modaes.es

Guías

FERIAS Y PASARELAS DE MODA

17/18

17/18

MODAES.ES GUÍAS
Julio 2017
www.modaes.es

MODAES.ES
Líder en información económica del negocio de la moda

DIRECTORA
Pilar Riaño

EQUIPO REDACCIÓN
Iria P. Gestal
Silvia Riera
Lorenzo Molina
Martí Ventura

REDACCIÓN LATINOAMÉRICA
María Bertero

CONTACTO REDACCIÓN
redaccion@modaes.es

DESARROLLO DE NEGOCIO
Christian De Angelis, director
Vanesa Luaces
Paula Robledo

EQUIPO COMERCIAL
Montserrat Luna
Elena Lorán
Gisela Trillas

CONTACTO PUBLICIDAD
comercial@modaes.es

ATENCIÓN AL CLIENTE
Rosa García
suscriptores@modaes.es

DISEÑO
Àxel Durana, director
Alba Durana

DEPÓSITO LEGAL
B-1792-2017

EDITA
Ripley Gestora de Contenidos SL
Gran Via de les Corts Catalanes 646, 4º2ª
08007 - Barcelona
938 807 878

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

Suscríbete en
www.modaes.es/premium

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

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 650.000 páginas vistas de lectores de una gran influencia, así como más de 10.000 abonados voluntarios a su newsletter diario y los miles de seguidores en las redes sociales.

PRESENTACIÓN

LA RIQUEZA DEL NEGOCIO DE LA MODA CONTINÚA SOSTENIÉNDOSE SOBRE UN ENTRAMADO DE MULTITUD DE MARCAS Y COMERCIOS. MÁS ALLÁ DE LOS GIGANTES DE LA DISTRIBUCIÓN, LA ACTIVIDAD DEL SECTOR SIGUE VIVA EN FERIAS DE GRAN ALCANCEN QUE UNEN A SUS ACTORES.

Empresas globales para un entorno global. La internacionalización ha dejado ya de ser una opción para convertirse en el nuevo normal de las compañías que operan en el negocio de la moda. Al margen de los grandes grupos de distribución de moda, continúa habiendo un gran volumen de enseñas que comercializan sus artículos a través de otros canales, como grandes almacenes, el comercio multimarca o *market places*.

El dinamismo que genera todo este conjunto de actores se canaliza en gran parte a través de ferias y pasarelas especializadas, que tienen lugar en todo el mundo. Los salones defienden su protagonismo en el sector como herramientas capaces de poner en común a los actores de este negocio. Sin embargo, conocer cada uno de estos encuentros es fundamental para acertar en las estrategias. Hay eventos que son puerta de entrada a un mercado, mientras que hay otros de gran influencia internacional; hay ferias para adquirir materia prima y talleres para la producción y otras enfocadas a conectar marcas con distribuidores. Por otro lado, las ferias evolucionan con el tiempo, transformándose y adaptándose al mercado y a lo vaivenes de la moda, así como a los visitantes y los expositores o a la transformación impuesta por la tecnología.

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

FERIAS Y PASARELAS DE MODA
MODAES.ES GUÍAS

T
TEJIDOS E HILATURAS

Bangladesh Denim *p. 8*
Colombiatex *p.9*
Denim Première Vision *p.10*
Filo *p.11*
Interfilière *p.12*
Intertextile Apparel Fabrics *p.13*
Kingpins *p.14*
International Istanbul Yarn Fair *p.15*
Milano Unica *p.16*
Modtissino *p.17*
Munich Fabric Start *p.18*
Pitti Filati *p.20*
Spinexpo *p.21*
Première Vision *p.22*
Stib *p.24*
The London Textile Fair *p.25*
Texworld *p.26*

A
APROVISIONA-MIENTO

All China Leather *p.30*
Apparel Sourcing *p.31*
Bstim *p.32*
Clothing Machinery *p.33*
Co-Shoes & Accessories *p.34*
Futurmoda *p.35*
Hong Kong Fashion Week *p.36*
IM Intermoda *p.37*
India International Garment Fair *p.38*
Itma *p.39*
Lineapelle *p.40*
Logistics & Distribution *p.42*
Maroc In Mode *p.44*
Techtextil + Texprocess *p.45*

M
MODA

Capsule *p.48*
Chic Shanghai *p.49*
Centrestage *p.50*
CPM Moscú *p.52*
Colombiamoda *p.53*
Ethical Fashion Show *p.54*
Ispo *p.55*
Modefabriek *p.56*
Pitti Uomo *p.57*
Momad *p.58*
Magic Las Vegas *p.60*
Panorama *p.61*
Premium *p.62*
Pure London *p.63*
The One Milano *p.64*
Tranoï *p.65*
Who's Next *p.66*

CA
CALZADO Y ACCESORIOS

Baselworld *p.70*
Couromoda *p.71*
Bijorhca *p.72*
Expo Riva Schuh *p.74*
FN Platform *p.75*
Gallery Shoes *p.76*
Intergift *p.77*
Micam *p.78*
Premiere Classe *p.80*
Sapica *p.81*

I
INFANTIL

Bubble London *p.84*
Market by Kleine Fabriek *p.85*
Fimi *p.86*
Día Mágico by Fimi *p.88*
Pitti Bimbo *p.90*
Puericultura Madrid *p.91*
Playtime *p.92*

N
NUPCIAL

Barcelona Bridal Week *p.96*
Bridal Market Chicago *p.97*
The London Bridal Show *p.98*
SI Sposaltalia *p.99*

ÍB
ÍNTIMO Y BAÑO

Gran Canaria Moda Cálida *p.102*
Salon Internacional de la Lingerie *p.103*
Mode City *p.104*

P
PASARELAS

080 Barcelona Fashion *p.108*
Haute Couture Paris *p.109*
London Fashion Week *p.110*
Mercedes-Benz Fashion Week Madrid *p.111*
New York Fashion Week *p.112*
Milano Moda Donna *p.113*
Semana de la Moda de París *p.114*

TEJIDOS E HILATURAS

Bangladesh Denim
p. 8

Colombiatex
p.9

Denim Première Vision
p.10

Filo
p.11

Interfilière
p.12

Intertextile Apparel Fabrics
p.13

Kingpins
p.14

International Istanbul Yarn Fair
p.15

Milano Unica
p.16

Modtissino
p.17

Munich Fabric Start
p.18

Pitti Filati
p.20

Spinexpo
p.21

Première Vision
p.22

Stib
p.24

The London Textile Fair
p.25

Texworld
p.26

BANGLADESH DENIM EXPO
La nueva industria bengalí del denim

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

La pasada convocatoria de la feria, celebrada en mayo, continuó engrosando el número de asistentes. El certamen superó la barrera de los 10.000 visitantes. En cuanto al número de expositores, en el certamen participaron cerca de ochenta expositores, que ocuparon dos pabellones.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS, FORNITURAS, CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

DACCA, 8 A 9 DE NOVIEMBRE DE 2017
DACCA, MAYO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

INFO@BANGLADESHDENIMEXPO.COM

WEB

WWW.BANGLADESHDENIMEXPO.COM

COLOMBIATEX DE LAS AMÉRICAS
Núcleo industrial 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.

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En enero de 2017, Colombiatex volvió a superar el listón de los 500 expositores e incrementó un 3% la afluencia, hasta 14.719 visitantes. La cifra de compradores internacionales creció un 5,5%, hasta 924 profesionales. En cuanto a la participación extranjera, el 43% de los expositores son ya internacionales.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS, FIBRAS E HILADOS, FORNITURAS Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

MEDELLÍN, ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

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

CONTACTO PARA VISITANTES

MANUELA GÓMEZ (COORDINADORA DE NEGOCIOS E INVERSIÓN)
MANUELA.GOMEZ@INEXMODA.ORG.CO

WEB

COLOMBIATEX.INEXMODA.ORG.CO

DENIM PREMIÈRE VISION
La materia prima del denim

Denim Première Vision es una feria de tejidos especializada en el segmento del denim. El salón se desmarcó desde un principio del calendario habitual de las ferias europeas textiles 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.

TRAYECTORIA

Première Vision puso en marcha este nuevo concepto de feria en 2007 en París con cincuenta expositores. Después de catorce ediciones, la feria abandonó la capital francesa para instalarse en Barcelona. Después de cinco convocatorias en la ciudad catalana, el certamen regresó el pasado noviembre a París.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El evento reúne alrededor de ochenta expositores en cada una de sus ediciones. El 50% de las empresas que participan en él procede de Turquía, Marruecos y Túnez. Entre las compañías que acuden al evento se encuentran Diesel, Guess Jeans, G-Star, Valentino o Louis Vuitton, entre otros.

EDICIÓN ANTERIOR

En la convocatoria de abril de 2017, Denim Première Vision contrajo de nuevo en la capital francesa la cifra de expositores, que en Barcelona siempre había rondado el centenar y que ahora volvía a situar en unas ochenta empresas.

ESPECIALIDAD
DENIM

PRÓXIMAS FECHAS
PARÍS, 14 A 15 DE NOVIEMBRE DE 2017
PARÍS, MAYO DE 2018

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
El ADN del 'made in Italy'

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

TRAYECTORIA

La pérdida de peso de la industria textil en Europa y, en particular, de la hilatura, ha reducido el tamaño de este certamen, que en la últimas ediciones se ha celebrado en el Palazzo delle Stelline, en el centro de Milán. No obstante, Filo continúa siendo estratégico para el sector en Italia.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

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

ESPECIALIDAD
FIBRAS E HILADOS

PRÓXIMAS FECHAS
MILÁN, 27 A 28 DE SEPTIEMBRE DE 2017
MILÁN, FEBRERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES
CARLOTTA BARBERO
+39 335 6730595
INFO@FILO.IT

CONTACTO PARA VISITANTES
+39 015 8483271
INFO@FILO.IT

WEB
WWW.FILO.IT

INTERFILIÈRE
Los materiales del íntimo y del baño

Interfilière es una de las ferias europeas especializadas en tejidos, fornituras y otros accesorios para la producción de prendas de íntimo y de baño. El salón tiene lugar en París dos veces al año, en enero junto al Salon International de la Lingerie y en julio junto a Mode City.

TRAYECTORIA

Interfilière no 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. La feria se ha mantenido estable en enero junto al Salon International de la Lingerie de París, pero ha cambiado de ubicación y de fechas con Mode City, que primero trasladó de Lyon a París y, más tarde, movió de septiembre a julio. En 2016, la feria regresó a Lyon de manera excepcional y vuelve ahora a la capital francesa.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En la convocatoria de enero de 2017, la feria mantuvo 280 expositores y recibió a más de 10.000 visitantes. Los asistentes franceses continúan siendo los más numerosos, seguidos de los italianos y los británicos. Entre las empresas que acudieron a Interfilière en su convocatoria anterior se encuentran Wolford, Van de Velde, Aubade, Lise Charmel, Decathlon, Triumph, El Corte Inglés, Oysho, Delta Galil, VFB Lingerie, Under Armour o Asos.com, entre otros.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS Y FORNITURAS PARA ÍNTIMO Y BAÑO

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, 8 A 10 DE JULIO DE 2017
NUEVA YORK, 27 A 28 DE SEPTIEMBRE DE 2017
SHANGHÁI, 10 A 11 DE OCTUBRE DE 2017
PARÍS, ENERO DE 2018
HONG KONG, MARZO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

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

CONTACTO PARA VISITANTES

VÉRONIQUE MARKARIAN
+33 (0) 1 47 56 32 45
VMARKARIAN@EUROVET.FR

WEB

WWW.INTERFILIERE.COM

INTERTEXTILE APPAREL FABRICS
El gigante de la industria textil

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

TRAYECTORIA

A pesar de la pérdida de competitividad de China en la producción textil, Intertextile Apparel Fabrics, que se celebra desde 1995, continúa engrosando sus dimensiones. Además, desde hace unos años, la feria se organiza en paralelo a otros certámenes, como Yarn Expo, especializado en fibras e hilados, y Chic y Pure, de marcas de moda. En el interior de la feria también se organiza Milano Unico.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En octubre de 2016, la feria continuó batiendo récords. El certamen disminuyó un 2% la cifra de expostiores, hasta reunir 4.553 empresas, pero disparó de nuevo el número de visitantes, hasta rozar los 74.000 profesionales, un 11% más que un año atrás. En marzo de 2017, la feria reunió a 3.341 expositores y a 71.450 asistentes.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS, FIBRAS E HILADOS, FORNITURAS Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

SHANGHÁI, 11 A 13 DE OCTUBRE DE 2017
SHANGHÁI, MARZO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW. MESSEFRANKFURT.COM

KINGPINS
El encuentro itinerante del denim

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

TRAYECTORIA
Tras haber trabajado en la industria textil desde mediados de los años setenta, Andrew Olah puso en marcha la primera feria Kingpins en Nueva York en 2004. A lo largo de estos años, el empresario ha extendido la fórmula de la feria por el mundo, con otras celebraciones en Hong Kong y Ámsterdam. Para 2017, el organizador ferial preparó el debut de Kingpins en Miami, que finalmente se canceló.

