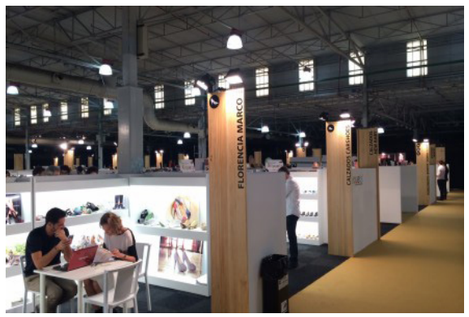
ELCHE, 5 A 6 DE OCTUBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

FEDERACIÓN DE INDUSTRIAS DEL CALZADO ESPAÑOL
915 627 003
INFO@COSHOES.ES

WEB

COSHOES.ES



HONG KONG FASHION WEEK
Plataforma para producir en China

Hong Kong Fashion Week (Hkfw) es una de las ferias de aprovisionamiento de mayor trayectoria en Asia, ya que la península fue en las últimas décadas la puerta de entrada para las empresas occidentales a la China continental. El certamen, organizado por Hong Kong Trade Development Council, se celebra dos veces al año: en enero y en julio.

TRAYECTORIA

En estos últimos quince años, la ex colonia británica ha perdido parte de su posición estratégica para la industria de la moda, dado que los grandes grupos de distribución han ido instalándose por su propio pie en la China continental. A pesar de ello, Hong Kong continúa siendo uno de los grandes actores en el comercio mundial de productos textiles, sobre todo por su calidad de puerto franco. Además, se mantiene como puente entre China y Occidente, y es el centro de mando en Asia de empresas tanto occidentales como asiáticas.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Hkfw tiene lugar dos veces año y, a pesar de no atravesar por uno de sus mejores momentos por la coyuntura actual, sigue reuniendo continúa siendo un encuentro de grandes dimensiones. El grueso de sus expositores son fabricantes de la China continental, mientras que los visitantes son marcas y grupos de distribución nacionales e internacionales.

EDICIÓN ANTERIOR

El pasado enero, Hkfw celebró su edición número 47. En total, la feria atrajo alrededor de 18.000 visitantes originarios de 93 países distintos y contó con la presencia de más de 1.500 expositores, procedentes de 22 países. En el salón, de cuatro días de duración, se organizaron más de treinta eventos y una decena de desfiles.

ESPECIALIDAD

CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

HONG KONG, 4 A 7 DE JULIO DE 2016
HONG KONG, 16 A 19 DE ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

HKTDC ESPAÑA
VIRGINIA SEOANE
932 360 930
BARCELONA.CONSULTANT@HKTDC.ORG

WEB

WWW.HKTDC.COM/FAIR/HKFASHIONWEEKFW-EN/HKTDC-HONG-KONG-FASHION-WEEK-FOR-FALL-WINTER.HTML

WWW.HKTDC.COM/FAIR/HKFASHIONWEEKSS-EN/HKTDC-HONG-KONG-FASHION-WEEK-FOR-SPRING-SUMMER.HTML

IM INTERMODA
México saca pecho industrial

IM Intermoda es el principal evento dedicado al aprovisionamiento textil en México y uno de los mayores en Latinoamérica. Desde unos meses atrás, Intermoda Fasion Group se encuentra negociando la posible adquisición total o parcial por parte del operador británico UBM.

TRAYECTORIA

La feria, que empezó siendo un evento para la industria local, ha abierto sus puertas en los últimos años y ha dado acceso a un mayor número de expositores procedentes de otros países latinoamericanos, como Argentina, Colombia o Perú, así como a empresas del resto del mundo, principalmente de Estados Unidos, España o India. En los últimos años, Intermoda ha ido abriéndose al diseño y ha hecho hincapié en la promoción de los diseñadores y las marcas de moda locales. En este sentido, dentro de la feria se han creado los espacios Designers Corner, Nuevos Talentos o una Trend Zone, con colecciones con un mayor componente de diseño.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El certamen reúne dos veces al año, en enero y en julio, en la localidad de Guadalajara, a cientos de expositores y miles de visitantes. El evento es un punto de encuentro entre proveedores de prendas, marcas y distribuidores. El salón, de más de treinta años de trayectoria, ha ampliado su celebración un día más para dar cabida a un programa de desfiles y de conferencias, con el que la organización trata de dinamizar la actividad comercial del evento.

EDICIÓN ANTERIOR

La última edición de IM Intermoda, celebrada en el pasado enero, reunió a 700 expositores procedentes de 17 países. Las empresas expositoras tuvieron la oportunidad de exhibir sus productos en un espacio de 38.000 metros cuadrados. Las previsiones de la feria apuntaban a una asistencia de 23.000 personas.

ESPECIALIDAD

CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

GUADALAJARA,19 A 22 DE JULIO DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

ÁREA COMERCIAL
+52 01 (33) 31224499
COMERCIAL@INTERMODA.COM.MX

WEB

WWW.INTERMODA.COM.MX

INDIA INTERNATIONAL GARMENT FAIR
Acceso al mercado indio del textil

India International Garment Fair (Iigf) es una de las ferias especializadas en aprovisionamiento para la moda con mayor trayectoria en el sudeste asiático, organizada por la patronal de confeccionistas de la India (Cmai, en sus siglas en inglés) con el apoyo del Gobierno del país a través de Apparel Export Promotion Council (Aepc).

TRAYECTORIA

El evento vivió uno de sus momentos más dulces entre 2004 y 2007, coincidiendo con la liberalización del comercio textil internacional. Sin embargo, la crisis de consumo en Estados Unidos y Europa frenó el dinamismo de las exportaciones indias de prenda confeccionada y repercutió en la evolución de la feria, que durante unos años sufrió cierta contracción en la actividad. En 2015, el certamen reinventó la convocatoria de invierno con la creación de Tex Trends India, que sumaba la oferta de tejedores, hiladores y acabadores textiles, con el propósito de abarcar al máximo la cadena de valor del textil y la confección. No obstante, la organización ha dado marcha atrás, ha desestimado la continuidad de este proyecto y ha recuperado la cita habitual de Iigf. El encarecimiento de los costes en China ha derivado parte de la producción a la India y, en consecuencia, ha contribuido a que la India International Garment Fair recupere cierto esplendor.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El certamen está pensado para que los exportadores indios de confección, pequeños y medianos, puedan mostrar sus colecciones a compradores extranjeros y a agencias de compras de India.

EDICIÓN ANTERIOR

El salón India International Garment Fair celebró su última edición el pasado enero. La convocatoria contó con la participación de 322 empresas expositoras que presentaron sus productos en un espacio de 5.877 metros cuadrados. La cifra de visitantes que acudieron al certamen supero la barrera de los mil, y la organización apunta que asistieron alrededor de 750 compradores de 69 países diferentes.

ESPECIALIDAD
CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS
NUEVA DELHI, 18 A 20 DE JULIO DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES
MR. R R SHARMA
+91 124 2708128
RRSHARMA@INDIAAPPARELFAIR.COM

CONTACTO PARA VISITANTES
MR. RAMESH BEHL
+91 124 2708205
RBEHL@AEPCINDIA.COM

WEB
WWW.INDIAAPPARELFAIR.COM

INDIA INTERNATIONAL LEATHER FAIR
Circuito de la industria india de la piel

India es el segundo mayor productor mundial de calzado y de prendas de piel, sólo superado por China. De ahí que en este país del sudeste asiático se celebren tres ediciones de la India International Leather Fair (Iilf), una feria especializada en la industria de la piel y la producción de calzado, complementos y prendas.

TRAYECTORIA

La primera de las ediciones de Iilf se celebra en Chennai, al sur del país, en febrero; la segunda, en Calcuta, tiene lugar en marzo, y la tercera se convoca en agosto en Nueva Delhi. Los tres certámenes los organiza y promueve el Council for Leather Exports (CLE), un órgano del Gobierno del país. En Calcuta, la feria fue bautizada como International Leather Goods al estar muy especializada en el campo de la marroquinería y los complementos de piel. De hecho, Calcuta es el epicentro de uno de los clústers de India específico de la industria de los complementos en piel.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Iilf es un certamen totalmente sectorial e industrial, que abarca desde la maquinaria hasta el producto acabado, pasando por curtidores, empresas de productos químicos, estampación, etc. De las tres convocatorias, la mayor es la que se celebra en Chennai, que reúne alrededor de 300 empresas expositoras, un tercio de las cuales procede de fuera de India y, con especial representación, Italia, China y Brasil. En cuanto a los visitantes, la mayoría procede de India y China, aunque también acuden responsables de compras de países europeos, en particular de Alemania, Reino Unido y Estados Unidos.

EDICIÓN ANTERIOR

La edición de febrero de 2016 de India International Leather Fair registró un total de 12.556 visitantes, 637 de los cuales procedían de países foráneos, y 456 compañías expositoras, más de la mitad procedentes del extranjero.

ESPECIALIDAD
CALZADO, COMPLEMENTOS Y PRENDAS EN PIEL

PRÓXIMAS FECHAS
NUEVA DELHI, 7 A 9 DE AGOSTO DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
+91 11 23371822
IILF@ITPO.GOV.IN

WEB
WWW.IILFLEATHERFAIR.COM

ITMA
Cita global de la maquinaria textil

Itma es el mayor encuentro mundial dedicado a la maquinaria textil y de la confección. El certamen cuenta con una ubicación fija en su convocatoria asiática, que celebra en Shanghái, mientras que va rotando la cita europea, que cambia de lugar en cada una de sus ediciones.

TRAYECTORIA

El certamen nació en 1951 a iniciativa de la patronal mundial del sector, Cemex, y desde entonces se ha celebrado cada cuatro años en una ciudad europea diferente. La convocatoria asiática se puso en marcha en 2001 a petición de los fabricantes de la región, que entonces ya representaba más de la mitad de los asociados de Cemex. Las primeras ediciones en Asia se celebraron en Singapur y, desde 2008, el evento asiático permanece inamovible en Shanghái. Los periodos de convocatoria también difieren entre la edición europea y asiática. En Europa, el evento continúa organizándose cada cuatro años, tal y como ha hecho desde sus inicios, mientras que en Asia se realiza cada dos años.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Itma es el único certamen del sector que reúne a todos sus actores, desde hiladores a retailers. La presentación de las últimas tecnologías para la producción lo hace atractivo tanto para los actores de los procesos productivos como para los grandes operadores de la distribución. Además, en paralelo a la oferta comercial, Itma cuenta con un amplio programa de conferencias que aborda cuestiones muy específicas de cada uno de los procesos productivos.

EDICIÓN ANTERIOR

La última edición en Europa, que tuvo lugar el año pasado en Milán, reunió 1.400 expositores de una cincuentena de países y volvió a superar los 100.000 visitantes. Por primera vez en su historia, la feria ocupó 200.000 metros cuadrados de superficie. La próxima edición será en 2019 y volverá a celebrarse en Barcelona, donde ya estuvo en 2011.

ESPECIALIDAD
MAQUINARIA TEXTIL

PRÓXIMAS FECHAS
BARCELONA, 20 A 26 DE JUNIO DE 2019

CONTACTO PARA EXPOSITORES
+65 6393 0254
APPLICATION@ITMA.COM

CONTACTO PARA VISITANTES
+65 6393 0254
VISITORS@ITMA.COM

WEB
WWW.ITMA.COM

LINEAPELLE
Punto de encuentro de la materia prima del calzado

Lineapelle es la mayor feria dedicada a los componentes para el calzado y la industria de la piel que se celebra en Europa. El encuentro reúne a fabricantes de piel, accesorios y componentes (suelas, hormas, hebillas, trenzados, etc.), materiales sintéticos, tejidos, además de prototipos de calzado y de complementos de piel.

TRAYECTORIA

Con una trayectoria de más de treinta años, el certamen ha emprendido en los últimos años una estrategia de expansión internacional que le ha llevado a replicar el evento en NuevaYork, Londres, Cantón (China) y Seúl (Corea del Sur). Las convocatorias de mayor recorrido son la estadounidense y la china, impulsadas en 2001 y 2003, respectivamente. En Londres y Seúl, el evento es todavía de dimensiones reducidas: se celebra en un día y cuenta sólo con expositores italianos. La organización anunció en abril un cambio de fechas en su calendario, coincidiendo con la salida de Salvatore Mercogliano, director general del salón desde hacía cuarenta años. Al retrasar las fechas de su convocatoria de otoño, Lineapelle coincidirá con la celebración de la semana de la moda de Milán. Lineapelle lanzó también a finales de la década de los noventa el certamen Anteprima, que tiene lugar en enero y julio, en Milán, y que se plantea como una plataforma de tendencias.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La cita europea sigue celebrándose en Milán y continúa siendo la de mayores dimensiones. El certamen italiano reúne curtidores y fabricantes de componentes de calzado. Dos terceras partes de las empresas que participan y acuden a Lineapelle son italianas.

EDICIÓN ANTERIOR

En la última edición de Lineapelle, celebrada el pasado febrero, participaron 1.155 expositores (405 de los cuales eran empresas internacionales) y reunió 21.715 visitantes, contabilizando una gran participación de asistentes extranjeros (9.769) procedentes de más de 100 países.

ESPECIALIDAD
CURTIDOS Y COMPONENTES PARA EL CALZADO
Y LOS COMPLEMENTOS

PRÓXIMAS FECHAS
LONDRES, 12 DE JULIO DE 2016
NUEVA YORK, 19 A 29 DE JULIO DE 2016
MILÁN, 20 A 22 DE SEPTIEMBRE DE 2016
CANTÓN, 20 A 21 DE OCTUBRE DE 2016
SEÚL, NOVIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
+39 02 8807711
MILANO@LINEAPELLE-FAIR.IT

WEB
WWW.LINEAPELLE-FAIR.IT

MAROC IN MODE
En busca del aprovisionamiento en proximidad

Maroc in Mode & Maroc Sourcing son dos ferias que organiza a la vez la patronal marroquí de la industria de la confección (Amith). Por un lado, Maroc in Mode es el salón dedicado al aprovisionamiento, totalmente orientado a la gran distribución, mientras que Maroc Sourcing agrupa a tejedores, acabadores, fabricantes de fornituras y accesorios procedentes del área euromediterránea. La suma de ambos certámenes reúne los diferentes procesos de la cadena de valor para ofrecer una plataforma global de aprovisionamiento en Marruecos.

TRAYECTORIA

En estos últimos años, Marruecos se ha beneficiado del retorno de la producción en proximidad. Desde la década de los ochenta, el país ha sido uno de los mayores *partners* para la industria textil española, aunque con la entrada de China en la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la desaparición del sistema de cuotas a la exportación perdió peso e influencia en favor del gigante asiático. Actualmente, Marruecos vuelve a ser uno de principales países proveedores en España, sobre todo de prenda confeccionada. La celebración de los certámenes, que se organizan de manera conjunta desde 2011, va cambiando de ubicación, aunque siempre se sitúa en ciudades que son eje de un clúster de la industria textil y de la confección del país. En 2015 el certamen tuvo lugar en Marrakech, después de dos ediciones en Casablanca.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

En total, los dos salones reúnen a unos 200 expositores de prendas para hombre, mujer y niño, íntimo, baño y pijamas, ropa laboral y prendas ecológicas. El público que asiste a Maroc in Mode & Maroc Sourcing es sobre todo local, aunque también visitan la feria responsables de compras de enseñas europeas de gran distribución, pero también de moda urbana y de prêt-à-porter. En pasadas ediciones, el certamen contó con una importante presencia de grupos españoles como Bimba y Lola, El Corte Inglés, Mango o Zara. Maroc in Mode y Maroc Sourcing se celebran una vez al año, en otoño, aunque Amith organiza en paralelo otros certámenes de aprovisionamiento en España y en Europa.

EDICIÓN ANTERIOR

La última edición del salón Maroc in Mode atrajo alrededor de 2.500 visitantes, 350 de los cuales procedían de España, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Portugal, Rusia, Oriente Medio y África subsahariana; y a 90 expositores.

ESPECIALIDAD
CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS
MARRUECOS, 19 A 20 DE OCTUBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
AMITH LAMIAE BENNIS
+212 522 942 084
LBENNIS@AMITH.ORG.MA

WEB
WWW.MAROCINMODE.COM

TECHTEXTIL + TEXPROCESS
Textiles técnicos y maquinaria

Techtextil es una de las mayores ferias especializadas en textiles técnicos y no tejidos para aplicaciones en múltiples ámbitos que van mucho más allá de la moda, como la sanidad, la construcción, la geología, la automoción o la agricultura, entre otras.

TRAYECTORIA

Techtextil absorbió en 2005 la oferta de Avantex, la feria específica de tejidos técnicos para confección, propiedad también de Messe Frankfurt. Seis años después, el organizador ferial impulsó en paralelo a Techtextil un nuevo certamen, Texprocess, de maquinaria para la confección, con la participación de empresas como Brother, Gerber Tecnology o Lectra, entre otras. Tras el éxito de la feria en Frankfurt, la organización ha trasladado este certamen a otras ciudades como Shanghái, Bombay, Atlanta, Dubái y Moscú. En Frankfurt, Techtextil se celebra una vez cada dos años, a la espera de que el sector genere suficientes novedades que justifiquen la convocatoria del certamen.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

En la edición de 2015, Techtextil hizo una clara apuesta por los *wearables* con la voluntad de reforzar los puentes entre ambos certámenes y reivindicar el papel estratégico de los textiles técnicos en la indumentaria. El certamen eliminó Source it!, feria dedicada al aprovisionamiento, pero en cambio dedicó un pabellón específico para los tejidos funcionales para prendas de vestir.

EDICIÓN ANTERIOR

En la convocatoria de 2015, Techtextil elevó sus cifras y alcanzó 1.390 expositores, sesenta más que en 2013, al mismo tiempo que contó con la presencia de 28.500 visitantes, un 4% más que en el anterior encuentro. Texprocess, por su parte, agrupó 273 expositores y recibió más de 13.300 profesionales.

