

Guías

modaes.es

**FERIAS
Y PASARELAS
DE MODA**

10

4ª EDICIÓN

Modaes.es Guías
Abril de 2016
www.modaes.es

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

Directora
Pilar Riaño

Redactor jefe
Custodio Pareja

Equipo redacción
Iria P. Gestal
Silvia Riera
Christian De Angelis
Franc Marín-Camp

Contacto redacción
redaccion@modaes.es

Director comercial
Eduard Sanromà

Equipo comercial
Montserrat Luna
Vanesa Luaces

Contacto publicidad
comercial@modaes.es

Desarrollo de negocio
Christian De Angelis
Vanesa Luaces

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

Diseño
Àxel Durana

Modaes.es Premium
Hazte usuario Premium en
www.modaes.es/premium

Suscríbete en
www.modaes.es

Los datos sobre las fechas de celebración de las diferentes ferias y pasarelas ha sido recogida por Modaes.es a partir de la información publicada a marzo de 2016 por las diferentes entidades responsables de la organización de las mismas. Ripley Gestora de Contenidos, SL, no se hace responsable de los posibles cambios en el calendario de celebración de las ferias y pasarelas, que deberá ser verificado en cada caso con las empresas organizadoras.

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

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 7.000 abonados voluntarios a su newsletter diario y los miles de seguidores en las redes sociales.

PRESENTACIÓN

HACERSE UN HUECO EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES SE HA CONVERTIDO EN ESTRATÉGICO PARA TODAS LAS EMPRESAS 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.

Un buen pulmón financiero permite desarrollar estrategias con tiendas propias, pero el canal multimarca, los grandes almacenes y los socios locales continúan siendo una herramienta excelente para el desarrollo internacional.

En este contexto, las ferias son un elemento clave para las marcas de moda y para los distribuidores y el punto de encuentro en el que se realizarán los contactos necesarios para aprovechar el nuevo ciclo.

Las ferias de moda se adaptan a la realidad cambiante del negocio de la moda y evolucionan con el paso de los años. Así, el mapa nacional e internacional de ferias y pasarelas especializadas en el sector de la moda no presenta ni mucho menos un panorama estanco e inmutable, sino más bien todo lo contrario.

Los principales eventos y certámenes del sector se transforman edición tras edición para responder de la mejor forma posible a las cambiantes necesidades de sus clientes, visitantes y expositores, y nacen y mueren al albur de una dura competencia en la que entran en juego factores económicos, sociales, geográficos y políticos.

La cuarta Guía Modaes.es de Ferias y Pasarelas de Moda, que se reedita con carácter anual, ha sido creada con la vocación de ser un apoyo a los profesionales que deben tomar decisiones en torno al complejo panorama ferial internacional. En este sentido, las páginas que siguen aportan, en base a la información y el análisis, claves para evaluar los pros y los contras que para cada profesional y cada empresa tienen los diferentes certámenes.

T

**TEJIDOS
E HILATURAS**

Colombiatex p.8	International Istanbul Yarn Fair p.14	Première Vision Accessories p.21	Texworld p.26
Denim Première Vision p.9	Milano Unica p.16	Première Vision Yarns p.22	The London Textile Fair p.28
Filo p.10	Modtissimo p.17	Première Vision p.23	Tissu Premier p.30
Intertextile Apparel Fabrics p.11	Munich Fabric Start p.18	Spinexpo p.24	
Interfilière p.12	Pitti Filati p.20	Stib p.25	

A

**APROVISIONA-
MIENTO**

All China Leather p.34	Futurmoda p.41	India International Leather Fair p.46	Techtextil + Texprocess p.50
Apparel Sourcing p.35	Hong Kong Fashion Week p.42	Itma p.47	The Sourcing Connection p.51
Bstim p.36	IM Intermoda p.44	Lineapelle p.48	
Clothing Machinery p.38	India International Garment Fair p.45	Maroc In Mode p.49	
Co-Shoes p.40			

M

MODA

Capsule p.54	Ispo p.60	Magic Las Vegas p.68	Who's Next p.74
Chic Shanghai p.55	Mipap p.62	Panorama p.69	
CPM Moscú p.56	Modefabriek p.64	Premium Berlin p.70	
Colombiamoda p.58	Pitti Uomo p.65	Pure London p.71	
Ethical Fashion Show p.59	Momad p.66	Tranoï p.72	

CA

**CALZADO Y
ACCESORIOS**

Baselworld p.78	Intergift p.83
Bijorhca p.79	Micam p.84
Expo Riva Schuh p.80	Premiere Classe p.85
Couromoda p.81	Sapica p.86
GDS p.82	FN Platform p.87

I

INFANTIL

Bubble London p.90	Playtime p.97
Kleine Fabriek p.91	
Fimi p.92	
Día Mágico by Fimi p.94	
Pitti Bimbo p.96	

N

NUPCIAL

Barcelona Bridal Fashion Week p.100
SI Sposaltalia p.102
The London Bridal Show p.103

ÍB

**ÍNTIMO
Y BAÑO**

Gran Canaria Moda Cálida p.106
Mode City p.108
Salon Internacional de la Lingerie p.109

P

PASARELAS

080 Barcelona Fashion p.112	New York Fashion Week p.117
Haute Couture Paris p.114	Milano Moda Donna p.118
London Fashion Week p.115	MF Show p.119
Mercedes-Benz Fashion Week Madrid p.116	Semana de la Moda de París p.120



TEJIDOS E HILATURAS

Colombiatex
p.8

**Denim
Première Vision**
p.9

Filo
p.10

**Intertextile
Apparel Fabrics**
p.11

Interfilière
p.12

**International
Istanbul
Yarn Fair**
p.14

Milano Unica
p.16

Modtissimo
p.17

**Munich
Fabric Start**
p.18

Pitti Filati
p.20

**Première
Vision
Accessories**
p.21

**Première
Vision Yarns**
p.22

**Première
Vision**
p.23

Spinexpo
p.24

Stib
p.25

Texworld
p.26

**The London
Textile Fair**
p.28

Tissu Premier
p.30

COLOMBIATEX DE LAS AMÉRICAS

Epicentro de la industria textil en Latinoamérica

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. 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. Inexmoda, entidad organizadora de Colombiatex, calcula que durante los días de feria se genera un negocio de más de 300 millones de dólares. En la edición de enero de 2016, el evento concentró 510 expositores, un 6% más que en el año anterior. Cerca del 60% de las empresas participantes procede de Colombia. El resto acude desde otros países latinoamericanos, como México, Brasil, Ecuador o Perú. Sin embargo, también tienen presencia empresas europeas, de España, Portugal, Italia y Turquía, y asiáticas, de India y Pakistán.

La feria recibe alrededor de 22.000 visitantes, la mitad de los cuales son compradores. 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.

El salón ha reforzado su apuesta por el segmento denim en las últimas convocatorias dedicándole un espacio propio. Por otro lado, y en paralelo a la actividad comercial, la feria continúa organizando un fuerte programa de conferencias, que incluye una veintena de charlas gratuitas sobre la evolución del negocio y las tendencias del mercado.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS, FIBRAS E HILADOS, FORNITURAS Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

MEDELLÍN, 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

+574 444 5086
CONTACTCENTER@INEXMODA.ORG.CO

WEB

COLOMBIATEX.INEXMODA.ORG.CO

DENIM PREMIÈRE VISION

La feria del denim se consolida en Barcelona

Denim Première Vision es una feria de tejidos especializada en el segmento del denim. Première Vision puso en marcha este nuevo concepto de feria en 2007 en París. 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. El salón superó por primera vez la barrera del centenar de expositores y rozó los 4.500 visitantes, un 45% más que en la edición de un año atrás en París.

Denim Première Vision 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) para 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.

La primera edición del salón reunió a cincuenta expositores, entre tejedores, acabadores y fabricantes de fornituras y accesorios. Desde entonces, la feria ha ido creciendo hasta estancarse en el centenar de empresas participantes. La mitad de los expositores procede de Turquía, Marruecos y Túnez. Entre las empresas participantes, son habituales en el certamen las españolas Tavex, Textil Santanderina y Tejidos Royo, entre otras. 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, Vuitton, Gucci, Burberry, Yves Saint Laurent, Mango, Hugo Boss, Massimo Dutti, H&M, Victoria Beckham, La Redoute o El Corte Inglés, entre otros.

ESPECIALIDAD

DENIM

PRÓXIMAS FECHAS

BARCELONA, 18 A 19 DE MAYO DE 2016
BARCELONA, NOVIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES

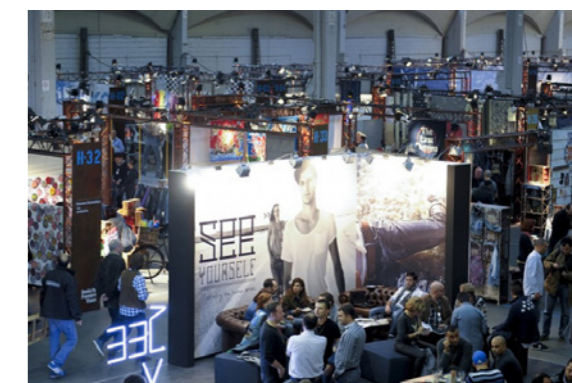
MARIE-CLAIRE ANNEQUIN
+33 (0) 4 72 60 65 00
EXHIBITORS@DENIMBYPREMIEREVISION.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

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

WEB

WWW.DENIMPREMIEREVISION.COM



FILO

La feria europea de fibras e hilados

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. 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.

La mayoría de los expositores del evento 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.

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. Ambos eventos se celebraron de manera conjunta en el marco del Intertextil Shanghai, la feria de tejidos de mayores dimensiones del planeta. El estreno de Filo en la ciudad china se enmarca en el plan de Gobierno italiano de reforzar su inversión en el sector de la moda.

ESPECIALIDAD
FIBRAS E HILADOS

PRÓXIMAS FECHAS
MILÁN, 26 A 27 DE SEPTIEMBRE DE 2016
SHANGHÁI, 11 A 13 DE OCTUBRE 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

MODAES.ES GUÍAS FERIAS Y PASARELAS DE MODA

INTERTEXTILE APPAREL FABRICS

El gigante 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 fue tratar de aprovechar el tirón de la ciudad como capital china de la moda. De hecho, cuando el certamen se celebraba en ambas ciudades, la de Shanghái superaba los 3.000 expositores, más del doble que en Pekín, y los 62.000 visitantes, casi el triple que en la capital del país. En las últimas ediciones de Intertextil de marzo en Shanghái, la feria ha registrado récords de participación y asistencia. El certamen cubre todo el universo de tejidos para la prenda exterior, íntimo y baño, además de fibras e hilados, fornituras y software para la confección. La convocatoria de octubre sobresale por sus dimensiones y está considerada como la mayor del mundo en el ámbito textil.

A partir de 2015, el certamen engrosó todavía más su oferta con la incorporación de Interstoff, el otro salón textil que Messe Frankfurt organizaba en China, y Yarn Expo, especializado en fibras e hilados.

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. La feria italiana Milano Unica, por su parte, está presente en las dos ediciones de Intertextile Apparel Fabrics con un espacio propio en el que participan un centenar de empresas italianas, como Biella Manifatture Tessili, Lanificio F.Lli Cerrutti, Marzotto o Piacenza Cashmere.

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.

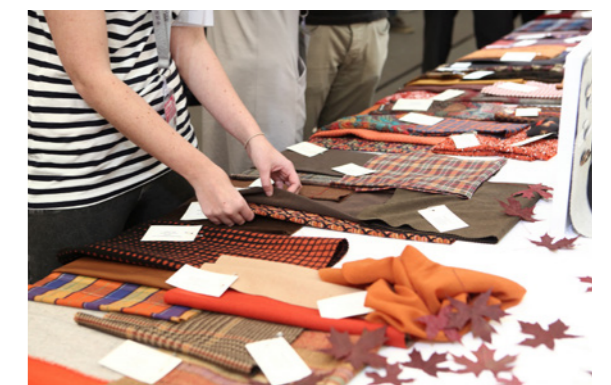
ESPECIALIDAD
TEJIDOS, FIBRAS E HILADOS, FORNITURAS Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS
SHANGHÁI, 11 A 13 DE 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

MODAES.ES GUÍAS FERIAS Y PASARELAS DE MODA



INTERFILIÈRE

La materia prima del negocio más 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. Eurovet, la empresa organizadora de todos estos certámenes, unió en el año 2000 la feria de tejidos y fornituras para el íntimo y baño con sus salones dedicados a la prenda acabada con el propósito de fortalecer la cadena de valor de este mercado y aprovechar las sinergias entre la distribución, las marcas y el textil de cabecera.

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 se trasladó de Lyon a París en 2008 y se movió de septiembre a julio en 2011. De manera excepcional, la próxima edición de julio de 2016, la feria regresa a Lyon para no coincidir en la capital francesa con la celebración de la Eurocopa de fútbol.

En los últimos años, 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. A pesar de ello, la feria ha logrado compensar el descenso del número de fabricantes europeos con su apertura a empresas extracomunitarias y a la diversificación de producto hacia el *activewear*. Así, Interfilière ha conseguido mantener alrededor de 170 expositores. En la edición de julio de 2015, la feria recibió 10.500 visitantes, una cifra similar a la de un año antes.

A lo largo de estos últimos años, Eurovet ha apostado por potenciar Interfilière en China, organizando dos ediciones al año, una en Shanghái y otra en Hong Kong, con el propósito de liderar las ferias dedicadas sólo al aprovisionamiento del íntimo y el baño en el país. Más adelante dio el salto a Nueva York.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS Y FORNITURAS PARA ÍNTIMO Y BAÑO

PRÓXIMAS FECHAS

LYON, 9 A 11 DE JULIO DE 2016
NUEVA YORK, 22 SEPTIEMBRE DE 2016
SHANGHÁI, 12 A 13 DE OCTUBRE DE 2016
PARÍS, ENERO DE 2017
HONG KONG, MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

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

CONTACTO PARA VISITANTES

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

WEB

WWW.INTERFILIÈRE.COM



—
SPRING
SUMMER
2017
—

MODE CITY
— SALON INTERNATIONAL —
DE LA LINGERIE ET DU SWIMWEAR

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.

MODA.ES GUÍAS FERIAS Y PASARELAS DE MODA

—
THE LEADING
TRADE SHOW
FOR INTIMATES,
BEACHWEAR
AND SWIMWEAR
FABRICS
—

INTERFILIÈRE

EUROVET

INTERNATIONAL ISTANBUL YARN FAIR

Enlace industrial entre Europa y Asia

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 su convocatoria de 2015, el certamen reunió a 458 empresas expositoras de treinta países y recibió a 22.325 visitantes, el 11,2% de los cuales fue internacional. La principal área de influencia del certamen cubre los países bálticos, Europa del este y Rusia, Oriente Medio y el Asia occidental, además del norte de África.

Respecto al perfil del visitante, todos operan en la parte baja de la cadena de valor, como compradores de hilados, tejedores, fabricantes de punto o acabadores, entre otros. 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%. La industria de la hilatura en el país cuenta con más de 500 fábricas y una capacidad productiva de 3,8 millones de toneladas al año. Por tipo de producto, el 70% de la producción en el país es de hilo sintético, el 26,5% es de algodón y casi el 3% es de lana.