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

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

ESPECIALIDAD
TEJIDOS, FORNITURAS, ACABADOS

PRÓXIMAS FECHAS
HONG KONG, 4 A 8 DE SEPTIEMBRE DE 2017
ÁMSTERDAM, 25 A 26 DE OCTUBRE DE 2017
NUEVA YORK, 29 A 30 DE NOVIEMBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES
VIVIAN WAY
VIVIAN@KINGPINS.COM

CONTACTO PARA VISITANTES
INFO@KINGPINS.COM

WEB
WWW.KINGPINSSHOW.COM

INTERNATIONAL ISTANBUL YARN FAIR
Encuentro con la hilatura turca

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.

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

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

EDICIÓN ANTERIOR
En la convocatoria de 2017, la feria contó con 215 expositores procedentes de una veintena países. El certamen recibió un total de 8.755 visitante. La afluencia de público extranjero es aún el 22% del total. La mayoría de los visitantes acuden de países como Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Croacia, Irán, Kósovo o Macedonia, entre otros.

ESPECIALIDAD
HILADOS

PRÓXIMAS FECHAS
ESTAMBUL, 14 A 17 DE ABRIL DE 2018

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

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

WEB
WWW.TUYAP.COM.TR

MILANO UNICA
La tejeduría italiana reivindica su lugar

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En febrero de 2017 se celebró la vigesimocuarta edición de Milano Unica, que contó con la participación de 427 expositores y recibió más de 6.000 visitantes.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS

PRÓXIMAS FECHAS

MILÁN, 11 A 13 DE JULIO DE 2017
SHANGHÁI, 11 A 13 DE OCTUBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

SECRETARÍA GENERAL
+39 02 66101105
INFO@MILANOUNICA.IT

WEB

WWW.MILANOUNICA.IT

MODTISSIMO
Punto de encuentro con la industria portuguesa

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Modtissimo es una feria pequeña en comparación con Première Vision o Munich Fabric Start, pero es el evento que agrupa en un mismo espacio a los diferentes actores de la cadena de valor del textil y la confección de Portugal. En ella exponen tejedores, confeccionistas y algunas marcas de moda. En las últimas ediciones, la feria ha logrado recuperar protagonismo gracias al retorno de ciertos procesos de la cadena de valor en Portugal para el aprovisionamiento en proximidad. Modtissimo ha vuelto a reunir a 200 expositores y supera de nuevo los 6.000 visitantes profesionales.

EDICIÓN ANTERIOR

En marzo, Modtissimo mantuvo el pulso alcista de las últimas ediciones y elevó la cifra de visitantes un 15% respecto a un año atrás. La feria se celebró por segunda vez en el *hall* del aeropuerto de Oporto, aunque su ubicación habitual continúa siendo la Alfandega do Porto.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS Y CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

OPORTO, 3 AL 4 DE OCTUBRE DE 2017
OPORTO, FEBRERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

MANUEL SERRAO
+351 229 380 610
INFO@PORTOFASHIONWEEK.COM

WEB

WWW.MODTISSIMO.COM

MUNICH FABRIC START
Músculo textil en el norte de Europa

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

TRAYECTORIA

La buena evolución de Munich Fabric Start animó a sus organizadores a impulsar un nuevo salón, View 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 MVG Museum, un antiguo taller de construcción de trenes de Múnich. View Premium Selection, cuyo propósito es ser una antesala de las tendencias, se convoca en diciembre y en julio.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El certamen, que ha logrado consolidar una oferta de cerca del millar de fabricantes, ha estructurado la distribución de los diferentes actores en cuatro apartados: tejidos, fornituras, denim e ilustración textil. El certamen alemán recibe en torno a 20.000 compradores, entre los cuales se encuentran representantes de Esprit, S.Oliver, Marc O Polo, Marks & Spencer, Gerry Weber, Drykorn, G-Star, Mavi Jeans, Mads Norgaard, Cinque, Marc Cain, Tommy Hilfiger, Max Mara, Hugo Boss, Baldessarini, Karl Lagerfield y Alexander McQueen, entre otros. A pesar de aumentar el número de visitantes de toda Europa, el grueso de los asistentes a la feria procede de Alemania y de los países de su entorno más próximo.

EDICIÓN ANTERIOR

En febrero de 2017, Munich Fabric Start volvió a reafirmarse como el segundo mayor evento de la industria textil europea tras superar de nuevo el listón del millar de expositores. Este incremento obligó a la organización a añadir la superficie de dos pabellones más.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS Y FORNITURAS

PRÓXIMAS FECHAS

MÚNICH, 5 AL 7 DE SEPTIEMBRE DE 2017
MÚNICH, 30 DE ENERO AL 1 DE FEBRERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

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

CONTACTO PARA VISITANTES

+49 (0) 89 45 22 47 0

WEB

WWW.MUNICHFABRICSTART.COM

PITTI FILATI
Laboratorio de las tendencias en punto

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En enero de 2017 se celebró la 80ª edición de Pitti Filati, que reunió a un total de 4.350 visitantes, un 2,5% más que el año anterior. Cerca del 42% de los asistentes procedió de fuera de Italia. Expusieron 132 empresas.

ESPECIALIDAD

HILADOS PARA GÉNERO DE PUNTO

PRÓXIMAS FECHAS

FLORENCIA, 28 A 30 DE JUNIO DE 2017
FLORENCIA, ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

ANTONIO CRISTAUDO (DIRECTOR DE MÁRKETING)
LAURA.CIANI@PITTIMMAGINE.COM
+39 055 3693249

CONTACTO PARA VISITANTES

ANDREA MUGNAINI
ANDREA.MUGNAINI@ PITTIMMAGINE.COM
+39 055 3693238

WEB

WWW.PITTIMMAGINE.COM

SPINEXPO
La hilatura, de vuelta a Occidente

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

TRAYECTORIA

Spinexpo, que nació en 2003, se celebra cada mes de marzo en Shanghái y, desde 2009, tiene una edición anual en Nueva York. La feria se planteó en un principio como un salón en el que hiladores europeos presentasen sus colecciones a tejedores y confeccionistas asiáticos. A pesar de ello, con el tiempo se fueron sumando a la oferta del salón hiladores de China. En Nueva York, el salón se celebra desde hace ocho años con el propósito de abarcar a todo el continente americano. En 2016, Spinexpo trajo su fórmula a París.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La convocatoria de Shanghái reúne alrededor de 200 expositores y atrae a más de 10.000 visitantes, el 80% de China. Las de Nueva York y París son más reducidas. La estadounidense no alcanza el centenar de empresas participantes y recibe alrededor de 1.500 compradores, mientras que la francesa reunió en su debut a ochenta expositores y más de 600 asistentes.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Spinexpo en Shanghái, celebrada en febrero, reunió a 200 compañías y recibió 11.457 visitantes, un 5% más que un año atrás. El 84,6% de los asistentes procedió de China.

ESPECIALIDAD

FIBRAS E HILADOS

PRÓXIMAS FECHAS

PARIS, 3 AL 5 DE JULIO DE 2017
NUEVA YORK, 18 A 20 DE JULIO DE 2017
SHANGHÁI, 29 A 31 DE AGOSTO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

VINCENT TAFANELLI
V.TAFANELLI@SPINEXPO.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

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

WEB

WWW.SPINEXPO.COM

PREMIÈRE VISION
Abanderado del textil en Europa

Première Vision es la mayor feria de materias primas para moda que se celebra en Europa. El salón, que inició su andadura en 1973 como un certamen especializadao en tejidos, ha integrado bajo el mismo paraguas de Première Vision las ferias de fibras e hilados, curtidos y forniturras. Desde entonces, el evento reúne dos veces al año en París en torno a 1.700 expositores y alrededor de 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.

TRAYECTORIA

En los últimos años, el certamen ha ido creando nuevos apartados específicos para ciertos segmentos, como Kntiwear Solutions para el tejido de punto; Maison d'exceptions, con colecciones con un elevado componente de diseño, y Upper Jeanswear para el denim. La feria está organizada por una empresa homónima que ha llevado la fórmula a varias ciudades internacionales, aunque en los últimos años ha reducido sus celebraciones a Nueva York y Estambul.

PERFIL COMPRADORES Y VISITANTES

La oferta de tejidos es el eje central de Première Vision, que abarca toda la cadena de valor del textil. Mientras el grueso de los expositores son empresas europeas y, en particular, italianas, en cuanto a los visitantes, más del 70% son internacionales, es decir, de fuera de Francia. Estos visitantes son grupos de moda y distribución, además de empresas de aprovisionamiento, talleres de confección y diseñadores. Por otro lado, más del 15% de los visitantes corresponden a otros sectores como la automoción, hogar o cosmética.

EDICIÓN ANTERIOR

El evento, que reúne toda la oferta de materia prima de la moda, recibió en su última convocatoria en París, celebrada en febrero, un total de 56.250 visitantes y contó con la participación de 1.678 expositores, entre hiladores, tejedores, fabricantes de forniturras, estudios de diseño, curtidores y peleteros.

ESPECIALIDAD

MATERIAS PRIMAS PARA MODA

PRÓXIMAS FECHAS

NUEVA YORK, 18 A 19 DE JULIO DE 2017
PARIS, 19 A 21 DE SEPTIEMBRE DE 2017
ESTAMBUL, 18 A 20 OCTUBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.PREMIEREVISION.COM

STIB
Los agentes textiles se dan cita en Barcelona

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL DE EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

El pasado febrero se celebró la edición número 31 de Stib en Barcelona, un encuentro que reunió a un total de 27 empresas participantes, una cifra similar a la registrada en las últimas convocatorias. A pesar de verse afectado por la desaparición de marcas y talleres de confección en los últimos años, el salón atrajo a firmas y diseñadores como Pronovias, Adolfo Domínguez, Mango o Cortefiel, entre otros. En esta ocasión, los agentes presentes trajeron consigo unas 300 firmas internacionales de tejidos.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS

PRÓXIMAS FECHAS

BARCELONA, 26 A 28 DE SEPTIEMBRE DE 2017
BARCELONA, FEBRERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

ELISABETH PINEDA
935 171 215
SECRETARIA@STIB.NET

WEB

WWW.STIBBCN.COM

THE LONDON TEXTILE FAIR
Relocalización en la cuna del textil

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria del certamen, celebrada en enero en Londres, consiguió colgar el cartel de completo. La feria reunió a 420 expositores de veinte países europeos y alrededor de 5.300 visitantes, entre los cuales Alexander McQueen, Tommy Hilfiger, American Outfitters, John Lewis, Calvin Klein, Lacoste, Chanel, Harrods o Zara, entre otros.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS, ACCESORIOS, ESTUDIOS DE ILUSTRACIÓN Y PRENDAS VINTAGE

PRÓXIMAS FECHAS

LONDRES, 19 A 20 DE JULIO DE 2017
LONDRES, ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

THELONDONTEXTILEFAIR.CO.UK

TEXWORLD
El pulso textil de los emergentes

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

TRAYECTORIA

Texworld inició su andadura en el centro de convenciones y exposiciones Cnti, en La Defênse, en París, en un espacio reducido e incómodo para dar cabida a cerca de 600 expositores y recibir alrededor de 16.000 visitantes. En 2007 Texworld se trasladó a Le Bourget, un entorno mucho más espacioso, que le permitió aumentar la oferta hasta casi el millar de empresas expositoras. En 2015, Messe Frankfurt recuperó la feria de innovación textil Avantex y la relanzó junto a la feria de tejidos de París. Por otro lado, el organizador ferial también ha puesto en marcha Apparel Sourcing, de aprovisionamiento, y Shawls & Scarves, dedicada a los accessorios.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El grueso de los visitantes es europeo, procedentes sobre todo de Francia, Reino Unido y España. No obstante, el salón recibe también a profesionales de los principales países proveedores de Europa, como Túnez, Marruecos o Portugal, así como China y Hong Kong. En cuanto a los expositores, el certamen aglutina a casi un millar de compañías procedentes de 27 países distintos, fundamentalmente de economías emergentes. En su próxima edición, en septiembre, el salón incorporará un nuevo sector, Texworld Denim, contará con un total de unos 1.600 expositores y prevé recibir unos 15.000 visitantes.