ESPECIALIDAD

TEXTILES TÉCNICOS, MAQUINARIA PARA LA CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

FRÁNKFURT, 9 A 12 DE MAYO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

ELENA ECHÁNIZ
915 337 645
INFO@SPAIN.MESSEFRANKFURT.COM

WEB

WWW.TECHTEXTIL.MESSEFRANKFURT.COM
WWW.TEXPROCESS.MESSEFRANKFURT.COM

THE SOURCING CONNECTION
Cita global de la confección en París

En plena revisión de su cartera de ferias, Première Vision ha renovado el salón de aprovisionamiento Fatex, que en 2013 compró a Eurovet, para reconvertirlo en The Sourcing Connection, uno de los tres certámenes que el organizador ferial francés dedica al aprovisionamiento.

TRAYECTORIA

The Sourcing Connection tiene a su espalda los treinta años de trayectoria de Fatex, que inició su andadura en 1984, aunque no fue hasta 2010 cuando empezó a celebrarse en París, junto a los salones de moda. La feria se celebró durante muchos años junto a Interseléction, un certamen de tejidos hoy ya desaparecido, pero ambas acabaron acusando los cambios en el aprovisionamiento de la última década y perdieron gran parte de sus participantes y visitantes. El certamen emprende ahora una nueva etapa de la mano de Première Vision. La primera edición se realizó en septiembre de 2015 con su habitual oferta global de aprovisionamiento.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El encuentro reúne expositores procedentes sobre todo de Asia, Norte de África y Europa del Este, con gran capacidad productiva y muy orientados a operadores europeos de gama media.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria del salón, celebrada el pasado septiembre, reunió a 948 visitantes profesionales, muchos de ellos procedentes de empresas como Etam, Andrea Crews, Calzedonia, Celio, Kaporal o Lee Cooper; al mismo tiempo que contó con la participación de 56 compañías expositoras. La feria concentró alrededor de 120 talleres confeccionistas, el doble del año pasado, con una fuerte presencia de empresas procedentes del África subsahariana y del sudeste asiático, además de compañías chinas, indias o pakistaníes.

ESPECIALIDAD

CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, 12 A 14 DE SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

CMT ESPAÑA
JORGE TABOALEDA
933 435 510
CMTESPANA@PREMIEREVISION.COM

WEB

WWW.THESOURCINGCONNECTION.COM

MODA

Capsule
p.52

Chic Shanghai
p.53

Centrestage
p.54

CPM Moscú
p.56

Colombiamoda
p.57

Ethical Fashion Show
p.58

Ispo
p.59

Modefabriek
p.60

Pitti Uomo
p.61

Momad
p.62

Magic Las Vegas
p.64

Panorma
p.65

Premium Berlin
p.66

Pure London
p.67

Tranoï
p.68

Who's Next
p.70

CAPSULE
Altas dosis de diseño y vanguardia en las capitales de la moda

Capsule ha sido uno de los pocos salones de moda con fuerte componente de diseño que ha sabido hacerse un hueco en el calendario y expandir su fórmula por todas las grandes capitales de la moda. La feria, que celebra sus convocatorias en Nueva York, Las Vegas y París, fue adquirida por el organizador ferial Reed Exhibitions en enero de 2014.

TRAYECTORIA

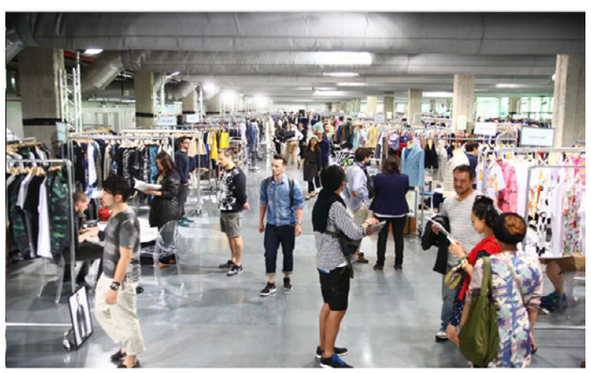
Capsule, impulsada en 2007 por la agencia neoyorkina de relaciones públicas BPMW, echó a andar con la voluntad de ser un punto de encuentro global para las marcas de moda más vanguardistas en tendencias. En esta línea, la feria ha apostado siempre por la creatividad, por el diseño independiente y por las marcas con base artística. Tras el debut de la feria en Nueva York, los organizadores pusieron en marcha de inmediato otras convocatorias en Las Vegas y en París, hasta el punto de estar presente en los principales eventos del sector. El certamen también intentó consolidarse en Berlín, pero el año pasado abandonó.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La firme apuesta de Capsule por la moda independiente le ha valido el reconocimiento de importantes retailers, que acuden a sus convocatorias en busca de valores nuevos aún por descubrir.

EDICIÓN ANTERIOR

Todos sus eventos cuentan con un máximo de 250 expositores. La convocatoria de hombre en París roza los 200 expositores, mientras que la de mujer reúne unas ochenta marcas. La organización no hace públicas las cifras de visitantes.



ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

LAS VEGAS, 15 A 17 DE AGOSTO DE 2016
NUEVA YORK (MUJER), 17 A 19 DE SEPTIEMBRE DE 2016
PARÍS (MUJER), 17 A 18 DE OCTUBRE DE 2016
PARÍS (HOMBRE), 25 A 27 DE JUNIO DE 2017
NUEVA YORK (HOMBRE), 10 A 12 DE JULIO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+1 212 206 8310
INFO@CAPSULESHOW.COM

WEB

CAPSULESHOW.COM

CHIC SHANGHAI
A la caza del distribuidor chino

Chic Shanghai ha marcado su próximo objetivo: potenciar su rol de puerta de entrada de las marcas europeas al mercado chino. Aún con una larga trayectoria a sus espaldas, no ha sido hasta estos últimos años cuando el certamen, que acompaña a la feria Intertextil, ha empezado a despertar el interés entre las marcas europeas.

TRAYECTORIA

China, que hasta el momento había albergado las grandes ferias de aprovisionamiento, empieza a generar salones de cierta relevancia orientados a la distribución. En 2015, el salón se trasladó de Pekín a Shanghái y anunció la convocatoria de dos ediciones anuales. A su habitual cita de marzo, el certamen ha sumado otra en otoño. Ambas convocatorias tratan de coincidir en fechas con Intertextile, uno de los mayores eventos de la industria textil en China. Por otro lado, la feria en Shanghái también reduce su duración y pasa de cuatro a tres días de celebración. Por último, el certamen ha empezado a aglutinar otros eventos que coincidían en fechas en Shanghái, como es el caso de la londinense Pure, la coreana Preview in China o la italiana de calzado Micam Shanghai.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Las cifras de Chic son de tamaño asiático: más de un millar de expositores y alrededor de 100.000 visitantes procedentes de una veintena de países. De estos, la mayoría son agentes comerciales y representantes de grandes almacenes. Las marcas españolas de moda apenas tienen presencia en este salón, que ocupa una superficie de más de 100.000 metros cuadrados en el National Exhibition and Convention Center de Shanghái. No obstante, Francia, Alemania e Italia cuentan con una fuerte asistencia, junto con Turquía, Brasil, Chile o Perú.

EDICIÓN ANTERIOR

La feria asiática de moda, celebrada el pasado marzo en Shanghái, contó con la presencia de 104.592 visitantes, un 16,3% menos de asistencia en comparación con la convocatoria del año pasado. El certamen reunió a más de 1.300 expositores, quinientos de los cuales procedían del extranjero, en un área de exposición de más de 10.000 metros cuadrados.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA, MASCULINA, INFANTIL, ÍNTIMO, BAÑO, ACCESORIOS Y CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

SHANGHÁI, 11 A 13 DE OCTUBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES

JORDAN ZENG
+86 10 65050546
ZENGQI@CWTC.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

GARFIELD LV
+86 10 65050617
LVJIANG@CWTC.COM

WEB

WWW.CHICONLINE.COM.CN

CENTRESTAGE *'Designed in Hong Kong'*

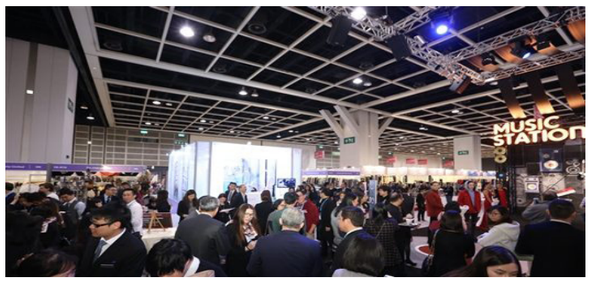
Hong Kong Fashion Week transforma su certamen de marcas. La feria de aprovisionamiento, que organiza Hong Kong Trade Development Council (Hktdc), ha suprimido este año World Boutique, que organizaba en paralelo a su convocatoria de enero, para lanzar Centrestage, un nuevo salón para la promoción de marcas y diseñadores locales e internacionales en el mercado asiático.

TRAYECTORIA

Hong Kong es desde hace décadas uno de los epicentros mundiales del aprovisionamiento. Durante muchos años, la isla fue uno de los ejes neurálgicos para la negociación de las compras en China y sacó provecho de su estatus de puerto franco para impulsar el comercio mundial de muchas mercancías procedentes del país.

PERFIL DE EXPOSITORES Y VISITANTES

El nuevo evento, que debutará este año, tendrá lugar en septiembre. El certamen tiene como fin reforzar el papel de Hong Kong como plataforma de acceso al mercado asiático en el ámbito de la distribución para servir de enlace entre las marcas y el comercio minorista. Exponen en el encuentro enseñas locales e internacionales de moda que buscan distribución en Hong Kong, China y su área de influencia. Los visitantes, por tanto, serán operadores del comercio minorista, desde comercios multimarca a grandes almacenes, masterfranquiciados, agentes o distribuidores, etc.



ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

HONG KONG, 7 A 10 DE SEPTIEMBRE DE 2017

CONTACTO PARA VISITANTES Y EXPOSITORES

HKTDC ESPAÑA
VIRGINIA SEOANE
932 360 930
BARCELONA.CONSULTANT@HKTDC.ORG

WEB

WWW.CENTRESTAGE.COM.HK

FASHION TAKES **CENTRESTAGE** IN HONG KONG

ASIA'S FASHION SPOTLIGHT

Hong Kong es una ciudad muy dinámica, una ciudad que atrae a todas las novedades. Es lógico entonces pensar que las últimas tendencias de la moda en Asia se reúnan en Hong Kong.

Durante 4 días, 7 – 10 septiembre de 2016 en el Hong Kong Convention and Exhibition Centre, CENTRESTAGE, evento organizado por el Hong Kong Trade Development Council (HKTDC), reunirá a los principales creadores de tendencias en la ciudad. El evento servirá como plataforma de encuentro entre marcas y diseñadores para definir las tendencias del futuro.

Así pues, CENTRESTAGE será el escaparate para aquellas marcas internacionales y diseñadores con interés en Asia. Estarán presentes casas tan destacadas como **Anagram**, **Aquascutum**, **Arthur Lam**, **Charmante**, **DORIAN HO**, **Galtiscopio**, **Harrison Wong**, **i.t** y **Sudo** entre otras. El evento se organizará por zonas temáticas que ejemplificarán mejor la esencia de las marcas y el mercado al que dan servicio. '**GLAM**', por ejemplo, incluirá las marcas cuyo sello es la calidad; '**ALLURE**' ofrecerá estilos sofisticados que apelan a los sentidos; '**METRO**' promete ser trendy, deportivo y cosmopolita; '**FORWARD**' traerá nuevas marcas y diseños jóvenes a un primer plano.

Habrá algo nuevo y diferente cada día en el CENTRESTAGE, con desfiles de marcas y diseñadores en la pasarela y pequeños desfiles en el recinto ferial. Reconocidos coolhunters dirigirán seminarios sobre las tendencias que están por venir en próximas temporadas mientras que expertos analizaran la situación de los mercados actuales.

CENTRESTAGE ELITES es la Gala de la Moda Internacional que se celebra de noche, dónde los jóvenes diseñadores de Hong Kong mostraran sus últimas piezas, en el **Hong Kong Young Designer's Contest show**.

En otra propuesta innovadora, el HKTDC ofrece al público la oportunidad de visitar el show durante el '**OPENSTAGE**' el 10 de septiembre, y la campaña promocional '**Hong Kong in Fashion**' que lleva el evento al centro de la ciudad.

TO EXHIBIT TO VISIT

CENTRESTAGE.COM.HK

CENTRESTAGE • 7-10 Sep 2016 • Hong Kong Convention and Exhibition Centre
Enquiries: barcelona.consultant@hktdc.org / (34 93) 2360 930

CPM MOSCÚ
El mercado ruso recupera el pulso

CPM Moscú es una de las mayores ferias de moda que se celebra en Rusia. La feria aborda todos los segmentos de la moda (femenina, masculina, infantil, urbana, nupcial, fiesta, íntimo, baño y accesorios) y cuenta con una pasarela propia para la promoción de las marcas participantes. En 2014, Igedo Company, propietaria del salón, reforzó la oferta de íntimo y baño al sumar a Eurovet, responsable del Salon International de la Lingerie y de Mode City, en la organización del Moscow Mode Lingerie & Swim.

TRAYECTORIA

Igedo Company, empresa alemana especializada en la organización de salones de moda, puso en marcha este certamen en 2003 con el objetivo de abordar el mercado ruso, en pleno crecimiento y desarrollo desde la caída del régimen comunista. Igedo, responsable también de la hoy ya desaparecida CPD Düsseldorf, impulsó la feria moscovita junto a la compañía alemana Itmm, que ya actuó como coordinadora europea en la creación del salón Moda Moscú en la década de los noventa. El certamen empezó a estabilizarse y a frenar su ritmo de crecimiento a partir de 2009, cuando la distribución de moda en Rusia comenzó a dar síntomas de madurez. A pesar de ello, CPM Moscú sigue manteniendo alto el listón, gracias al interés que despiertan las antiguas repúblicas soviéticas como nuevos mercados emergentes y a la total dependencia del mercado ruso de las marcas extranjeras de moda.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El evento ruso, que tiene lugar dos veces al año, tiene desde sus inicios una gran acogida por parte de las marcas europeas, sobre todo italianas y alemanas, que han visto en él una buena plataforma para introducirse en el mercado. Cuatro años después de su puesta marcha, CPM Moscú contaba con alrededor de 1.500 marcas expositoras y recibía casi 18.000 visitantes. Las enseñas españolas también se volcaron en este certamen, que sigue contando con el apoyo del Icex, donde llegaron a exponer hasta sesenta firmas. El conflicto con Ucrania y la crisis económica que azota al país está pasando factura al crecimiento de las empresas europeas que operan en él y esto ha repercutido en la evolución de la feria, que ha ido perdiendo expositores y visitantes en las últimas ediciones.

EDICIÓN ANTERIOR

CPM Moscú recuperó músculo en su edición de febrero, alcanzando los 19.950 asistentes, hasta un 20% más que en la convocatoria anterior. Un total de 45.000 metros cuadrados fue el escenario para la presentación de 950 colecciones. El grueso de los compradores provino de Europa del Este y Rusia. En cuanto a la participación española, CPM Moscú acogió a firmas como Alba Conde, Brunella, Bóboli, Mayoral o Ysabel Mora, entre otras.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA, MASCULINA, INFANTIL, URBANA, NUPCIAL, FIESTA, ÍNTIMO, BAÑO Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

MOSCÚ, 31 DE AGOSTO A 3 DE SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

SQUARES&METERS
NOEMÍ MORENO PEROMINGO
915 481 837
NOEMI@SQUARESMETERS.COM

WEB

WWW.CPM-MOSCOW.COM

COLOMBIAMODA
Punto de encuentro latinoamericano para la moda

Colombiamoda es el principal escaparate de la moda colombiana, celebrado en Medellín una vez al año, en julio. Inexmoda, el órgano de promoción del sector colombiano de la moda, organiza este certamen de clara voluntad internacional. La feria es el principal escaparate de la moda colombiana, aunque está totalmente abierta a la presencia de marcas de fuera, sobre todo latinoamericanas.

TRAYECTORIA

En los últimos años, la feria se ha convertido en una de las principales citas del sector en Latinoamérica. Colombiamoda presenta una oferta de colecciones de moda femenina, masculina, casual, íntimo, baño e infantil, además de una pequeña muestra de complementos, bisutería y joyería. Desde 2013, a la oferta de moda se sumó la de Textiles2, un nuevo certamen que reúne a fabricantes y distribuidores de tejidos, y Moda para el Mundo, un certamen específico para la moda ética. Junto con la actividad comercial, el salón organiza también una pasarela para impulsar la promoción de las empresas que participan.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La feria es el principal escaparate de la moda colombiana, aunque está del todo abierta a la presencia de marcas de fuera, sobre todo latinoamericanas. No obstante, en algunas de sus ediciones, la feria ha contado también con la participación de enseñas españolas como Custo Barcelona y Ágatha Ruiz de la Prada. El recinto ferial Plaza Mayor de Medellín reúne más de 600 expositores, la mayoría de ellos de Colombia. En cuanto a los visitantes, sólo un 10% procede de fuera del país. Los compradores extranjeros acuden sobre todo de México, Ecuador y Venezuela, y muchos de ellos lo hacen a través de misiones comerciales que organiza la misma entidad ferial. Colombiamoda ha logrado un importante crecimiento en estas últimas ediciones, en las que ha registrado un aumento de la cifra de visitantes.