ESPECIALIDAD

HILADOS

PRÓXIMAS FECHAS

ESTAMBUL, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

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

CONTACTO PARA VISITANTES

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

WEB

WWW.TUYAP.COM.TR

MODA.ES.GUÍAS FERIAS Y PASARELAS DE MODA

PÁGINA 14

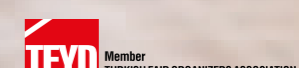


“La Mayor feria del hilado del mundo en 2016”

**XIII FERIA
INTERNACIONAL
DE HILADO
EN ESTAMBUL**

Febrero 4 - 6, 2016

www.istanbulyarnfair.com



TUYAP İSTANBUL



TUYAP FAIR CONVENTION AND CONGRESS CENTER
Büyükkçekmece, İstanbul / Turkey

THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE AUDIT OF TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY) IN ACCORDANCE WITH THE LAW NO. 5174

MILANO UNICA

La unión hace la fuerza del '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. La unión de las ferias fue en su día una decisión compleja y algo traumática porque cada una de ellas era representativa de un área concreta de producción en Italia. 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. Al reunir la oferta de cinco salones, Milano Unica emprendió su andadura con 700 empresas expositoras y alrededor de 35.500 visitantes. Actualmente, el salón reúne en Milán en torno a 400 expositores y recibe la visita de más de 20.000 compradores.

A pesar del descenso de las cifras de expositores y compradores, 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. 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.

Por otro lado, el salón emprendió en 2012 su desembarco en China y, el año pasado, en Nueva York. Milano Unica aterrizó en el mercado asiático con un pabellón en el salón Intertextile Apparel Fabrics. Bajo el paraguas de la feria milanesa exponen un centenar de empresas italianas en las dos ediciones del salón asiático. En la Gran Manzana, el certamen debutó el pasado julio, en el marco de la NYC Textil Week, junto a Texworld USA, Kingpins y Mrket.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS

PRÓXIMAS FECHAS

NUEVA YORK, 19 A 20 DE JULIO DE 2016

MILÁN, 6 A 8 DE SEPTIEMBRE DE 2016

SHANGHÁI, OCTUBRE DE 2016

NUEVA YORK, ENERO DE 2017

MILÁN, FEBRERO DE 2017

SHANGHÁI, MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

SECRETARÍA GENERAL

+39 02 66101105

SEGRETERIA@MILANOUNICA.IT

WEB

WWW.MILANOUNICA.IT



MODTISSIMO

El textil portugués recupera músculo

Modtissimo, que celebró su veinte aniversario en 2012, es la feria de la industria textil de Portugal y en ella exponen tejedores, confeccionistas y algunas marcas de moda. El evento tiene lugar en Oporto, el epicentro del clúster portugués del textil. La deslocalización de la producción textil perjudicó de manera grave a la industria lusa del sector y, en consecuencia, a su encuentro comercial, que trata de mantener su sitio en el calendario internacional. El evento coloca siempre sus fechas por detrás de Première Vision.

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 300 expositores y supera ya los 5.000 visitantes profesionales.

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. La industria del país presenta hoy una oferta flexible y en proximidad, además de haber invertido en innovación y tecnología.

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 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 feria sigue organizándola Selectiva Moda, la patronal portuguesa del textil, constituida por ATP, la asociación de confeccionistas de Portugal, y Anil, la organización empresarial de la industrial lanera.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS Y CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

OPORTO, 21 A 22 DE SEPTIEMBRE DE 2016

OPORTO, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

MANUEL SERRAO

+351 229 380 610

MODTISSIMO@MAIL.TELEPAC.PT

WEB

WWW.MODTISSIMO.COM



MUNICH FABRIC START

Nueva cita textil en el norte de Europa

Munich Fabric Start, el salón alemán de tejidos y fornituras, ha ido ganando protagonismo en el mercado europeo. La feria no sólo ha logrado consolidarse, sino que ha abierto su área de influencia a toda Europa y se acerca cada vez más a Première Vision en número de expositores y de visitantes.

El certamen, que ha logrado consolidar una oferta de en torno a 950 fabricantes, ha estructurado la distribución de los diferentes actores en cuatro apartados: tejidos, fornituras, denim e ilustración textil. El salón quiere desmarcarse del resto de eventos textiles que se celebran en el continente haciendo hincapié en su apuesta por una oferta cada vez mayor de tejidos sostenibles.

Munich Fabric Start se adelanta en fechas a Première Vision y a Milano Unica, celebrándose entre dos y tres semanas antes. Esta antelación le permite incorporar a fabricantes de denim, que ya suman alrededor de sesenta, cuentan con un área diferenciada y representan uno de los principales atractivos de la feria. Además, desde 2015, el certamen textil se celebra junto a la feria de moda Premium Order Munich.

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.

La buena evolución de Munich Fabric Start animó a sus organizadores a impulsar un nuevo salón, View Premium Selection, 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. Este certamen, cuyo propósito es ser una antesala de las tendencias, se convoca en diciembre y en julio.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS Y FORNITURAS

PRÓXIMAS FECHAS

MÚNICH, 30 DE AGOSTO A 1 DE SEPTIEMBRE DE 2016

MÚNICH, FEBRERO DE 2017

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



MUNICH
FABRIC
START

MUNICHFABRICSTART.COM

NEXT SHOW

30.08.16

—

01.09.16

AUTUMN . WINTER 17 / 18

INTERNATIONAL FABRIC TRADE FAIR

PITTI FILATI

Buscar las tendencias en la materia prima

Pitti Filati es el único salón específico de hilados para género de punto. 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. 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. En Spazio Ricerca se explica el proceso de creación de las tendencias, mientras que en KnitClub se reúnen expositores con un producto de vanguardia y muy sofisticado a nivel técnico.

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. Con un centenar de participantes (empresas italianas en su gran mayoría), la feria ha ido haciendo un hueco a los hiladores de países emergentes, que suponen ya el 10% de la oferta del salón.

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 responsables de producto o de diseño de las principales marcas internacionales de moda.

ESPECIALIDAD

HILADOS PARA GÉNERO DE PUNTO

PRÓXIMAS FECHAS

FLORENCIA, 29 DE JUNIO A 1 DE JULIO DE 2016

FLORENCIA, ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

ANDREA MUGNAINI

MUGNAINI@PITTIMMAGINE.COM

+39 055 3693238

WEB

WWW.PITTIMMAGINE.COM



PREMIÈRE VISION ACCESSORIES

La única feria de fornituras en Europa

Première Vision Accessories es el nuevo nombre que recibe Modamont, la única feria en Europa dedicada a las fornituras (cremalleras, botones, cintas, aplicaciones, bordados, encajes, etiquetas, etc.). El salón, que suma una treintena de ediciones, se celebra bajo el paraguas de Première Vision Pluriel junto a las demás ferias textiles que tienen lugar en el recinto ferial de Nord Villepinte, en París. En 2015, la feria cambió su nombre ante la voluntad de su organizador de unificar bajo el mismo paraguas a todos los eventos del Pluriel.

Actualmente, el certamen reúne casi 300 expositores, una cifra que ha ido manteniendo a lo largo de estos diez años, en los que la industria textil europea ha sufrido los efectos de la deslocalización y la eliminación de las cuotas. En las últimas convocatorias, la feria ha observado el retorno de expositores que hacía años que no participaban, así como la asistencia por primera vez de fabricantes de peletería. En cuanto a los visitantes, en las últimas ediciones, el certamen ha ido ganando afluencia de público, superando los 25.000 visitantes. Los compradores que visitan Première Vision Accessories proceden principalmente de Francia, Italia, Reino Unido, España y Alemania, aunque la organización constata un incremento de profesionales procedentes de Estados Unidos, Japón, Brasil, China y Turquía.

Modamont entró a formar parte de Première Vision a finales de 2011. El organizador ferial, propietario del salón textil que lleva el mismo nombre, ya poseía el 49% del salón francés de fornituras y compró el 51% restante a Tarsus France, la filial francesa del grupo inglés Tarsus Group, especializado en la organización de ferias internacionales. A pesar de los cambios en el accionariado y en la misma estructura del salón, el director del evento continúa siendo Gilles Lasbordes.

ESPECIALIDAD

FORNITURAS

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, 13 A 15 DE SEPTIEMBRE DE 2016

PARÍS, FEBRERO DE 2017

CONTACTO EXPOSITORES Y VISITANTES

JORGE TABOADELA

CMT ESPAÑA

933 435 510

CMTESPANA@PREMIEREVISION.COM

WEB

WWW.PREMIEREVISION.COM



PREMIÈRE VISION YARNS

Las fibras e hilados resisten en Première Vision

Première Vision Yarns es el nuevo nombre que toma Expofil, la feria de fibras e hilados de París y de las pocas que queda en Europa junto con las italianas Filo y Pitti Filati. El año pasado, el evento cambió de nombre ante la voluntad de su propietario de unificar bajo un mismo paraguas todos los eventos orientados a la industria textil que se celebran a la vez en el recinto ferial de Paris Nord Villepinte.

El salón ha ido adelgazando en esta última década como consecuencia de la desaparición de la mayoría de los productores europeos de fibras e hilados. Si en el año 2000, Expofil llegó a concentrar una oferta de más de 200 expositores (la mayoría de Italia, Francia y España), hoy apenas alcanza las cincuenta empresas participantes.

A pesar del descenso continuado en el número de expositores, la organización del certamen constata un cierto retorno de la actividad textil en Europa con una recuperación del interés en exponer en la feria. Aun así, el número de empresas participantes se mantiene estable en la cincuenta gracias a una oferta global, compuesta por empresas asiáticas, turcas y de Europa del Este. Entre las empresas españolas que acuden al salón, se encuentran el fabricante de hilos sintéticos Antex, el de nylon Nylstar y el de acabados Industrias Morera.

Expofil trata de cubrir todo el abanico de fibras e hilados, tanto para el tejido de punto como para la plana. Entre los expositores de la feria, se encuentran productores de seda, lana, lino, hiladores, empresas especializadas en fibras de algodón, índigo, viscosa y poliéster, entre otros. En estas últimas ediciones, la feria ha apostado por dar un giro a los productos naturales, ecológicos y orgánicos, con la incorporación a su oferta de hilados procedentes de agricultura ecológica, nuevas fibras procedentes de proteínas de animales, de origen vegetal y de materiales reciclados.

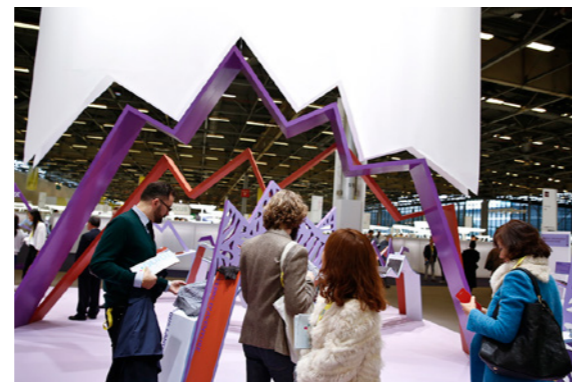
ESPECIALIDAD
FIBRAS E HILADOS

PRÓXIMAS FECHAS
PARÍS, 13 A 15 DE SEPTIEMBRE DE 2016
PARÍS, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES
MARIE-JOSÉE CESARONE CERQUEIRA
MJ.CERQUEIRA@PREMIEREVISION.COM

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

WEB
WWW.PREMIEREVISION.COM



PREMIÈRE VISION

La feria parisina lleva su influencia al mundo

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.

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 60.000 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.

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 2015, se cerraron también las convocatorias de Shanghái y Sao Paulo.

Como apoyo a la expansión internacional de la feria, la compañía ha abierto doce filiales en estos nuevos mercados. En España, Première Vision actúa a través de la empresa CMT, responsable de la contratación de expositores y de su promoción.

ESPECIALIDAD
TEJIDOS

PRÓXIMAS FECHAS
NUEVA YORK, 19 A 20 DE JULIO DE 2016
PARÍS, 13 A 15 DE SEPTIEMBRE DE 2016
ESTAMBUL, OCTUBRE DE 2016
NUEVA YORK, ENERO DE 2017
PARÍS, FEBRERO DE 2017
ESTAMBUL, MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
CMT ESPAÑA
JORGE TABOADELA
933 435 510
CMTESPANA@PREMIEREVISION.COM

WEB
WWW.PREMIEREVISION.COM



SPINEXPO

Una feria china con sabor europeo

Spinexpo es un salón de fibras e hilados que se celebra en Shanghái y, desde 2009, tiene una edición anual en Nueva York. La feria, que nació en 2003 orientada al sector del género de punto, ha logrado consolidarse como uno de los certámenes más importantes de Asia en este sector, con ambiente occidental y muy bien relacionada con las instituciones chinas y las asociaciones empresariales del país. 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 *traders*.

La impulsora del certamen, Karine van Tassel, inició su carrera en París con Madame Grès y en Hermès, donde fue responsable del departamento de producción. También trabajó en Marithé&François Girbaud y Cacharel, antes de entrar en el campo del textil de cabecera. Van Tassel fue también la responsable de lanzar Filasia, la versión asiática del salón europeo Filo.

Spinexpo 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 con productos de la misma calidad que los europeos. 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 ocho 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. En 2016, la organización ha puesto en marcha una nueva convocatoria en París, en la Ciudad de la Moda y el Diseño.

ESPECIALIDAD
FIBRAS E HILADOS

PRÓXIMAS FECHAS
PARÍS, 6 A 7 DE JULIO DE 2016
NUEVA YORK, 19 A 21 DE JULIO DE 2016
SHANGHÁI, 30 A DE AGOSTO A 1 DE SEPTIEMBRE DE 2016
SHANGHÁI, 1 A 3 DE MARZO DE 2017

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

El único salón textil con acento español

Stib son las siglas del Salón Textil Internacional de Barcelona. Hasta la llegada de Denim by Première Vision a 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. Los inicios del Stib se remontan a una treintena de agentes que empezaron exponiendo de manera agrupada en hoteles de Barcelona. Su propósito, entonces y ahora, es acabar de definir y cerrar los pedidos que ya se han iniciado en otros salones europeos, como Première Vision y Milano Unica, de ahí que la feria siempre se convoque cuando éstas ya han terminado.

Como salón, Stib tomó cuerpo cuando se trasladó en 2002 a uno de los edificios emblemáticos de Barcelona, la Casa Llotja de Mar, el que fuera Consulado del Mar en la Edad Media y Bolsa de Barcelona hasta hace poco tiempo. Su nueva ubicación les dio alas para crecer, sobre todo en 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.

La feria adquirió cierta relevancia a finales de la última década y se trasladó al Palacio de Congresos de Cataluña. El principal motivo de este cambio de lugar fue ganar espacio ante la posibilidad de sumar a sus filas las empresas de otros encuentros textiles que coincidían en Barcelona: Salón Textil del Mediterraneo y Galería Textil. Al final, cada uno siguió su rumbo y hoy tan sólo sobrevive Stib.

Sin embargo, la crisis y la falta de relevo generacional en los negocios de distribución textil han provocado que en los últimos años el certamen haya perdido cerca de una veintena de expositores. Esta realidad obligó a la organización a trasladar de nuevo la feria. Desde octubre de 2013, Stib se convoca en las Reials Drassanes de Barcelona. En las últimas convocatorias han participado en el salón 29 agentes, 17 menos que cuando la feria se instaló en el Palacio de Congresos de Cataluña.