EDICIÓN ANTERIOR

La feria textil de París elevó en su última convocatoria de febrero un 6,9% el número de visitantes respecto a la de un año atrás, hasta 13.559 asistentes. Según la organización, este aumento fue debido a la mejora de la situación política y económica de la ciudad.

ESPECIALIDAD

TEJIDOS, MATERIAL DE COSTURA Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, 18 A 21 DE SEPTIEMBRE DE 2017
PARÍS, 11 A 14 DE FEBRERO DE 2018

CONTACTO PARA VISITANTES

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

CONTACTO PARA EXPOSITORES

TEXWORLD@FRANCE.MESSEFRANKFURT.COM
APPARELSOURCING@FRANCE.MESSEFRANKFURT.COM
SHAWLSANDSCARVES@FRANCE.MESSEFRANKFURT.COM
AVANTEX@FRANCE.MESSEFRANKFURT.COM
+33 (0)1 55 26 89 89

WEB

WWW.TEXWORLD.MESSEFRANKFURT.COM
WWW.APPARELSOURCING.MESSEFRANKFURT.COM
WWW.AVANTEX-PARIS.COM
WWW.SHAWLSANDSCARVES.FR.MESSEFRANKFURT.COM

APROVISIONAMIENTO

AAII China Leather
p.30

Apparel Sourcing
p.31

Bstim
p.32

Clothing Machinery
p.33

Co-Shoes & Accessories
p.34

Futurmoda
p.35

Hong Kong Fashion Week
p.36

IM Intermoda
p.37

India International Garment Fair
p.38

Itma
p.39

Lineapelle
p.40

Logistics & Distribution
p.42

Maroc In Mode
p.44

Techtextil + Texprocess
p.45

ALL CHINA LEATHER
La industria de la piel se cita en Shanghái

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En septiembre de 2016, la feria reunió a un total de 1.163 expositores, un 12% más que en el año anterior, y recibió alrededor de 23.000 visitantes, procedentes de un centenar de países.

ESPECIALIDAD

APROVISIONAMIENTO PARA EL CALZADO
Y OTROS ARTÍCULOS DE PIEL

PRÓXIMAS FECHAS

SHANGHÁI, 30 DE AGOSTO A 1 DE SEPTIEMBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.ACLECHINA.COM

APPAREL SOURCING
Talleres a la caza de marcas Occidentales

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En febrero de 2017, Apparel Sourcing recibió en París a 13.559 visitantes, un 6,9% más que un año atrás. El grueso de los asistentes procedió de Francia, Reino Unido, España e Italia. En Nueva York, el certamen reunió el pasado julio a más de un centenar de expositores de China, India, Myanmar, Sri Lanka, México, Perú y Estados Unidos.

ESPECIALIDAD

CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

NUEVA YORK, 17 A 19 DE JULIO DE 2017
PARÍS, 18 A 21 DE SEPTIEMBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.APPARELSOURCINGSHOW.COM

BSTIM
La nueva industria textil catalana

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

La última edición celebrada en febrero de 2017 concluyó con una asistencia de 1.400 visitantes, una cifra similar a la de ediciones anteriores. Al certamen catalán también asistieron visitantes de países como Italia, Suecia o Reino Unido.

ESPECIALIDAD

APROVISIONAMIENTO

PRÓXIMAS FECHAS

IGUALADA, FEBRERO DE 2018

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 turca

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

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

ESPECIALIDAD

MAQUINARIA PARA LA CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

ESTAMBUL, SEPTIEMBRE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

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

CONTACTO PARA VISITANTES

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

WEB

KONFEKSIYONMAKINELERIFUARI.COM

CO-SHOES & ACCESSORIES
El calzado recupera músculo productivo

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

La última edición de Co-Shoes & Accessories, celebrada en Elche en octubre de 2016, contó con la presencia de 25 empresas expositoras, el 75% de las cuales repetía en el certamen.

ESPECIALIDAD

APROVISIONAMIENTO DE CALZADO Y MARROQUINERÍA

PRÓXIMAS FECHAS

ELCHE, OCTUBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

COSHOES.ES

FUTURMODA
La industra del calzado crece al calor de la relocalización

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

La reactivación de la actividad industrial del sector en España ha impulsado la feria en las últimas ediciones. El pasado marzo, el evento volvió a marcar una nueva cota histórica con 350 empresas y 6.319 visitantes procedentes de más de treinta países.

ESPECIALIDAD

COMPONENETES PARA EL CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

ELCHE, 25 Y 26 DE OCTUBRE DE 2017
ELCHE, MARZO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

INSTITUCIÓN FERIAL ALICANTINA
965 460 158
INFO@FUTURMODA.ES

WEB

WWW.FUTURMODA.ES

HONG KONG FASHION WEEK
A la búsqueda de proveedor en China

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

El pasado enero, Hkfw celebró su edición número 49. En total, la feria atrajo alrededor de 15.000 visitantes originarios de 77 países y contó con la presencia de más de 1.500 expositores, procedentes de 21 países.

ESPECIALIDAD

CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

HONG KONG, 10 A 13 DE JULIO DE 2017
HONG KONG, 15 A 18 DE ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.HKTDC.COM

WWW.HKTDC.COM

IM INTERMODA
Eje de la industria mexicana de la moda

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

La última edición de IM Intermoda, celebrada en el pasado enero, reunió a alrededor de 200 expositores y alrededor de 14.000 visitantes.

ESPECIALIDAD

CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

GUADALAJARA,18 A 21 DE JULIO DE 2017
GUADALAJARA, ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.INTERMODA.COM.MX

INDIA INTERNATIONAL GARMENT FAIR
La confección india mantiene el pulso

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

El salón India International Garment Fair celebró su última edición el pasado enero. La convocatoria contó con la participación de 316 empresas expositoras, todas ellas indias, y recibió cerca de 1.400 visitantes, más de la mitad internacionales.

ESPECIALIDAD

CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

NUEVA DELHI, 30 DE JUNIO A 2 DE JULIO DE 2017
NUEVA DELHI, ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

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

CONTACTO PARA VISITANTES

MR. SRISHTY RANA
+91 124 2708163
SRANA@INDIAAPPARELFAIR.COM

WEB

WWW.INDIAAPPARELFAIR.COM

ITMA
El mayor encuentro de la tecnología textil

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

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

ESPECIALIDAD

MAQUINARIA TEXTIL

PRÓXIMAS FECHAS

BARCELONA, 20 A 26 DE JUNIO DE 2019

CONTACTO PARA EXPOSITORES

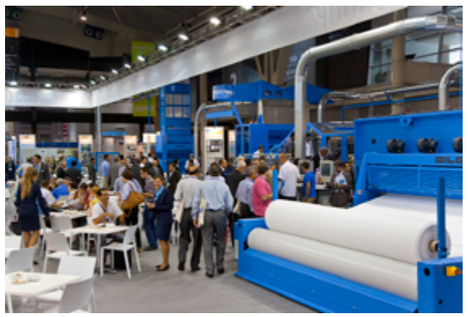
+65 6849 9368
APPLICATION@ITMA.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

+65 6849 9368
VISITORS@ITMA.COM

WEB

WWW.ITMA.COM



LINEAPELLE
Encuentro de la curtiduría europea

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En la última edición de Lineapelle en Milán, celebrada el pasado febrero, participaron 1.198 expositores procedentes de 44 países y reunió 21.800 visitantes, un 3% más que en septiembre.

ESPECIALIDAD

CURTIDOS Y COMPONENTES PARA EL CALZADO
Y LOS COMPLEMENTOS

PRÓXIMAS FECHAS

NUEVA YORK, 18 A 19 DE JULIO DE 2017
LONDRES, 11 DE JULIO DE 2017
MILÁN, 4 A 6 DE OCTUBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+39 02 8807711
MILANO@LINEAPELLE-FAIR.IT

WEB

WWW.LINEAPELLE-FAIR.IT

LÍDER EN INFORMACIÓN ECONÓMICA DEL NEGOCIO DE LA MODA

modaes.es

HAZTE USUARIO PREMIUM AHORA Y DISFRUTA
DE MODAES SIN LIMITES

Ocho años líder en información económica del negocio de la moda

Ten 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.

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 tablet.

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

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

INFORMES Y PUBLICACIONES
Recibe el Informe Económico, el Barómetro de Empresas, el Quién es Quién y el resumen de Barcelona Fashion Summit.

DESCUENTOS ESPECIALES
Descuentos especiales en todos los productos y jornadas de Modaes.es.

¡SUSCRÍBETE YA!

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

LOGISTICS & DISTRIBUTION
La feria logística de Madrid

Logistics & Distribution es una feria dirigida a profesionales de la logística, la manutención y el almacenaje que se celebra anualmente en Madrid. Organizado por Easyfairs, multinacional belga especializada en eventos profesionales, el salón reunió en su sexta edición a 11.500 visitantes y a 400 empresas participantes. La feria se celebra junto a Empack y Packaging Innovations, especializadas en envase, embalaje y packaging final.

TRAYECTORIA

La cadena de suministro está atravesando un momento de cambio. El crecimiento del ecommerce y la irrupción de nuevas tecnologías están modificando las necesidades y demandas de los usuarios, obligando a las compañías de la logística y el transporte a adaptarse y buscar nuevas soluciones para poder mantenerse en un mercado cada vez más competitivo. Logistics & Distribution ofrece soluciones a los retos de este nuevo entorno y está en continuo proceso de adaptación para dar respuesta a las necesidades del sector. En los tres últimos años el salón ha experimentado un crecimiento del 45% en afluencia de visitantes y un 33% en presencia de empresas participantes, además de un aumento en superficie expositiva del 61%.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Las empresas participantes son compañías especializadas en intralogística, automatización, sistemas de almacenaje, ecommerce, servicios para el transporte, e-Logistics y demás aspectos de la logística relacionados con las diferentes etapas de la cadena de suministro. Acuden al salón visitantes de múltiples sectores, incluida la industria textil. Más de un 80% son decisores de compra y la mayoría ostentan cargos directivos y de responsabilidad.

EDICIÓN ANTERIOR

El salón reunió en su sexta y última edición hasta el momento a 11.500 visitantes y 400 empresas participantes.