EDICIÓN ANTERIOR

En su última edición, en julio de 2015, el certamen concluyó con oportunidades de negocio por cerca de 341 millones de dólares y recibió 60.741 visitantes, de los cuales un total de 13.271 eran compradores. A la cita colombiana acudieron 654 compañías expositoras, que presentaron sus colecciones en un recito de 7.367 metros cuadrados.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA, MASCULINA, INFANTIL, ÍNTIMO, BAÑO Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

MEDELLÍN, 26 A 28 DE JULIO DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES

CLARA INÉS HENRÍQUEZ VELÁSQUEZ
CLARA.HENRIQUEZ@INEXMODA.ORG.CO
+57 4 6043 700 EXT. 114

CONTACTO PARA VISITANTES

CATALINA RENDÓN JARAMILLO
CATALINA.RENDON@INEXMODA.ORG.CO
+57 4 6043 700 EXT. 160

WEB

COLOMBIAMODA.INEXMODA.ORG.CO

ETHICAL FASHION SHOW
La moda ética echa raíces en Berlín

El salón Ethical Fashion Show, bajo el paraguas de Messe Frankfurt y, desde 2014, junto a Greenshowroom, se ha consolidado como una cita indispensable para la moda ética. El certamen cuenta con dos convocatorias, una en enero y otra en junio, en Berlín.

TRAYECTORIA

Ethical Fashion Show inició su andadura en París en 2004 debido al interés que estaban despertando las políticas de responsabilidad social corporativa en el negocio de la moda. La feria, fundada por la activista francesa Isabelle Quéhé, empezó con un centenar de marcas de prêt-à-porter, moda urbana e infantil, que tenían en común respetar los códigos internacionales en materia laboral y medioambiental a lo largo de su proceso de producción. La filial francesa de Messe Frankfurt compró el salón en 2010, cuando ya reunía alrededor de 400 marcas, y amplió su convocatoria a dos ediciones anuales. En 2012, la entidad ferial llevó la fórmula a Berlín, donde sigue convocándose en el centro de la ciudad coincidiendo con el resto de eventos de la semana de la moda. En la pasada edición de julio, y ante la demanda de ampliación de espacio por parte de las marcas participantes, la organización cambió la ubicación del evento del recinto Ewerk a las instalaciones de Postbahnhof, la antigua estación de tren.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

En 2013, Messe Frankfurt decidió clausurar la cita de París, donde en alguna ocasión había coincidido con la semana de la moda de la capital francesa. No obstante, el evento ha prosperado en Berlín y en dos años ha duplicado el número de expositores, hasta alcanzar las noventa enseñas participantes.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria del certamen Ethical Fashion Show, que tuvo lugar el pasado enero, alcanzó su récord de participación con la asistencia de 166 marcas, el 50% de las cuales procedían de 19 países foráneos, sobre todo de Reino Unido, Holanda o Escandinavia.

ESPECIALIDAD

MODA ÉTICA

PRÓXIMAS FECHAS

BERLÍN, 28 A 30 DE JUNIO DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

CARINA BISCHOF
+49 30 609 854 12
CARINA@ETHICALFASHIONSHOWBERLIN.COM

WEB

ETHICALFASHIONSHOWBERLIN.COM

ISPO
La feria alemana del deporte acelera en China

Ispo es la principal feria europea de prendas, calzado y material deportivo. El certamen, que organiza la entidad ferial Messe Munich, cuenta con una trayectoria de más de cuarenta años y supera ya las setenta ediciones.

TRAYECTORIA

Ispo desembarcó en China en 2005, con una convocatoria en Shanghái. La buena acogida que obtuvo el certamen obligó a la organización a buscar de inmediato un recinto de mayores dimensiones. Tres años después, el salón se trasladó de Shanghái a Pekín. En 2015, la feria regresó a Shanghái con una nueva convocatoria en julio. De este modo, Ispo mantiene su edición de inverno Pekín y suma la de Shanghái en verano. En esta última década, la feria ha sufrido severos altibajos, alcanzando récords de visitantes y expositores, pero también se ha visto obligada a cancelar la edición de verano. La feria alemana no ha escapado de las consecuencias de la transformación que ha sufrido la distribución de moda deportiva en estos últimos quince años en Europa, con la entrada de grandes cadenas y la especialización del comercio multimarca.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

A pesar de los cambios, Ispo continúa siendo la feria de referencia del sector. Desde 2008, la organización sólo convoca la edición de invierno, que sigue convocándose en la localidad alemana de Múnich a principios de febrero. De hecho, a partir de aquel año el certamen ha ido registrando cifras récord de participación y de afluencia de público.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Ispo, que tuvo lugar el pasado febrero en Pekín, consiguió reunir a 38.600 visitantes, un 29% más que en la edición de 2015. El salón también registró un aumento en la participación de empresas expositoras, que pasaron de 434 a 490. La edición de Múnich destacó por su carácter internacional. A la última convocatoria, celebrada en enero, asistieron más de 80.000 visitantes profesionales, procedentes sobre todo de Italia, Suiza y Austria, pero también de Rusia y Ucrania. La cifra de expositores alcanzó las 2.645 compañías, el 87% de las cuales era de procedencia extranjera.

ESPECIALIDAD

ROPA, CALZADO Y MATERIAL DEPORTIVO

PRÓXIMAS FECHAS

SHANGHÁI, 6 A 8 DE JULIO DE 2016
MÚNICH, 5 A 8 DE FEBRERO DE 2017
PEKÍN, 15 A 18 DE FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

MARTINA CLAUSS
934 881 720
INFO@FIRAMUNICH.COM

WEB

WWW.ISPO.COM

MODEFABRIEK
A la conquista de los Países Bajos

Modefabriek, que concentra el grueso de su oferta en moda femenina, es la feria de moda más importante en Holanda y su área de influencia. El certamen, celebrado dos veces al año y con veinte años de historia a sus espaldas, representa hoy una de las mejores plataformas para introducirse en el país y el norte de Europa.

TRAYECTORIA

Cuatro emprendedores locales impulsaron en 1996 este salón, que toma su singular nombre de la Westergasfabriek, el edificio industrial en el que se estrenó con poco más de una veintena de expositores y un centenar de visitantes. A lo largo de dos décadas, la feria se ha visto obligada a cambiar de ubicación por cuestiones de espacio, pero ha intentado preservar el ambiente industrial del inicio, que es el que le otorga cierta pátina de autenticidad. En 2012, los organizadores impulsaron una nueva feria en paralelo a Modefabriek. El nuevo salón se llama Mint y está dedicado la moda ética. Por otro lado, el certamen ha ido haciendo hincapié en ciertos segmentos, como el del denim o las marcas de segmento más alto, a los que se les ha dedicado un apartado propio.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El grueso de la oferta de Modefabriek es la moda femenina, aunque también alberga colecciones de hombre, accesorios y calzado. Actualmente, el certamen se celebra en el centro de convenciones Amsterdam RAI, donde convoca marcas y compradores europeos sobre todo de Holanda y su entorno inmediato de influencia.

EDICIÓN ANTERIOR

En la última edición de Modefabriek, convocada el pasado enero, se reunieron más de 600 marcas, cien más que las que el certamen había previsto. A la cita acudieron enseñas como Levi's, Moschino, Nudie Jeans, Arrow o Barbour; además de firmas españolas como El Naturalista, Hoss Intropia, Isabel de Pedro, Lola Cruz, Nice Things, Pertini, Smash! o Unisa.

ESPECIALIDAD
MODA FEMENINA

PRÓXIMAS FECHAS
ÁMSTERDAM, 10 A 11 DE JULIO DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES
ANNEMARIE VAN NIJEN
+31 (0) 20 442 19 60
ANNEMARIE@MODEFABRIEK.NL

CONTACTO PARA VISITANTES
+31 (0) 20 442 19 60
OFFICE@MODEFABRIEK.NL

WEB
WWW.MODEFABRIEK.NL

PITTI UOMO
La moda masculina se hace fuerte en Florencia

Pitti Uomo, además de consolidarse como la principal feria de moda masculina, es uno de los eventos de mayor trayectoria de la industria.

TRAYECTORIA

El salón Pitti Immagine, nacido en 1926, invita en cada edición a marcas representativas para que organicen un desfile exclusivo para el evento. En los últimos años, la feria se ha ido abriendo a segmentos más deportivos y casual, como I Play, u orientados a las últimas tendencias, como Touch! y L'altro Uomo. Pitti Uomo ha impulsado sus cifras en las últimas ediciones gracias, en parte, a la desarticulación del Bread&Butter. Además de la actividad comercial, Pitti Uomo desarrolla unos programas extensos de desfiles, fiestas, exposiciones, inauguraciones, etc.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El evento continúa siendo una de las citas ineludibles para algunas de las marcas más relevantes en el ámbito de la sastrería italiana y londinense, pero también de la moda masculina en su vertiente más urbana. La cifra de compañías españolas partícipantes en el certamen ronda la veintena. En las últimas convocatorias, la feria ha acusado la crisis de consumo que sufren los países del sur de Europa, de los que ha observado una menor afluencia, en contraste con un mayor dinamismo de los compradores de Alemania, Japón, Reino Unido y Estados Unidos.

EDICIÓN ANTERIOR

En la última convocatoria de enero, Pitti Uomo incrementó un 5% el número de compradores, hasta alcanzar los 23.000. De estos, más de 8.000 fueron extranjeros, con un incremento del 2,5% respecto a la edición anterior. Alemania, Estados Unidos, Reino Unido y Francia fueron los países de procedencia de la mayoría de compradores. Entre los visitantes extranjeros también destacaron compradores de Japón, España, Holanda y los países nórdicos. El número de compradores italianos aumentó un 8%, hasta llegar a los 15.000; mientras que países como China, Hong Kong, Rusia y Turquía disminuyeron en número de visitantes.

ESPECIALIDAD
MODA MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS
FLORENCIA, 14 A 17 DEJUNIO DE 2016
FLORENCIA, 10 A 13 DE ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES
FRANCESCA BARONCINI
BARONCINI@PITTIMMAGINE.COM
+39 055 3693234

CONTACTO PARA VISITANTES
NICOLETTA INNOCENTI
INNOCENTI@PITTIMMAGINE.COM
+39 055 3693222

WEB
WWW.PITTIMMAGINE.COM

MOMAD
La cita de la moda y el calzado en Madrid

El paraguas de Momad alberga las dos ferias sectoriales Momad Metrópolis, especializada en oferta textil, y Momad Shoes, que concentra la oferta de calzado. Tras unos años compartiendo techo y convocatoria, los salones se separaron para recuperar el protagonismo de cada sector. La división en algunas convocatorias, en función del calendario de cada sector, ha traido sus primeros frutos, aumentando la cifra de visitantes y expositores en cada una de las ferias.

TRAYECTORIA

En sus inicios, Momad fue el resultado de la suma de dos ferias de moda de Madrid: el Salón Internacional de la Moda de Madrid (Simm) y Modacalzado. El propósito del organizador ferial era concentrar al máximo los eventos de moda para ser referente internacional y crear sinergias con la pasarela Mercedes-Benz Fashion Week Madrid y con los salones del regalo (Intergift), de la bisutería (Bisutex) y de la joyería (MadridJoya) en aquellas ocasiones en que las fechas sean coincidentes. No obstante, en 2015, Ifema revisó la fórmula, creando de nuevo dos ferias por separado bajo el mismo paraguas de Momad.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Con esta nueva organización, Momad Metrópolis continua albergando marcas de moda femenina, masculina e infantil, y recibe a detallistas multimarca. Momad Shoes, por su parte, se ha especializado en el calzado y, en concreto, de gama media.

EDICIÓN ANTERIOR

En su primera edición en solitario, celebrada el pasado febrero, Momad Metrópolis recibió un total de 14.038 visitantes profesionales, de los cuales 1.500 fueron compradores extranjeros. Por su parte, Momad Shoes congregó en su primera convocatoria en marzo de este año a 230 expositores directos y 470 marcas y recibió la visita de 5.500 compradores, de los que alrededor de un 10% fueron extranjeros.

ESPECIALIDAD

MODA, CALZADO Y COMPLEMENTOS

PRÓXIMAS FECHAS

MADRID (MOMAD METRÓPOLIS), 9 A 11 DE SEPTIEMBRE DE 2016
MADRID (MOMAD SHOES), 9 A 11 DE SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES

MOMAD: JAIME DE LA FIGUERA
MOMAD METROPOLIS: ANA RODRÍGUEZ
MOMAD SHOES: FÉLIZ PÉREZ-FAJARDO
DESDE ESPAÑA 902 22 16 16
INTERNACIONAL +34 91 722 30 00

CONTACTO PARA VISITANTES

DESDE ESPAÑA 902 22 15 15
INTERNACIONAL +34 91 722 30 00

WEB

WWW.MOMAD.IFEMA.ES

MO
MAD
EVENTOS DE MODA

METROPOLIS
SALÓN INTERNACIONAL DE TEXTIL Y COMPLEMENTOS

SHOES
SALÓN INTERNACIONAL DE CALZADO Y COMPLEMENTOS

9 - 11 Septiembre 2016

www.momad.ifema.es
Síguenos en:

ORGANIZA
IFEMA
Feria de Madrid

MAGIC LAS VEGAS
La feria 'king size' de la moda en Estados Unidos

Magic Las Vegas es el mayor evento de moda en Estados Unidos. Mientras que en Nueva York se concentran las colecciones de autor en torno a la semana de la moda, en Las Vegas tiene lugar en febrero y agosto un certamen de grandes dimensiones, que es la suma de varias ferias lideradas por WWD Magic. Propiedad del grupo británico UBM, la feria aterrizó por primera vez en territorio asiático el pasado abril con su edición IFF Magic Japan.

TRAYECTORIA

En sus últimas ediciones, el certamen ha intentado dar un giro hacia la exclusividad y la vanguardia y ha ido ganando cuerpo con salones de pequeño formato, que han traído al sur de Estados Unidos una dosis de diseño. Así, junto a WWD Magic se celebran Project, The Tents, The Collective y Pooltradeshow. Junto a toda la oferta de moda, además, también se concentra en Las Vegas la de calzado, en FNPlatform, que reúne también cerca del millar de expositores; la de íntimo, en Curvenv, y la de moda infantil Playground, que puso en marcha en 2015. Junto a ellos, exponen los talleres de aprovisionamiento y fabricantes de marca blanca, que se ubican bajo las áreas Sourcing at Magic y WSA@Magic. Las diferentes ferias se agrupan en dos epicentros: Las Vegas Convention Center y Mandalay Bay Convention Center.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El grueso de la oferta de la feria son marcas estadounidenses que buscan reforzar su red de distribución nacional. Sin embargo, cada vez es más habitual la presencia de enseñas internacionales, sobre todo europeas, que buscan entrar en el mercado estadounidense.

EDICIÓN ANTERIOR

Magic Las Vegas concentra dos veces cada año en la capital del estado de Nevada alrededor de 5.000 expositores y 65.000 visitantes de más de 80 países. Se calcula que la suma de todos los certámenes genera cada día de feria pedidos por valor de 200 millones de dólares.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA, MASCULINA, ÍNTIMO Y BAÑO, FIESTA Y NOVIA, CALZADO Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

LAS VEGAS, 15 A 17 DE AGOSTO DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

ROSA ANA MARTÍNEZ
932 264 870
SPAIN@MAGICONLINE.COM

WEB

WWW.MAGICONLINE.COM

PANORAMA
La opción más comercial en Berlín

Tras la desaparición de CPD en Düsseldorf, el objetivo del salón Panorama fue dar cabida en Berlín a todo un grupo de empresas de moda de gama media que no encontraban su espacio en ninguna de las ferias de la capital alemana. Con una convocatoria bianual, la feria opera bajo el ala de Messe Berlín. A finales de 2014, cuando Bread&Butter anunció la cancelación de su edición de enero, muchas de sus marcas optaron por trasladarse a Panorama.

TRAYECTORIA

Entre la exclusividad de Premium Berlín y las propuestas de vanguardia de los showrooms que se extienden por la ciudad, existe un mercado para las líneas muy comerciales con precios medios que sigue aprovisionando a gran parte del comercio multimarca de Europa. Panorama ha sabido cubrir este segmento y hoy es el segundo certamen en número de expositores y visitantes que se celebra Berlín, sólo superado por Premium. El salón, propiedad de la institución ferial Messe Berlín, tiene lugar junto al resto de eventos de la semana de la moda de la capital alemana. En un principio, el evento inició su andadura en el nuevo recinto ferial ExpoCenter Airport, pero enseguida ganó cuerpo y se trasladó a las instalaciones de la entidad ferial en el centro de Berlín, donde permanece actualmente.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Algunas de las marcas españolas que han apostado por este evento son Alma en Pena, Alpe, Gioseppo, Jota + Ge, Skunkfunk, Sendra Boots, Compañía Fantástica o Isabel de Pedro, ente otras. Entre las enseñas internacionales se encuentran Airfield, Pilgrim, Hechter, Arrow, Marc O'Polo, Oilily o Ichi, entre otros.

EDICIÓN ANTERIOR

En su última convocatoria de invierno, Panorama reunió a más de 700 marcas en una superficie de 42.000 metros cuadrados. La feria continuó engrosando su tamaño e incorporó nuevas secciones, como una específica para el calzado y otra para el universo de los accesorios.

ESPECIALIDAD

MODA, CALZADO Y COMPLEMENTOS

PRÓXIMAS FECHAS

BERLÍN, 28 A 30 DE JUNIO DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+49 (0) 30 27 59 560 33
SERVICE@PANORAMA-BERLIN.COM

WEB

WWW.PANORAMA-BERLIN.COM

PREMIUM BERLIN
Bastión de la moda en la capital alemana

Premium Berlin es la principal feria alemana de moda. El salón, con un fuerte carácter internacional, presenta colecciones para mujer y hombre, moda urbana, *sportswear*, calzado y accesorios.