ESPECIALIDAD
TEJIDOS

PRÓXIMAS FECHAS
BARCELONA, SEPTIEMBRE DE 2016
BARCELONA, FEBRERO DE 2017

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

WEB
WWW.STIBBCN.COM



TEXWORLD

Una oferta global en París

Texworld es el salón de tejidos que se celebra en París en paralelo a Première Vision. 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.

La razón de ser del certamen fue reunir en la capital de la moda la oferta de tejidos procedente de fuera de la Unión Europea en plena oleada de deslocalización industrial. Texworld inició su andadura en el centro de convenciones y exposiciones Cnti, en La Défense, en París, aunque más adelante se trasladó a Le Bourget, un entorno mucho más espacioso, que le ha permitido sobre todo aumentar la oferta hasta casi el millar de empresas expositoras.

En 2011, Messe Frankfurt creó junto a Texworld el nuevo salón Apparel Sourcing, dedicado a la confección. A lo largo de la última década, el organizador ferial alemán también ha trasladado la fórmula de Texworld a Nueva York y a Estambul. La organización pospuso la última convocatoria en Turquía por el clima político y social del país, aunque mantiene las fechas de la edición de octubre.

En 2015, Messe Frankfurt recuperó la feria de innovación textil Avantex y la relanzó junto a la feria de tejidos de París. El debut de este nuevo evento, que tuvo lugar en la edición de septiembre, se realizó con una treinta de empresas. Por otro lado, el organizador ferial también ha lanzado Avantprint, dedicado a la impresión textil. Este nuevo certamen, que tendrá una periodicidad anual, se celebrará también en paralelo a Texworld, aunque solo en la convocatoria de febrero.

El grueso de los visitantes son europeos, 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.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS, MATERIAL DE COSTURA Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

NUEVA YORK, 12 A 14 DE JULIO
PARÍS, 12 A 15 DE SEPTIEMBRE DE 2016
ESTAMBUL, 19 A 21 DE OCTUBRE DE 2016
NUEVA YORK, ENERO DE 2007
PARÍS, FEBRERO DE 2017
ESTAMBUL, MARZO 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

MODA.ES GUÍAS FERIAS Y PASARELAS DE MODA



TEXWORLD

PARIS

PARIS
12-15 SEPTIEMBRE 2016
LA FERIA INTERNACIONAL PARA LA MODA: TELAS, MATERIAL DE COSTURA, ACCESORIOS

Lunes - Jueves
Paris Le Bourget, Francia
Entrada gratuita on-line
www.texworld.messefrankfurt.com

THE LONDON TEXTILE FAIR

Feria textil con sello 'british'

The London Textile Fair ha sido la última feria textil en sumarse al calendario ferial europeo del sector. 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 certamen, que ha empezado a generar interés en su mercado local, pero también en el continente. Con 35 años de experiencia en el sector, Kelley es también propietario de la agencia de distribución textil Kelley Ko, que fundó hace quince años.

En la convocatoria de enero de 2016, The London Textile Fair reunió a 400 expositores y recibió a más de 6.000 visitantes. Una de las novedades que presenta este salón 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 evento se celebra en el Business Design Center, en Londres.

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.

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. El certamen se puso en marcha en 2013 y ha logrado hacerse un hueco en el calendario ferial de la industria textil en Europa. Este evento se celebra en abril y en octubre en las instalaciones de Lindley Hall, uno de los emblemáticos Royal Horticultural Halls de Londres.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS, ACCESORIOS, ESTUDIOS DE ILUSTRACIÓN Y PRENDAS VINTAGE

PRÓXIMAS FECHAS

LONDRES, 13 A 14 DE JULIO DE 2016
LONDRES, ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

THELONDONTEXTILEFAIR.CO.UK

MODA.ES.GUÍAS FERIAS Y PASARELAS DE MODA



• THE LONDON • TEXTILE FAIR •

THE BUSINESS DESIGN CENTRE
52 UPPER STREET, LONDON N1 0QH
13+14 JANUARY 2016 – 9AM TO 6PM
13+14 JULY 2016 – 9AM TO 6PM
THELONDONTEXTILEFAIR.CO.UK

• TEXFUSION • THE LONDON ASIA TEXTILE FAIR

THE LINDLEY HALL
ELVERTON ST, LONDON SW1P 2QW
18 APRIL 2016 – 10AM TO 6PM
19 APRIL 2016 – 9AM TO 6PM
NOVEMBER 2016 – DATES TBC
TEXFUSION.CO.UK

• THE LONDON • PRINT DESIGN FAIR •

THE LINDLEY HALL
ELVERTON ST, LONDON SW1P 2QW
20 APRIL 2016 – 10AM TO 6PM
21 APRIL 2016 – 9AM TO 6PM
OCTOBER 2016 – DATES TBC
THELONDONPRINTDESIGNFAIR.CO.UK

For more information please contact **Bronwen Morris**

✉ bronwen@thelondontextilefair.co.uk | bronwen@thelondonprintdesignfair.co.uk | bronwen@texfusion.co.uk

☎ +44 (0)20 8347 8145

TISSU PREMIER

Cambio de rumbo y regreso a los orígenes

Tissu Premier es de nuevo una feria textil en la localidad francesa de Lille, eje de uno de los principales clusters textiles de Francia. En los dos últimos años, el salón transformó su concepto y amplió su oferta a la confección. No obstante, su nuevo propietario, el organizador ferial Première Vision, ha recuperado en las últimas convocatorias el concepto original del evento, dedicado sólo a la oferta de tejidos.

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.

A lo largo de los últimos quince años, el salón no escapó de las consecuencias de la crisis del textil en Europa y fue perdiendo expositores y visitantes, así como su carácter internacional. 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 85 tejedores y reúne alrededor de 1.300 compradores. 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. Los compradores internacionales 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.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS

PRÓXIMAS FECHAS

LILLE, 25 A 26 DE MAYO DE 2016

LILLE, NOVIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES

VIRELIA ROMAN-NOSATI

V.ROMAN@PREMIEREVISION.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

CMT ESPAÑA

JORGE TABOADELA

933 435 510

CMTESPANA@PREMIEREVISION.COM

WEB

WWW.TISSU-PREMIER.COM

MODAES.ES GUÍAS FERIAS Y PASARELAS DE MODA



TÚ DECIDES EL QUÉ



NOSOTROS PENSAMOS EL CÓMO

www.grupmet.com



APROVISIONAMIENTO

**All China
Leather**
p.34

**Apparel
Sourcing**
p.35

Bstim
p.36

**Clothing
Machinery**
p.38

Co-Shoes
p.40

Futurmoda
p.41

**Hong Kong
Fashion Week**
p.42

IM Intermoda
p.44

**India International
Garment Fair**
p.45

**India International
Leather Fair**
p.46

Itma
p.47

Lineapelle
p.48

Maroc In Mode
p.49

Techtextil+Texprocess
p.50

**The Sourcing
Connection**
p.51

ALL CHINA LEATHER

La industria de la piel se cita en China

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.

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.

Acle reúne en Shanghái unas 1.100 empresas expositoras de todo el mundo y recibe alrededor de 15.000 visitantes. La feria distribuye la oferta por países de origen a través pabellones nacionales. Acle organiza su oferta a través de una veintena de pabellones nacionales, entre los que se encuentra uno español. No obstante, los pabellones de mayores dimensiones son los de los países que lideran la producción de piel, como son Brasil, India y China.

En marzo, Aplf organiza en Hong Kong otro de los grandes certámenes para la industria del calzado y de los complementos en piel, Materials, Manufacturing & Technology (MM&T), específico para la maquinaria y otras tecnologías para la industria de la piel, pero que cuenta también con una amplia oferta de curtidos y de componentes. MM&T concentra más de 1.800 expositores. Y en paralelo a este certamen, Aplf convoca, también en Hong Kong, Prime Source Forum, uno de los mayores congresos globales sobre el aprovisionamiento en la industria de la moda.

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

Aprovisionamiento en el seno de Texworld

La institución ferial Messe Frankfurt puso en marcha la feria para la subcontratación de la confección Apparel Sourcing en julio de 2010 en Nueva York, coincidiendo en fechas con Texworld USA y Home Textiles Fabric Sourcing Expo. La entidad ferial alemana impulsó la feria con el apoyo del Gobierno chino. Con este nuevo salón, Feria de Frankfurt quiso reunir 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.

Un año después, Messe Frankfurt llevó Apparel Sourcing a París, junto a la edición francesa de Texworld, 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.

En las últimas convocatorias, el certamen ha ido ganando cuerpo. En septiembre de 2015, Apparel Sourcing reunió en París cerca de 400 expositores, un centenar más que un año atrás. La mayoría de las empresas participantes proceden de China, Bangladesh, India, Pakistán, Turquía y Vietnam. Por su parte, el grueso de los profesionales que acuden a ambos certámenes procede de los países europeos.

El buen debut que el salón ha obtenido en París ha reforzado a la convocatoria americana, que ha pasado de tener 130 expositores en 2012 a superar los 200 en 2015. El pasado julio, la feria neoyorkina alcanzó la cifra récord de 237 empresas participantes procedentes de trece países, como China, Islas Mauricio, Colombia, Guatemala, Pakistán o los mismos Estados Unidos.

ESPECIALIDAD

CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

NUEVA YORK, 12 A 14 DE JULIO DE 2016
PARÍS, 12 A 15 DE SEPTIEMBRE DE 2016
NUEVA YORK, ENERO DE 2017
PARÍS, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.APPARELSOURCINGSHOW.COM



BSTIM

Producción textil en cercanía para marcas y diseñadores

Igualada (Barcelona) puso en marcha en febrero de 2015 una feria especializada en el aprovisionamiento textil, Best Solutions in Textile Manufacturing Fair (Bstim) y ha iniciado los preparativos para la que será su tercera convocatoria en febrero de 2017. Los expositores del certamen son proveedores textiles, principalmente del territorio catalán, que abarcan los diferentes procesos de la cadena de valor.

El certamen es un proyecto conjunto de la agrupación textil local Fagepi y Fira de Igualada, que cuenta con el apoyo del Ayuntamiento de Igualada, pero está abierto a empresas productoras de toda Cataluña y España. En su debut, el evento contó con la participación de sesenta compañías y, en la segunda convocatoria, elevó la cifra hasta 73 expositores. Para la tercera edición, la organización contempla triplicar el espacio para dar cabida a la demanda.

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, Luna Llena o Smash!, entre otras. En sus dos primeras ediciones, Bstim consiguió atraer a 1.400 visitantes, entre los cuales acudieron representantes de Zara, Mango, Desigual, Cortefiel o El Corte Inglés.

El textil catalán trata de aprovechar el auge de la producción en proximidad para recuperar parte de la actividad productiva en los últimos años. Por el momento, los grandes operadores de la moda han empezado a trabajar con pequeñas series, pero, de consolidarse su producción en la localidad, podrían actuar de locomotora para atraer el aprovisionamiento de más marcas.

ESPECIALIDAD
APROVISIONAMIENTO

PRÓXIMAS FECHAS
IGUALADA, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
FIRA D'IGUALADA
938 040 102
INFO@BSTIM.CAT

WEB
WWW.BSTIM.EU



CLOTHING MACHINERY

Maquinaria textil para la industria europea y asiática

Clothing Machinery es una de las mayores ferias de maquinaria para la confección en Europa. El evento se celebra cada dos años en el recinto Tuyap Fair and Congress Center, en Estambul. En la última convocatoria de 2014, el certamen reunió a 467 expositores y 40.729 visitantes procedentes de 67 países. El certamen se celebra en paralelo con la feria de tejidos y fornituras Fabric Istanbul. Hace dos años, el evento ocupó una superficie de 98.000 metros cuadrados en un total de nueve pabellones del recinto ferial.

El grueso de los visitantes del salón procede de Turquía y sólo el 5% de los asistentes acude de fuera del país. El certamen reúne a profesionales de Europa y Asia y, en concreto, de países como Azerbaiyán, Uzbekistán, Rusia, Bulgaria, Georgia, Croacia, Herzegovina, Kosovo, Macedonia, Serbia, Egipto o Irán, entre otros. Los visitantes más numerosos que asisten al evento son iraníes.

La feria 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, de impresión de etiquetas, etc. En la última convocatoria, el encuentro dedicó un espacio a la tecnología específica para la industria del denim.

ESPECIALIDAD

MAQUINARIA PARA LA CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

ESTAMBUL, 27 A 30 DE ABRIL DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES

GÜLBİN 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



La mayor feria de maquinaria para confección de ropa en 2016

MAQUINARIA PARA CONFECCIONES

XXV Edición de la feria internacional de máquinas
para confección, bordado e industrias afines

Abril 27 - 30, 2016

www.clothingmachineryfair.com

INVITACIÓN ONLINE

Simultánea a la
Feria de tejidos
de Estambul



TUYAP İSTANBUL



TUYAP FAIR CONVENTION AND CONGRESS CENTER
Büyükkçekmece, İstanbul / Turkey

THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE AUDIT OF TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY) IN ACCORDANCE WITH THE LAW NO.5174.

CO-SHOES

Alicante se reivindica como fábrica de calzado

Co-Shoes International Workshop es la nueva feria española de proveedores de calzado. El certamen, que realizó su primera edición en octubre de 2014, está impulsado desde la patronal española del sector, la Federación de Industrias 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 se convoca en paralelo a Futurmoda, la feria internacional de la piel, los componentes y la maquinaria para el calzado. Su debut contó con un centenar de empresas expositoras y recibió a 500 visitantes profesionales. El certamen celebró dos ediciones en el primer año, pero optó por concentrarse en una sola convocatoria anual a partir de 2016.

Co-Shoes aspira a convertirse en el principal escaparate para la producción de calzado del sur de Europa. El nuevo certamen no se planea como una feria al uso, sino como un workshop, en el que los participantes acuden al encuentro con una lista cerrada de visitas. Por otro lado, el propósito del evento no sólo es encontrar fabricante, sino que también explorar otras fórmulas de colaboración entre marcas, retailers y productores, como licencias, alianzas para mejorar el conocimiento en producción, distribución o exportación, entre otras.

La patronal española del calzado ha optado por Alicante para celebrar la feria por ser el principal clúster productivo del sector, al concentrar el 60% de la fabricación de calzado en España. 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 su producción a Asia.

ESPECIALIDAD
APROVISIONAMIENTO DE CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS
ELCHE, NOVIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
FEDERACIÓN DE INDUSTRIAS DEL CALZADO ESPAÑOL
915 627 003
INFO@COSHUES.ES

WEB
COSHUES.ES

FUTURMODA

Evento español para los componentes del calzado

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 clusters del sector en el país. 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.

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. En la convocatoria de marzo de 2016, el certamen alcanzó cifras récord: contó con la participación de 225 empresas expositoras, un 30% más que en el mismo mes de un año atrás, y registró la visita de más de 4.000 profesionales, un 23% más.

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. El grueso de los expositores extranjeros procede de Italia, Portugal y Turquía.