ESPECIALIDAD
LOGÍSTICA

PRÓXIMAS FECHAS
MADRID, 7 Y 8 DE NOVIEMBRE DE 2017

CONTACTO PARA VISITANTES
IBERIA@EASYFAIRS.COM

CONTACTO PARA EXPOSITORES
MARINA UCEDA (DIRECTORA)
MARINA.UCEDA@EASYFAIRS.COM

WEB
WWW.EASYFAIRS.COM/ES/EMPACK-MADRID-2017/LOGISTICS-MADRID-20172016/

PARTICIPA EN LA MAYOR CITA ANUAL DE LA LOGÍSTICA

Amplía las fronteras de tu negocio y visita:
TRANSPORT & LOGISTICS
20 & 21 septiembre 2017
Exponor, Oporto

LOGISTICS & DISTRIBUTION
7 & 8 noviembre 2017
Pabellón 10, Feria de Madrid

Celebrado junto:
EMPACK2017 | PACKAGING INNOVATIONS 2017 | LABEL&PRINT2017

¡Últimos espacios disponibles!

REGÍSTRATE
CÓDIGO GRATUITO
LOG000001TVL

Sponsors:
PREMIUM
packworks
CADKA CESAB CHEP DS Smith ID LOGISTICS INTERROLL MANITOU oneZone Lusocargo PALLEX PBX PP

Tel.: (+34) 91 559 10 37
iberia@easyfairs.com
www.easyfairs.com/logismad

Organized by
EASYFAIRS
Visit the future

MAROC IN MODE
Clúster marroquí de la confección

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

La última edición del salón Maroc in Mode en octubre de 2016 reunió a cerca de 800 compradores internacionales, procedentes de España, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Portugal, Rusia, Oriente Medio y África subsahariana; y a 90 expositores.

ESPECIALIDAD

CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

MARRUECOS, 26 Y 27 DE OCTUBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.MAROCINMODE.COM

TECHTEXTIL + TEXPROCESS
Epicentro de la innovación textil

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En su última edición de mayo de 2017, Techtextil batió récords, con 1.477 expositores, un 6% más que dos años atrás, y 33.670 visitantes, un 18% más. Texprocess, por su parte, atrajo 312 empresas participantes y 13.718 asistentes.

ESPECIALIDAD

TEXTILES TÉCNICOS, MAQUINARIA PARA LA CONFECCIÓN

PRÓXIMAS FECHAS

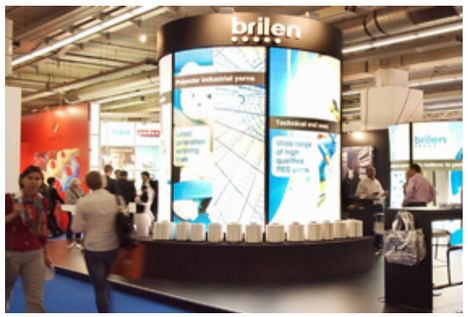
FRÁNKFURT, 14 A 17 DE MAYO DE 2019

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

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



MODA

CCapsule
p.48

Chic Shanghai
p.49

Centrestage
p.50

CPM Moscú
p.52

Colombiamoda
p.53

Ethical Fashion Show
p.54

Ispo
p.55

Modefabriek
p.56

Pitti Uomo
p.57

Momad
p.58

Magic Las Vegas
p.60

Panorama
p.61

Premium
p.62

Pure London
p.63

The One Milano
p.64

Tranoï
p.65

Who's Next
p.66

CAPSULE
Encuentro itinerante de la vanguardia en moda

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

TRAYECTORIA

Capsule, impulsada en 2007 por la agencia neoyorkina de relaciones públicas BPMW, echó a andar con la voluntad de ser un punto de encuentro global para las marcas de moda más vanguardistas en tendencias. En esta línea, la feria ha apostado siempre por la creatividad, por el diseño independiente y por las marcas con base artística. Tras el debut de la feria en Nueva York, los organizadores pusieron en marcha de inmediato otras convocatorias en Las Vegas y en París, hasta el punto de estar presente en los principales eventos del sector. El certamen también intentó consolidarse en Berlín, pero en 2015 abandonó.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La firme apuesta de Capsule por la moda independiente le ha valido el reconocimiento de grandes almacenes, comercios multimarca y *marketplaces*, que acuden a sus convocatorias en busca de valores nuevos aún por descubrir.

EDICIÓN ANTERIOR

Todos sus eventos cuentan con un máximo de 250 expositores. La organización no hace públicas las cifras de visitantes.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS (HOMBRE), 24 A 26 DE JUNIO DE 2017
NUEVA YORK (HOMBRE), 17 A 19 DE JULIO DE 2017
LAS VEGAS, 14 A 16 DE AGOSTO DE 2017
NUEVA YORK (MUJER), 16 A 18 DE SEPTIEMBRE DE 2017
LOS ANGELES, 9 A 10 DE OCTUBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+1 212 206 8310
INFO@CAPSULESHOW.COM

WEB

CAPSULESHOW.COM

CHIC SHANGHAI
Puerta de acceso al gigante chino

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Chic en marzo batió récords de participación y asistencia. La feria registró 1.213 empresas participantes y recibió a 108.164 visitanets, un 3,5% más que en la misma edición de un año atrás.

ESPECIALIDAD

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

PRÓXIMAS FECHAS

SHANGHÁI, 11 A 13 DE OCTUBRE DE 2017
SHANGHÁI, MARZO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

JORDAN ZENG
+86 10 65050546
ZENGQI@CWTC.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

GARFIELD LV
+86 10 65050617
LVJIANG@CWTC.COM

WEB

EN.CHICONLINE.COM.CN

CENTRESTAGE
Diseño 'made in Hong Kong'

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL DE EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En su estreno, Centrestage reunió a más de 200 diseñadores y marcas, entre las cuales acudieron Anagram, Aquascutum, Arthur Lam, Charmante, Dorian Ho, Galtiscopio, Harrison Wont o Sudo, entre otras.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

HONG KONG, 6 A 9 DE SEPTIEMBRE DE 2017

CONTACTO PARA VISITANTES Y EXPOSITORES

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

WEB

WWW.CENTRESTAGE.COM.HK

NUEVA CITA DE LA MODA:
CENTRESTAGE VUELVE A ABRIR SUS PUERTAS EN HONG KONG

¡Hong Kong marca tendencia! CENTRESTAGE, la feria de moda de la ciudad tendrá lugar en el Hong Kong Convention and Exhibition Centre, del 6 al 9 de septiembre de 2017, y será una experiencia única de marketing y abastecimiento para los profesionales del sector. En 2016, el evento acogió cerca de 200 expositores y atrajo a más de 8.300 visitantes.

CENTRESTAGE se dividirá en tres zonas temáticas. **GLAM** es donde se encontrarán las firmas más prestigiosas; **ALLURE** se contagiará de la sofisticación más atemporal, mientras que **METRO** será el espacio para el panorama de moda urbana y deportiva.

La prestigiosa gala de apertura **CENTRESTAGE ELITES** dará reconocimiento a los diseñadores más destacados en Asia. Por otra parte, el certamen anual **Hong Kong Young Fashion Designers' Contest (YDC)** constituye el trampolín para los diseñadores emergentes que quieren abrirse camino en la moda internacional.

CENTRESTAGE abrirá sus puertas al público el 9 de septiembre durante el **OPENSTAGE** y colaborará con las principales marcas de la ciudad, boutiques, hoteles y restaurantes en la campaña promocional **'Hong Kong in Fashion'**, que se llevará a cabo por toda la ciudad durante un mes. Un encuentro de moda inigualable le espera en Hong Kong, CENTRESTAGE 2017!

EXPOSITORES

VISITANTES

CENTRESTAGE
6–9 septiembre 2017 • Hong Kong Convention and Exhibition Centre
Para más información: barcelona.consultant@hktdc.org / (34) 932 360 930

CENTRESTAGE.COM.HK

CPM MOSCÚ
Trampolín para el mercado ruso

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El evento ruso, que tiene lugar dos veces al año, tiene desde sus inicios una gran acogida por parte de las marcas europeas, sobre todo italianas y alemanas, que han visto en él una buena plataforma para introducirse en el mercado.

EDICIÓN ANTERIOR

CPM Moscú continuó recuperando músculo en febrero, situándose de nuevo por encima de los 20.000 asistentes y rozando el millar de participantes. En cuanto a la presencia española, son habituales firmas como Alba Conde, Brunella, Selmark, Mayoral o Ysabel Mora, entre otras.

ESPECIALIDAD

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

PRÓXIMAS FECHAS

MOSCÚ, 30 DE AGOSTO A 2 DE SEPTIEMBRE DE 2017
MOSCÚ, FEBRERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.CPM-MOSCOW.COM

COLOMBIAMODA
Eje del negocio de la moda en Latinoamérica

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El recinto ferial Plaza Mayor de Medellín reúne más de 600 expositores, la mayoría de ellos de Colombia. En cuanto a los visitantes, sólo un 10% procede de fuera del país. Los compradores extranjeros acuden sobre todo de México, Ecuador y Venezuela, y muchos de ellos lo hacen a través de misiones comerciales que organiza la misma entidad ferial. Colombiamoda ha logrado un importante crecimiento en estas últimas ediciones, en las que ha registrado un aumento de la cifra de visitantes.

EDICIÓN ANTERIOR

En su última edición, en julio de 2016, el certamen concluyó con oportunidades de negocio por cerca de 1.300 millones de pesos (383.000 euros) y cerca de 12.300 compradores, el 87% internacionales. A la cita colombiana acudieron en esta ocasión 650 marcas.

ESPECIALIDAD

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

PRÓXIMAS FECHAS

MEDELLÍN, 25 A 27 DE JULIO DE 2017

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
Epicentro de la moda sostenible

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

TRAYECTORIA

Ethical Fashion Show inició su andadura en París en 2004 debido al interés que estaban despertando las políticas de responsabilidad social corporativa en el negocio de la moda. La feria, fundada por la activista francesa Isabelle Quéhé, empezó con un centenar de marcas. 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 y echó el cierre a la cita de París. En la capital alemana, el evento se celebra junto a Green Showroom.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Las marcas participantes en el encuentro tienen como común denominador la sostenibilidad. Entre las enseñas que participan se encuentran las españolas El Naturalista o Skunkfunk.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria del certamen Ethical Fashion Show, que tuvo lugar el pasado enero, volvió a batir récords de participación con un total de 178 marcas.

ESPECIALIDAD

MODA ÉTICA

PRÓXIMAS FECHAS

BERLÍN, 4 A 6 DE JULIO DE 2017
BERLÍN, ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

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

CONTACTO PARA VISITANTES

+49 69 7575 5855
CONTACT@ETHICALFASHIONSHOWBERLIN.COM

WEB

ETHICALFASHIONSHOWBERLIN.COM

ISPO
La cita del deporte gana tamaño

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

TRAYECTORIA

La feria alemana inició su internacionalización en 2005 cuando desembarcó en China con una convocatoria en Shanghái y tres años después se trasladó a Pekín. En 2015, la feria regresó a Shanghái con una nueva convocatoria en julio y, desde entonces, celebra dos eventos en China. En Múnich, la feria no ha escapado de las consecuencias de la transformación que ha sufrido la distribución de moda deportiva en las últimas décadas.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Ispo, que tuvo lugar el pasado febrero en Múnich, volvió a batir récords. El encuentro superó por primera vez en su trayectoria el listón de los 2.700 expositores y de los 83.000 visitantes. En la edición de Pekín de febrero, el certamen contó con 730 marcas y 40.000 profesionales, mientras que en Shanghái, en julio de 2016, la feria reunió a 500 marcas y cerca de 14.600 asistentes.