TRAYECTORIA

Anita y Norbert Tillmann impulsaron el salón en 2003 y eligieron para ello Berlín, una ciudad que por entonces nada decía en el negocio de la moda, que seguía concentrado en Düsseldorf. Premium disparó su crecimiento en 2008 con la llegada de Bread&Butter y la celebración de la primera semana de la moda, que ellos mismos impulsaron junto a IMG, empresa neoyorkina especializada en la organización de eventos. Gracias a Premium, Berlín le arrebató a Düsseldorf la capitalidad alemana de la moda. En 2009, Premium puso en marcha Seek, un pequeño certamen dedicado a la moda urbana de gama más alta. El año pasado, los organizadores compraron Bright, el salón berlinés de moda urbana especializado en el segmento *skate*. En la última edición de julio, Seek y Bright se celebraron ya juntos en el recinto Berlin Arena concentrando una oferta de 600 marcas. Premium organiza también Premium Order Munich, de ámbito local, que también tiene lugar dos veces al año en la localidad de Múnich.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El certamen reúne dos veces al año, en enero y en julio, alrededor de 1.000 marcas, 1.600 colecciones y 60.000 compradores en la capital alemana. Más del 70% de sus visitantes procede de fuera de Alemania. En las últimas ediciones, España e Italia han incrementado su presencia en la feria y suman ya el 22% de los asistentes, siendo el público más numeroso, superado sólo por el alemán.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Premium, celebrada en Berlín el pasado enero, registró un aumento del 10% del número de visitantes en comparación con la edición del año anterior. Del total de asistentes, alrededor del 70% era de procedencia internacional, sobre todo de Austria, Suiza y del sur de Europa. En el certamen participaron un total de 1.000 firmas, el 28% de las cuales exponía sus colecciones por primera vez.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA, MASCULINA,
URBANA, SPORTSWEAR, CALZADO Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

BERLÍN, 28 A 30 DE JUNIO DE 2016
MÚNICH, 6 A 9 DE AGOSTO DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES

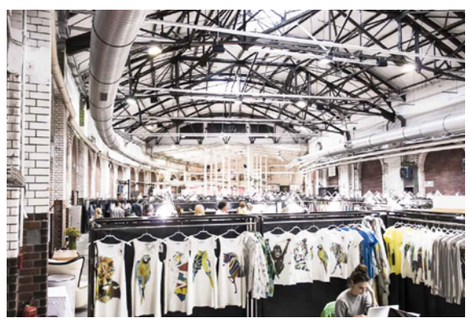
+49 (0)30 629 0850
INFO@PREMIUMEXHIBITIONS.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

+49 (0)30 208 891330
WELCOME@PREMIUMEXHIBITIONS.COM

WEB

WWW.PREMIUMEXHIBITIONS.COM



PURE LONDON
Puerta de acceso al mercado británico

Pure London es la principal feria británica de moda femenina. El evento, que tiene lugar dos veces al año, en febrero y en agosto, en el recinto Olympia de Londres, busca marcas en las que primen la creatividad, el diseño y la diferenciación para dar argumentos al multimarca con los que poder competir con los gigantes de la moda.

TRAYECTORIA

Pure London fue una iniciativa de la empresa inglesa Emap, propietaria de la compañía editora de cabeceras como Drapers, e Igedo Company, grupo alemán especializado en la organización de salones de moda. Más adelante, Emap tomó las riendas en solitario del certamen. En marzo de 2012, la división de la compañía, Emap Connect, cambió de nombre por i2i Events Group en un proceso de reorganización de todo el grupo empresarial. Para 2016, el evento ultima una revisión con miras a elevar su posicionamiento. En este sentido, la feria introducirá apartados Premium en cada una de sus categorías para subrayar las marcas más emblemáticas de su oferta. Desde 2014, Pure organiza también una convocatoria en Shanghái en octubre, en el marco de la feria Chic. En este evento participan alrededor de treinta marcas.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

A mediados de la última década, Pure London inició el despegue y, edición tras edición, fue ganando expositores y visitantes. En las últimas convocatorias, la feria ha sumado a su oferta de moda femenina colecciones de moda masculina, íntimo y baño y moda infantil, además de ampliar el universo de los accesorios y el calzado. Entre el público asistente, acuden operadores clave en el país como Selfridges, Harvey Nichols, Harrods o House of Fraser, entre otros.

EDICIÓN ANTERIOR

El pasado febrero se celebró la última edición de Pure London, un evento que reunió a más de 700 firmas (300 de las cuales participaban por primera vez en el salón) y alrededor de 15.000 visitantes.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA, COMPLEMENTOS,
CALZADO, ÍNTIMO, BAÑO Y MODA INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS

LONDRES, 24 A 26 DE JULIO DE 2016
SHANGHÁI, 11 A 13 DE OCTUBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

FLAVIA GATTINI/ YASMINA DAJANI
933 435 510
F.GATTINI@CMTESPANA.COM

WEB

WWW.PURELONDON.COM

TRANOÏ
La moda de vanguardia se da cita en París

Tranoï es uno de los mayores salones dedicados al diseño de vanguardia que tienen lugar en París en paralelo a los desfiles de la semana de la moda. La feria se celebra cuatro veces al año, dos de ellas coincidiendo con los desfiles de moda masculina y otras dos junto a la pasarela de moda femenina.

TRAYECTORIA

El salón parisino cuenta con una gran trayectoria a sus espaldas. La feria fue impulsada hace más de veinte años por Mariel Gamboa, pero no despegó hasta mediados de la última década, cuando tomó las riendas Michel Hadida. El salón se ha especializado en diseñadores y marcas de autor. Con el cierre de Rendez Vous, el otro gran certamen que se celebraba en París durante la semana de la moda, Tranoï se ha erigido como uno de los mayores eventos en Europa dedicados al diseño de vanguardia. En 2011, Tranoï compró Workshop, otro de los certámenes que coincidían en fechas en París, ganando todavía más protagonismo en la ciudad. El año pasado, el salón desembarcó en Nueva York con una ochentena de marcas coincidiendo con la semana de la moda en la ciudad. Las dos primeras ediciones del certamen en la Gran Manzana se convocaron en el espacio The Tunnel, situado en el barrio de Chelsea.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La mayoría de las enseñas que participan en el salón son proyectos independientes, de empresas de tamaño pequeño o medio. En cuanto a los visitantes, Tranoï se nutre del ambiente que gira en torno a los desfiles de la semana de la moda. La feria trata de atraer a los responsables de compras de los grandes almacenes británicos, estadounidenses y asiáticos, aunque el grueso de su público son *boutiques* especializadas en creadores procedentes de todo el mundo. Por tradición, las mayores convocatorias del certamen son las que se celebran durante la semana de la moda femenina, en las que Tranoï concentra su oferta en tres espacios: el palacio de Bolsa de París, el Carroussel del Louvre y el emblemático edificio Montaigne. Para la oferta masculina, a la feria le basta por el momento con el recinto de la Bolsa, donde concentra unas 200 enseñas. Coincidiendo con la feria dedicada al hombre, la organización lanzó en 2013 Tranoï Preview, para precolecciones o colecciones avanzadas de mujer.

EDICIÓN ANTERIOR

La última cita del certamen se celebró en la capital francesa en marzo, durante la semana de la moda de París, y tuvo como protagonista a la colección de moda femenina. A ella acudieron alrededor de 650 empresas expositoras, que presentaron artículos de joyería, calzado, productos de cuero, accesorios y moda de baño.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS (HOMBRE), 25 A 27 DE JUNIO DE 2016
PARÍS (PREVIEW MUJER), 25 A 27 DE JUNIO DE 2016
NUEVA YORK, 17 A 19 DE SEPTIEMBRE DE 2016
PARÍS (MUJER), 30 DE SEPTIEMBRE A 3 DE OCTUBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+33 (0)1 53 01 84 90

WEB

WWW.TRANOI.COM

▸P

MODAES.ES, AÚN MÁS PREMIUM

Siete años líder en información económica del negocio de la moda

TENDRÁS ACCESO A

TODA LA ACTUALIDAD SIN RESTRICCIONES
Accede a todos los artículos de Modaes.es, también las noticias, los reportajes y las entrevistas Premium

REVISTA MODAES.ES
Recibe cada trimestre la Revista Modaes.es en formato impreso en tu casa u oficina

INFORMES Y PUBLICACIONES
Recibe el Informe Económico, el Barómetro de Empresas, el Quién es Quién y el Resumen de BFS

BANCO DE INFORMES Y DIRECTORIO
El mayor directorio de empresas y entidades del sector en España y el más completo banco de informes

AGENDA DE EVENTOS
Agenda de ferias y eventos específicos de moda en España y en todo el mundo

PUBLICACIONES ONLINE SIN LÍMITES
Todas las publicaciones de Modaes.es en tu ordenador o tableta

JORNADAS MODAES.ES
Acceso preferente a las jornadas y eventos de Modaes.es

DESCUENTOS ESPECIALES
Descuentos especiales en todos los productos de Modaes.es (incluido Barcelona Fashion Summit)

TODO POR SÓLO 96 EUROS AL AÑO
¿TE LO VAS A PERDER?
WWW.MODAES.ES/PREMIUM

¡SUSCRÍBETE YA!

WHO'S NEXT
Polo de atracción del multimarca europeo

Who's Next es el mayor salón de moda de París y uno de los principales de Europa. Actualmente, el certamen domina en solitario el recinto ferial de Puerta de Versalles tras absorber en 2011 a Prêt-à-Porter, que durante décadas lideró el panorama ferial europeo de la moda femenina.

TRAYECTORIA

La compañía francesa WSN Development, dirigida desde el pasado septiembre por Etienne Cochet, puso en marcha Who's Next a mediados de la década de los noventa, con un concepto que rompía con la manera de hacer habitual de las ferias de moda de entonces. Los impulsores del certamen propusieron stands abiertos, un ambiente relajado y desenfadado, música en directo e incluso abrir la feria al consumidor final. La fórmula se fue ajustando, pero cuajó enseguida. En 1999, Who's Next absorbió lo que quedaba del salón de la moda masculina de París, que trataba de relanzarse como Le Noveau Sehm. Más adelante, WSN Development desarrolló el salón de accesorios y complementos Première Classe. En estos últimos años, Who's Next se ha erigido como la única plataforma de moda del recinto ferial, donde coincide de manera ocasional con Bijorhca, el salón de la bisutería, con el Salon International de la Lingerie o con Mode City, de íntimo y baño.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La feria parisina es el certamen internacional de moda en el que participan más marcas españolas, con la presencia de firmas como Sita Murt, Vilagallo o Isabel de Pedro, entre otras. El publico internacional representa el 40% del total, con representantes de grandes líderes de la distribución internacional, grandes almacenes japoneses, tiendas exclusivas, *concept stores* o operadores de ecommerce, entre otros. Los visitantes procedentes del extranjero procedieron de mercados como Europa, Japon, Países Asiáticos, Oriente Medio, Estados Unidos, Tailandia Malasia, Sudáfrica, Corea del Sur, etcétera

EDICIÓN ANTERIOR

En su edición del pasado septiembre, la Who's Next y Premiere Classe acogieron cerca de 41.200 visitantes. En las últimas ediciones, la organización del certamen ha reestructurado y simplificado la distribución de la oferta.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y UNISEX

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, 2 A 5 DE SEPTIEMBRE DE 2016
PARIS, 20 A 23 DE ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

FIDANCIA (AGENTES EN ESPAÑA)
CHARLOTTE FORTUNET
900 50 22 81
CHARLOTTE@FIDANCIA.COM

WEB

WWW.WHOSNEXT.COM

Who's Next.
whosnext.com

Premiere Classe.
premiere-classe.com

2-5 SEPT 2016
International Fashion & Accessory Trade Shows
Paris, Porte de Versailles

Summer edition
2-5 Sept. 2016

Winter edition
20-23 Jan. 2017

CALZADO Y ACCESORIOS

Baselworld
p.74

Bijorhca
p.75

Expo Riva Schuh
p.76

Couromoda
p.77

Intergift
p.78
Micam
p.79

GDS
p.80

Premier Classe
p.82

Sapica
p.83

FN Platform
p.84

BASELWORLD
Encuentro mundial de la relojería y joyería

Baselworld es la mayor feria de relojería y joyería del mundo, en la que participan cada año unas 1.500 empresas. El salón es también el mayor evento que se celebra en el recinto ferial de la localidad suiza de Basilea, situada en la frontera suiza con Francia y Alemania.

TRAYECTORIA

Feria de Basilea impulsó el certamen en 1973 con el objetivo de promocionar la industria relojera del país. En sus primeros quince años, la organización ferial no dejó exponer a empresas de fuera de Europa, pero el auge de la relojería japonesa obligó al certamen a abrir sus puertas. El salón ha tomado grandes dimensiones en los últimos veinte años, coincidiendo con la llegada de la relojería al consumo de masas. En 1999, el recinto ferial inauguró un nuevo pabellón que permitía la construcción de stands de tres pisos y, en 2007, Baselworld superó por primera vez el listón de los 100.000 visitantes.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El grueso de la oferta de la feria es la relojería, a pesar de que el segmento de la joyería ha ido ganando peso con los años. El salón reúne a todos los actores importantes del sector: relojeros, joyeros, comerciantes de diamantes, perlas y piedras preciosas y proveedores de maquinaria.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Baselworld, celebrada el pasado marzo, redujo sus dimensiones. El certamen ocupó una superficie de 140.000 metros cuadrados y recibió a 145.000 visitantes (un 3% menos en relación a la edición anterior) con más de 1.500 marcas. Según la organización, el impacto económico generado ascendió a 2.000 millones de francos suizos.

ESPECIALIDAD
RELOJERÍA Y JOYERÍA

PRÓXIMAS FECHAS
BASILEA, 23 A 30 DE MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES
+41 58 206 22 22
EXHIBITOR@BASELWORLD.COM

CONTACTO PARA VISITANTES
+41 58 206 25 25
VISITOR@BASELWORLD.COM

WEB
WWW.BASELWORLD.COM

BIJORHCA
El negocio europeo de la bisutería

Bijorhca es uno de los principales salones europeos de la bisutería y uno de los de mayor trayectoria. Las empresas francesas de bisutería, metales preciosos y orfebrería impulsaron este certamen en la década de los treinta del siglo pasado. Hoy el evento es propiedad de Reed Exhibitions, uno de los mayores organizadores feriales del mundo.

TRAYECTORIA

El salón, que hasta 2013 se llamó Éclat de Mode, tiene lugar dos veces al año en París, donde acostumbra a coincidir con Who's Next en el recinto ferial de Puerta de Versalles. La feria secundó en un primer momento al certamen de moda cuando decidió cambiar las fechas de septiembre por las de julio, pero acabó por regresar a su posición habitual al final del verano, que permite a sus expositores preparar la campaña de Navidad. En 2014, la feria sumó la oferta del certamen de joyería y relojería Print'Or, que hasta entonces se celebraba en la localidad francesa de Lyon. Con esta operación, Bijorhca logró reforzar su oferta de joyería en oro.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El principal valor del certamen es la bisutería de fantasía, aunque la feria también presenta una amplia oferta en joyería de plata y acero, y una pequeña muestra en oro y relojería. Bijorhca cuenta también con un espacio dedicado a la materia prima, equipamiento de tienda y paquetería, en el que se exponen piedras, perlas, abalorios, estuches, bustos, etc.

EDICIÓN ANTERIOR

Alrededor de 12.500 asistentes acudieron a la última edición de Bijorhca, celebrada el pasado enero. En esta convocatoria, el número de visitantes descendió un 9,8% en comparación con el mismo periodo del año anterior, acusado por la bajada de visitantes chinos y japoneses. No obstante, el número de los compradores registró un aumento del 2,7%. En cuanto a los expositores, feria contó con la participación de 400 compañías, el 50% de las cuales procedían de 32 países distintos.

ESPECIALIDAD
BISUTERÍA

PRÓXIMAS FECHAS
PARÍS, 2 A 5 DE SEPTIEMBRE DE 2016
PARÍS, ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
OLGA PONS
934 244 000
GPE@GPEXPO.COM

WEB
WWW.BIJORHCA.COM

EXPO RIVA SCHUH
Convocatoria europea para el calzado de marca blanca

Expo Riva Schuh es un salón de calzado de marca blanca. La feria, que tiene lugar dos veces al año en la localidad italiana de Riva del Garda, reúne cerca de 1.400 expositores, la mayoría de ellos fabricantes de calzado de gama media y media-baja, que trabajan con pedidos de grandes volúmenes para la comercialización de colecciones sin marca o bajo la marca del distribuidor. También exponen en el encuentro proveedores de componentes, piel y otras materias primas.

TRAYECTORIA

Tras años de acusar la crisis en Europa, el salón ha recuperado en las últimas ediciones la senda de crecimiento. La feria, que alcanza las cincuenta ediciones, es bianual y se celebra en enero y en junio. La organización del certamen reafirma su importancia subrayando que entre el 50% y el 60% del calzado que se consume en Europa es *low cost*. En 2011, la feria trasladó su fórmula a la India, en Nueva Delhi, coincidiendo con el salón de la piel y los componentes del país. El proyecto, que llegó a reunir a 170 expositores, no acabó de cuajar y la organización lo canceló en 2014.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La mayoría de las empresas que participan, alrededor del 50%, proceden de China e India y sólo el 24% de la oferta es italiana. Los fabricantes españoles de calzado también están presentes, con alrededor de una treintena de empresas. En cuanto a los visitantes, el certamen recibe más de 11.000 compradores procedentes de un centenar de países. El 35% de los profesionales que asisten a Expo Riva Schuh son italianos, alemanes, franceses y españoles. Por tipo de actividad, la mayoría de los visitantes son distribuidores, ya sean importadores, mayoristas o grandes retailers.

EDICIÓN ANTERIOR

La edición número 85 de Expo Riva Schuh, que tuvo lugar el pasado enero, contabilizó la visita de 13.104 asistentes, un 4,4% más que en la edición de junio de 2015, y contó con la participación de 1.408 empresas expositoras repartidas en una superficie de 32.500 metros cuadrados. La participación internacional en el salón italiano fue elevada, con 1.907 expositores procedentes del extranjero y con sólo 311 compañías italianas.

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

RIVA DEL GARDA, 14 A 17 DE ENERO DE 2017
RIVA DEL GARDA, JUNIO 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+39 0464 570133
SEGRETERIACOMMERCIALE@RIVAFC.IT

WEB

WWW.EXPORIVASCHUH.IT

COUROMODA
Plataforma para la industria brasileña del calzado

Couromoda es el mayor salón de calzado de Brasil y uno de los mayores en Latinoamérica. En la feria, cita anual en Sao Paulo, participan sólo empresas brasileñas.