Futurmoda está impulsada por la Asociación Española de Componentes (AEC). Esta industria, muy focalizada en la región alicantina, cerró 2014 con un incremento de la producción del 14% y una facturación superior por primera vez superior a los mil millones de euros, que se situó en 1.318 millones de euros.

ESPECIALIDAD
COMPONENTES PARA EL CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS
ELCHE, NOVIEMBRE DE 2016
ELCHE, MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
INSTITUCIÓN FERIA ALCANTINA
965 460 158
INFO@AECC.COM

WEB
WWW.FUTURMODA.ES



HONG KONG FASHION WEEK

Conexión con la industria textil de 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. Además de ser uno de los principales puertos del mundo, Hong Kong es una de las grandes ciudades de negocios del planeta y, para el sector de la moda, durante muchos años fue el lugar donde se negoció la producción en China.

En estos últimos quince años, la ex colonia británica ha perdido parte de su posición estratégica para la industria de la moda, ya que los grandes grupos de distribución han ido instalándose en la China continental y debido al aumento de los costes de producción en el país. 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.

Hkfw tiene lugar dos veces año y, a pesar de no atravesar por uno de sus mejores momentos por la coyuntura actual, sigue reuniendo unos 1.700 expositores en la edición de enero y alrededor de 1.300 en la de julio, la mayoría de ellos de la China continental. El Hong Kong Trade Development Council (Hktdc), la institución responsable de la organización del certamen, sigue volcándose en su promoción y organiza en cada edición un centenar de misiones comerciales para atraer a millares compradores de todo el mundo.

De forma paralela a Hkfw, se organizan varias actividades relacionadas con el sector de la moda en Hong Kong, uno de los territorios más visitados del mundo, lo que convierte a la ciudad en uno de los mayores escaparates para el consumo en Asia.

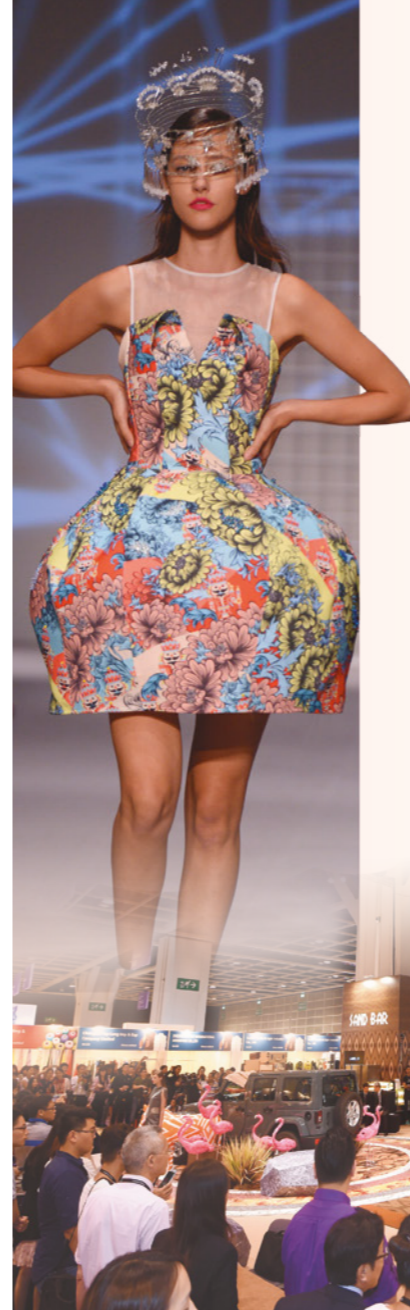
ESPECIALIDAD
CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS
HONG KONG, 4 A 7 DE JULIO DE 2016
HONG KONG, 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



La Moda cobra vida

Hong Kong es creador de tendencias en el mundo de la moda, y recoge diferentes marcas y diseños internacionales. Con alrededor de 1.200 expositores internacionales, la Hong Kong Fashion Week for Spring/Summer es una ventana única para el aprovisionamiento y comercialización, y cuenta con una gran variedad en las últimas tendencias de prendas de vestir y accesorios de gama alta. Este año, la semana de la moda cuenta con dos nuevas zonas, "Ropa de Mujer" y "Punto".

Un mercado muy vivo para los negocios

Entre las zonas más destacadas de la feria se incluye la Fashion Gallery, Escaparates de diseñadores de moda internacionales, Emporium de Mode, el Mundo de los Accesorios de moda, Salón de Bufandas y Chales, telas y Hombres con Estilo. Este año, la semana de la moda tiene dos nuevas zonas, "Ropa de Mujer" y "Punto". La zona Hktdc.com SMALLORDERZONE acoge a expositores con una cantidad mínima de pedido de 5 a 1.000 unidades.



Eventos emocionantes

El gran ambiente de esta Semana de la Moda internacionalmente reconocida es propiciado por el conjunto de espectáculos, programas de los diseñadores así como del conjunto de pasarelas y desfiles diarios.

Durante el periodo de la feria, también se celebrarán seminarios sobre las futuras tendencias del mundo de la moda por Fashion Snoops y WGSN Group. Las acciones de networking facilitan un acogedor ambiente para que los visitantes puedan buscar oportunidades de negocio con otras empresas del sector.

ESCENARIO CENTRAL – Asia's Fashion Spotlight

La primera edición de este **ESCENARIO CENTRAL** tendrá lugar del **7-10 de septiembre de 2016** en la Convención y Centro de Exposiciones de Hong Kong. Esta es una plataforma de marketing centrada en las marcas internacionales y regionales, para el diseño y etiquetas, con un enfoque en Asia. Los expositores mostrarán sus últimas y más nuevas colecciones. Así mismo, una impresionante variedad de eventos se llevará a cabo durante la feria.



Hong Kong Fashion Week for Spring/Summer

Fair Date: 4-7 July 2016
Venue: Hong Kong Convention and Exhibition Centre

¡Reserve su entrada **gratis** ahora!

Website: www.hktdc.com/ex/hk-fashionweekss/09

Aplicación para el móvil: HKTDC Mobile

Página web de móvil: hktdc.com/wap/fashionss/T119



Oferta exclusiva para nuevos visitantes

Si está interesado en obtener más información, por favor póngase en contacto con la oficina del HKTDC en Barcelona llamando al 932 360 930 o escribiendo un mail a barcelona.consultant@hktdc.org

IM INTERMODA CITA DEL *Aprovisonamiento en México*

IM Intermoda México es el principal evento dedicado al aprovisionamiento textil en México y uno de los mayores en Latinoamérica. El certamen reúne dos veces al año, en enero y en julio, en la localidad de Guadalajara, un total de 950 expositores y más de 23.000 visitantes. El evento es punto de encuentro entre proveedores de prendas con marcas y distribuidores. La feria, que empezó siendo un evento para la industria local, ha ido abriéndose 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.

El salón, que en 2014 celebró su 30 aniversario, 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. En los últimos años, Intermoda ha ido abriéndose al diseño y ha ido haciendo 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 diseño.

ESPECIALIDAD
CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS
GUADALAJARA, 19 A 22 DE JULIO DE 2016
GUADALAJARA, ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
ÁREA COMERCIAL
+52 01 (33) 31224499
COMERCIAL@INTERMODA.COM.MX

WEB
WWW.INTERMODA.COM.MX

MODA.ES.GUÍAS FERIA Y PASARELAS DE MODA



INDIA INTERNATIONAL GARMENT FAIR *Comprar en India*

India International Garment Fair (Iigf) celebra dos ediciones al año, en enero y en julio, en el recinto ferial Pragati Maidan de Nueva Delhi. Es una de las ferias especializadas en aprovisionamiento para la moda con una mayor trayectoria en el sudeste asiático, que organiza la patronal de confeccionistas de la India (Cmai, en sus siglas en inglés) con el apoyo del Gobierno del país, a través del Apparel Export Promotion Council (Aepc). 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 indias.

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 evento vivió uno de sus momentos más dulces entre 2004 y 2007, coincidiendo con la liberalización del comercio textil internacional. La industria de la confección de la India se dio cuenta de que los clientes occidentales no agotaban en China su capacidad de compra y que acudían también a su país para abastecerse, sobre todo de artículos de diseño occidental pero con decoración étnica.

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. De todos modos, 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 Internacional Garment Fair recupere cierto esplendor. En sus últimas ediciones, la feria ha vuelto a reunir los cerca de 350 expositores y los 3.000 visitantes de su mejor época.

ESPECIALIDAD
CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS
NUEVA DELHI, 18 A 20 DE JULIO DE 2016
NUEVA DELHI, ENERO DE 2017

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

PÁGINA 45



PÁGINA 44

MODA.ES.GUÍAS FERIA Y PASARELAS DE MODA

INDIA INTERNATIONAL LEATHER FAIR

Potencia en 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. La primera de ellas 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.

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.

La mayor de las tres convocatorias 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. El Ilex apoya la participación de diferentes empresas españolas de componentes para calzado. En cuanto a los visitantes, la mayoría procede de India y China, aunque también acuden responsables de compras de países europeos, en particular Alemania y Reino Unido, y de Estados Unidos.

La convocatoria de Nueva Delhi ganó cuerpo en los últimos años con la incorporación de Expo Riva Shoe, la feria italiana de calzado *low cost*, que desde 2011 organizó una edición en paralelo. Sin embargo, el evento italiano canceló en 2014 su edición india para concentrar todos sus esfuerzos en la convocatoria en Riva del Garda.

Por último, en Calcuta, la feria se llama 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.

Además de organizar estos certámenes, el CLE pone en marcha de manera puntual encuentros comerciales en España y en el resto de Europa.

ESPECIALIDAD

CALZADO, COMPLEMENTOS Y PRENDAS EN PIEL

PRÓXIMAS FECHAS

NUEVA DELHI, JULIO DE 2016

CHENNAI, FEBRERO DE 2017

CALCUTA, MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+91 11 23371822

IILF@ITPO.GOV.IN

WEB

WWW.IILFLEATHERFAIR.COM



ITMA

Encuentro mundial para 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. 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.

La última edición en Europa 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 superó los 200.000 metros cuadrados de superficie. La próxima edición será en 2019 y volverá a celebrarse en Barcelona, donde ya estuvo en 2011. La capital catalana se ha impuesto finalmente a otras candidatas, como Milán y Birmingham. 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 amplísimo programa de conferencias que aborda cuestiones muy específicas de cada uno de los procesos productivos.

ESPECIALIDAD

MAQUINARIA TEXTIL

PRÓXIMAS FECHAS

SHANGHÁI, 21 A 25 DE OCTUBRE DE 2016

BARCELONA, 2019

CONTACTO PARA EXPOSITORES

+65 6393 0254

APPLICATION@ITMA.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

+65 6393 0254

VISITORS@ITMA.COM

WEB

WWW.ITMA.COM



LINEAPELLE

La materia prima del calzado y los complementos de piel

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.

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 Nueva York, Londres, Cantón (China) y Seúl (Corea del Sur). Las convocatorias de mayor recorrido son la estadounidense y la china, que se impulsaron 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 cita europea sigue celebrándose en Milán y continúa siendo la de mayores dimensiones. El certamen italiano reúne cerca de 1.200 expositores de más de cuarenta países y supera los 20.000 visitantes de 110 países. Dos terceras partes de las empresas que participan y acuden a Lineapelle son italianas. Lineapelle lanzó también a finales de la década de los noventa el certamen Anteprema, que tiene lugar en enero y julio en Milán y que se plantea como una plataforma de tendencias. En el evento participan sólo una selección de ochenta fabricantes que presentan prototipos y novedades en primicia a un número muy limitado de asistentes. Anteprema organiza también charlas sobre tendencias en Milán, Bolonia, Nueva York, Tokio y Londres.

ESPECIALIDAD

CURTIDOS Y COMPONENTES PARA EL CALZADO Y LOS COMPLEMENTOS

PRÓXIMAS FECHAS

LONDRES, 12 JULIO DE 2016
NUEVA YORK, 19 A 20 DE JULIO DE 2016
MILÁN, 7 A 9 DE SEPTIEMBRE DE 2016
GUANGZHOU, 20 A 21 DE OCTUBRE DE 2016
MILÁN, ENERO DE 2017
LONDRES, ENERO DE 2017
NUEVA YORK, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+39 02 8807711
MILANO@LINEAPELLE-FAIR.IT

WEB

WWW.LINEAPELLE-FAIR.IT

MAROC IN MODE

Marruecos, socio preferente

Maroc in Mode & Maroc Sourcing son dos ferias que organiza a la vez la patronal marroquí de la industria de la confección (Amith). La suma de ambos certámenes reúne los diferentes procesos de la cadena de valor para ofrecer una plataforma global de aprovisionamiento en Marruecos. 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.

En total, los dos salones reúnen a unos 200 expositores confeccionistas 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 enseñanzas europeas de gran distribución, pero también de moda urbana y de prêt-à-porter.

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.

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 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.

Maroc in Mode & Maroc Sourcing se celebran una vez al año, en otoño, aunque Amith organiza en paralelo otros certámenes de aprovisionamiento en España y en Europa.

ESPECIALIDAD

CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

NOVIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

AMITH LAMIAE BENNIS
+212 522 942 084
LBENNIS@AMITH.ORG.MA

WEB

WWW.MAROCINMODE.COM



TECHTEXTIL + TEXPROCESS

La vertiente técnica de la moda

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. El éxito de la feria en Frankfurt ha llevado a la organización a llevar este certamen a otras ciudades, como Shanghái, Bombay, Atlanta, Dubái y Moscú. En Fráncfurt, Techtextil se celebra una vez cada dos años, a la espera de que el sector genere suficientes novedades que justifiquen la convocatoria del certamen.

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 Technology o Lectra, entre otras.

La última edición de ambos certámenes tuvo lugar en mayo de 2015 y la próxima está prevista para 2017. En la convocatoria de 2015, Techtextil elevó sus cifras y alcanzó 1.390 expositores, sesenta más que en 2013, y contó con 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. La feria de maquinaria textil también recibió 7.600 visitantes procedentes de Techtextil.

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!, dedicada al aprovisionamiento, pero en cambio dedicó un pabellón específico para los tejidos funcionales para prendas de vestir.

ESPECIALIDAD

TEXTILES TÉCNICOS, MAQUINARIA PARA LA CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

ATLÁNTA, 3 A 5 DE MAYO DE 2016
FRÁNKFURT, 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

Compras en proximidad en la capital gala

En plena revisión de su cartera de ferias, Première Vision ha renovado la feria de aprovisionamiento Fatex, que en 2013 compró a Eurovet, para reconvertirla en The Sourcing Connection. El certamen continuará celebrándose en París en paralelo al salón de moda Who's Next, aunque la organización ha optado por trasladarlo fuera del recinto ferial de Puerta de Versailles.

The Sourcing Connection tiene a sus espaldas 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 Interselection, 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. 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.

The Sourcing Connection es uno de los tres salones que el organizador ferial francés dedica al aprovisionamiento. Los otros dos son Made in France, que agrupa sólo a confeccionistas franceses para gamas muy altas; y Première Vision Manufacturing, que cuenta sobre todo con empresas del Norte de África y que se convoca junto al resto de salones que forman Première Vision Pluriel en el recinto ferial Paris Nord Villepinte.