ESPECIALIDAD

ROPA, CALZADO Y MATERIAL DEPORTIVO

PRÓXIMAS FECHAS

SHANGHÁI, 6 A 8 DE JULIO DE 2017
PEKÍN, 24 A 27 DE ENERO DE 2018
MÚNICH, 28 A 31 DE ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

MARTINA CLAUSS
934 881 720
INFO@FIRAMUNICH.COM

WEB

WWW.ISPO.COM

MODEFABRIEK
Desde Ámsterdam al norte de Europa

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

TRAYECTORIA

Cuatro emprendedores locales impulsaron en 1996 este salón, que toma su singular nombre de la Westergasfabriek, el edificio industrial en el que se estrenó con poco más de una veintena de expositores y un centenar de visitantes. A lo largo de dos décadas, la feria se ha visto obligada a cambiar de ubicación por cuestiones de espacio, pero ha intentado preservar el ambiente industrial del inicio. En 2012, los organizadores impulsaron Mint una nueva feria en paralelo a Modefabriek dedicada 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.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

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

ESPECIALIDAD
MODA FEMENINA

PRÓXIMAS FECHAS
ÁMSTERDAM, 9 A 10 DE JULIO DE 2017
ÁMSTERDAM, ENERO DE 2018

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
Epicentro mundial de la moda masculina

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En la última convocatoria de enero, Pitti Uomo disminuyó un 3% el número de compradores, hasta 24.300. De estos, alrededor de 8.800 fueron extranjeros. El grueso de los asistentes internacionales procedió de Alemania, Japón, España y Reino Unido, mientras que los que más elevaron su presencia fueron británicos y chinos. En esta ocasión, la feria volvió a reunir 1.220 marcas.

ESPECIALIDAD
MODA MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS
FLORENCIA, 10 A 13 DE ENERO DE 2017
FLORENCIA, JUNIO 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
Plataforma española de la moda

La marca paraguas Momad, Eventos de Moda en Madrid, alberga las dos ferias sectoriales Momad Metrópolis -especializada en oferta textil-, y Momad Shoes -que concentra la oferta de calzado-, organizadas por Ifema. Tras unos años compartiendo techo y convocatoria, ambos salones se separaron en 2016 para recuperar el protagonismo de cada sector. No obstante, en algunas convocatorias, en función del calendario de cada sector, coinciden, si bien mantienen su identidad.

TRAYECTORIA

En sus inicios, Momad fue el resultado de la suma de dos ferias de moda de Madrid: el Salón Internacional de la Moda de Madrid (Simm) y Modacalzado+Iberpiel. El propósito del organizador ferial era concentrar al máximo los eventos de moda para ofrecer una propuesta global y con atractivo para el mercado internacional y, al mismo tiempo, crear sinergias con la pasarela Mercedes-Benz FashionWeek Madrid y con los salones del regalo (Intergift), de la bisutería (Bisutex) y de la joyería (MadridJoya), siempre que las fechas fueran coincidentes. En 2016, Ifema revisó la fórmula, creando de nuevo dos ferias por separado bajo el mismo paraguas de Momad.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Con esta nueva organización, Momad Metrópolis alberga marcas de moda femenina, masculina e infantil, y recibe a detallistas multimarca. Momad Shoes, por su parte, es el mayor espacio comercial del mundo dedicado al calzado fabricado en España.

EDICIÓN ANTERIOR

En su tercera edición en solitario, celebrada el pasado febrero, Momad Metrópolis agrupó a unas 900 marcas y rozó los 15.000 visitantes, el 14% internacionales. Por su parte, Momad Shoes congregó en su convocatoria de verano a 520 marcas y superó de nuevo los 5.000 asistentes.

ESPECIALIDAD

MODA, CALZADO Y COMPLEMENTOS

PRÓXIMAS FECHAS

MADRID, METRÓPOLIS, 1 A 3 DE SEPTIEMBRE DE 2017
MADRID, SHOES, 22 A 24 DE SEPTIEMBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

MOMAD: JAIME DE LA FIGUERA
MOMAD METROPOLIS: ANA RODRÍGUEZ
MOMAD SHOES: ROCÍO GÁMEZ
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

METROPOLIS

SALÓN INTERNACIONAL DE MODA

INTERNATIONAL FASHION TRADE SHOW

1-3 Sept. 2017

SHOES

SALÓN INTERNACIONAL DE CALZADO Y ACCESORIOS

INTERNATIONAL FOOTWEAR AND ACCESSORIES TRADE SHOW

22-24 Sept. 2017

ORGANIZA
ORGANISED BY:

IFEMA
Feria de Madrid

www.momad.ifema.es

Síguenos en / Follow us

MAGIC LAS VEGAS
Puerta de entrada a 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. Propiedad del grupo británico UBM, la feria aterrizó por primera vez en territorio asiático el pasado abril con su edición IFF Magic Japan.

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

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

ESPECIALIDAD

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

PRÓXIMAS FECHAS

LAS VEGAS, 14 A 16 DE AGOSTO DE 2017
LAS VEGAS, FEBRERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

ROSA ANA MARTÍNEZ
932 264 870
SPAIN@MAGICONLINE.COM

WEB

WWW.UBMFASHION.COM

PANORAMA
Núcleo de la gama media en Berlín

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En su última convocatoria de verano, Panorama reunió a unas 810 colecciones en una superficie de 45.500 metros cuadrados y recibió en torno a 51.500 visitantes. La feria continuó engrosando su tamaño e incorporó nuevas secciones, como una específica para el calzado y otra para el universo de los accesorios.

ESPECIALIDAD

MODA, CALZADO Y COMPLEMENTOS

PRÓXIMAS FECHAS

BERLÍN, 4 A 6 DE JULIO DE 2017
BERLÍN, ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+49 30 275956040
OFFICE@PANORAMA-BERLIN.COM

WEB

WWW.PANORAMA-BERLIN.COM

PREMIUM
Plato fuerte de la semana de la moda de Berlín

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

TRAYECTORIA

Anita y Norbert Tillmann impulsaron el salón en 2003 en 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 la neoyorkina IMG. 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. En octubre de 2016, Premium compró otra feria berlinesa, Show&Order.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Sólo Premium reúne dos veces al año, en enero y en julio, alrededor de 1.000 marcas y 60.000 compradores en la capital alemana. Con la suma de Seek, Bright y Show&Order, el certamen atrae un total de 1.800 enseñas en 51.000 metros cuadrados de superficie.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Premium, celebrada en Berlín el pasado enero, registró un aumento del 8% del número de visitantes en comparación con la edición del año anterior. Del total de asistentes, alrededor del 70% era de procedencia internacional, sobre todo de Austria, Suiza y del sur de Europa.

ESPECIALIDAD

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

PRÓXIMAS FECHAS

BERLÍN, 4 A 6 DE JULIO DE 2017
BERLÍN, ENERO DE 2018

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
Acceso directo al mercado británico

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

TRAYECTORIA

Pure London fue una iniciativa de la empresa inglesa Emap e Igedo Company, grupo alemán especializado en la organización de salones de moda. Más adelante, Emap tomó las riendas en solitario del certamen. En marzo de 2012, la división de la compañía Emap Connect cambió de nombre por i2i Events Group en un proceso de reorganización de todo el grupo empresarial. Desde 2014, Pure organiza también una convocatoria en Shanghái en octubre, en el marco de la feria Chic. En este evento participan alrededor de treinta marcas.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

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

ESPECIALIDAD

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

PRÓXIMAS FECHAS

LONDRES, 23 A 25 DE JULIO DE 2017
LONDRES, FEBRERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.PURELONDON.COM

THE ONE MILANO
La unión hace la fuerza

The One Milano inicia su andadura en 2017 y es resultado de la fusión de la feria de prêt-a-porter Mipap y la de piel y peletería Mifur.

TRAYECTORIA

El pasado febrero de 2017 se celebró la primera edición de The One Milano, resultado de la suma de Milano Prêt-à-Porter (Mipap), la feria de moda femenina de Milán, que convocaba alrededor de 160 marcas en Fieramilanocity, y el certamen de piel y peletería Mifur, un salón de larga trayectoria, que el pasado marzo convocó a 176 expositores.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Mipap se lanzó desde sus orígenes como un abanderado de la moda femenina producida en Italia. El certamen quiso cubrir un segmento medio, desmarcándose del lujo y el premium. Mifur, por su parte, agrupaba una oferta de prendas y complementos en piel y peletería. Las empresas italianas también concentraban el grueso de su oferta.

EDICIÓN ANTERIOR

En su debut el pasado febrero, The One Milano registró 244 expositores con 286 marcas y recibió a 11.154 visitantes, el 63% de los cuales era italiano. Entre la afluencia extranjera, los asistentes más numerosos fueron de Rusia, China y Corea del Sur.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA

PRÓXIMAS FECHAS

MILÁN, 22 A 25 DE SEPTIEMBRE DE 2017
MILÁN, FEBRERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

ELENA COLONNA
JORDANA BELLOMO
+39 02 76003315
INFO@THEONEMILANO.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

ELENA RIZZO
+39 02 76003315
ELENA.RIZZO@THEONEMILANO.COM

WEB

WWW.THEONEMILANO.COM

TRANOÏ
Cita de la vanguardia parisina

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

TRAYECTORIA

El salón parisino cuenta con una gran trayectoria a sus espaldas. La feria fue impulsada hace más de veinte años por Mariel Gamboa, pero no despegó hasta mediados de la última década, cuando tomó las riendas Michel Hadida. El salón se ha especializado en diseñadores y marcas de autor. Con el cierre de Rendez Vous, el otro gran certamen que se celebraba en París durante la semana de la moda, Tranoï se ha erigido como uno de los mayores eventos en Europa dedicados al diseño de vanguardia. En 2011, Tranoï compró Workshop, otro de los certámenes que coincidían en fechas en París, ganando todavía más protagonismo en la ciudad. En 2015, el salón desembarcó en Nueva York coincidiendo con la semana de la moda en la ciudad.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

La última cita del certamen se celebró en la capital francesa en febrero, durante la semana de la moda de París y en ella participaron alrededor de 600 empresas expositoras, que presentaron artículos de joyería, calzado, productos de cuero, accesorios y moda de baño.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS (HOMBRE Y PREVIEW MUJER), 23 A 25 DE JUNIO DE 2017
PARÍS (MUJER), 29 DE SEPTIEMBRE A 2 DE OCTUBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+33 (0)1 53 01 84 90

WEB

WWW.TRANOI.COM

WHO'S NEXT
Único protagonista en Puerta de Versalles

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La feria parisina es el certamen internacional de moda en el que participan más marcas españolas, con la presencia de firmas como Sita Murt, Vilagallo o Isabel de Pedro, entre otras. El publico internacional representa el 40% del total.

EDICIÓN ANTERIOR

En su edición del pasado septiembre, la Who's Next y Premiere Classe acogieron cerca de 45.192 visitantes, un 16% menos que un año atrás. El freno en el consumo interior en Francia redujo sobre todo la presencia de compradores locales, mientras que hubo un repunte entre los internacionales.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y UNISEX

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, 8 A 11 DE SEPTIEMBRE DE 2017
PARIS, ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

FIDANCIA (AGENTES EN ESPAÑA)
CHARLOTTE FORTUNET
+0034 932 32 05 33
CHARLOTTE@FIDANCIA.COM

WEB

WWW.WHOSNEXT.COM

CALZADO Y ACCESORIOS

Baselworld *p.70*

Couromoda *p.71*

Bijorhca *p.72*

Expo Riva Schuh *p.74*

FN Platform *p.75*

Gallery Shoes *p.76*

Intergift *p.77*

Micam *p.78*

Premiere Classe *p.80*

Sapica *p.81*

BASELWORLD
El gigante mundial de la relojería

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Baselworld, celebrada el pasado marzo, redujo sus dimensiones. El certamen ocupó una superficie de 140.000 metros cuadrados y recibió a 106.000 visitantes (un 4% menos en relación a la edición anterior) con más de 1.500 marcas.

ESPECIALIDAD

RELOJERÍA Y JOYERÍA

PRÓXIMAS FECHAS

BASILEA, 22 A 27 DE MARZO DE 2018

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

COUROMODA
Plataforma latinoamericana del calzado

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

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

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

SAO PAULO, ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.COUROMODA.COM

BIJORHCA
La bisutería se hace fuerte en París

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

TRAYECTORIA

El salón 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 y, con esta operación, Bijorhca logró reforzar su oferta de joyería en oro.

PERFIL EXPOSITORES

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 en oro y relojería. Bijorhca cuenta también con un espacio dedicado a la materia prima, equipamiento de tienda y paquetería, en el que se exponen piedras, perlas, abalorios, estuches, bustos, etc.