TRAYECTORIA

Brasil es uno de los principales productores de calzado del mundo, por detrás de China y la India. El grupo Couromoda, responsable de la organización del certamen, calcula que la actividad comercial que se realiza en la feria es responsable del 35% de la producción anual de la industria brasileña del calzado. La feria de calzado se celebra en paralelo al evento dedicado a la moda de señora Sao Paulo Prêt-à-Porter, en la que participan en torno a 500 marcas que buscan distribución en Brasil. La feria de moda también es propiedad del grupo Couromoda, que puso en marcha este evento en 2011 con el propósito de crear en Sao Paulo una gran plataforma comercial dedicada a la moda.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La feria concentra una oferta de calzado femenino y masculino, marroquinería y artículos deportivos, además de una pequeña muestra de calzado infantil, materias primas, accesorios de moda y equipamiento para tiendas. En el salón no existen expositores de procedencia foránea, el 100% de las empresas participantes son de origen brasileño.

EDICIÓN ANTERIOR

Couromoda, que celebró su edición número 43 en enero del año pasado, recibió alrededor de 100.000 visitantes y registró un aumento considerable del número de compradores en su última convocatoria, pasando de 75 en 2015 a 2.000 en 2016. La mayoría de los visitantes extranjeros provenían de Emiratos Árabes, Estados Unidos, Europa, Asia y América. Como cada año, el salón contó con la participación de 2.000 marcas procedentes de trece estados brasileños.

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

SAO PAULO, 15 A 18 DE ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+55 (11) 3897-6100
INTERNACIONAL@COUROMODA.COM.BR

WEB

WWW.COUROMODA.COM

INTERGIFT
Madrid concentra el regalo, la decoración, la bisutería y la joyería

Intergift es el salón dedicado al regalo y a la decoración que organiza Ifema junto con las ferias Bisutex, de bisutería y accesorios de moda, y MadridJoya, de joyería, platería, relojería e industrias afines.

TRAYECTORIA

Intergift continúa siendo el mayor de estos certámenes. La feria del regalo ocupa los cinco pabellones impares del recinto ferial de Ifema con más de 700 empresas. Bisutex y MadridJoya concentran su oferta en un pabellón cada uno. El evento dedicado a la bisutería agrupa unas 300 empresas y el de la joyería, alrededor de 200. Además, desde 2010, coincide también en la edición de septiembre el evento Eurobijoux Collection, que organiza la Asociación Española de Fabricantes Exportadores de Bisutería (Sebime). Este certamen tiene lugar en el Centro de Convenciones del Acceso Norte y reúne una veintena de fabricantes de bisutería, la mayoría de las Islas Baleares.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Durante cinco días, los tres certámenes coinciden en el recinto ferial de Madrid, donde reúnen a casi un millar de expositores y concentran alrededor de 40.000 visitantes. En ocasiones, los eventos coinciden además en Ifema con las ferias de moda y calzado Momad Metrópolis y Momad Shoes, y con los desfiles de la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid.

EDICIÓN ANTERIOR

El pasado febrero tuvo lugar la última edición de Intergift, que se celebró junto a Bisutex y Madrijoya. Los salones cerraron sus puertas con la asistencia de 41.054 visitantes de 76 países, anotando un incremento de más del 3% en la afluencia profesional. En cuanto a la representación de expositores, los salones congregaron a 1.438 empresas y marcas. En cuanto al público, el 67% de los visitantes procedió del territorio nacional, mientras que el resto provino de países vecinos, principalmente de Francia, Italia y Portugal. En relación a Intergift, destacó el crecimiento del 15% de compradores internacionales, así como una mayor presencia de diseñadores e interioristas.

ESPECIALIDAD

REGALO, ARTÍCULOS DE DECORACIÓN, JOYERÍA Y BISUTERÍA

PRÓXIMAS FECHAS

MADRID, 7 A 11 DE SEPTIEMBRE DE 2016
MADRID, 1 A 5 DE FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

Mª JOSÉ SÁNCHEZ (DIRECTORA INTERGIFT)
917 225 792
INTERGIFT@IFEMA.ES

CONTACTO PARA VISITANTES

902 221 515
VISIT.REGISTRO@IFEMA.ES

WEB

WWW.IFEMA.ES/INTERGIFT_01

MICAM
Convocatoria europea del calzado 'premium'

Micam es la principal feria de calzado en Europa y una de las mayores del mundo. El certamen, que organiza la patronal del calzado en Italia (Anci, en sus siglas en italiano), se ha especializado en las gamas media-alta y alta. El salón tiene lugar dos veces al año, en febrero y en septiembre, en el recinto ferial de Milán.

TRAYECTORIA

En los últimos años, Micam se ha visto afectada por la crisis que ha azotado a Europa y, en especial, a los países del sur, viendo disminuir la presencia de empresas locales. La situación económica de Rusia también perjudicó al salón en las últimas ediciones, aunque en la convocatoria de febrero se recuperó. En 2013, la feria llevó su fórmula a Shanghái, donde se organiza en el marco de la semana de la moda. Desde 2015, el evento en China se celebra dentro de la feria de moda Chic. En 2014, el salón se avanzó en el calendario, obligado por su competidor alemán GDS, que adelantó sus fechas en casi un mes.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La feria milanesa es el principal foco internacional para el calzado español. La feria reúne más de 1.500 expositores, de los cuales unos 600 son internacionales, y supera los 33.000 visitantes, la mitad de ellos italianos. Por otra parte, el certamen concentra en cada una de sus convocatorias más de 200 marcas españolas. En cuanto a los visitantes, los compradores españoles son los terceros en afluencia, por detrás de italianos y franceses.

EDICIÓN ANTERIOR

La feria italiana de calzado concluyó su edición número 81 el pasado febrero, con 1.456 expositores y 32.702 visitantes. El certamen elevó un 1,8% la cifra de público respecto a la convocatoria de febrero de un año atrás y un 6% en relación a la pasada cita de septiembre. En concreto, los profesionales procedentes de España, Alemania y Francia incrementaron su presencia un 12,5%, aunque el incremento más destacado lo protagonizaron los compradores rusos, con un ascenso del 13%.

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

MILÁN, 3 A 6 DE SEPTIEMBRE DE 2016
MILÁN, 12 A 15 DE FEBRERO DE 2017
MILÁN, 8 A 11 DE SEPTIEMBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

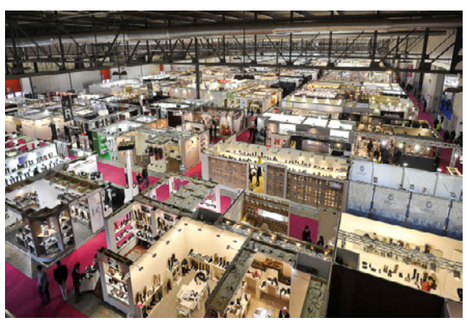
+39 02 438291
SEGRETERIA@MICAMONLINE.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

+39 02 438291
INFO@MICAMONLINE.COM

WEB

WWW.THEMICAM.COM



GDS
La feria alemana que marca el paso del calzado

GDS es la principal feria de calzado de Alemania. El certamen está considerado como el segundo más importante en Europa en volumen de expositores y visitantes, por detrás de la feria de calzado de Milán, Micam. El salón tiene lugar dos veces al año en el recinto ferial de Düsseldorf.

TRAYECTORIA

GDS es la puerta de acceso al mercado alemán y a los países que forman su área de influencia. En cuanto a su oferta, el salón ha ido apostando en los últimos años por recuperar la gama alta, aunque su fuerte continúan siendo las líneas medias de calzado casual y confort. En 2014, el certamen agitó el calendario ferial del calzado en Europa al dar un salto hacia adelante en las fechas y avanzarlas casi un mes tanto en la edición de invierno como en la de verano. La feria se situó así a principios de febrero y a finales de julio, convocatorias hasta ahora insólitas para el sector. Con este cambio, GDS logró aumentar su cifra de expositores. La organización redefinió también el evento dedicado al aprovisionamiento, Global Shoes, con la creación de Tag-it! para la marca blanca y Sourcing, para la producción.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La oferta de GDS ha pasado de estar distribuida bajo once áreas a tan solo tres: *Studio*, *Higstreet* y *Pop up*. Entre las marcas que participan en el salón alemán se encuentran Clarks, Buffalo, Skechers, Dr Martens, Mephisto, así como las españolas Unisa, Chie Mihara o Mascaró, entre otras. Las enseñas españolas acostumbran a tener una presencia destacada en el salón alemán. Acuden al certamen alrededor de setenta marcas españolas. En cuanto a los visitantes, GDS recibe alrededor de 20.000 compradores en cada edición, aunque el avance de fechas está entorpeciendo su crecimiento. En la convocatoria de verano, el certamen ha perdido más de 6.000 visitantes en dos ediciones.

EDICIÓN ANTERIOR

En la convocatoria de julio de 2015, la feria recibió 15.500 profesionales frente a los 21.000 de dos años atrás, en su última cita de septiembre. En febrero de 2016, participaron en la feria 800 marcas y acudieron 15.200 visitantes.

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

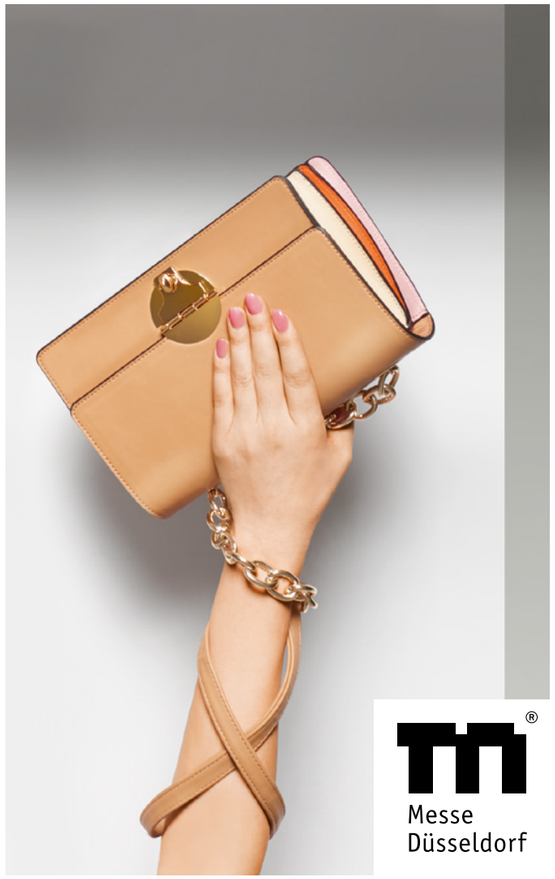
DÜSSELDORF, 26 A 28 DE JULIO DE 2016
DÜSSELDORF, 7 A 9 DE FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

OLIVIER HUBING
915 944 586
EXPODUSSELDORF@GMAIL.COM

WEB

WWW.GDS-ONLINE.COM



PREMIERE CLASSE
Complementos de diseño y vanguardia

Première Classe es el mayor certamen europeo dedicado sólo a los complementos y accesorios de moda. La feria se celebra en París cuatro veces al año, dos de ellas (en febrero y en septiembre) en el recinto de Puerta de Versalles, junto conla feria Who's Next, y otras dos (en marzo y en octubre) en los Jardines de las Tullerías, coincidiendo con los desfiles de la semana de la moda.

TRAYECTORIA

La feria lleva más de veinte años celebrándose durante la semana de la moda de París y más de una década en Puerta de Versalles. Première Classe forma parte de la cartera de ferias de WSN Developpement, propietaria también de Who's Next. En estos últimos años, la empresa ha absorbido el resto de ferias de Puerta de Versalles, como Mess Around, resultado de la suma de los salones del calzado y de la marroquinería, y la feria de moda Prêt-à-Porter, con su propio espacio de complementos Le Cube. Con esta operación, Who's Next pasó a dominar todo el conjunto de ferias de moda de Puerta de Versalles. En las primeras ediciones del nuevo Who's Next, la organización reestructuró y redimensionó toda la oferta y, en especial, la de los complementos, que la organización ha simplificado manteniendo intacto Première Classe y agrupando el resto de la oferta bajo el paraguas Who's Next Accessories. En 2015, la organización puso en marcha además From by Première Classe para agrupar la oferta artesanal con un centenar de marcas. En el Jardin de las Tullerías, Première Classe ha terminado por absorber la oferta de The Box, que en el pasado había sido propiedad de Prêt-à-Porter. En el Jardín de las Tullerías, la feria concentra unos 300 expositores, la mitad de los que tiene en Puerta de Versalles. La principal baza del certamen, liderado desde septiembre por Etienne Cochet, director general de WSN Développement, ha sido su firme apuesta por el diseño y la vanguardia.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El grueso de la oferta de Première Classe son los bolsos, aunque recoge también colecciones de calzado, joyería y bisutería, además de sombreros, fulares, cinturones, paraguas y guantes.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Première Classe, organizada dentro de Who's Next, reunió un total de 48.684 visitantes el pasado enero según los últimos datos publicados. Esta cifra supuso un incremento del 18% respecto a la edición anterior, celebrada en septiembre de 2015.

ESPECIALIDAD

COMPLEMENTOS Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS (PUERTA DE VERSALLES), 2 A 5 DE SEPTIEMBRE DE 2016
PARÍS (JARDIN DE LAS TULLERÍAS), 29 DE SEPTIEMBRE A 2 DE OCTUBRE DE 2016 PARÍS (PUERTA DE VERSALLES), 20 A 23 DE ENERO DE 2017
PARÍS (JARDIN DE LAS TULLERÍAS), 3 A 6 DE MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

FIDANCIA (AGENTES DE ESPAÑA)
CHARLOTTE FORTUNET
(+34) 932 448 384

CHARLOTTE@FIDANCIA.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

+33 (0)1 40 13 74 83
INFO@WHOSNEXT.COM

WEB

WWW.PREMIERE-CLASSE.COM

SAPICA
Escaparate latinoamericano para el calzado mexicano

Sapica (Salón de la Piel y el Calzado) es el principal evento mexicano dedicado al calzado y uno de los mayores certámenes del sector en Latinoamérica. La feria se celebra dos veces al año, en marzo y en agosto, en la localidad de León, en la provincia de Guanajuato, donde se encuentra uno de los mayores clústers de la industria mexicana del calzado, en el que se concentra la mitad de la producción total del país.

TRAYECTORIA

Sapica, que organiza la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato, cuenta con una larga trayectoria, que se remonta a la década de los cincuenta del siglo pasado. En las últimas ediciones, el salón ha adelantado las fechas para ajustarse mejor a los ritmos de aprovisionamiento de las marcas y ha incrementado la información relacionada con las tendencias de moda.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El grueso de la oferta de Sapica está formada por fabricantes locales de calzado con sus propias marcas. Sin embargo, también están presentes en el evento fabricantes para terceros o de marca blanca. En cuanto a la procedencia de los visitantes, la mayoría del público es local. Entre la afluencia internacional, los países con más asistentes son Estados Unidos, Francia, Guatemala, Italia, Canadá, Colombia, Costa Rica, España y Perú. De hecho, alrededor del 80% de la producción de calzado en Guanajuato se exporta a Estados Unidos y Canadá, que son los lugares de origen de las marcas expositoras internacionales.

EDICIÓN ANTERIOR

Sapica concluyó su edición número 74 con la asistencia de 2.038 compradores procedentes de veinte países, un 1% más que en 2015. En esta ocasión, acudieron 153 empresas internacionales registradas, un 5% más respecto la convocatoria anterior.

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

LEÓN, 30 DE AGOSTO A 2 DE SEPTIEMBRE DE 2016
LEÓN, 14 A 17 DE MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

CÁMARA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO
DEL ESTADO DE GUANAJUATO
+52 (477) 152 9000
INFO@SAPICA.COM

WEB

WWW.SAPICA.COM

FN PLATFORM
La meca del calzado en Estados Unidos

En el marco de Magic Las Vegas se celebra FN Platform, el mayor evento de calzado de Estados Unidos y del mundo. El certamen tiene lugar en Las Vegas Convention Center, junto a otro de los grandes eventos del sector en el país, WSA@Magic, especializado en calzado *fast fashion*. Ambas ferias coinciden además con otros nueve certámenes de moda, como WWDMagic, también de grandes dimensiones, o Sourcing at Magic, para el aprovisionamiento y la marca blanca, entre otros.

TRAYECTORIA

El certamen ha acabado consolidándose en Las Vegas después de la transformación de The WSA Show, que hasta 2013 fue su principal competidor. The WSA Show, propiedad de ENK International, pasó a manos de Advanstar, organizador de Magic y FN Platform, en noviembre de 2012 junto con el resto de su cartera de ferias. Con esta operación, Advanstar pasó a controlar todos los eventos de moda que se celebraban en Las Vegas. FN Platform se sumó a WWDMagic en 2010. En 2013, The WSA Show cambió de nombre por WSA@Magic y pasó a especializarse en calzado *fast fashion*.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El salón reúne marcas nacionales e internacionales de calzado, sobre todo de gama media y con un perfil muy comercial que buscan seducir a los distribuidores de todo el territorio estadounidense.

EDICIÓN ANTERIOR

FN Platform reúne dos veces al año, en febrero y agosto, 700 expositores y 1.600 marcas de calzado femenino, masculino, juvenil e infantil. La feria, que no facilita cifras de visitantes, distribuye la oferta bajo seis áreas, una dedicada al segmento alto (Black Diamond), otras al calzado de mujer (Cosmo), al calzado de hombre (Bond), a las líneas casual (Camp), al confort (Zen) y a los niños (In Play).