ESPECIALIDAD

CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, 12 A 14 DE SEPTIEMBRE DE 2016
PARÍS, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.THESOURCINGCONNECTION.COM



M

MODA

Capsule
p.54

Chic Shanghai
p.55

CPM Moscú
p.56

Colombiamoda
p.58

**Ethical
Fashion Show**
p.59

Ispo
p.60

Mipap
p.62

Modefabriek
p.64

Pitti Uomo
p.65

Momad
p.66

Magic Las Vegas
p.68

Panorama
p.69

Premium Berlin
p.70

Pure London
p.71

Tranoï
p.72

Who's Next
p.74

CAPSULE

Moda independiente con espíritu comercial

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 fue impulsada en 2007 por la agencia neoyorkina de relaciones públicas BPMW.

El evento echó a andar con la voluntad de ser un punto de encuentro global para las marcas de moda más a la vanguardia, no en popularidad, pero sí en tendencias. En esta línea, la feria ha apostado siempre por la creatividad, por el diseño independiente y por las marcas con base artística. Este planteamiento le ha valido el reconocimiento de importantes retailers, que acuden a sus convocatorias en busca de valores nuevos aún por descubrir. Todos sus eventos cuentan con un máximo de 250 expositores. 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. En Nueva York, Capsule organiza ya cuatro ediciones anuales, dos para mujer y otras dos para hombre, además de otras dos dedicadas a los accesorios de mujer, de nombre Elements by Capsule. En Las Vegas, el evento coincide con la macroferia Magic.

En el caso de la capital francesa, Capsule organiza cuatro ediciones anuales, dos de ellas coincidiendo con la semana de la moda de París y otras dos con la de la moda masculina. La convocatoria de hombre en París roza los 200 expositores, mientras que la de mujer reúne unas ochenta marcas. El certamen también intentó consolidarse en Berlín, pero el año pasado abandonó el proyecto.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS (HOMBRE), 25 A 26 DE JUNIO DE 2016
NUEVA YORK (HOMBRE), 10 A 12 DE JULIO DE 2016
LAS VEGAS, 15 A 17 DE AGOSTO DE 2016
NUEVA YORK (MUJER), 17 A 19 DE SEPTIEMBRE DE 2016
PARÍS (MUJER), SEPTIEMBRE DE 2016
PARÍS (HOMBRE), ENERO DE 2017
NUEVA YORK (HOMBRE), ENERO DE 2017
LAS VEGAS, FEBRERO DE 2017
NUEVA YORK (MUJER), FEBRERO 2017
PARÍS (MUJER), MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+1 212 206 8310
INFO@CAPSULESHOW.COM

WEB

CAPSULESHOW.COM

CHIC SHANGHAI

Puerta de acceso a la distribución china

China pierde interés como productor al tiempo que lo gana como mercado de consumo. El gigante asiático, que hasta ahora había albergado las grandes ferias de aprovisionamiento, empieza a generar salones de cierta relevancia orientados a la distribución. Uno de ellos es Chic, que a pesar de contar con una larga trayectoria no ha sido hasta estos últimos años cuando ha empezado a despertar el interés entre las marcas europeas.

Las cifras de Chic son de tamaño asiático: 1.100 expositores y 105.000 visitantes procedentes de una veintena de países. De éstos, la mayoría son agentes comerciales y representantes de grandes almacenes. Uno de los principales objetivos del salón es el de reforzar su rol de puerta de entrada al mercado chino para marcas europeas. Para impulsar este negocio, la feria edita un catálogo especial con todas las enseñanzas europeas que exponen en el certamen y que distribuye entre los responsables de compra de grandes almacenes, grupos de distribución y agentes comerciales del país. Chic Beijing organiza también programas de conferencias orientadas a explicar a los expositores europeos cómo entrar en el mercado chino.

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 ahora otra en otoño. Ambas convocatorias tratarán 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 reducirá su duración y pasará de cuatro días de celebración a tres.

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.

ESPECIALIDAD

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

PRÓXIMAS FECHAS

SHANGHÁI, 11 A 13 DE OCTUBRE DE 2016
SHANGHÁI, MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

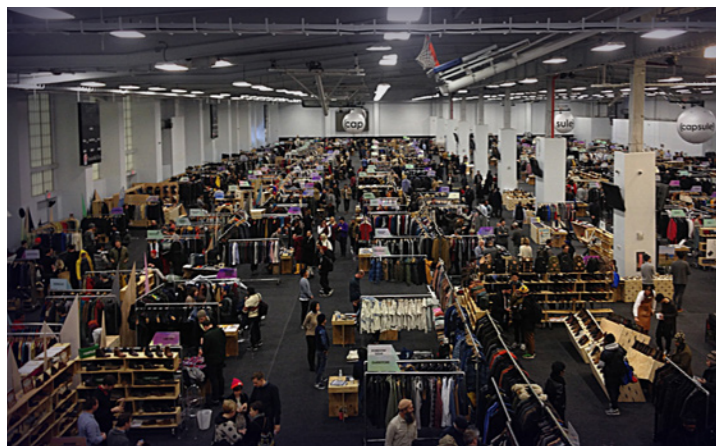
JORDAN ZENG
+86 10 65050546
ZENGQI@CWTC.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

GARFIELD LV
+86 10 65050617
LVJIANG@CWTC.COM

WEB

WWW.CHICONLINE.COM.CN



CPM MOSCÚ

La llave del mercado ruso

CPM Moscú es una de las mayores ferias de moda que se celebra en Rusia. 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, en 1991. 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 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 enseñanzas españolas también se volcaron en este certamen, que sigue contando con el apoyo del Ices, donde llegaron a exponer hasta sesenta. 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. En las últimas convocatorias, el evento ha reunido un millar de marcas y ha recibido alrededor de 16.000 visitantes.

Al margen de la crisis, fue a partir de 2009 cuando el certamen empezó a estabilizarse y a frenar su ritmo de crecimiento. La distribución de moda en Rusia ya comenzó entonces 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.

En su puesta en escena, CPM Moscú recuerda a la desaparecida CPD Düsseldorf. 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 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.

ESPECIALIDAD

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

PRÓXIMAS FECHAS

MOSCÚ, 31 DE AGOSTO A 3 DE SEPTIEMBRE DE 2016
MOSCÚ, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.CPM-MOSCOW.COM



MODA.ES GUÍAS FERIAS Y PASARELAS DE MODA

23 – 26 / 2 / 2016

CPM

Leading Fashion Trade Show Eastern Europe
Ведущая выставка моды в Восточной Европе

www.cpm-moscow.com

IGEDO COMPANY

TI

EXPOCENTRE

CPM
COLLECTION
PREMIÈRE
MOSCOW

MODE LINGERIE AND SWIM
MOSCOW

EUROVET

COLOMBIAMODA

Escaparate de la moda latinoamericana

Colombiamoda es la feria de moda que se celebra 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 del todo abierta a la presencia de marcas de fuera, sobre todo latinoamericanas. En algunas de sus ediciones, la feria ha contado también con la participación de enseñanzas españolas como Custo Barcelona y Ágatha Ruiz de la Prada.

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.

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.

En los últimos años, la feria se ha convertido en una de las principales citas del sector en Latinoamérica. 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.

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 gana adeptos en Berlín

El salón Ethical Fashion Show inició su andadura en París en 2004 impulsado por el interés que estaban despertando las políticas de responsabilidad social corporativa en el negocio de la moda. La feria, que fundó 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 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.

En 2013, su nuevo propietario decidió clausurar la cita de París, donde en alguna ocasión había coincidido con la semana de la moda de la capital francesa. Sin embargo, en Berlín el evento ha prosperado y en dos años ha duplicado el número de expositores, hasta alcanzar las noventa enseñanzas participantes. En la capital alemana, la feria coincide en fechas y lugar con Greenshowroom, que también organiza Messe Frankfurt. En total, ambos salones suman una oferta de 160 marcas.

En la última convocatoria, el certamen organizó por primera vez un desfile con piezas de una veintena de enseñanzas expositoras.

ESPECIALIDAD

MODA ÉTICA

PRÓXIMAS FECHAS

BERLÍN, 28 A 30 DE JUNIO DE 2016

BERLÍN, ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

ETHICALFASHIONSHOWBERLIN.COM



ISPO

La feria del deporte gana músculo

Ispo es la principal feria europea de prendas, calzado y material deportivo. El certamen, que organiza Messe Munich, cuenta con una trayectoria de más de cuarenta años y supera las setenta ediciones. En esta última década, la feria ha sufrido severos altibajos, ha alcanzado récords de visitantes y expositores, pero también se ha visto obligada a cancelar la edición de verano. Y es que la feria 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.

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, acercándose a los 2.600 expositores y los 80.000 visitantes en 2016. Messe Munich trató de reorientar la edición de julio con IspoVision, un salón con una oferta más orientada a un estilo de vida deportivo y alejada del material duro, pero no logró consolidarlo. Con IspoVision, la feria trató también de desembarcar sin éxito en Moscú.

En 2005, Ispo desembarcó en China 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 la capital china, Ispo ha multiplicado por tres su oferta expositiva y ha aumentado en un día el periodo de celebración. No obstante, el año pasado la feria regresó a Shanghái con una nueva convocatoria en julio. De este modo, Ispo mantiene la edición de invierno Pekín y suma la de Shanghái para el verano. Ispo Shanghai debutó con 354 expositores.

ESPECIALIDAD

ROPA, CALZADO Y MATERIAL DEPORTIVO

PRÓXIMAS FECHAS

SHANGHÁI, 7 A 9 DE JULIO DE 2016
MÚNICH, 5 A 8 DE FEBRERO DE 2017
PEKÍN, 15 A 17 DE FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

CHRISTINA HILDEBRANBDT
934 881 720
INFO@FIRAMUNICH.COM

WEB

WWW.ISPO.COM



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!

MIPAP

El prêt-à-porter toma Milán

Milano Prêt-à-Porter (Mipap) tiene lugar dos veces al año en el recinto Fiera Milano City en paralelo a los desfiles de moda femenina y a otros certámenes como Super y White. El salón se puso en marcha en 2009 en sustitución de Milano Vende Moda.

La feria milanesa de prêt-à-porter cuenta con una oferta de corte más clásico que abarca un segmento medio, medio-alto. A pesar de no ser un evento de grandes dimensiones, Mipap tiene interés para aquellos compradores que buscan en la ciudad italiana una oferta diferente a las grandes firmas de lujo de la pasarela. El *made in Italy* tiene un gran peso en el salón y sirve de foco de atracción de compradores internacionales. A diferencia de Super, muy volcado en los accesorios y los complementos, y White, de diseño, Mipap es una opción más comercial para el multimarca tradicional. En la convocatoria de septiembre de 2015, el salón reunió a 125 expositores que presentaron un total de 160 colecciones. Más del 70% de la oferta del certamen son empresas italianas. Entre los participantes extranjeros, sobresale la presencia de compañías francesas. En esta última edición, participaron dos empresas españolas.

En cuanto a los visitantes, Mipap recibió en septiembre de 2015 un total de 4.090 asistentes, el 22% extranjeros. En esta última convocatoria, la feria disminuyó la afluencia de público un 6% respecto a un año atrás por la caída de visitantes rusos y griegos, como consecuencia de la situación económica que atraviesan ambos países. No obstante, este descenso lo compensaron visitantes procedentes de países como Líbano, Sudáfrica y Brasil.

ESPECIALIDAD
MODA FEMENINA

PRÓXIMAS FECHAS
MILÁN, SEPTIEMBRE DE 2016
MILÁN, FEBERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES
ELENA COLONNA
+39 0249976613
ELENA.COLONNA@FIERAMILANO.IT

CONTACTO PARA VISITANTES
ELVIRA KASAKOVA
+39 02 49976622
ELVIRA.KASAKOVA@FIERAMILANO.IT

WEB
WWW.MIPAP.IT



creastudios.it



INTERNATIONAL FASHION TRADE SHOW

otoño - invierno
2016 - 2017
27 - 29
febrero
2016

fieramilanocity / gate 5
viale scarampo / pabellón 3
milán

simultáneamente con
SUPER

womenswear
collections

www.mipap.it



MODEFABRIEK

Ámsterdam

marca tendencia

Modefabriek es la feria de moda más importante en Holanda y su área de influencia. El certamen, que se celebra dos veces al año, representa hoy una de las mejores plataformas para introducirse en los Países Bajos y el norte de Europa. El grueso de la oferta de la feria es la moda femenina, aunque también se encuentran colecciones de hombre, accesorios y calzado.

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. Actualmente, Modefabriek se celebra en el centro de convenciones Amsterdam RAI, donde convoca a más 600 marcas y recibe alrededor de 20.000 compradores.

En 2012, los organizadores impulsaron una nueva feria en paralelo a Modefabriek. El nuevo salón se llama Mint y está dedicado a 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.

En paralelo a la actividad comercial, la feria organiza un programa de desfiles, en el que participan tanto marcas conocidas como jóvenes estudiantes de escuelas de diseño. En algunas ediciones, Modefabriek ha coincidido con la semana internacional de la moda de Ámsterdam. El certamen también cuenta con un programa de conferencias sobre las tendencias del sector.

Entre las marcas que participan en el salón, destacan Byblos, Colcci, Dkny, Fiorucci, Ikks, Kenzo, Lacoste, Lagarfeld, Twnty4svn o Vivienne Westwood, entre otras. La feria ha despertado en los últimos años el interés de las marcas españolas, sobre todo desde que cuenta con el apoyo del Icxex.

ESPECIALIDAD
MODA FEMENINA

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

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

Florenzia refuerza su liderazgo

Pitti Uomo es la principal feria europea de la moda masculina, además de ser uno de los eventos de mayor trayectoria de la industria. En 2008, el salón florentino sumó por primera vez colecciones de mujer con Pitti W Woman Precollection, un proyecto que empezó siendo autónomo y con ubicación propia, pero que al final la feria acabó absorbiendo.

Pitti Uomo ha impulsado sus cifras en las últimas ediciones gracias, en parte, a la desarticulación del Bread&Butter. En las últimas convocatorias, el certamen ha superado con creces el millar de marcas participantes, a pesar de que el espacio del recinto de Fortezza da Basso en Florencia continúa siendo el mismo. La cifra de participantes españoles en el certamen ronda la veintena de empresas.

En cuanto al número de visitantes, Pitti Uomo concentra alrededor de 30.000, de los cuales unos 18.000 son compradores. De estos, más del 60% procede de fuera de Italia. 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.

Además de la actividad comercial, Pitti Uomo desarrolla unos programas extensos de desfiles, fiestas, exposiciones, inauguraciones, etc. En cada edición, Pitti Immagine invita a marcas representativas para que organicen un desfile exclusivo para el evento.

La fuerza del certamen sigue recayendo en los nombres que participan en el salón. 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. 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.

ESPECIALIDAD
MODA MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS
FLORENCIA, 14 A 17 DE JULIO DE 2016
FLORENCIA, 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

Moda y calzado bajo un mismo paraguas

Ifema estrenó hace dos años su nuevo salón de moda, Momad Metrópolis. El nuevo certamen es 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 es concentrar al máximo los eventos de moda para ser referente internacional y crear sinergias con la coincidencia 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 donde las fechas lo permitan.