EDICIÓN ANTERIOR

Un total de 12.168 asistentes acudieron a la última edición de Bijorhca, celebrada el pasado enero. El 30% de los visitantes procedieron de fuera de Francia, de un total de noventa países. Asimismo, el salón contó con cerca de 400 marcas y expositores procedentes de treinta países.

ESPECIALIDAD

BISUTERÍA

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, 8 A 11 DE SEPTIEMBRE DE 2017
PARÍS, 19 A 22 DE ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

OLGA PONS
934 244 000
GPE@GPEXPO.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

SERVICOM CONSULTING&MARKETING
91 451 80 95
SERVICOM@SERVICOMCONSULTING.COM

WEB

WWW.BIJORHCA.COM

EXPO RIVA SCHUH
Calzado 'low cost' en Riva del Garda

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

TRAYECTORIA

Tras años de acusar la crisis en Europa, el salón ha recuperado en las últimas ediciones la senda de crecimiento. La feria, que alcanza las cincuenta ediciones, es bianual y se celebra en enero y en junio. La organización del certamen reafirma su importancia subrayando que entre el 50% y el 60% del calzado que se consume en Europa es *low cost*. En 2011, la feria trasladó su fórmula a la India, en Nueva Delhi, coincidiendo con el salón de la piel y los componentes del país, pero se canceló en 2014.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

La edición número 87 de Expo Riva Schuh, que tuvo lugar el pasado enero, contabilizó la visita de 13.000 asistentes y contó con la participación de 1.400 empresas expositoras.

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

RIVA DEL GARDA, 10 A 13 DE JUNIO 2017
RIVA DEL GARDA, ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+39 0464 570133
SEGRETERIACOMMERCIALE@RIVAFC.IT

WEB

WWW.EXPORIVASCHUH.IT

FN PLATFORM
Cita del calzado en talla XXL

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 Magic, también de grandes dimensiones, o Sourcing at Magic, para el aprovisionamiento y la marca blanca, entre otros.

TRAYECTORIA

El certamen, que desde 2010 se celebra junto a Magic, ha acabado consolidándose en Las Vegas después de sumar su oferta a la de The WSA Show, el que era su principal competidor. The WSA Show, propiedad de ENK International, pasó a manos de Advanstar, dueño de Magic y FN Platform, en 2012 junto con el resto de su cartera de ferias. En 2013, The WSA Show cambió de nombre por WSA@Magic y pasó a especializarse en calzado para el *fast fashion*.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

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

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

LAS VEGAS, 14 A 16 DE AGOSTO DE 2017
LAS VEGAS, FEBRERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

ROSA ANA MARTÍNEZ
932 264 870
SPAIN@MAGICONLINE.COM

WEB

WWW.MAGICONLINE.COM

GALLERY SHOES
La feria alemana del calzado muda la piel

Gallery Shoes es el nuevo nombre de la principal feria de calzado de Alemania, hasta ahora GDS. El certamen, considerado como el segundo más importante en Europa en volumen de expositores y visitantes, ha dado otra vuelta de tuerca a su estrategia para mantenerse en el calendario internacional.

TRAYECTORIA

La feria, que tiene lugar en Düsseldorf, es la puerta de acceso al mercado alemán y a los países que forman su área de influencia. En cuanto a su oferta, el salón ha ido apostando en los últimos años por recuperar la gama alta, aunque su fuerte continúan siendo las líneas medias de calzado casual y confort. En 2014, el certamen agitó el calendario ferial del calzado en Europa al dar un salto hacia adelante en las fechas y avanzarlas casi un mes tanto en la edición de invierno como en la de verano. Sin embargo, en 2017 ha trasladado de nuevo su convocatoria de verano a septiembre y ha cambiado su ubicación, abandonando Messe Düsseldorf para instalarse en la nave industrial Areal Böhler, en la misma ciudad.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Hasta ahora, entre las marcas que han participado en el salón alemán se encuentran Clarks, Buffalo, Skechers, Dr Martens, Mephisto, así como las españolas Unisa, Chie Mihara o Mascaró, entre otras. Las enseñas españolas acostumbran a tener una presencia destacada en el salón alemán. Acuden al certamen alrededor de setenta marcas españolas.

EDICIÓN ANTERIOR

El pasado febrero, la feria reunió a 800 marcas de calzado y a un centenar de fabricantes de calzado en Tag it!

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

DÜSSELDORF, 27 A 29 DE AGOSTO DE 2017
DÜSSELDORF, FEBRERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

GÜNTER SOMMER (DIRECTOR COMERCIAL INTERNACIONAL)
+49 211 4396 520
SOMMER@IGEDO.COM

WEB

WWW.GALLERY-SHOES.COM

INTERGIFT
Plataforma española de los accesorios

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

El pasado febrero tuvo lugar la última edición de Intergift, que se celebró junto a Bisutex y Madrijoya. Los salones cerraron sus puertas con la asistencia de 41.935 visitantes, un 2,15% más que en 2016. En cuanto a la representación de expositores, los salones congregaron a 1.566 empresas.

ESPECIALIDAD

REGALO, ARTÍCULOS DE DECORACIÓN, JOYERÍA Y BISUTERÍA

PRÓXIMAS FECHAS

MADRID, 20 A 24 DE SEPTIEMBRE DE 2017
MADRID, FEBRERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

Mª JOSÉ SÁNCHEZ (DIRECTORA INTERGIFT)
917 225 127
INTERGIFT@IFEMA.ES

CONTACTO PARA VISITANTES

902 221 616
VISIT.REGISTRO@IFEMA.ES

WEB

WWW.IFEMA.ES/INTERGIFT_01

MICAM
Abadenderado del calzado en Europa

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

TRAYECTORIA

En los últimos años, aunque se ha visto afectada por la crisis que ha azotado a Europa y, en especial, a los países del sur, Micam ha defendido su posicionamiento en Europa y el mundo. Desde 2013, la feria inició la internacionalización de su fórmula con su desembarco en Shanghái, que acabó integrando en Chic. Ahora organiza diferentes eventos comerciales bajo el paraguas de Micam en mercados estratégicos para el calzado italiano. Por otro lado, la feria en Milán ha regresado a sus fechas habituales tras la sacudida que le dio al calendario en los últimos años la alemana GDS.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La feria milanesa es el principal foco internacional para el calzado español. La feria reúne casi 1.500 expositores, de los cuales unos 600 son internacionales, y supera los 44.000 visitantes. Por otra parte, el certamen concentra en cada una de sus convocatorias más de 200 marcas españolas. En cuanto a los visitantes, los compradores españoles son los terceros en afluencia, por detrás de italianos y franceses.

EDICIÓN ANTERIOR

La feria italiana de calzado concluyó su edición número 83 el pasado febrero, con 1.405 expositores, el 56% italianos. El salón recibió 44.610 visitantes, un 5% más respecto a la convocatoria de invierno de un año atrás. En concreto, dispararon su presencia en esta última edición los asistentes procedentes de Alemania, Rusia y Ucrania.

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

MILÁN, 17 A 20 DE SEPTIEMBRE DE 2017
MILÁN, 11 A 14 DE FEBRERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+39 02 438291
INFO@THEMICAM.COM

WEB

WWW.THEMICAM.COM

PREMIERE CLASSE
Estandarte del diseño en 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 septiembre) en el recinto de Puerta de Versalles, junto con la feria Who's Next, y otras dos (en marzo y en octubre) en los Jardines de las Tullerías, coincidiendo con los desfiles de la semana de la moda.

TRAYECTORIA

La feria lleva más de veinte años celebrándose durante la semana de la moda de París y más de una década en Puerta de Versalles. Première Classe forma parte de la cartera de ferias de WSN Dveloppement, 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, de calzado y marroquinería, y la feria de moda Prêt-à-Porter, con su espacio de complementos Le Cube. Con esta operación, Who's Next pasó a dominar todo el conjunto de ferias de moda del recinto ferial parisino. En las primeras ediciones del nuevo Who's Next, la organización reestructuró y redimensionó toda la oferta y, en especial, la de los complementos. En el Jardín de las Tullerías, la Première Classe concentra unos 300 expositores, la mitad de los que tiene en Puerta de Versalles.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La principal baza del certamen, liderado desde 2016 por Etienne Cochet, director general de WSN Développement, ha sido su firme apuesta por el diseño y la vanguardia. El grueso de la oferta de Première Classe son los bolsos, aunque recoge también colecciones de calzado, joyería y bisutería, además de sombreros, fulares, cinturones, paraguas y guantes.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Première Classe en septiembre, organizada dentro de Who's Next, reunió un total de 45.192 visitantes, un 7% menos que un año atrás.

ESPECIALIDAD

COMPLEMENTOS Y ACCESORIOS

PRÓXIMAS FECHAS

PREMIERE CLASSE: PARÍS (PUERTA DE VERSALLES), 8 A 11 DE SEPTIEMBRE DE 2017
PPREMIERE CLASSE TUILERIES: PARÍS (JARDIN DE LAS TULLERÍAS), 28 DE SEPTIEMBRE A 1 DE OCTUBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

CONTACTO PARA VISITANTES

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

WEB

WWW.PREMIERE-CLASSE.COM

SAPICA
Cuna del negocio del calzado 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.

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

Sapica concluyó su edición número 76 celebrada en marzo con la asistencia de 3.515 compradores procedentes de veinte países, un 19% más que la de un año atrás. En esta ocasión, participaron 850 expositores.

ESPECIALIDAD

CALZADO

PRÓXIMAS FECHAS

LEÓN, 29 DE AGOSTO A 1 DE SEPTIEMBRE DE 2017
LEÓN, MARZO DE 2018

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

INFANTIL

Bubble London
p.84

Market by Kleine Fabriek
p.85

Fimi
p.86

Día Mágico by Fimi
p.88

Pitti Bimbo
p.90

Puericultura Madrid
p.91

Playtime
p.92

BUBBLE LONDON
Epicentro de la 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 NuevaYork. La feria se celebra dos veces al año en el Business Design Center (al norte de Londres).

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En la última convocatoria, que tuvo lugar el pasado enero, Bubble London presentó más de 250 expositores. El grueso de las empresas participantes proceden de Reino Unido.

ESPECIALIDAD

MODA INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS

LONDRES, 16 A 17 DE JULIO DE 2017
LONDRES, ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

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

CONTACTO PARA VISITANTES

ROSIE CRAMPTON (DIRECTORA)
+44 (0) 1484 846069
RCRAMPTON@BUBBLELONDON.COM

WEB

WWW.BUBBLELONDON.COM

MARKET BY KLEINE FABRIEK
Reorientación del certamen holandés

Market by Kleine Fabriek es el salón de moda infantil de Ámsterdam. La feria, que hasta el año pasado se llamaba simplemente Klein Fabriek, ha consolidado su protagonismo en el norte de Europa. El certamen se celebra en el centro de ferias y convenciones Amsterdam RAI (el mismo lugar que Modefabriek) dos veces al año.

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El grueso de la oferta son las colecciones de moda, aunque también se presenta calzado, accesorios, juguetes y artículos de puericultura y decoración. Market by Kleine Fabriek, que recibe en torno a 5.500 visitantes, abarca todo el universo del niño. En cuanto a la procedencia de los expositores, sólo el 30% son de Holanda. De las empresas participantes internacionales, la mayoría son francesas, danesas y británicas. Las marcas españolas han empezado a interesarse por este certamen como puerta de acceso a los países nórdicos. 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 Holanda. Los compradores internacionales proceden sobre todo de Bélgica y Alemania.

EDICIÓN ANTERIOR

El pasado enero, Make by Kleine Fabriek reunió a más de 300 marcas procedentes de 24 países en una superficie de 11.000 metros cuadrados. Al evento acudieron visitantes de 31 países.