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

LAS VEGAS, 15 A 17 DE AGOSTO DE 2016
LAS VEGAS, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

ROSA ANA MARTÍNEZ
932 264 870
SPAIN@MAGICONLINE.COM

WEB

WWW.MAGICONLINE.COM

STANDS MADE IN PASSION

EN PUBLIVERD VIVIMOS EN UN PLANETA LLAMADO PASIÓN, DE AHÍ NUESTRO LEMA.

PUBLIVERD

Somos una empresa *líder* en Europa en asesoramiento, *diseño* y *montaje* de *stands*.

Nos avala una *trayectoria* de más de *veinte años* conquistando a nuestros clientes gracias a la *pasión* por el trabajo bien hecho.

Contamos con la *confianza* de medio millar de empresas de una amplia variedad de sectores.

Ofrecemos un *servicio integral* y estamos cerca de nuestros clientes desde el *diseño inicial* del stand hasta la *feria*.

MAYORAL

PEDRO MIRALLES

MATESA

PUBLIVERD
C/ Técnica, 5 - Nave, 7
08917 Badalona (Barcelona)

+34 902 060 086
info@publiverd.com
www.publiverd.com

INFANTIL

Bubble London
p.88

Kleine Fabriek
p.89

Fimi
p.90

Día Mágico by Fimi
p.92

Pitti Bimbo
p.94
Puericultura
p.95

Playtime
p.96

BUBBLE LONDON
Acceso al mercado británico de la moda infantil

Bubble es la feria de moda infantil de Reino Unido. La capital británica es actualmente la única sede de este certamen, que inició su andadura en NuevaYork. La feria se celebra dos veces al año en el Business Design Center (al norte de Londres).

TRAYECTORIA

ITE Moda, grupo inglés especializado en la organización de ferias de moda e impulsor, entre otros, de los salones moda de Birmingham, compró Bubble London en 2008, el mismo año en que el certamen aterrizó en la capital británica. ITE Moda sólo se hizo con el evento londinense. Bubble NewYork dejó de operar en la ciudad de los rascacielos en 2010, cuando sus fundadoras,Vanessa Boz y Florence Rolando, optaron por reorientar sus trayectorias profesionales.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La oferta de Bubble abarca todo el universo de la moda infantil, desde las colecciones de ropa, calzado y accesorios, a juguetes, decoración y puericultura. La mayoría de empresas que participan son locales, de tamaño medio y pequeño. El certamen reúne alrededor de ochenta expositores y unas 250 colecciones. El grueso de visitantes que recibe el salón procede del Reino Unido e Irlanda. Bubble se presenta así como una plataforma para acceder al mercado británico. Entre las compañías que asisten al evento están Harrods, Selfridges y otros grandes almacenes del país.

EDICIÓN ANTERIOR

En la última convocatoria, que tuvo lugar en febrero, Bubble London presentó 235 colecciones, 85 de las cuales expusieron por primera vez en el salón. La participación internacional registró un aumento del 37%, destacando los visitantes procedentes de Irlanda. La organización no facilita datos de visitantes.

ESPECIALIDAD
MODA INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS
LONDRES, 29 A 30 DE ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES
LINDSAY HOYES (DIRECTORA)
+44 (0) 1484 846069
LINDSAY@BUBBLELONDON.COM

CONTACTO PARA VISITANTES
HOLLIE WILCOX (RESPONSABLE DE MÁRKETING)
+44 (0) 1484 848318
HOLLIE.WILCOX@ITE-EXHIBITIONS.COM

WEB
WWW.BUBBLELONDON.COM

KLEINE FABRIEK
La moda infantil de diseño se reúne en Holanda

Kleine Fabriek es el salón de moda infantil de Ámsterdam. La feria ha tomado tal autoridad en esta área geográfica que no ha dado pie al desarrollo de otros eventos dirigidos al negocio de la moda infantil en otros epicentros de la moda, como Berlín o Düsseldorf, en Alemania. El certamen se celebra en el centro de ferias y convenciones Amsterdam RAI (el mismo lugar que Modefabriek) dos veces al año. Respetando el calendario internacional de la moda infantil, el certamen tiene lugar en enero y en junio.

TRAYECTORIA

Kleine Fabriek se puso en marcha en 2005 de la mano de los impulsores de Modefabriek, la feria holandesa de moda. Lo que empezó siendo un pequeño certamen al amparo del salón de moda para adultos fue tomado identidad propia y se ha erigido como la plataforma de acceso al mercado de la moda infantil de Holanda y el norte de Europa.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El grueso de la oferta son las colecciones de moda, aunque también se presenta calzado, accesorios, juguetes y artículos de puericultura y decoración. Kleine Fabriek, que recibe en torno a 5.500 visitantes, abarca todo el universo del niño. En cuanto a la procedencia de los expositores, sólo el 30% son de Holanda. De las empresas participantes internacionales, la mayoría son francesas, danesas y británicas. Las marcas españolas han empezado a interesarse por este certamen como puerta de acceso a los países nórdicos. Igual que Modefabriek, la organización cuida la selección de empresas que exponen y que asisten a la feria. Entre los expositores, se encuentran las líneas infantiles de American Outfitters, Desigual, Diesel, Havaianas, Levi's o Replay, además de marcas pequeñas y medianas, de fuerte personalidad, como Paglie oTumble'n Dry. La mayoría de los visitantes de Kleine Fabriek son de Holanda. Los compradores internacionales proceden sobre todo de Bélgica y Alemania.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Kleine Fabriek, que tuvo lugar el pasado enero, reunió a más de 300 marcas procedentes de 24 países en una superficie de 11.000 metros cuadrados. Al evento acudieron visitantes de 31 países.

ESPECIALIDAD
MODA INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS
ÁMSTERDAM, 10 A 11 DE JULIO DE 2016
ÁMSTERDAM, ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
+31 (0) 20 4421960
MYLÈNE FLURI (DIRECTORA DE VENTAS)
MYLENE@KLEINEFABRIEK.NL

WEB
WWW.KLEINEFABRIEK.NL

FIMI
La moda infantil española atrae al público internacional

Fimi vive una segunda juventud en Madrid. La feria española de moda infantil, que desde 1967 se celebraba en Valencia, decidió en 2013 virar el rumbo y cambiar de estrategia después de varias ediciones perdiendo expositores y visitantes. Fimi lleva cuatro ediciones celebradas en la capital española, donde repite en 2016.

TRAYECTORIA

El cambio de ubicación tres años atrás fue una de las decisiones que tomó su nueva directora, Alicia Gimeno, quien ha dado al certamen un carácter itinerante. La primera parada ha sido Madrid. A pesar de haber cambiado su ubicación, Feria de Valencia continúa estando detrás del certamen. El salón se instaló en un primer momento en el recinto de Madrid Arena, que el año pasado cambió por el Pabellón de Cristal, también en el recinto de la Casa de Campo de la capital española. Tras el incremento de compradores internacionales en su última edición, Fimi se ha marcado como próximo objetivo llevar la feria fuera del país y mantener al mismo tiempo unas fechas en España.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Desde que Fimi llegó a Madrid, la feria empezó a atraer a los principales operadores del sector, como Mayoral, Desigual, Tuc Tuc o Bóboli. En la capital, Fimi ha recuperado la cota de 300 marcas que había perdido en Valencia. Por otro lado, el evento ha ido ganando público internacional desde su aterrizaje en Madrid. En la convocatoria de junio de 2015, el salón superó el millar de compradores internacionales, que ya representan cerca del 15% del total de los asistentes.

EDICIÓN ANTERIOR

El pasado enero, Fimi cerró las puertas de su edición número 82 con la participación de 270 marcas, procedentes de diez países, y un aumento del 26% de visitantes profesionales. El salón también registró un incremento del 52% de la participación de los compradores extranjeros, destacando la presencia de los asistentes daneses, chinos, japoneses y mexicanos.

ESPECIALIDAD
MODA INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS
MADRID, ENERO DE 2017
MADRID, JUNIO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES
FRANCISCO ORTIZ
963 861 147
FORTIZ@FERIAVALENCIA.COM

CONTACTO PARA VISITANTES NACIONALES
PILAR MARTÍ
963 861 302
PMARTI@FERIAVALENCIA.COM

CONTACTO PARA VISITANTES EXTRANJEROS
AURORA GARRIDO
963 861 351
AGARRIDO@FERIAVALENCIA.COM

WEB
WWW.FIMI.ES

FIMI
EL UNIVERSO DE LA INFANCIA
MADRID
ENERO 2017
JUNIO 2017
FERIA VALENCIA

DÍA MÁGICO BY FIMI
El certamen español de la ceremonia infantil

Feria de Valencia puso en marcha Día Mágico by Fimi en 2013 con el propósito de dar respuesta al calendario propio del sector de la comunión y la ceremonia infantil. Hasta entonces, las empresas del sector habían participado en la edición de verano de Fimi, la feria española de moda infantil, a pesar de que las fechas se alejaban de su periodo de pedidos.

TRAYECTORIA

La institución ferial valenciana, en colaboración con el equipo de Fimi y el apoyo de la patronal de la industria de la moda infantil y los productos para la infancia (Asepri), optó por crear este certamen en mayo y situarlo en Madrid. El debut del evento tuvo forma de showroom y en él participaron una treintena de empresas del sector. Las expectativas para su estreno fueron tan buenas que, poco días antes de abrir sus puertas, la organización se vio obligada a cambiar su ubicación a la Real Fábrica de Tapices.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Día Mágico by Fimi ha mantenido una línea ascendente en las dos últimas ediciones. En 2014, el certamen agrupó ya a setenta empresas y, un año después, rozó el centenar y cubrió toda la superficie comercial disponible en el recinto, utilizando salas nuevas. El interés que despierta este certamen ha sido tal que, en la edición de 2015, la organización abrió lista de espera y, por primera vez, la feria contó también con la participación de firmas internacionales procedentes de Bélgica, Irlanda y Portugal, pero también de países de Oriente Medio, como Arabia Saudí o Kuwait, e incluso americanos, como México.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Día Mágico by Fimi, celebrada el pasado mayo en el Pabellón Satélite del recinto ferial de la Casa de Campo de Madrid, logró reunir a 139 firmas, entre las que se encontraban Carmy, Rosa Clará, Margarita Freire o Barcarola. La feria recibió a 3.696 visitantes, un 10% más que en su anterior edición. En comparación con su última convocatoria, el certamen aumentó un 40% su oferta comercial.

ESPECIALIDAD
COMUNIÓN Y CEREMONIA INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS
MADRID, MAYO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES
FRANCISCO ORTIZ (NACIONALES)
963 861 147
FORTIZ@FERIAVALENCIA.COM

AURORA GARRIDO (INTERNACIONALES)
963 861 351
AGARRIDO@FERIAVALENCIA.COM

CONTACTO PARA VISITANTES
AMELIA NAVARRO
963 861 376
ANAVARRO@FERIAVALENCIA.COM

WEB
WWW.FIMI.ES/DIA-MAGICO-3

Día Mágico
by
V Ed
FIMI
MAYO
ÚNICA FERIA PROFESIONAL ESPECIALIZADA EN MODA DE COMUNIÓN Y CEREMONIA
2017
MADRID
www.fimi.es
ORGANIZADO POR:
FERIA VALENCIA

PITTI BIMBO
El 'made in Italy' de la moda infantil

Pitti Bimbo continúa siendo el mayor evento dedicado a la moda infantil, a pesar de la fuerte competencia de las nuevas ferias del sector en Europa, sobre todo de la francesa Playtime. El salón se celebra dos veces al año, en enero y en junio en Florencia, en el recinto de Fortezza da Basso.

TRAYECTORIA

En los últimos años, Pitti Bimbo ha ido perdiendo peso e influencia en el sector. El salón ha reducido el número de expositores y de visitantes, además de la cifra de actividades paralelas al certamen, como desfiles, exposiciones u otros eventos. Sin embargo, la feria mantiene todavía su esplendor por su larga trayectoria y por el aval de una oferta formada por marcas italianas del segmento medio alto y alto.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El grueso de las empresas participantes y del público procede de Italia. Están presentes en Pitti Bimbo marcas con sello *made in Italy*, tales como Miss Grant o Monnalisa, además de las líneas infantiles de enseñas de lujo, como Ermanno Scervino, Miss Blumarine, Roberto Cavalli o Armani. La moda infantil española está presente en este certamen con una treintena de marcas, como Bóboli, Mayoral o Pili Carrera, entre otras. En cuanto a los compradores, tan solo un tercio procede de fuera de Italia. A pesar de ello, ha aumentado en las últimas ediciones la asistencia al salón de profesionales procedentes de Rusia, Turquía, Estados Unidos, Japón, China, Corea del Sur y Emiratos Árabes. Son asiduos al salón grandes grupos internacionales de distribución como Barneys, Harrods, Libery, Isetan, El Corte Inglés o Galeries Lafayette, entre otros.

EDICIÓN ANTERIOR

Pitti Bimbo cerró su edición número 82 con un alza del 3,4% en el número de compradores, hasta 6.900 asistentes profesionales, frente a los 6.700 que acogió en la pasada edición de enero. La feria batió además el umbral de los 10.000 visitantes. Rusia se colocó como el primer mercado por número de compradores, con 241 asistentes, un 10% más que en la edición de enero del año anterior. Otros mercados que impulsaron su presencia en la feria fueron China y Corea del Sur, con un alza del 56%, y Reino Unido, con un 31% más de compradores. El aumento del público de estos mercados europeos contrastó con la caída de visitantes de países como Turquía y Hong Kong. En esta ocasión, acudieron a Pitti Bimbo un total de 32 marcas españolas, entre las que destacó el regreso de Ágatha Ruiz de la Prada o Babidú.

ESPECIALIDAD
MODA INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS
FLORENCIA, 23 A 25 DE JUNIO DE 2016
FLORENCIA, ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES
TIZIANA BELLANDI
BELLANDI@PITTIMMAGINE.COM
+39 055 3693224

CONTACTO PARA VISITANTES
ANDREA MUGNAINI
MUGNAINI@PITTIMMAGINE.COM
+39 055 3693238

WEB
WWW.PITTIMMAGINE.COM/CORPORATE/FAIRS/BIMBO.HTML

PUERICULTURA
El universo de la infancia se reúne en Madrid

Puericultura Madrid reúne el universo de compañías dedicadas a productos para la infancia de la industria en España y Portugal y otros mercados, configurando un escaparate en el que participan más de 400 empresas. El Salón Profesional de Productos para la Infancia, impulsado por la entidad ferial Ifema, celebró su primera edición piloto en octubre de 2012 en Madrid. El certamen celebra una única convocatoria anual en octubre.

TRAYECTORIA

Con Puericultura Madrid, Ifema entró en el universo de la infancia. En su debut oficial, celebrado en octubre de 2013, el salón registró más de 7.360 visitantes profesionales procedentes de 27 países.
El salón, que cada año intenta renovar su estructura expositiva, introducirá en la futura edición de 2016 tres áreas nuevas: la pasarela, un programa de desfiles en el que se presentarán las nuevas tendencias y productos para bebés, y el espacio Baby&mum Experience, donde tiendrán cabida los diseñadores emergentes. Como próximo objetivo, el salón persigue la internacionalización de la feria, en especial en las regiones de la cuenca mediterránea y en Latinoamérica.

PERFIL

La oferta del certamen presenta artículos de paseo y transporte, mobiliario y accesorios de decoración, canastilla y artículos textiles, seguridad infantil, salud y cuidado del bebé, alimentación, higiene y cosmética, entre otros. Enseñas de moda infantil como Boboli, Tuc Tuc, Chicco, Leon Shoes o Chocolat Baby, entre otras, son las firmas que presentarán sus colecciones en el espacio creado en exclusiva para este tipo de marcas.

EDICIÓN ANTERIOR

En la pasada convocatoria, celebrada en octubre de 2015, Puericultura Madrid contó con la participación de 476 firmas expositoras, un 7% más que en la edición del año anterior. El certamen registró 505 profesionales extranjeros, un 11% más que en el año anterior. En total, el salón recibió 7.687 visitantes, una cifra similar a la convocatoria de 2014.

ESPECIALIDAD
MODA INFANTIL Y PRODUCTOS PARA LA INFANCIA

PRÓXIMAS FECHAS
MADRID, 29 DE SEPTIEMBRE A 2 DE OCTUBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES
MARTA ARISTE
917 225 360

CONTACTO PARA VISITANTES
PUERICULTUIRAMADRID@IFEMA.ES

WEB
WWW.IFEMA.ES/PUERCULTURAMADRID_01/

PLAYTIME
El chic francés alcanza la moda infantil

Playtime es en la actualidad una de las mayores plataformas dedicadas al negocio de la moda infantil. La empresa francesa Picaflor International puso en marcha el evento en París en 2006 y más adelante llevó la fórmula a Tokio y a Nueva York. En todas las ciudades el evento se celebra dos veces al año.

TRAYECTORIA

La feria supuso el regreso de la actividad comercial del segmento de la moda infantil a París, de donde había desaparecido al inicio del siglo con el cierre definitivo de Mode Enfantine después de varios intentos infructuosos por reactivarla. La buena acogida del certamen en París motivó a sus impulsores a trasladarlo primero a Tokio, en 2010, y un año después a Nueva York. Al contar con el soporte de Ubifrance, la oficina francesa de comercio exterior, la mayoría de expositores en las ediciones internacionales de la feria son franceses. Ambos certámenes sirven a las marcas galas de moda infantil como plataforma de entrada a los mercados japonés y estadounidense, aunque su propósito es también el de ser escaparate para las marcas locales.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Playtime ocupó su lugar diez años atrás en el Parque Floral de la capital francesa, donde actualmente concentra alrededor de 400 marcas y recibe unos 6.500 visitantes. El salón ha mantenido un crecimiento lento pero sostenido en sus nueve años y, en sus últimas ediciones, se ha acercado en cifras a su competidor florentino Pitti Bimbo. En Tokio, el evento se organiza en los jardines de Shibuya, uno de los epicentros de la moda en la capital nipona. La feria suma más de 200 marcas y recibe en torno a 2.300 visitantes. En Nueva York, Playtime se celebra en el Metropolitan Pavilion.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Playtime, celebrada en París el pasado enero, reunió a un centenar de firmas de moda infantil, que presentaron más de 500 colecciones, y la visita de 7.457 asistentes. El grueso de estos era de procedencia extranjera (+57%), especialmente de países europeos, Ásia y América.