No obstante, el año pasado, Ifema revisó la fórmula. La Institución Ferial de Madrid decidió separar la oferta de textil de la de calzado, con una nueva sectorización y concentró todo el calzado en un mismo pabellón, dotándole de personalidad propia. En la convocatoria de invierno de 2016, el certamen desdoblará fechas, celebrando la propuesta de textil y accesorios bajo la denominación Momad Metrópolis y Momad Shoes. De esta manera, bajo el mismo paraguas de Momad, cada sector recupera su protagonismo, y coincidirán en fechas en base a las necesidades de cada sector y su mercado de referencia.

En paralelo, el salón continúa evolucionando y ha abierto la oferta de moda a otros segmentos de mercado, como la moda masculina, infantil y *streetwear*, a los que se irán incorporando próximamente otros.

En las últimas ediciones, Momad Metrópolis logró superar los 1.400 expositores y marcas y recibió más de 20.000 visitantes profesionales en cada una de estas convocatorias, de los que un 10% fueron extranjeros. La mayor parte de los compradores internacionales suelen tener como procedencia Portugal, Italia, Francia, Alemania, Reino Unido, República Checa, Rusia y México.

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

TEXTIL: ANA RODRÍGUEZ

CALZADO Y COMPLEMENTOS: 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



MOMAD

METRÓPOLIS

SALÓN INTERNACIONAL DE
TEXTIL Y COMPLEMENTOS




SHOES

SALÓN INTERNACIONAL DE
CALZADO Y COMPLEMENTOS

9 - 11 Septiembre 2016

EVENTOS DE MODA EN MADRID

www.momad.ifema.es

Síguenos en:   

ORGANIZA



MAGIC LAS VEGAS

El mayor encuentro de 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, que es la originaria.

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 Pooltradeshows. Junto a toda la oferta de moda, además, también se concentra en Las Vegas la de calzado, en FN Platform, 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.

Las diferentes ferias se agrupan en dos epicentros: Las Vegas Convention Center y Mandalay Bay Convention Center. En el primero de ellos se reúnen WWD Magic y la feria de calzado FN Platform, con colecciones muy orientadas al *mass market*. 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. El diseño y la vanguardia, por su parte, se dan cita en Mandalay Bay Convention Center, donde se reúnen el resto de ferias de menor tamaño.

Magic Las Vegas, iniciativa del organizador ferial Advanstar, concentra dos veces cada año (en febrero y en agosto) en la capital del estado de Nevada alrededor de 5.000 expositores y 65.000 visitantes de más de 80 países. La oferta de moda y calzado del evento cubre una superficie de casi 93.000 metros cuadrados. Se calcula que la suma de todos los certámenes genera cada día de feria pedidos por valor de 200 millones de dólares.

Advanstar ha ido reforzando la oferta de Magic a través de adquisiciones. En 2005, el organizador ferial compró Project Global Trade Shoes, y en 2013 se hizo con su competidor Enk International, con el que entró en Nueva York. A finales de 2014, el organizador ferial UBM, uno de los mayores del mundo, compró Advanstar y tomó las riendas de toda su cartera de eventos.

ESPECIALIDAD

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

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



PANORAMA

La gama media toma posiciones en Berlín

Berlín se ha erigido en apenas una década como una de las capitales europeas de la moda por detrás de París, Londres y Milán, gracias sobre todo al éxito que han tenido ferias como Premium Berlin y Bread&Butter en los últimos años. Sin embargo, su oferta todavía está consolidándose y siguen apareciendo y desapareciendo certámenes a ritmo vertiginoso. El mismo Bread&Butter, por ejemplo, está inmerso en un profundo proceso de reconversión. Messe Berlin, la institución ferial local, puso en marcha en 2013 Panorama como contrapunto a Premium y Bread&Butter. El propósito de este nuevo certamen fue dar cabida en la ciudad a todo un grupo de empresas de moda de gama media que, tras la desaparición de CPD en Düsseldorf, habían quedado huérfanas y no encontraban su espacio en ninguna de las ferias de la capital alemana. Entre la exclusividad de Premium Berlin, la moda urbana de Berad&Butter 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 tiene lugar junto al resto de eventos de la semana de la moda de Berlín. 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 Messe Berlin en el centro de la ciudad, donde permanece. 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, entre otras. Entre las enseñanzas internacionales se encuentran Airfield, Pilgrim, Hechter, Arrow, Marc O'Polo, Oilily o Ichi, entre otros. A finales de 2014, cuando Bread&Butter anunció la cancelación de su edición de enero, muchas de sus marcas optaron por trasladarse a Panorama.

ESPECIALIDAD

MODA, CALZADO Y COMPLEMENTOS

PRÓXIMAS FECHAS

BERLÍN, 28 A 30 DE JUNIO DE 2016
BERLÍN, ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.PANORAMA-BERLIN.COM



PREMIUM BERLIN

El segmento 'premium' gana adeptos

Premium Berlin es la principal feria alemana de moda. El certamen reúne dos veces al año, en enero y en julio, alrededor de 900 marcas y 60.000 compradores en la capital alemana. La feria presenta colecciones para mujer y hombre, moda urbana, sportswear, calzado y accesorios. La feria tiene un fuerte carácter internacional. 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.

Anita Tillmann 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.

Pero al margen del desembarco de Bread&Butter, Premium se hizo ya un hueco en el panorama ferial de la moda en Europa. En 2005, con Bread&Butter todavía en Barcelona, Premium se vio obligado a cambiar de ubicación para dar cabida a la creciente demanda de espacio expositivo. Desde entonces, la feria se celebra en el recinto de la estación de Gleisdreieck.

Gracias a Premium, Berlín le arrebató a Düsseldorf la capitalidad alemana de la moda y lo hizo cuidando la selección de marcas que exponían. A pesar de ser estrictos con la admisión, Premium aumentó edición tras edición expositores y visitantes, mientras CPD Düsseldorf fue perdiendo peso e influencia, hasta desaparecer.

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 se celebra junto a la feria textil Munich Fabric Start.

ESPECIALIDAD

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

PRÓXIMAS FECHAS

BERLÍN, 28 A 30 DE JUNIO DE 2016
BERLÍN, ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

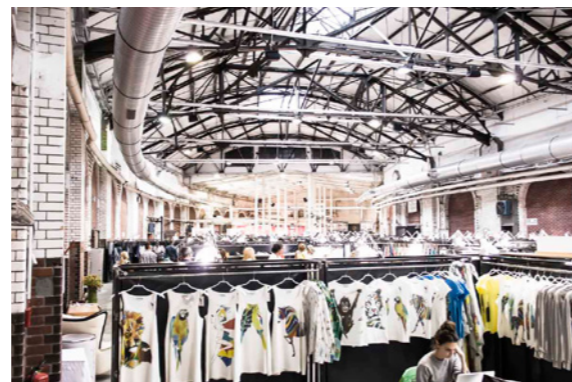
+49 (0)30 629 0850
INFO@PREMIUMEXHIBITIONS.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

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

WEB

WWW.PREMIUMEXHIBITIONS.COM



PURE LONDON

En busca de la novedad para mantener el tirón

Pure London es la principal feria británica de moda femenina. El evento tiene lugar dos veces al año, en febrero y en agosto, en el recinto Olympia de Londres. La feria ha logrado en estos últimos años consolidarse en el mercado británico con una oferta más orientada a las marcas reconocidas, el diseño y el universo de los complementos, dejando a un lado las colecciones de prêt-à-porter clásico. La organización ha reorientado la oferta para dar respuesta al comercio multimarca, de larga trayectoria y tradición en Londres, pero acosado por los grandes operadores de la gran distribución. En este sentido, Pure London 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.

Pure London fue una iniciativa de la empresa inglesa Emap, subsidiaria de la compañía editora de cabeceras como Drapers, e Igedo Company, grupo alemán especializado en la organización de salones de moda. Más adelante, Emap tomaría las riendas en solitario del certamen. En marzo de 2012, Emap cambió de nombre por i2i Events Group en un proceso de reorganización de todo el grupo empresarial.

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. En total, el certamen alcanza el millar de expositores y los 15.000 visitantes, el 80% de los cuales procede del mismo país. Entre el público asistente, acuden operadores clave en el país como Selfridges, Harvey Nichols, Harrods o House of Fraser, entre otros.

Para 2016, el evento última 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.

ESPECIALIDAD

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

PRÓXIMAS FECHAS

LONDRES, 24 A 26 DE JULIO DE 2016
LONDRES, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.PURELONDON.COM



TRANOÏ

Punto de encuentro de la vanguardia en París

Tranoï es uno de los mayores salones que tienen lugar en París en paralelo a los desfiles 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.

Por tradición, las mayores convocatorias del certamen son las que se celebran durante la semana de la moda femenina, en las que Tranoï reúne alrededor de 450 marcas 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.

El año pasado, Tranoï 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.

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.

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.

El salón parisino cuenta con una gran trayectoria a sus espaldas. La feria fue impulsada hace veinte años por Mariel Gamboa, pero no despegó hasta mediados de la última década, cuando tomó las riendas Michel Hadida.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS (HOMBRE), 25 A 27 DE JUNIO DE 2016
PARÍS (PREVIEW), 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
PARÍS (HOMBRE), ENERO DE 2017
PARÍS (PREVIEW), ENERO DE 2017
NUEVA YORK, FEBRERO DE 2017
PARÍS (MUJER), MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+33 (0)1 53 01 84 90

WEB

WWW.TRANOI.COM



WHO'S NEXT Salvaguarda del chic parisino

Who's Next es el mayor salón de moda de París y uno de los principales de Europa. Actualmente, domina en solitario el recinto ferial de Puerta de Versailles tras absorber en 2011 a Prêt-à-Porter, que durante años lideró el panorama ferial europeo de la moda femenina. La feria parisina es el certamen internacional de moda en el que participan más marcas españolas.

La compañía francesa WSN Development, que dirigen Xavier Clergerie y Bertrand Foäche, 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 Nouveau 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.

La feria se celebra dos veces al año, en invierno y en verano. En 2015, el certamen volvió a celebrar su convocatoria veraniega en septiembre después de convocar tres ediciones en julio y constatar un descenso de público.

Con la oferta de Prêt-à-Porter, Who's Next ha superado la barrera de las 2.000 marcas. En las últimas ediciones, la organización del certamen ha reestructurado y simplificado la distribución de la oferta. Tras numerosos cambios, la feria ha determinado cinco áreas en las que organiza a sus expositores: Fame, Private, Trendy, Urban y Studio.

En las últimas convocatorias, Who's Next ha ido reduciendo el número de visitantes. Sin embargo, la cifra de asistentes continúa situándose en torno a los 60.000 en enero y a los 45.000 en verano.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, 2 A 5 DE SEPTIEMBRE DE 2016

PARÍS, 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



MODA.ES GUÍAS FERIAS Y PASARELAS DE MODA

Who's
Next.

Premiere
Classe.



París,
Puerta de Versailles
whosnext.com

22 - 25
ENERO 2016

Ferias
Internacionales de Moda
premiere-classe.com



CALZADO Y ACCESORIOS

Baselworld
p.78

Bijorhca
p.79

Expo Riva Schuh
p.80

Couromoda
p.81

GDS
p.82

Intergift
p.83

Micam
p.84

Premiere Classe
p.85

Sapica
p.86

FN Platform
p.87

BASELWORLD

La relojería da la hora en suiza

Baselworld es la mayor feria de relojería y joyería del mundo, en la que participan cada año 1.500 empresas. El salón se celebra en la localidad suiza de Basilea, situada en la frontera entre Francia y Alemania. Esta ciudad, con algo más de 170.000 habitantes, recibe durante los ocho días que dura el certamen más de 150.000 visitantes y más de 4.000 representantes de medios de comunicación procedentes de un centenar de países. La oferta de la feria ocupa 160.000 metros cuadrados de superficie, lo que equivaldría a 16 campos de fútbol. Baselworld es el mayor evento que se celebra en el recinto ferial de Basilea.

En 2013, la feria inició una nueva etapa una vez terminadas las obras de remodelación del recinto ferial de Basilea, que se iniciaron dos años atrás. La institución ferial demolió parte de sus instalaciones para dar espacio a la construcción de un nuevo edificio central, que tiene una altura de 32 metros. 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.

Feria de Basilea impulsó el certamen en 1973 con el objetivo de promocionar la industria relojera del país. Hasta quince años después, la organización ferial no dejó exponer a empresas de fuera de Europa. 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.

ESPECIALIDAD

RELOJERÍA Y JOYERÍA

PRÓXIMAS FECHAS

BASILEA, 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

La cumbre europea 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 es propiedad de Reed Exhibitions, uno de los mayores organizadores feriales del mundo.

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, Francia cuenta en la actualidad con un único evento dedicado a este sector. Con la concentración de ferias, las primeras convocatorias de la nueva Bijorhca incrementaron el número de expositores y de visitantes, llegando a superar la barrera de las 500 marcas y de los 15.000 compradores. 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. Con la suma de Print'Or, la feria ha reforzado su oferta de joyería en oro.

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

Cuna del calzado

'low cost' en europa

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.

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. 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.

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

RIVA DEL GARDA, 11 A 14 DE JUNIO DE 2016

RIVA DEL GARDA, ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+39 0464 570133

SEGRETERIACOMMERCIALE@RIVAFC.IT

WEB

WWW.EXPORIVASCHUH.IT

MODA.ES GUIAS FERIAS Y PASARELAS DE MODA

COUROMODA

'Made in Brasil'

Couromoda es el mayor salón de calzado de Brasil y uno de los mayores en Latinoamérica. La feria se celebra una vez al año, en enero, en Sao Paulo. En cada edición, el certamen reúne alrededor de un millar expositores, que representan unas 2.000 marcas, y supera los 100.000 visitantes, el 30% de los cuales son internacionales. Todas las empresas que participan en Couromoda son brasileñas y representan el 90% de la actividad industrial del sector en el país. 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.

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. Brasil es uno de los principales productores de calzado del mundo, por detrás de China y la India, que en los últimos años ha desarrollado también su mercado de consumo.

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.

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

SAO PAULO, ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+55 (11) 3897-6100

INTERNACIONAL@COUROMODA.COM.BR

WEB

WWW.COUROMODA.COM

PÁGINA 81

MODA.ES GUIAS FERIAS Y PASARELAS DE MODA

PÁGINA 80



GDS

Acceso al mercado alemán

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. GDS tiene lugar dos veces al año en el recinto ferial de Düsseldorf. En 2014, el certamen agitó el calendario ferial del calzado en Europa al decidir 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. 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. GDS sufrió a principios de la última década una fuga de marcas del segmento alto, que decidieron concentrarse en Micam. El certamen alemán compensó aquella pérdida de expositores con la entrada de empresas de países emergentes. No obstante, en las últimas ediciones, GDS ha ido equilibrando la presencia de todos los segmentos.

En esta línea, GDS lanzó en 2014 un nuevo concepto que dio pie a una reestructuración de la oferta. La actualización del certamen tuvo su compensación y aumentó la cifra de expositores, con alrededor de 800 marcas. 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.

La oferta de GDS ha pasado de estar distribuida bajo once áreas a tan solo tres: Studio, Higestreet 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 enseñanzas 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 ha ido disminuyendo el número de visitantes, pasando de 20.000 a 15.000, en dos años.