ESPECIALIDAD

MODA INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS

ÁMSTERDAM, 9 A10 DE JULIO DE 2017
ÁMSTERDAM, ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

+31 (0) 20 4421960
MYLÈNE FLURI (DIRECTORA DE VENTAS)
MYLENE@KLEINEFABRIEK.NL

WEB

WWW.KLEINEFABRIEK.NL

FIMI
La feria internacional especializada en moda infantil

Fimi vive una segunda juventud en Madrid. La feria española de moda infantil cumple cinco décadas desde su primera edición celebrada como salón monográfico en Feria Valencia, en 1967. En 2013, Fimi decidió mudarse a la capital española donde ha celebrado ya ocho ediciones.

TRAYECTORIA

El salón, organizado por Feria Valencia, celebrará su 86ª edición en enero de 2018. En sus últimas ediciones, la feria ha experimentado un incremento del 10% de firmas procedentes de países como Alemania, Argentina, Brasil, Ecuador, Francia, Italia, Polonia, Portugal, Turquía, Reino Unido y Rusia.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Desde que Fimi llegó a Madrid, la feria empezó a atraer a los principales operadores del sector, ha recuperado la cota de 300 marcas y ha ido ganando público internacional. Aunque en sus orígenes la feria se especializó exclusivamente en moda infantil, calzado y complementos, hoy en día también está abierta a todo el universo de la infancia.

EDICIÓN ANTERIOR

El pasado junio, Fimi cerró las puertas de su edición número 85 con la participación de alrededor de 300 marcas y anotó un aumento del 10% de marcas internacionales en su exposición comercial. La feria recibió, además, un 10% más de compradores extranjeros procedentes de 35 países.

ESPECIALIDAD

MODA INFANTIL, CALZADO, COMPLEMENTOS Y BAÑO

PRÓXIMAS FECHAS

MADRID, 19 A 21 DE ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

FRANCISCO ORTIZ
963 861 147
FORTIZ@FERIAVALENCIA.COM

CONTACTO PARA VISITANTES NACIONALES

PILAR MÁRTI
963 861 302
PMARTI@FERIAVALENCIA.COM

CONTACTO PARA VISITANTES EXTRANJEROS

BEGOÑA PUIGMOLTÓ
963 861 397
BPUIGMOLTO@FERIAVALENCIA.COM

WEB

WWW.FIMI.ES

DÍA MÁGICO BY FIMI
Punto de encuentro del negocio de la moda de comunión

Día Mágico by Fimi es la única feria monográfica especializada en moda infantil de comunión y de ceremonia del mundo. El salón, organizado por Feria Valencia, desembarcó en Madrid en 2013 con el propósito de dar respuesta al calendario propio de este sector específico.

TRAYECTORIA

En su primera edición, la feria contó con un total de 44 marcas y tuvo lugar en la Real Fábrica de Tapices. Durante tres ediciones, el certamen se celebró en este espacio hasta que, en 2016, Día Mágico by Fimi se trasladó a la Casa de Campo ante el incremento de la demanda.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Día Mágico by Fimi ha mantenido una línea ascendente en todas sus ediciones. En 2014, el certamen agrupó ya a setenta empresas y, un año después, rozó el centenar y cubrió toda la superficie comercial disponible en el recinto, utilizando salas nuevas. El interés que despierta este certamen ha sido tal que, en la edición de 2015, la organización abrió lista de espera. Un año después, la feria superó el listón de los cien participantes y, en 2017, se acercó a los 200.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Día Mágico by Fimi, celebrada el pasado mayo en el Pabellón de Cristal del recinto ferial de la Casa de Campo de Madrid, contó con un 9% más de superficie expositiva en relación a su edición anterior. Entre las 23 firmas que desfilaron se encuentran Amarca Kids, Amaya, Angel Schlesser, Barcarola, Carmen Raimundo, Devota & Lomba, El Caballo, Francis Montesinos, Hannibal Laguna, entre otras. La feria recibió cerca de 4.000 visitantes, un 8% más que en su anterior edición.

ESPECIALIDAD

MODA COMUNIÓN Y CEREMONIA

PRÓXIMAS FECHAS

MADRID, MAYO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

AMELIA NAVARRO
96 386 13 76
ANAVARRO@FERIAVALENCIA.COM

FRANCISCO ORTIZ
96 386 11 47
FORTIZ@FERIAVALENCIA.COM

CONTACTO PARA VISITANTES

PILAR MARTI
96 386 13 02
PMARTI@FERIAVALENCIA.COM

WEB

WWW.FIMI.ES

PITTI BIMBO
El encuentro infantil del 'made in Italy'

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

Pitti Bimbo cerró su edición número 84 en junio con más de 6.700 compradores, de los cuales más de 2.400 fueron extranjeros. La feria, que volvió a superar los 10.000 visitantes, registró un aumento de la afluencia del público procedente de Rusia, Reino Unido, Alemania y Ucrania. En cuanto a los participantes, el salón rozó las 500 colecciones.

ESPECIALIDAD

MODA INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS

FLORENCIA, 22 A 24 DE JUNIO DE 2017
FLORENCIA, ENERO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES

TIZIANA BELLANDI
TIZIANA. BELLANDI@PITTIMMAGINE.COM
+39 055 3693224

CONTACTO PARA VISITANTES

FRANCESCA BARONCINI
FRANCESCABARONCINI@PITTIMMAGINE.COM
+39 055 3693238

WEB

WWW.PITTIMMAGINE.COM

PUERICULTURA MADRID
Más allá de la moda

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL

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

EDICIÓN ANTERIOR

La feria especializada del sector concluyó su última edición, celebrada a finales de septiembre, con 7.059 visitantes, el 7% internacionales. En esta convocatoria, Puericultura Madrid reunió a 488 empresas.

ESPECIALIDAD

MODA INFANTIL Y PRODUCTOS PARA LA INFANCIA

PRÓXIMAS FECHAS

MADRID, 5 A 8 DE OCTUBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

MARTA ARISTE
917 225 360

CONTACTO PARA VISITANTES

PUERICULTUIRAMADRID@IFEMA.ES

WEB

WWW.IFEMA.ES

PLAYTIME
Los actores de una 'nueva' moda infantil

Playtime es en la actualidad una de las mayores plataformas dedicadas al negocio de la moda infantil. La empresa francesa Picaflor International puso en marcha el evento en París en 2006 y más adelante llevó la fórmula a Tokio y a Nueva York. Este año, la compañía lleva el evento a Berlín.

TRAYECTORIA

La feria supuso el regreso de la actividad comercial del segmento de la moda infantil a París, de donde había desaparecido al inicio del siglo con el cierre definitivo de Mode Enfantine después de varios intentos infructuosos por reactivarla. La buena acogida del certamen en París motivó a sus impulsores a trasladarlo primero a Tokio, en 2009, y dos años después a Nueva York. Ambos certámenes sirven a las marcas galas de moda infantil como plataforma de entrada a los mercados japonés y estadounidense, aunque su propósito es también el de ser escaparate para las marcas locales.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Playtime ocupa desde hace más de una década el Parque Floral de la capital francesa, donde actualmente concentra alrededor de 500 marcas y recibe unos 6.500 visitantes. El salón ha mantenido un crecimiento lento pero sostenido y, en sus últimas ediciones, se ha acercado en cifras a su competidor florentino Pitti Bimbo. En Tokio, el evento se organiza en los jardines de Shibuya, uno de los epicentros de la moda en la capital nipona. La feria suma más de 200 marcas y recibe en torno a 2.300 visitantes. En Nueva York, Playtime se celebra en el Metropolitan Pavilion.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Playtime en París en julio reunió más de 500 marcas de moda infantil y a 7.689 visitantes, un 3,1% más que en el invierno anterior. En Tokio, el encuentro agrupó en febrero a unas 200 enseñas y 2.804 asistentes. Y en Nueva York, las cifras de la convocatoria de verano ascendieron a 190 firmas y más de 2.000 visitantes.

ESPECIALIDAD

MODA INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, 1 A 3 DE JULIO DE 2017
BERLÍN, 5 A 6 DE JULIO DE 2017
NUEVA YORK, 6 A 8 DE AGOSTO DE 2017
TOKIO, 22 A 24 DE AGOSTO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.ILOVEPLAYTIME.COM

CINAMONEWS NNN

Talent
Lab by Modaes.es

El laboratorio de formación de Modaes.es

360 Global
Fashion Camp

Octubre
2017

Llámanos al 933 180 551 para tener más información.

talentlab.cinnamonnews.com

NUPCIAL

Barcelona Bridal Week
p.96

Bridal Market Chicago
p.97

The London Bridal Show
p.98

SI Sposaltalia
p.99

BARCELONA BRIDAL FASHION WEEK
En busca del 'sí quiero' global

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 los Fashion Shows y el Professional Trade Fair.

TRAYECTORIA
El certamen tomó la forma de semana de la moda en 2003, cuando su empresa fundadora, Moda Barcelona, decidió coordinar las fechas de ambos eventos. Actualmente, ambos certámenes tienen lugar en el recinto ferial Gran Vía de Fira de Barcelona. En 2014, Moda Barcelona cedió la gestión de la feria y la pasarela a Fira de Barcelona. En los últimos años, la feria ha ido aumentando poco a poco la cifra de expositores y de visitantes, que había quedado estancada antes de que Fira tomara las riendas.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES
El grueso de las empresas que participan en Barcelona Bridal Fashion Week son de diseño y producción de vestidos de novia, novio, ceremonia y complementos. En las últimas ediciones ha sido cuando la nueva organización ha ampliado el abanico hacia los accesorios y los complementos.

EDICIÓN ANTERIOR
El pasado mayo, el salón nupcial consiguió reunir a 308 marcas, un aumento del 30% más que en 2016, y recibió a alrededor de 18.900 visitantes a lo largo de los seis días que duró el evento, un 5% más.

ESPECIALIDAD
MODA NUPCIAL Y DE CEREMONIA

PRÓXIMAS FECHAS
BARCELONA, 24 A 29 DE DE ABRIL DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES
902 233 200
BARCELONABRIDALWEEK.VENTAS@FIRABARCELONA.CON

CONTACTO PARA VISITANETS
902 233 200
BARCELONABRIDALWEEK@FIRABARCELONA.COM

WEB
WWW.BARCELONABRIDALWEEK.COM

BRIDAL MARKET CHICAGO
Altar estadounidense de la moda nupcial

Estados Unidos ha cambiado el epicentro de su negocio de moda nupcial. Nueva York ha cedido el relevo a Chicago como capital del sector en Estados Unidos.

TRAYECTORIA
El grupo The Mart, que hasta ahora organizaba Bridal Market Chicago y la semana de la moda nupcial de Nueva York, ha optado por abandonar este último certamen y centrarse únicamente en el primero. El salón de Nueva York dio sus primersos pasos en 2010 y se celebraba en el recinto ferial Pier 94. La compañía también se encarga de la gestión de la feria Bridal Market de Chicago. El evento está considerado como una de las citas imprescindibles para los profesionales del sector nupcial de Estados Unidos.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES
En cuanto al número de expositores, el salón no deja de aumentar y crece edición tras edición. Entre los más fieles a la cita, se encuentran las firmas Vera Wang, Oscar de la Renta, Carolina Herrera, Amsale o Angel Sanchez, entre otras.

EDICIÓN ANTERIOR
La semana de la moda nupcial de Chicago reúne alrededor de 260 empresas expositoras con más de 400 colecciones.

ESPECIALIDAD
MODA NUPCIAL

PRÓXIMAS FECHAS
CHICAGO, 24 A 27 DE SEPTIEMBRE DE 2017
CHICAGO, ABRIL DE 2018

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

CONTACTO PARA VISITANTES
312.527.4141

WEB
WWW.NATIONALBRIDALMARKET.COM

THE LONDON BRIDAL SHOW
La cita británica de las novias

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En la última edición de The London Bridal Show se presentaron más de 200 colecciones a cargo de algunos de los diseñadores con más renombre del mundo. El número de visitantes que acudió a la cita nupcial aumentó un 10% respecto a la pasada edición hasta superar el listón de los 2.000 asistentes.