ESPECIALIDAD

MODA INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, 2 A 4 DE JULIO DE 2016
NUEVA YORK, 31 DE JULIO A 2 DE AGOSTO DE 2016
TOKIO, 23 A 25 DE AGOSTO DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

PICAFLOR
+33 (0) 1 43 72 75 37
CONTACT@PLAYTIMEPARIS.COM

WEB

WWW.PLAYTIMEPARIS.COM

TÉCNICO EN SERIGRAFÍA CON EXPERIENCIA EN MODA, JEFE DE LOGÍSTICA PARA TU TIENDA ONLINE, REPRESENTANTE PARA LA ZONA DE LEVANTE...

Encuentra al profesional que buscas en Empleo Modaes.es

empleo.modaes.es

www.modaes.es

NUPCIAL

Barcelona Bridal Week
p.100

New York International Bridal Week
p.101

The London Bridal Show
p.102

SI Sposaltalia
p.103

BARCELONA BRIDAL WEEK
La ciudad se reivindica como capital nupcial

Barcelona Bridal Week es uno de los mayores certámenes comerciales de moda nupcial en el mundo. Bajo el paraguas de Barcelona Bridal Week, se celebran la pasarela Gaudí Novias y el salón Noviaespaña, dos eventos de largo recorrido en España.

TRAYECTORIA

El certamen tomó la forma de semana de la moda en 2003, cuando su empresa fundadora, Moda Barcelona, decidió coordinar las fechas de ambos eventos. Actualmente, ambos certámenes tienen lugar en el recinto ferial Gran Vía de Fira de Barcelona. En 2014, Moda Barcelona cedió la gestión de la feria y la pasarela a Fira de Barcelona. Noviaespaña empezó su andadura dentro de los salones Gaudí, hasta que estos desaparecieron en el año 2000. El salón de la moda nupcial inició entonces su camino en solitario arropado por la pasarela que, con los años, ha sido la única Gaudí que ha pervivido. La aparición, también en 2003, de la feria de moda nupcial de Madrid (hoy ya desaparecida) no enturbió el devenir del evento barcelonés, aunque sí le obligó a avanzar fechas. Por otro lado, en 2014 Noviaespaña sumó a su oferta comercial la de Eurobijoux & Midi, el certamen de fabricantes de bisutería, que reúne alrededor de cincuenta empresas y que hasta entonces se convocaba por separado en el recinto de La Farga en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona).

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

En los últimos diez años, la feria ha ido aumentando poco a poco la cifra de expositores y de visitantes, que había quedado estancada antes de que Fira tomara las riendas. En la convocatoria de 2015 se puso en marcha por primera vez un programa de país invitado, volcando los esfuerzos en Estados Unidos, un mercado clave para el desarrollo internacional de las marcas españolas.

EDICIÓN ANTERIOR

El pasado mayo, el salón nupcial consiguió reunir a 260 expositores (un aumento del 13% con respecto a 2015) y alrededor de 18.000 personas durante los seis días que duró el evento. La participación internacional fue elevada, con más de 650 compradores procedentes de 40 países, sobre todo de Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, Escandinavia, Latinoamérica y Europa del Este.

ESPECIALIDAD
MODA NUPCIAL

PRÓXIMAS FECHAS
BARCELONA, MAYO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANETS
902 233 200
BARCELONABRIDALWEEK.VENTAS@FIRABARCELONA.COM

WEB
WWW.BARCELONABRIDALWEEK.COM

NEW YORK INTERNATIONAL BRIDAL WEEK
Novias en Manhattan

NuevaYork se consolida desde 2010 como una de las capitales principales de la tendencia nupcial en Estados Unidos. La semana de la moda nupcial de NuevaYork, gestionada por el grupo MMPI, lleva seis años convocando dos ediciones anuales, una en abril y la otra en octubre.

TRAYECTORIA

El certamen nupcial dio sus primeros pasos en 2010 de la mano de MMPI, que también organiza la pasarela que se celebra en paralelo al certamen en el marco del recinto ferial Pier 94. La compañía también se encarga de la gestión de la feria Bridal Market de Chicago. El evento está considerado como una de las citas imprescindibles para los profesionales del sector nupcial de Estados Unidos.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La semana de la moda nupcial de NuevaYork abarca una amplia oferta, incluyendo trajes de novia y dama de honor, vestidos de fiesta, calzado, joyería, regalos y accesorios de floristería, entre otros. En cuanto al número de expositores, el salón no deja de aumentar su número de expositores, que crece edición tras edición. Entre los más fieles a la cita, se encuentran las firmas Vera Wang, Oscar de la Renta, Carolina Herrera, Amsale o Angel Sanchez, entre otras.

EDICIÓN ANTERIOR

En octubre de 2015, la semana de la moda nupcial neoyorquino reunió alrededor de 260 empresas expositoras, que presentaron más de 400 colecciones. La organización afirmó que el número de visitantes profesionales duplicó la cifra obtenida el año anterior.

ESPECIALIDAD
MODA NUPCIAL

PRÓXIMAS FECHAS
NUEVA YORK, DE 8 A 10 DE OCTUBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES
MARIBELLE MAILAND
312 527 7632 / 312 527 4141
MMAILAND@THEMART.COM

CONTACTO PARA VISITANTES
312.527.4141

WEB
WWW.NEWYORKBRIDAL.COM

THE LONDON BRIDAL SHOW
A la conquista de la novia británica

The London Bridal Show es el salón de moda nupcial que se celebra en la capital británica. El evento se convoca una vez al año en el recinto London Olympia.

TRAYECTORIA

En 2014, la feria avanzó por primera vez las fechas situándose a principios de abril. El año pasado, la organización arriesgó todavía más y volvió a dar un salto hacia adelante en el calendario hasta principios de marzo, ganando distancia al resto de los eventos del sur de Europa, los de Barcelona y Milán, que tienen lugar en mayo. En Reino Unido se celebra también The Harrogate Bridal Week, en la localidad de Harrogate, situada en el centro del país. Este evento tiene lugar en septiembre y es el que reúne un mayor volumen de expositores y compradores, ya que atrae a visitantes de todos los puntos de Reino Unido. Ambos certámenes están organizados por la división de moda del grupo editorial británico Ocean Media, propietario de la cabecera sectorial Bridal Buyer.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

The London Bridal Show reúne una amplia oferta de vestidos de novia, trajes de novio, sombreros, lencería, joyería, calzado y accesorios. Unos 200 expositores presentan alrededor de 250 colecciones en el certamen.

EDICIÓN ANTERIOR

En la última edición de The London Bridal Show se presentaron más de 200 colecciones a cargo de algunos de los diseñadores con más renombre del mundo. El número de visitantes que acudió a la cita nupcial aumentó un 10% respecto a la pasada edición. En cuanto a la participación internacional, el evento registró un 25% de visitantes extranjeros, sobre todo de Francia y del sur de Irlanda.

ESPECIALIDAD

MODA NUPCIAL

PRÓXIMAS FECHAS

LONDRES (HARROGATE BRIDAL), 11 A 13 DE SEPTIEMBRE DE 2016
LONDRES, 5 A 7 DE MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

WENDY ADAMS
+44 0 1423 770 120
WENDY@BRIDAL-UK.COM

WEB

WWW.THELONDONBRIDALSHOW.CO.UK

SI SPOSAITALIA
La industria italiana de la costura nupcial

Sposaitalia es la feria italiana de moda nupcial que se celebra una vez al año en el recinto ferial de Milán. El evento, a pesar de tener un ámbito de influencia local, el evento es uno de los más importantes en Europa, junto con Barcelona Bridal Week y The London Bridal Show.

TRAYECTORIA

El salón está organizado por Fiera de Milano y cuenta con el apoyo del instituto de comercio exterior italiano (ICE). La feria tiene como uno de sus objetivos la promoción de la moda nupcial del país bajo el sello del *made in Italy*. En este sentido, el certamen concentra la producción artesanal de los clústers italianos especializados en este segmento, como son Puglia, Sicilia y Calabria. En 2014, la organización del certamen avanzó sus fechas un mes, trasladando su celebración de junio a mayo. El objetivo de este cambio fue el de ajustarse mejor en el calendario de compras del sector.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La feria reúne unas 180 marcas, el 60% italianas. En los últimos años, el salón se ha ido abriendo a empresas extranjeras, que han pasado de ser una pequeña porción a convertirse en casi la mitad de la oferta. Entre las marcas de fuera de Italia que participan en el certamen se encuentra la española Raimon Bundó. La oferta del salón está especializada en vestidos de novia y fiesta, así como en sus accesorios y complementos. El certamen cuenta con la participación de algunos de los talleres más selectos de costura de Italia. En cuanto a los compradores, la feria ha ido atrayendo en las últimas ediciones a más visitantes internacionales, procedentes sobre todo de Japón, Emiratos Árabes, Estados Unidos o Corea del Sur, entre otros.

EDICIÓN ANTERIOR

El salón italiano de moda nupcial culminó su última edición con 7.766 compradores, un 6% más que el año anterior. El impulso vino sobre todo de los visitantes internacionales, que aumentaron en un 4%, hasta copar el 33% de los compradores. El mayor crecimiento se registró entre los visitantes japoneses, que se elevaron en un 20%, hasta 263 compradores, seguidos de los procedentes de Estados Unidos, Sudáfrica, Australia, Francia, Alemania y Rusia. Además, por primera vez el salón acogió visitantes de Argentina. Entre los 150 expositores se encontraban marcas españolas como Raimón Bundó, Novia d'Art o Patricia Avendaño, entre otros.

ESPECIALIDAD

MODA NUPCIAL

PRÓXIMAS FECHAS

MILÁN, MAYO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

ELENA COLONNA
+39 02 49976613
ELENA.COLONNA@FIERAMILANO.IT

CONTACTO PARA VISITANTES

ELVIRA KASAKOVA
+39 02 49976622
ELVIRA.KASAKOVA@FIERAMILANO.IT

WEB

SPOSAITALIACOLLEZIONI.FIERAMILANO.IT/EN

ÍB

ÍNTIMO Y BAÑO

Gran Canaria Moda Cálida
p.106

Mode City
p.107

Salon Internacional de la Lingerie
p.108

GRAN CANARIA MODA CÁLIDA
La isla reclama la capitalidad del baño

La isla de Gran Canaria puso en marcha el programa Gran Canaria Moda Cálida en la década de los noventa para dinamizar su industria de la moda, dando una mayor proyección a diseñadores y marcas locales que elaboraban colecciones de baño y de prêt-à-porter. El objetivo del programa era, y continúa siendo, promocionar el negocio de la moda en la isla aprovechando el tirón que tiene como destino turístico.

TRAYECTORIA

El programa, cuya principal acción promocional es la pasarela Gran Canaria Moda Cálida, es una iniciativa del Cabildo de Gran Canaria y su ejecución depende de los presupuestos de la administración insular. Desde hace un par de años, el Cabildo organiza también en marzo los eventos Bridal Collection y Gran Canaria Fashion & Friends, abiertos al público final, en los que diseñadores y marcas de la isla presentan sus colecciones.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

A lo largo de las diferentes ediciones, el evento ha ido sumando marcas, ha cambiado su ubicación, ha atraído a gigantes del segmento del baño y ha contado con *top models* de renombre y con la presencia de público y prensa internacional. En los últimos años, el evento ha ido reestructurándose y buscando nuevas fórmulas para continuar potenciando la actividad textil de la isla. Actualmente, el evento está especializado en moda de baño y se denomina Swimwear Fashion Week Gran Canaria Moda Cálida.

EDICIÓN ANTERIOR

Agua Bendita, Como la trucha al trucho o Elena Rubio fueron algunas de las firmas que pusieron un pie en la pasarela de Gran Canaria Moda Cálida en junio. El evento también contó con la participación de Ágatha Ruiz de la Prada, que por primera vez presentaba su colección de moda de baño en el evento. En total, el certamen reunió a 35 diseñadores, 27 de los cuales eran de origen canario.

ESPECIALIDAD

MODA BAÑO

PRÓXIMAS FECHAS

GRAN CANARIA, JUNIO DE 2017

CONTACTO PARA VISITANTES

CONSEJERÍA DE EMPLEO, INDUSTRIA, COMERCIO
Y ARTESANÍA DEL CABILDO DE GRAN CANARIA
928 219 450
MODACALIDA@GRANCANARIA.COM

WEB

WWW.GRANCANARIAMODACALIDA.ES

MODE CITY
Forum europeo del negocio del baño

Mode City es la feria dedicada al íntimo y al baño, que celebra en París una única convocatoria en julio. El salón es propiedad de Eurovet, empresa especializada en la organización de eventos para la industria de la moda. Mode City, igual que el Salon International de la Lingerie, se celebra junto a Interfilière, la feria de tejidos y fornituras para el íntimo y el baño. En 2016, y de manera excepcional, el certamen regresa a Lyon porque en París coincide con la Eurocopa de fútbol.

TRAYECTORIA

En los últimos años, el certamen ha cambiado de ubicación y de fechas. En 2008, el evento se trasladó de Lyon, donde se fundó, a París, con el fin de aprovechar las sinergias junto al resto de salones de moda de Puerta de Versalles. En 2011, Mode City se movió de septiembre a julio, unas fechas que se ajustan mejor al calendario de compras del sector. En 2013, el salón regresó a septiembre con el lanzamiento del *spin off* Riviera by Mode City, en la localidad francesa de Cannes. Un año después, el nuevo certamen reunió 150 enseñas, entre las cuales estuvieron presentes Triumph, Michael Kors, Lise Charmel o Maison Lejaby, entre otras. Hace dos años, Eurovet alcanzó un acuerdo con Igedo, responsable de la feria CPM en Moscú, para poner en marcha un salón dedicado a la moda íntima y de baño en la capital rusa. El nuevo certamen fue bautizado como Moscow Mode Lingerie & Swim y se celebra dos veces al año, en febrero y septiembre.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El certamen ha acusado la transformación de un mercado que ha pasado de estar dominado por el canal multimarca a estar liderado por grandes grupos de distribución. Los movimientos del salón no han logrado frenar un descenso paulatino del número de marcas participantes, que actualmente se sitúa en 450 enseñas.

EDICIÓN ANTERIOR

En la anterior convocatoria de Mode City, la feria reunió a 14.000 visitantes, un 8,5% menos que el año pasado. En cuanto a la participación internacional, el 72% de los asistentes procedía del extranjero. El certamen percibió un aumento de los compradores procedentes de Ucrania, Brasil y Emiratos Árabes. Los asistentes españoles ocuparon el quinto puesto entre los principales países visitantes.

ESPECIALIDAD

MODA ÍNTIMO Y BAÑO

PRÓXIMAS FECHAS

LYON, MODE CITY, 9 A 11 DE JULIO DE 2016
MOSCÚ, CPM MOSCÚ, 31 DE AGOSTO A 3 DE SEPTIEMBRE DE 2016
CANNES, RIVIERA BY MODE CITY, 4 A 5 DE SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES

CHARLOTTE GRAPTON (DIRECTORA DE VENTAS)
+33 (0) 1 47 56 32 12
CGRAPTON@EUROVET.FR

CONTACTO PARA VISITANTES

ISABELLE GUILLEVIC (PROMOCIÓN DE VISITANTES)
+33 (0) 1 47 56 32 71
IGUILLEVIC@EUROVET.FR

WEB

WWW.LINGERIE-SWIMWEAR-PARIS.COM

SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE

La moda íntima se concentra en París

El Salon International de la Lingerie es uno de los mayores eventos dedicados a la moda íntima en el mundo. Igual que Mode City, la feria es propiedad de Eurovet, empresa especializada en la organización de eventos comerciales para la moda. La feria se convoca una vez al año, en enero, en el recinto de Puerta de Versalles, donde acostumbra a coincidir con el resto de salones de moda (Who's Next, Première Classe y Bijorhca). El evento tiene lugar junto a Interfilière, el certamen especializado en tejidos y fornituras para el íntimo.

TRAYECTORIA

El Salon International de la Lingerie, que en 2013 celebró su cincuenta aniversario, fue uno de los primeros certámenes que puso en marcha Eurovet. En 2012, Eurovet compró Curvexpo, con ferias especializadas en NuevaYork y Las Vegas, y desde 2014 el Salon Internacional de la Lingerie tiene presencia en Moscú a través de Moscow Mode Lingerie and Swim.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El Salon International de la Lingerie, igual que Mode City, ha sufrido las consecuencias de un mercado que tiende a la concentración. En las últimas ediciones, el salón ha reunido a medio millar de marcas.

EDICIÓN ANTERIOR

En la última convocatoria de Salon International de la Lingerie el número de visitantes se mantuvo estable alrededor de los 15.000. Francia, Italia y Alemania fueron los principales países de origen de donde procedía el grueso de visitantes. A la cita francesa acudieron 450 marcas, el 70% de las cuales eran de procedencia internacional.