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

DÜSSELDORF, 26 A 28 DE JULIO DE 2016

DÜSSELDORF, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

OLIVIER HUBING

915 944 586

EXPODUSSELDORF@GMAIL.COM

WEB

WWW.GDS-ONLINE.COM



INTERGIFT

Regalo, decoración, joyería y bisutería bajo el mismo paraguas

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. 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 la feria de moda Momad Metrópolis, la de calzado Momad Shoes y los desfiles de la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid.

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.

En las últimas ediciones, Ifema ha tratado de dar un mayor dinamismo a la actividad de los certámenes con la organización de eventos de *networking*, talleres prácticos y charlas en los diferentes salones.

ESPECIALIDAD

REGALO, ARTÍCULOS DE DECORACIÓN, JOYERÍA Y BISUTERÍA

PRÓXIMAS FECHAS

MADRID, 7 A 11 DE SEPTIEMBRE DE 2016

MADRID, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

M^a 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

El calzado italiano atrae al mundo

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.

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. La crisis que durante los últimos años ha azotado a Europa y, en especial, a los países del sur, ha pasado factura al certamen, que ha visto disminuir la presencia de empresas locales. La situación económica de Rusia también ha perjudicado al salón en las últimas ediciones, ante la disminución de los compradores procedentes del país, uno de los principales clientes del calzado italiano.

En 2014, el salón emprendió un proceso de reestructuración, que empezó con un avance en el calendario, obligado por su competidor alemán GDS, que adelantó sus fechas en casi un mes. Pero, además de avanzarse en el calendario, Micam reorganizó su oferta bajo diez secciones y creó The Micam Square, un punto de encuentro en el centro del pabellón 10 de Fiera de Milan, en el que organizó eventos, presentaciones y charlas.

La feria milanesa es el principal foco internacional para el calzado español. El certamen reúne en cada una de sus convocatorias más de 200 marcas del país. En cuanto a los visitantes, los compradores españoles son los terceros en afluencia, por detrás de italianos y franceses.

En 2013, la feria llevó su fórmula a Shanghái, donde se organizó en el marco de la semana de la moda. No obstante, dos años después, el evento en China se canceló y se integró dentro de la feria de moda Chic.

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

MILÁN, 3 A 6 DE SEPTIEMBRE DE 2016

MILÁN, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

+39 02 438291

SEGRETERIA@MICAMONLINE.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

+39 02 438291

INFO@MICAMONLINE.COM

WEB

WWW.MICAMONLINE.COM



PREMIERE CLASSE

La meca de los complementos

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 julio) en el recinto de Puerta de Versalles, dentro de Who's Next, y otras dos (en marzo y en septiembre) en los Jardines de las Tullerías, coincidiendo con los desfiles de la semana de la moda.

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. La principal baza del certamen ha sido su firme apuesta por el diseño y la vanguardia. 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 Développement, 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 Jardín 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.

ESPECIALIDAD

COMPLEMENTOS Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, 2 A 5 DE SEPTIEMBRE DE 2016

PARÍS, 30 DE SEPTIEMBRE A 3 DE OCTUBRE DE 2016

PARÍS, ENERO DE 2017

PARÍS, MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

+33 (0)1 40 13 74 70

EXHIBIT@PREMIERE-CLASSE.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

+33 (0)1 40 13 74 83

INFO@WHOSNEXT.COM

WEB

WWW.PREMIERE-CLASSE.COM



SAPICA

El calzado latinomaericano se cita en México

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. 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.

El certamen reúne a 2.000 expositores y recibe unos 30.000 visitantes, de los cuales alrededor de 11.000 son compradores. 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.

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.

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

LEÓN, AGOSTO DE 2016

LEÓN, 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 gama media conquista 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 WWD Magic, también de grandes dimensiones, o Sourcing at Magic, para el aprovisionamiento y la marca blanca, entre otros.

FN Platform reúne dos veces al año, en febrero y agosto, alrededor de 1.600 marcas de calzado femenino, masculino, juvenil e infantil. El salón distribuye la oferta bajo seis áreas, una dedicada al segmento alto (Black Diamond), otra al calzado de mujer (Cosmo), al calzado de hombre (Bond), a las líneas casual (Camp), al confort (Zen) y a los niños (In Play).

La feria tiene lugar en el recinto ferial de Las Vegas Convention Center, donde comparte espacio con WSA@Magic, WWD Magic, Sourcing at Magic, Playground (moda infantil) y Curvenv (de íntimo).

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 WWD Magic en 2010. En 2013, The WSA Show cambió de nombre por WSA@Magic y pasó a especializarse en calzado *fast fashion*.

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





INFANTIL

Bubble London
p.90

Kleine Fabriek
p.91

Fimi
p.92

**Día Mágico
by Fimi**
p.94

Pitti Bimbo
p.96

Playtime
p.97

BUBBLE LONDON

Moda infantil en Reino Unido

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 Nueva York. 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 New York 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.

ITE Moda, que también es propietaria de varias cabeceras, entre ellas CWB (Childrenswear Buyer), vio en el certamen la oportunidad de profundizar en el segmento de la moda infantil en el Reino Unido, donde hasta entonces sólo tenía presencia ferial en los salones de Birmingham (Moda UK).

La feria se celebra dos veces al año, en enero y en junio, en el Business Design Center, en Islington (al norte de Londres), y reúne alrededor de ochenta expositores y unas 250 colecciones. 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 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.

A medida que el certamen ha ido dándose a conocer, ha ido aumentando el número de expositores y de visitantes. Aun así, Bubble London continúa siendo un evento local, demasiado joven todavía para poder competir con el certamen florentino de la moda infantil Pitti Bimbo.

ESPECIALIDAD
MODA INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS
LONDRES, 31 DE ENERO A 1 DE FEBRERO DE 2016
LONDRES, JUNIO DE 2016

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 vanguardia en moda infantil

Kleine Fabriek es el salón de moda infantil de Ámsterdam. La feria 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 los Países Bajos y norte de Europa.

Kleine Fabriek ha tomado tal autoridad en este 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.

La feria 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. El evento suma alrededor de 270 expositores y 400 marcas y recibe en torno a 5.500 visitantes. Kleine Fabriek abarca todo el universo del niño. El grueso de la oferta son las colecciones de moda, aunque también presenta calzado, accesorios, juguetes y artículos de puericultura y decoración.

En cuanto a la procedencia de los expositores, sólo el 30% son de los Países Bajos. 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 o Tumble'n Dry.

La mayoría de los visitantes de Kleine Fabriek son de los Países Bajos. Los compradores internacionales proceden sobre todo de Bélgica y Alemania.

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 crece en Madrid

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. Fue una de las decisiones que tomó su nueva directora, Alicia Gimeno, quien ha dado al certamen un carácter itinerante, cuya primera parada ha sido Madrid. Por el momento, Fimi lleva celebradas cuatro ediciones en la capital española, donde repetirá en 2016. 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.

Desde que Fimi llegó a Madrid, la feria empezó a atraer a los principales operadores del sector, como Mayoral, Desigual, Tuc Tuc, Tutto Piccolo o Bóboli, así como grandes grupos de distribución, como Bestseller (con Name it), Groupe Zannier (Catimini o Ykks, entre otras) o New Fashion Kids (Jottum o Cake Walks, entre otras). En la capital, Fimi se acerca de nuevo a la cota de 300 marcas que había perdido en Valencia. Además, el evento ha ido ganando público internacional desde su aterrizaje en Madrid. Por otro lado, Fimi ha engrosado el programa de desfiles. La pasarela de la feria, que organizaba un único desfile con una selección de las marcas expositoras, ha ganado cuerpo en Madrid y convoca dos jornadas de presentaciones.

ESPECIALIDAD
MODA INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS
MADRID, 24 A 26 DE JUNIO DE 2016
MADRID, ENERO 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



DEL 25 AL 27 DE JUNIO FROM 25 TO 27 JUNE
PABELLÓN DE CRISTAL
MADRID/SPAIN

MODA.ES GUÍAS FERIAS Y PASARELAS DE MODA



f t youtu+ s
www.fimi.es

ORGANIZADO
POR
FERIA VALENCIA

DÍA MÁGICO BY FIMI

Único encuentro para la comunión y 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.

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.

Día Mágico by Fimi ha mantenido una línea ascendente en las dos siguientes 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 del año pasado, la organización abrió lista de espera. En 2015, la feria contó también con la participación de firmas internacionales, procedentes de Bélgica, Irlanda y Portugal.

La solicitud de espacio para la convocatoria de 2016 sigue al alza y la organización ya ha avanzado que busca una nueva ubicación para el certamen, en el que poder dar cabida a todas las empresas que quieran participar en él. En cuanto a los visitantes, el evento ha ido incrementándose convocatoria tras convocatoria. En la última, la feria logró reunir durante sus tres días de celebración un total de 3.360 compradores. En 2015, Día Mágico by Fimi constató también un aumento de público internacional, procedente de países europeos como Francia, Holanda, Bélgica o Portugal, pero también de Oriente Medio, como Arabia Saudí o Kuwait, e incluso americanos, como México.

ESPECIALIDAD

COMUNIÓN Y CEREMONIA INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS

MADRID, 6 A 8 DE MAYO DE 2016

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



MAYO
2016
.....
MADRID



www.fimi.es

ORGANIZADO
POR



FERIA VALENCIA

PITTI BIMBO

La gama alta de la moda para niños

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. 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 del número 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.

El salón concentra alrededor de 300 expositores y recibe en torno a 10.000 visitantes, de los cuales unos 6.000 son compradores. El grueso de las empresas participantes y de la afluencia de 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 enseññas 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. Y a pesar de haber reducido la cifra de público en los últimos años, son asiduos al salón grandes grupos internacionales de distribución como Barneys, Harrods, Libery, Isetan, El Corte Inglés o Galeries Lafayette, entre otros.

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

PLAYTIME

Moda infantil con acento francés

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.

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. Playtime ocupó su lugar 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.

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.

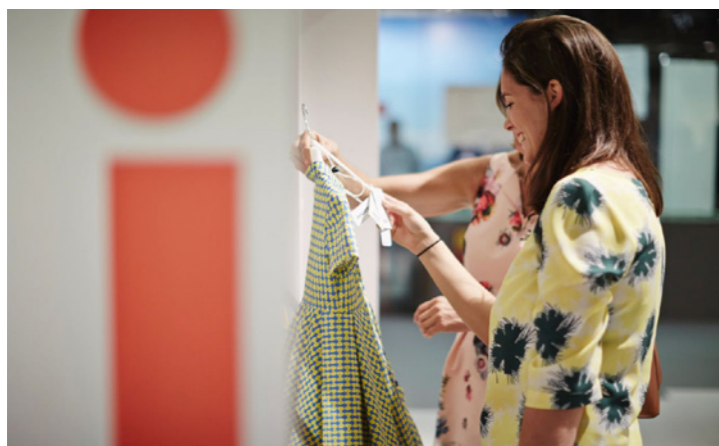
En Tokio, el evento se organiza en los jardines de Shibuya, uno de los epicentros de la moda en la capital nipona. La feria suma más de 200 marcas y recibe en torno a 2.300 visitantes. En Nueva York, Playtime se celebra en el Metropolitan Pavilion. El evento agrupa ya más de 150 marcas y unos 1.700 compradores, la mayoría estadounidenses.

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
PARÍS, ENERO DE 2017
TOKIO, FEBRERO DE 2017
NUEVA YORK, MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
PICAFLOR
+33 (0) 1 43 72 75 37
CONTACT@PLAYTIMEPARIS.COM

WEB
WWW.PLAYTIMEPARIS.COM



N

NUPCIAL

**Barcelona Bridal
Fashion Week**
p.100

SI Sposaltalia
p.102

**The London
Bridal Show**
p.103

BARCELONA BRIDAL FASHION WEEK

Las novias eligen la capital catalana

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

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.

Noviaspaña 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.

En los últimos diez años, la feria Noviaspaña ha ido aumentando poco a poco la cifra de expositores y de visitantes, aunque antes de que Fira tomara las riendas, se había estancado en 200 marcas expositoras y 12.000 visitantes. En la pasada edición de mayo de 2015, el salón logró elevar la participación hasta 230 enseñanzas y la afluencia de público, hasta 16.000 visitantes. 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. Por otro lado, en 2014 Noviaspaña 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).

ESPECIALIDAD
MODA NUPCIAL

PRÓXIMAS FECHAS
BARCELONA, 26 DE ABRIL A 1 DE MAYO 2016

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

WEB
WWW.BARCELONABRIDALWEEK.COM



— BARCELONA —
BRIDAL
FASHION WEEK

26 ABRIL - 1 MAYO 2016
PLAZA ESPAÑA, RECINTO MONTJUÏC
PALACIO 8



MODA ES GUÍAS FERIA Y PASARELAS DE MODA

FASHION SHOWS 26 - 29 ABRIL | PROFESSIONAL TRADE FAIR 29 ABRIL - 1 MAYO

www.barcelonabridalweek.com




Fira Barcelona

SI SPOSAITALIA

Novias 'made in Italy'

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, es uno de los más importantes en Europa, junto con Barcelona BridalWeek y The London Bridal Show.

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 muy 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 compradores internacionales, procedentes sobre todo de Japón, Emiratos Árabes, Estados Unidos o Corea del Sur, entre otros. En la edición de mayo de 2015, el salón recibió a más de 7.300 visitantes, el 30% de los cuales procede de fuera de Italia.

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.

ESPECIALIDAD
MODA NUPCIAL

PRÓXIMAS FECHAS
MILÁN, 20 A 23 DE MAYO DE 2016

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

MODA.E.S.GUÍAS FERIA Y PASARELAS DE MODA

THE LONDON BRIDAL SHOW

Londres se viste de novia

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 Olympia. 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 BridalWeek, 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. The Harrogate BridalWeek concentra a unos 250 expositores, mientras que la feria de Londres suma alrededor de 200 compañías del sector.

Ambos certámenes están organizados por la división de moda del grupo editorial británico Ocean Media, propietario de la cabecera sectorial Bridal Buyer. Ocean Media puso en marcha en 2010 la feria White Gallery, también de moda nupcial, pero especializada en las colecciones de diseño. White Gallery es un certamen de pequeño formato, que por el momento sólo cuenta con sesenta expositores y que hasta ahora se ha celebrado junto a The London Bridal Show. En 2013, la feria se independizó, trasladándose al recinto de Battersea Evolution, y ahora reafirma su identidad con una convocatoria propia en mayo.

Ocean Media llevó también su fórmula de ferias a Alemania, donde organizó durante diez años los eventos The Modatex Bridal Show y White Gallery, en la localidad de Essen. En 2014, el grupo echó el cierre a su proyecto alemán, pero puso en marcha otro similar en Roma, donde organiza un nuevo evento nupcial en abril. Por otro lado, la compañía inglesa también impulsa otros eventos para la moda nupcial, como The National Wedding Show, pensado para el consumidor final.