ESPECIALIDAD

ÍNTIMO

PRÓXIMAS FECHAS

CANNES (RIVIERA BY MODE CITY), 4 Y 5 DE SEPTIEMBRE DE 2016
MOSCÚ, 31 DE SEPTIEMBRE A 3 DE OCTUBRE
PARÍS, 21 A 23 DE ENERO DE 2017
MOSCÚ, 20 A 23 DE FEBRERO DE 2017
LAS VEGAS (CURVE), 21 A 23 DE FEBRERO DE 2017
NUEVA YORK (CURVE), 26 A 28 DE FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

MARINE HOULLIER
+33 (0) 1 47 56 32 78
MHOULLIER@EUROVET.FR

CONTACTO PARA VISITANTES

ELENA BESCOS-LE CAM
+33 (0) 147 56 32 46
EBESCOS@EUROVET.FR

WEB

WWW.LINGERIE-SWIMWEAR-PARIS.COM

PASARELAS

080 Barcelona Fashion
p.112

Haute Couture Paris
p.113

London Fashion Week
p.114

Mercedes-Benz Fashion Week Madrid
p.115
New York Fashion Week
p.116

Milano Moda Donna
p.117

MF Show
p.118

Semana de la Moda de París
p.119

080 BARCELONA FASHION
Trampolín para el diseño emergente

080 Barcelona Fashion es la pasarela de moda que se organiza en la capital catalana. El certamen, que fue impulsado por la Generalitat de Cataluña, sustituyó a la Pasarela Gaudí en 2007 y se consolidó como un evento rupturista que trataba de mostrar al mundo el talento de diseñadores emergentes e independientes.

TRAYECTORIA

La nueva pasarela nació a partir de un informe que el Gobierno catalán encargó para estudiar la viabilidad del certamen entonces existente, en el que se observó un claro desgaste en su modelo de gestión y de proyección internacional. Vigente desde la década de los ochenta, de Pasarela Gaudí salieron nombres del diseño español como Antonio Miró o Lydia Delgado, entre otros. Al consolidarse 080 Barcelona Fashion quedaron fuera muchos de los creadores presentes en la Pasarela Gaudí, que optaron por participar en Madrid, en Cibeles, o por dejar de organizar desfiles. En el marco de 080 Barcelona Fashion tiene lugar, desde enero de 2013, Barcelona Fashion Summit, un encuentro profesional de conferencias y debates organizado por Modaes.es y que constituye el foro de referencia para el negocio de la moda en España.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La selección de diseñadores participantes en 080 Barcelona Fashion se realiza a partir del veredicto de un jurado internacional, que se reúne una vez por cada edición. Para desfilar, los candidatos deben cumplir ciertos requisitos que el Gobierno catalán publica para cada una de las convocatorias. El concepto inicial de la pasarela se revisó en 2011 tras las elecciones autonómicas. El nuevo Gobierno regional amplió las categorías para participar y dio entrada a grandes grupos de moda de Cataluña, como Mango, Desigual yTCN; también tendió la mano a la industria local y dejó desfilar a marcas como Punto Blanco, Escorpión, Aldo Martins, etc. Junto a todas ellas, siguen presentando sus colecciones diseñadores independientes, la mayoría de ellos catalanes, que tratan de impulsar sus propios proyectos empresariales.

EDICIÓN ANTERIOR

La pasarela 080 Barcelona Fashion celebró su edición número 18 el pasado junio y recibió la visita de 37.400 personas. En su vertiente comercial, el evento reunió a más de 135 compradores, el 35% de los cuales era de procedencia extranjera.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA, MASCULINA E INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS

BARCELONA, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA VISITANTES

CONSORCIO DE COMERCIO, ARTESANÍA Y MODA DE CATALUÑA (CCAM)
935 676 134
INFO@080BARCELONAFASHION.COM

WEB

WWW.080BARCELONAFASHION.CAT

HAUTE COUTURE PARIS
Menos desfiles, más espectáculo

Los desfiles de alta costura se dan cita en París. La pasarela Haute Couture Paris se celebra dos veces al año, en enero y en julio, con las colecciones de una decena de marcas. La Fédération Française de la Couture du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode es responsable de la gestión de este exclusivo club y de la organización de su pasarela.

TRAYECTORIA

En la última década, los desfiles de alta costura han virado hacia la espectacularidad, no sólo en las prendas que se presentan, sino también en su puesta en escena. La pasarela se ha convertido en una de las mayores plataformas de comunicación para las marcas de lujo. La irrupción del prêt-à-porter en la década de los sesenta dio la primera estocada a la alta costura, que sigue luchando por ser el único reducto del lujo, la exclusividad y la creatividad en la moda. A diferencia de las pasarelas de prêt-à-porter, las colecciones que se presentan en la alta costura corresponden a la temporada en curso. Es decir, en la edición de enero se presenta la temporada primavera-verano y, en la de julio, la de otoño-invierno. El sistema de compra continúa funcionando como lo hacían antaño: las clientas asisten al desfile, efectúan el pedido y la casa se lo realiza de manera personalizada para entregárselo en la misma temporada.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Para participar en este evento sólo existen dos vías. O se es miembro de la federación o se desfila en calidad de invitado. Actualmente, la mitad de los desfiles que tuvo la Alta Costura de París fueron de miembros de la federación. Entre estos se encuentran Christian Dior, Chanel, Jean Paul Gaultier o Giambattista Valli. El resto de casas que participan en el evento son invitadas. Es el caso de Armani, Valentino, Victor&Rolf o Schiaparelli, entre otros.

EDICIÓN ANTERIOR

En la última convocatoria, celebrada a principio de julio, partiparon nueve miebros de la Alta Costura y 17 marcas y diseñadores invitados por la federación.

ESPECIALIDAD

ALTA COSTURA

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS,22 A 26 DE ENERO DE 2017
PARÍS, 2 A 6 DE JULIO DE 2017
PARÍS, 21 A 25 DE ENERO DE 2018

CONTACTO PARA VISITANTES

LAURENCE SUDRE-MONNIER (RELACIONES PÚBLICAS)
+33 (1) 42 66 64 44
INFO@MODEAPARIS.COM

WEB

WWW.MODEAPARIS.COM

LONDON FASHION WEEK
La moda británica defiende su capitalidad

La semana londinense de la moda es estandarte del diseño británico. La capital inglesa reivindica su aportación al mundo de la moda: del traje clásico masculino a la rebeldía *underground*, pasando por el desenfado *sport*. Las enseñas británicas cuentan con la pasarela como una de sus principales plataformas de comunicación.

TRAYECTORIA

El British Fashion Council (BFC), la asociación de diseñadores británicos, es el responsable de la organización del evento, que cuenta además con el apoyo del Ayuntamiento de Londres. El BFC impulsó el certamen en 1984 con la voluntad de dar a conocer la moda con sello británico y promocionar la ciudad como epicentro del diseño. Con motivo de la celebración de los Juegos Olímpicos en Londres en 2012, el BFC y el consistorio de la capital británica organizaron un paquete de actividades para mostrar al mundo el diseño inglés. Uno de estos eventos fue la pasarela de moda masculina London Collections: Men, que ha terminado haciéndose un hueco en el calendario de presentaciones de la moda masculina.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La pasarela londinense, a diferencia de la de París, Milán y Nueva York, destaca por su firme apuesta por los nuevos valores. Lo irreverente, lo arriesgado y lo transgresor acostumbran a verse en Londres. El evento cuenta con una base sólida de marcas con claro sello inglés, como Burberry, Paul Smith o Vivien Westwood, entre otras, que se complementan con diseñadores emergentes, como Christopher Kane, Giles o Jonathan Saunders. En paralelo a los desfiles, durante la semana de la moda de Londres se desarrolla el evento comercial Designer Showrooms (antes The Exhibition), que tiene lugar en Somerset House y en el que participan un centenar de marcas, todas ellas con un fuerte componente de diseño.

EDICIÓN ANTERIOR

La semana de la moda de Londres, que tuvo lugar a mediados de febrero, alargó su celebración durante cinco días. El encuentro concentró 84 presentaciones, la mitad de las cuales fueron desfiles y, el resto, tuvieron lugar en *showrooms*.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

LONDRES, 16 A 20 DE SEPTIEMBRE DE 2016
LONDRES, 17 A 21 DE FEBRERO DE 2017
LONDRES, 15 A 19 DE SEPTIEMBRE DE 2017

CONTACTO PARA VISITANTES

KATIE BAIN (DIRECTORA)
KATIE.BAIN@BRITISHFASHIONCOUNCIL.COM
+44 (0) 20 7759 1977

WEB

WWW.LONDONFASHIONWEEK.CO.UK

MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID
Escaparate para el diseño 'made in Spain'

Con una trayectoria superior al cuarto de siglo, el certamen Mercedes-Benz Fashion Week Madrid (Mbfwm) es el escaparate del diseño de moda de España, en el que presentan sus colecciones la mayoría de los miembros de la Asociación Española de Creadores de Moda de España (Acme), así como otros creadores no adscritos a esta asociación.

TRAYECTORIA

Desde el inició de su andadura, en febrero de 1985, la pasarela Mbfwm ha acogido los desfiles de más de 300 creadores españoles. La pasarela, organizada por Institución Ferial de Madrid (Ifema), cuenta con un presupuesto por edición cercano a los tres millones de euros. Un 65% del mismo corresponde a ingresos por patrocinios, un 30% a aportación de Ifema y un 5%, a los diseñadores participantes. Mercedes-Benz, que da nombre a la pasarela desde 2012, L'Oréal Paris e Inditex son sus principales patrocinadores.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

En este evento participan diseñadores españoles de largo recorrido, como Ágatha Ruiz de la Prada, Felipe Varela, Amaya Arzuaga o Devota&Lomba, entre otros, junto a diseñadores de más reciente aparición, como Alvarno, Juan Vidal, The 2nd Skin o Etxeberría. En cada edición, el evento recibe más de 55.000 visitantes, entre compradores, prensa nacional e internacional y clientes de los diseñadores.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, en febrero pasado, reunió a más de 55.000 visitantes. La pasarela presentó las colecciones otoño-invierno 2016/2017 de 43 creadores y marcas.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA

PRÓXIMAS FECHAS

MADRID, 15 A 20 DE SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA VISITANTES

LOURDES LIÉBANA
917 225 084
LLIEBANA@IFEMA.ES

WEB

WWW.MERCEDESBENZFASHIONWEEKMADRID.COM

NEW YORK FASHION WEEK
Cambio de rumbo

La semana de la moda de Nueva York es el mayor evento que organiza la industria de la moda en Estados Unidos. La pasarela tiene lugar dos veces al año, en febrero y en septiembre, y es la encargada de abrir el calendario internacional de desfiles. En los últimos meses, el certamen ha puesto sobre la mesa una reflexión sobre el futuro de las pasarelas, su protagonismo en el sistema del fast fashion y su rol ante un consumidor más interconectado e informado.

TRAYECTORIA

IMG Fashion es la empresa responsable de la organización de la pasarela, que en mayo de 2015 perdió como patrocinador a Mercedes-Benz, quien le había dado nombre desde 2009. En 2015, el evento también cambió de ubicación y se trasladó del Lincoln Center al histórico edificio de Moynihan Station. Además del evento en Nueva York, IMG Fashion organiza también en Estados Unidos la semana de la moda de Miami, especializada en baño. En 2015, la organización lanzó además la esperada pasarela para moda masculina. En julio de 2015 estrenó su primera edición con las líneas para hombre de Calvin Klein, Tommy Hilfiger o Michael Kors, entre otros. El debut de la pasarela masculina tuvo lugar en julio, lejos del calendario europeo de presentaciones.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El evento neoyorkino sirve de escaparate para unas ochenta marcas de todo el mundo. Al contrario que las pasarelas europeas, la de Nueva York es la más internacional. Además de ser plataforma para las marcas de más claro sello USA, como Donna Karan, Calvin Klein, Ralph Lauren o Diane von Furstenberg, entre otras, acoge a creadores de todo el mundo. En las últimas ediciones, se sumaron al programa de Nueva York las firmas españolas Desigual y Delpozo.

EDICIÓN ANTERIOR

En la última edición de febrero, la semana de la moda de Nueva Yrok reunió en su programa más de 80 distribuidores y marcas. El certamen acostumbra a reunir en torno a los desfiles y showrooms a más de 100.000 firmas en la Gran Manzana.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

NUEVA YORK (HOMBRE), 11 A 14 DE JULIO DE 2016
NUEVA YORK, 8 A 15 DE SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA VISITANTES

LAUREN TURNER
LAUREN.TURNER@IMGWORLD.COM

WEB

WWW.NYFW.COM

MILANO MODA DONNA
El diseño italiano desfila en Milán

La Camera Nazionale della Moda Italiana organiza una serie de eventos, desfiles y showrooms a lo largo del año con el propósito de contribuir a la promoción de la moda con sello *made in Italy*. Dos de las convocatorias de mayor relevancia y trayectoria son las de las pasarelas de moda femenina, Milano Moda Donna, y moda masculina, Milano Moda Uomo, sobre las cuales presentan colección dos veces al año algunas de las principales marcas italianas.

TRAYECTORIA

Junto con los de París, Londres y Nueva York, los desfiles de Milán están entre los imprescindibles, tanto para la prensa especializada como para los responsables de compras de los principales grupos de distribución. Ambas pasarelas preceden siempre a París en el calendario internacional. La semana de la moda femenina de Milán se celebra en febrero y septiembre, por detrás de Londres y antes que París; y la de moda masculina, que tiene lugar en enero y en julio, toma el relevo a Pitti Uomo y lo entrega a la capital francesa.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Durante la semana de la moda femenina, se presentan en la ciudad italiana unas 170 colecciones, ya sea en pasarela o en showroom. La de moda masculina concentra alrededor de cien colecciones y atrae cerca de 10.000 compradores. La mayoría de marcas que presentan colección en estas pasarelas son italianas, como Dolce&Gabbana, Prada, Versace, Gucci, Gianfranco Ferré, Armani, Roberto Cavalli o Max Mara, entre otros.

EDICIÓN ANTERIOR

La pasada convocatoria de Milano Moda Donna tuvo lugar a final de febrero. Durante cinco días, el encuentro celebró alrededor de noventa desfiles y una cifra similar de presentaciones en showrooms de la ciudad. La última cita de la moda masculina fue en junio y concentró en torno a cuarenta desfiles.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

MILÁN, 21 A 27 DE SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA VISITANTES

+39 02 7771081
CAMERAMODA@CAMERAMODA.IT

WEB

WWW.CAMERAMODA.IT

MFSHOW
La 'otra' pasarela de Madrid

MFShow inició su andadura en 2011 como una pasarela alternativa e independiente a Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, cuando todavía era Cibeles Fashion Week Madrid. El certamen ha ido ganando peso y, junto a los desfiles, ha lanzado también la iniciativa de mecenazgo MFShow Lab y el espacio comercial MFShowroom. El certamen tiene una duración de tres días y se realiza en escenarios emblemáticos de Madrid.

TRAYECTORIA

Cuatro profesionales de la comunicación impulsaron esta nueva plataforma: Domingo Cruz, Blanca Zurita, Moira Fernández y David Cabaleiro. Dos años después, los mismos organizadores emprendieron la versión para hombre, MFShow Men, para marcas españolas del sector. El evento nació con el apoyo del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, el Ayuntamiento de Madrid y la Asociación Empresarial del Comercio Textil y Accesorios (Acotex). En la actualidad, ambos eventos se celebran de manera conjunta tras coordinar fechas.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Entre las marcas que participan en MFShow Men se encuentran Emidio Tucci (propiedad de El Corte Inglés), García Madrid, Mirto o Tenkey, entre otras. De la misma manera que la pasarela para moda femenina, el evento dedicado a las colecciones para hombre elige escenarios representativos para cada una de sus ediciones.

EDICIÓN ANTERIOR

En la última convocatoria de la pasarela MFShow, celebrada en febrero de 2016, una treintena de firmas presentaron sus últimas novedades en moda femenina y masculina. Ambos desfiles, celebrados en días consecutivos, reunieron a un total de 14.000 personas durante seis días.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

MADRID (HOMBRE), JULIO DE 2016
MADRID (MUJER), SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA VISITANTES

BLANCA ZURITA
915 320 728
BLANCA@BZPRENSA.COM

WEB

MFSHOW.ES

SEMANA DE LA MODA DE PARÍS
Férreo defensor del prêt-à-porter

La semana de la moda de París es el evento que mayor expectación despierta en la moda. La Fédération Française de la Couture du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode es la responsable de la organización de la pasarela, que tiene lugar cuatro veces al año, dos de ellas dedicadas a la moda femenina y otras dos a la moda masculina.

TRAYECTORIA

Los orígenes de la pasarela se remontan a principios de la década de los sesenta. La organización del certamen fue una de las primeras acciones que llevó a cabo la Chambre Syndicale du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode (que actualmente pertenece a la Fédération), que se creó entonces para el apoyo y la promoción de los nuevos diseñadores de prêt-à-porter. Para participar en la pasarela parisina se precisa el visto bueno de un comité de selección de la Chambre Syndical. Tanto la pasarela de moda femenina como la de moda masculina son las encargadas de cerrar los calendarios internacionales de presentación de colecciones.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Balenciaga, Hermès, Louis Vuitton, Chanel, Christian Dior, Yves Saint Laurent, Jean Paul Gaultier o Lanvin son algunos de los grandes nombres de la moda francesa habituales en la pasarela. Junto a ellos, desfilan creadores belgas, como Dries van Noten; británicos, como Rick Owens, Vivien Westwood o Alexander McQueen; holandeses, como Viktor&Rolf, o japoneses, como Junya Watanabe. En los últimos años, han participado de manera puntual en la semana de la moda de París diseñadores españoles como Amaya Arzuaga o José Castro.

EDICIÓN ANTERIOR

La última edición de la semana de la moda de París tuvo lugar en marzo y su programa se alargó durante nueve días. En ella participaron 92 marcas internacionales. En cuanto a la semana de la moda masculina, la última cita fue en julio. El evento duró cinco semanas y en él participaron un centenar de marcas.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS (MUJER), 27 DE SEPTIEMBRE A 5 DE OCTUBRE DE 2016

CONTACTO PARA VISITANTES

LAURENCE SUDRE-MONNIER (DIRECTOR RELACIONES PÚBLICAS)
+ 33 1 42 66 64 44
INFO@MODEAPARIS.COM

WEB

WWW.MODEAPARIS.COM

modaes.es

Guías

FERIAS Y PASARELAS DE MODA

16/17

Modaes.es

Gran Via de les Corts
Catalanes 646, 4º2ª
08007 Barcelona
933 180 551
www.modaes.es