ESPECIALIDAD
MODA NUPCIAL

PRÓXIMAS FECHAS
ROMA, 2 A 4 DE ABRIL DE 2016
LONDRES (WHITE GALLERY), 15 A 17 DE MAYO DE 2016
HARROGATE, 11 A 13 DE SEPTIEMBRE DE 2016
LONDRES (THE LONDON BRIDAL SHOW), MARZO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES
WENDY ADAMS
+44 0 1423 770 120
WENDY@BRIDAL-UK.COM

WEB
WWW.THELONDONBRIDALSHOW.CO.UK

MODA.E.S.GUÍAS FERIA Y PASARELAS DE MODA



ÍNDICE

MODAES.ES GUÍAS FERIA Y PASARELAS DE MODA

Gran Canaria
Moda Cálida
p.106

Mode City
p.107

Salon
Internacional
de la Lingerie
p.108

ÍNTIMO Y BAÑO

MODAES.ES GUÍAS FERIA Y PASARELAS DE MODA

GRAN CANARIA MODA CÁLIDA *Sol y playa para la moda de 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 continúa siendo promocionar el negocio de la moda en la isla aprovechando el tirón que tiene como destino turístico.

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. En la última edición, celebrada en junio de 2015, el evento reunió a cuarenta marcas.

A lo largo de las diferentes ediciones, el certamen ha ido sumando marcas, ha cambiado su ubicación, ha atraído a gigantes del segmento del baño, 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.

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 el que diseñadores y marcas de la isla presentan sus colecciones.

ESPECIALIDAD

MODA BAÑO

PRÓXIMAS FECHAS

GRAN CANARIA, 10 A 12 DE JUNIO DE 2016

CONTACTO PARA VISITANTES

CONSEJERÍA DE GOBIERNO DE EMPLEO, INDUSTRIA, COMERCIO
Y ARTESANÍA DEL CABILDO DE GRAN CANARIA

928 219 450

MODACALIDA@GRANCANARIA.COM

WEB

WWW.GRANCANARIAMODACALIDA.ES



Gran Canaria, de moda

Del 10 al 12 de junio de 2016

magazine.grancanariamodacalida.es
www.grancanariamodacalida.es



SWIMWEAR FASHION WEEK | GRAN CANARIA MODA CÁLIDA



MODE CITY

La cita europea del baño

Mode City es la feria dedicada al íntimo y al baño, que se celebra una vez al año en julio. El salón es propiedad de Eurovet, empresa especializada en la organización de eventos para la industria de la moda. En los últimos años, el certamen ha cambiado de ubicación y de fechas. En 2016, el evento regresará a Lyon, donde se fundó, después de seis años de celebrarse en París, con el fin de aprovechar las sinergias junto al resto de salones de moda de Puerta de Versalles. El retorno a Lyon es, en principio, sólo para este año ya que la feria coincidía con la copa de la Uefa de fútbol.

En 2011, Mode City se movió de septiembre a julio, unas fechas que se ajustan mejor al calendario de compras del sector.

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.

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 en 2015 se situó en 450 enseñas, la misma cifra que un año atrás. Sin embargo, la feria perdió el año pasado un 8,5% en la afluencia de público, hasta 14.000 visitantes. El 70% de los asistentes al evento procede de fuera de Francia.

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 se encuentran Triumph, Michael Kors, Lise Charmel o Maison Lejaby, entre otras.

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 se llamará Moscow Mode Lingerie & Swim y se celebrará dos veces al año, en febrero y septiembre.

ESPECIALIDAD

MODA ÍNTIMO Y BAÑO

PRÓXIMAS FECHAS

LYON, 9 A 11 DE JULIO DE 2016

CANNES, RIVIERA BY MODE CITY, 4 A 6 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 dicta tendencia 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. Eurovet está participada en un 90% por la Fédération della Maille & la Lingerie y en el 10% restante por Comexpo. El Salon International de la Lingerie, que en 2013 celebró su cincuenta aniversario, fue uno de los primeros certámenes que puso en marcha.

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.

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 ido perdiendo expositores, hasta bajar del listón de las 500 marcas. En 2015, el certamen contó con 480 marcas presentes y recibió casi 15.300 visitantes, de los cuales el 60% procedieron de fuera de Francia.

En 2005, Eurovet llevó el salón de íntimo a Shanghái, que sigue celebrando una vez al año, y dos años después estrenó otro en Hong Kong, también anual. En la actualidad, sólo celebra el de Shanghái en octubre. En 2008, Eurovet entró en el capital de Curve Expo, el salón de moda íntima de Estados Unidos, que celebra dos convocatorias, una en Nueva York y otra en Las Vegas.

El año pasado, Eurovet estrenó en Moscú la nueva feria de íntimo y baño CPM Body&Beach, que organiza junto a Igedo, que ha pasado a llamarse Moscow Mode Lingerie & Swim, en línea con la campaña global de Eurovet para homogeneizar su imagen en todos los salones que organiza.

ESPECIALIDAD

ÍNTIMO

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

MÉLANIE BLANDIN

+33 (0) 1 47 56 32 21

MBLANDIN@EUROVET.FR

CONTACTO PARA VISITANTES

ELENA BESCÓS-LE CAM

+33 (0) 1 47 56 32 46

EBESCOS@EUROVET.FR

WEB

WWW.LINGERIE-SWIMWEAR-PARIS.COM



P

PASARELAS

**080 Barcelona
Fashion**
p.112

**Haute Couture
Paris**
p.114

**London Fashion
Week**
p.115

**Mercedes-Benz
Fashion Week Madrid**
p.116

New York Fashion Week
p.117

**Milano Moda
Donna**
p.118

MF Show
p.119

**Semana de
la Moda de París**
p.120

080 BARCELONA FASHION

Plataforma de talento e industria

080 Barcelona Fashion es la pasarela de moda que se organiza en la capital catalana. La impulsó en 2007 el Gobierno de la Generalitat de Cataluña. 080 Barcelona Fashion fue el certamen que sustituyó a la Pasarela Gaudí, un proyecto de promoción de la moda que estuvo vigente desde la década de los ochenta y del que salieron nombres del diseño español como Antonio Miró o Lydia Delgado, entre otros.

La nueva pasarela nació a partir de un informe que el Gobierno de Cataluña 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. 080 Barcelona Fashion se planteó como un nuevo evento, de ruptura con el modelo anterior, que trataba de mostrar al mundo el talento de diseñadores emergentes e independientes. La fórmula que proponía la nueva plataforma dejó fuera muchos de los creadores presentes en la Pasarela Gaudí, que optaron por participar en Madrid, en Cibeles, o por dejar de organizar desfiles.

La selección de diseñadores participantes se realiza a partir del veredicto de un jurado internacional, que se reúne una vez por cada edición. Para desfilarse en 080 Barcelona Fashion, 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 y TCN; también tendió la mano a la industria local y dejó desfilarse 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.

En el marco de 080 Barcelona Fashion tiene lugar, desde enero de 2013, el encuentro profesional Barcelona Fashion Summit, organizado por Modaes.es y que constituye el foro de referencia para el negocio de la moda en España.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA, MASCULINA E INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS

BARCELONA, 27 DE JUNIO A 1 DE JULIO DE 2016

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



080

BARCELONA FASHION

080barcelonafashion.cat
facebook.com/080BcnFashion
twitter.com/080_bcn_fashion



Generalitat
de Catalunya

HAUTE COUTURE PARIS

Pierde peso pero gana influencia

Los desfiles de alta costura de París continúan celebrándose 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.

Para participar en este evento tan solo existen dos vías. O se es miembro de la federación o se desfila en calidad de invitado. Actualmente, de los 22 desfiles que tuvo la Alta Costura de París en julio de 2015, tan sólo diez fueron de miembros de la federación. Entre éstos se encuentran Christian Dior, Chanel, Jean Paul Gaultier o Giambattista Valli, entre otros. El resto de casas que participan en el evento son invitadas. Es el caso de Armani, Valentino, Victor&Rolf o Schiaparelli, entre otros.

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. 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 la 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.

ESPECIALIDAD
ALTA COSTURA

PRÓXIMAS FECHAS
PARÍS, 3 A 8 DE JULIO DE 2016
PARÍS, ENERO DE 2017

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

WEB
WWW.MODEAPARIS.COM

MODA.ES GUÍAS FERIAS Y PASARELAS DE MODA

LONDON FASHION WEEK

La capital británica reivindica su papel en la moda

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 desenfadado *sport*. Las enseñanzas británicas cuentan con la pasarela como una de sus principales plataformas de comunicación.

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.

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, lo transgresor, acostumbra 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.

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. La buena acogida que obtuvo el certamen dio pie para que continuara celebrándose dentro del calendario de presentaciones de la moda masculina. Londres situó su evento al frente del calendario, pisando incluso las fechas de Pitti Uomo, que ha terminado por cederle su sitio.

ESPECIALIDAD
MODA FEMENINA

PRÓXIMAS FECHAS
LONDRES (HOMBRE), 10 A 13 DE JUNIO DE 2016
LONDRES (MUJER), 16 A 20 DE SEPTIEMBRE DE 2016
LONDRES (HOMBRE), ENERO DE 2017
LONDRES (MUJER), FEBRERO DE 2017

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

WEB
WWW.LONDONFASHIONWEEK.CO.UK

MODA.ES GUÍAS FERIAS Y PASARELAS DE MODA



MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID

100% diseño español

La pasarela Cibeles cambió en febrero de 2012 su característico nombre para introducir el de la marca alemana de automóviles Mercedes-Benz, que ha pasado a ser su principal patrocinador. Con una trayectoria de más de 25 años, el certamen Mercedes-Benz FashionWeek Madrid es el escaparate del diseño de moda de España, en el que participan la mayoría de los miembros de la Asociación Española de Creadores de Moda de España (Acme). En este evento participan diseñadores españoles de largo recorrido, como Devota&Lomba, Victorio&Lucchino o Ágatha Ruiz de la Prada, entre otros. El patrocinio de Mercedes-Benz ha dado aliento al certamen, cuyo presupuesto depende en gran medida de Ifema, entidad consorciada y participada por la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid, la Cámara de Comercio e Industria y Bankia. Con el apoyo de la marca automovilística y la de otros grupos, como Inditex, la pasarela ha aumentado en los últimos años la financiación privada de la pasarela.

En 2008, coincidiendo con el inicio de la crisis, la pasarela dio un salto hacia delante y se redimensionó para ganar peso internacional. El certamen cambió entonces por primera vez el nombre y pasó a llamarse Cibeles Madrid Fashion Week. Sin embargo, en las últimas ediciones, la crisis ha obligado a muchos de sus participantes a descender de la pasarela, como ha sido el caso de José Castro o Alma Aguilar, entre otros.

En 2014, por primera vez, la pasarela se abrió al *fast fashion* dando acceso a Desigual, que se encargó de dar el pistoletazo de salida al programa de desfiles, aunque la iniciativa quedó en una presentación puntual y no tuvo continuidad.

Por otro lado, con el objetivo de dar mayor relevancia a los eventos de moda de Feria de Madrid, la pasarela trata de coordinar fechas con la feria de moda Momad Metrópolis, con la que ha ido coincidiendo desde septiembre de 2014.

ESPECIALIDAD
MODA FEMENINA

PRÓXIMAS FECHAS
MADRID, 18 A 23 DE SEPTIEMBRE DE 2016
MADRID, FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA VISITANTES
LOURDES LIÉBANA
917 225 084
LLIEBANA@IFEMA.ES

WEB
MERCEDESBENZFASHIONWEEKMADRID.COM



NEW YORK FASHION WEEK

De Nueva York al mundo

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.

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. A lo largo de la última década, el diseño español ha contado con la participación de Custo Barcelona, pero también con la presencia puntual de Miguel Adrover, Toni Francesc, Davidelfin y Joaquín Trias, entre otros. En las últimas ediciones, se han sumado al programa de Nueva York Desigual y Delozo. A lo largo de ocho días, el certamen reúne en la Gran Manzana a más de 100.000 profesionales de la industria de la moda, entre compradores, prensa, celebridades, etc. 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 dio 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 la 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.

ESPECIALIDAD
MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS
NUEVA YORK (HOMBRE), 11 A 14 DE JULIO DE 2016
NUEVA YORK (MUJER), 8 A 15 DE SEPTIEMBRE DE 2016
NUEVA YORK (HOMBRE), ENERO DE 2017
NUEVA YORK (MUJER), FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA VISITANTES
LAUREN TURNER
LAUREN.TURNER@IMGWORLD.COM

WEB
WWW.MBFASHIONWEEK.COM



MILANO MODA DONNA

La industria italiana sube a la pasarela

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 masculina, Milano Moda Uomo, sobre las cuales presentan colección dos veces al año algunas de las principales marcas italianas.

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.

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. 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. Ambas pasarelas preceden siempre a París en el calendario internacional. La semana de la moda femenina 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. En moda femenina, la evolución de la industria del prêt-à-porter ha modificado los tiempos de las presentaciones de las colecciones, pero para evitar modificar las fechas del evento en el calendario, la Camera Nazionale della Moda Italiana puso en marcha Milano Moda Precollections, que se celebra dos veces al año para comercializar las precolecciones de temporada.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

MILÁN (HOMBRE), 18 A 21 DE JUNIO DE 2016
MILÁN (MUJER), 21 A 27 DE SEPTIEMBRE DE 2016
MILÁN (HOMBRE), ENERO DE 2017
MILÁN (MUJER), FEBRERO DE 2017

CONTACTO PARA VISITANTES

+39 02 7771081
CAMERAMODA@CAMERAMODA.IT

WEB

WWW.CAMERAMODA.IT



MFSHOW

La pasarela independiente 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. 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.

La pasarela convoca dos pasarelas por temporada, una de moda masculina y otra de moda femenina. En sus últimas ediciones, celebradas en febrero de 2016, se convocaron diez desfiles de moda masculina, con marcas como Emidio Pucci, Protocolo o Fox Haus, entre otras, y otros nueve de moda femenina, con firmas como Moisés Nieto, Fernando Claro o Yono Taola, entre otras.

Con el tiempo, MFSHOW 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.

MFSHOW Men surgió a la estela del tirón de la moda femenina. 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). 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.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

MADRID, SEPTIEMBRE DE 2016

CONTACTO PARA VISITANTES

BLANCA ZURITA
915 320 728
BLANCA@BZPRENSA.COM

WEB

MFSHOW.ES



SEMANA DE LA MODA DE PARÍS

Guardián 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. Todas ellas concentran la atención de compradores y prensa de todo el mundo. Tanto la pasarela de moda femenina como la de moda masculina son las encargadas de cerrar los calendarios internacionales de presentación de colecciones.

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.

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.

París conserva todavía el aura de capital de la moda y, para una marca, desfilarse en la ciudad se asocia a conceptos como estilo y vanguardia. Para participar en la pasarela parisina, se precisa el visto bueno de un comité de selección de la Chambre Syndical.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS (HOMBRE), 22 A 26 DE JUNIO DE 2016
PARÍS (MUJER), 27 DE SEPTIEMBRE A 5 DE OCTUBRE DE 2016
PARÍS (HOMBRE), ENERO DE 2017
PARÍS (MUJER), MARZO DE 2017

CONTACTO PARA VISITANTES

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

WEB

WWW.MODEAPARIS.COM

MODA ES GUÍAS FERIA Y PASARELAS DE MODA



STANDS 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

Guías

modaes.es

**FERIAS
Y PASARELAS
DE MODA**

16

Modaes.es

Gran Vía de les Corts
Catalanes 646, 4^o2^a
08007 Barcelona
933 180 551
www.modaes.es