ESPECIALIDAD

MODA NUPCIAL

PRÓXIMAS FECHAS

LONDRES, 25 A 27 DE MARZO DE 2018

CONTACTO PARA EXPOSITORES Y VISITANTES

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

WEB

WWW.THELONDONBRIDALSHOW.CO.UK

SI SPOSAITALIA
El sello italiano a la moda nupcial

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

El salón italiano de moda nupcial culminó su última edición con más de 8.000 compradores Entre los 200 expositores se encontraban marcas españolas como Carla Ruiz, Matilde Cano, Novia d'Art o Sonia Peña, entre otros.

ESPECIALIDAD

MODA NUPCIAL

PRÓXIMAS FECHAS

MILÁN, 6 A 9 DE ABRIL DE 2018

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

ÍB

ÍNTIMO Y BAÑO

Gran Canaria Moda Cálida
p.102

Salon Internacional de la Lingerie
p.103

Mode City
p.104

GRAN CANARIA MODA CÁLIDA
Moda baño al calor de la isla

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

Agua Bendita, Como la trucha al trucho o Elena Rubio fueron algunas de las firmas que participaron en la pasarela de Gran Canaria Moda Cálida en junio. El evento también contó con la participación de Custo Barcelona y Ágatha Ruiz de la Prada. En total, el certamen reunió a una treintena de diseñadores y marcas.

ESPECIALIDAD

MODA BAÑO

PRÓXIMAS FECHAS

GRAN CANARIA, JUNIO DE 2018

CONTACTO PARA VISITANTES

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

WEB

WWW.GRANCANARIAMODACALIDA.ES

SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE
París, capital también del íntimo

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El Salon International de la Lingerie, igual que Mode City, ha sufrido las consecuencias de un mercado que tiende a la concentración y en el que la gran distribución a ganado terreno frente al comercio tradicional. En las últimas ediciones, el salón ha reunido a medio millar de marcas.

EDICIÓN ANTERIOR

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

ESPECIALIDAD

ÍNTIMO

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, 21 A 23 DE ENERO DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

ANGÈLE SITBON
+ 33 (0)1 47 56 32 33
ASITBON@EUROVET.FR

CONTACTO PARA VISITANTES

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

WEB

WWW.LINGERIE-SWIMWEAR-PARIS.COM

MODE CITY
De la playa a la Rive Gauche

Mode City es la feria dedicada al íntimo y al baño, que celebra en París una única convocatoria en julio. El salón es propiedad de Eurovet, empresa especializada en la organización de eventos para la industria de la moda. Mode City, igual que el Salon International de la Lingerie, se celebra junto a Interfilière, la feria de tejidos y fornituras para el íntimo y el baño.

TRAYECTORIA

El salón, nacido en Lyon, ha ido desarrollando otras versiones fuera de Francia en los últimos años. Hace tres años, Eurovet alcanzó un acuerdo con Igedo, responsable de la feria CPM en Moscú, para poner en marcha un salón dedicado a la moda íntima y de baño en la capital rusa, Moscow Mode Lingerie & Swim. Asimismo, en 2013 el salón lanzó el *spin off* Riviera by Mode City, en la localidad francesa de Cannes. Un año después, el nuevo certamen reunió 170 marcas. En su próxima edición, Riviera by Mode City se trasladará al centro de exposiciones Mandelieu-la-Napoule, situado a veinte minutos del Aeropuerto de Niza.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

El certamen ha acusado la transformación de un mercado que ha pasado de estar dominado por el canal multimarca a estar liderado por grandes grupos de distribución.

EDICIÓN ANTERIOR

En la última edición de Mode City, celebrada en Lyon, la feria reunió a 400 marcas. El salón estrenó en enero el formato alternativo Uncover, rebautizado ahora como Exposed. Además, en julio de 2016, Mode City estrenó el espacio Sportiv', dedicado al deporte y a la mujer.

ESPECIALIDAD

MODA ÍNTIMO Y BAÑO

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS, MODE CITY, 8 A 10 DE JULIO DE 2017

MANDELIEU-LA-NAPOULE, RIVIERA BY MODE CITY, 10 A 11 DE SEPTIEMBRE DE 2017

CONTACTO PARA EXPOSITORES

LINGERIESWIM@EUROVET.FR

CONTACTO PARA VISITANTES

ELENA BESCOS-LE CAM

+33 (0) 1 47 56 32 46

EBESCOS@EUROVET.FR

WEB

WWW.LINGERIE-SWIMWEAR-PARIS.COM

MODE CITY
SALON INTERNATIONAL
DE LA LINGERIE ET DU SWIMWEAR
PARIS

lingerie-swimwear-paris.com

WHERE THE
BODYFASHION
WORLD MEETS

Paris Expo
Porte de
Versailles
Pav.1

INTERFILIÈRE
PARIS

interfiliere.com

lingerie-swimwear-paris.com
+33 (0)1 47 56 32 46 | ebescos@eurovet.fr

EUROVET
PARIS CAPITALE DE LA CRÉATION

PASARELAS

080 Barcelona Fashion
p.108

Haute Couture Paris
p.109

London Fashion Week
p.110

Mercedes-Benz Fashion Week Madrid
p.111

New York Fashion Week
p.112

Milano Moda Donna
p.113

Semana de la Moda de París
p.114

080 BARCELONA FASHION
Pasarela y showroom en busca de negocio

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

La selección de diseñadores participantes en 080 Barcelona Fashion se realiza a partir del veredicto de un jurado internacional, que se reúne una vez por cada edición. Para desfilar, los candidatos deben cumplir ciertos requisitos que el Gobierno catalán publica para cada una de las convocatorias. El concepto inicial de la pasarela se revisó en 2011 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 desfilar a marcas como Punto Blanco, Escorpión o Aldo Martins, entre otras. Junto a todas ellas, siguen presentando sus colecciones diseñadores independientes, la mayoría de ellos catalanes, que tratan de impulsar sus propios proyectos empresariales.

EDICIÓN ANTERIOR

La pasarela 080 Barcelona Fashion celebró su edición número 18 el pasado junio y recibió la visita de 24.800 personas. En su vertiente comercial, el evento coordinó unas 250 reuniones con compradores, con una veintena de asistentes procedentes del extranjero.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA, MASCULINA E INFANTIL

PRÓXIMAS FECHAS

BARCELONA, 26 A 30 DE JUNIO DE 2017
BARCELONA, FEBRERO DE 2018

CONTACTO PARA VISITANTES

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

WEB

WWW.080BARCELONAFASHION.CAT

HAUTE COUTURE PARIS
La alta costura vuelve a resplandecer en la capital de la moda

Los desfiles de alta costura se dan cita dos veces al año en París, en enero y en julio, con las colecciones de una treintena 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 programa de desfiles.

TRAYECTORIA

En la última década, este certamen ha virado hacia la espectacularidad, no sólo en las colecciones, sino también en su puesta en escena. La pasarela se ha convertido en una de las mayores plataformas de comunicación para las marcas de lujo. La irrupción del prêt-à-porter en los sesenta dio la primera estocada a la alta costura, que sigue luchando por ser el único reducto del lujo, la exclusividad y la creatividad en la moda. A diferencia de las pasarelas de prêt-à-porter, las colecciones que se presentan en la alta costura corresponden a la temporada en curso. La crisis dio de lleno en la pasarela, que disminuyó el programa a apenas una docena de participantes. Sin embargo, en los últimos años ha recuperado de nuevo aliento y protagonismo.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

En la última convocatoria, celebrada a principio de enero, partiparon trece miebros de la Alta Costura y 22 marcas y diseñadores invitados por la federación.

ESPECIALIDAD

ALTA COSTURA

PRÓXIMAS FECHAS

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

CONTACTO PARA VISITANTES

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

WEB

WWW.MODEAPARIS.COM

LONDON FASHION WEEK
El oasis del 'Brexit'

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

TRAYECTORIA

El British Fashion Council (BFC), la asociación de diseñadores británicos, es el responsable de la organización del evento, que cuenta además con el apoyo del Ayuntamiento de Londres. El BFC impulsó el certamen en 1984 con la voluntad de dar a conocer la moda con sello británico y promocionar la ciudad como epicentro del diseño. Con motivo de la celebración de los Juegos Olímpicos en Londres en 2012, el BFC y el consistorio de la capital británica organizaron un paquete de actividades para mostrar al mundo el diseño inglés. Uno de estos eventos fue la pasarela de moda masculina London Collections: Men, que ha terminado haciéndose un hueco en el calendario de presentaciones de la moda masculina. En 2017, la pasarela masculina cambió el nombre por London Fashion Week Men's.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

La semana de la moda de Londres, que tuvo lugar a mediados de febrero, concentró 51 desfiles y 32 presentaciones. Al encuentro asistieron alrededor de 5.000 asistentes.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

LONDRES, 15 A 19 DE SEPTIEMBRE DE 2017
LONDRES (MEN'S), ENERO DE 2018

CONTACTO PARA VISITANTES

EMILY HART (SENIOR BUYER RELATIONS EXECUTIVE)
+44 (0) 20 7759 1990
EMILY.HART@BRITISHFASHIONCOUNCIL.COM

WEB

WWW.LONDONFASHIONWEEK.CO.UK

MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID
Diseño 'made in Spain'

Con una trayectoria de más de treinta años, la pasarela Mercedes-Benz Fashion Week Madrid (Mbfwm), organizada por Ifema, es el escaparate del diseño de moda de España, en el que presentan sus colecciones los principales creadores del país. Gran parte de los diseñadores participantes son miembros de la Asociación Creadores de Moda de España (Acme), si bien también presentan sus colecciones en esta pasarela otros creadores no adscritos a esta asociación.

TRAYECTORIA

Desde el inició de su andadura, en febrero de 1985, la pasarela Mbfwm viene acogiendo los desfiles de más de 300 creadores españoles, tanto nombres consagrados como otros más jóvenes que se han ido incorporando a lo largo de estos años. La pasarela tiene a Mercedes-Benz, L'Oréal Paris e Inditex como principales patrocinadores. Mercedes-Benz da nombre a la pasarela desde 2012.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

En este evento participan diseñadores españoles de largo recorrido, como Ágatha Ruiz de la Prada, Roberto Torretta, Devota&Lomba y Duyos, entre otros, junto a diseñadores de más reciente aparición, como Alvarno, Juan Vidal, The 2nd Skin o Ulises Mérida. En cada edición, el evento recibe en torno a 50.000 visitantes, entre compradores, prensa nacional e internacional y clientes de los diseñadores.

EDICIÓN ANTERIOR

La última convocatoria de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, celebrada en febrero pasado, presentó las colecciones Otoño-Invierno 2017/18 de los 42 creadores españoles más importantes del momento. En total, el salón recibió 50.206 visitantes y acreditó a 1.314 profesionales de la prensa, de los que 90 fueron extranjeros, procedentes de Austria, Bélgica, Brasil, China, Colombia, Dubai, Finlandia, Francia, Holanda, Hong Kong, Italia, México, Portugal, Suecia, Taiwán, Estados Unidos y Reino Unido.

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA

PRÓXIMAS FECHAS

MADRID, 14 A 19 DE SEPTIEMBRE DE 2017
MADRID, ENERO DE 2018

CONTACTO PARA VISITANTES

LOURDES LIÉBANA (COORDINADORA)
917 225 084
LLIEBANA@IFEMA.ES

WEB

WWW.MBFWMADRID.IFEMA.ES

NEW YORK FASHION WEEK
La moda en la Gran Manzana

La semana de la moda de Nueva York es el mayor evento que organiza la industria de la moda en Estados Unidos. La pasarela tiene lugar dos veces al año, en febrero y en septiembre, y es la encargada de abrir el calendario internacional de desfiles. En los últimos meses, el certamen ha sido pionero en reflexionar sobre el futuro de las pasarelas, abrirlas al público final e introducir el *see now buy now*.

TRAYECTORIA

IMG Fashion es la empresa responsable de la organización de la pasarela, que en mayo de 2015 perdió como patrocinador a Mercedes-Benz, quien le había dado nombre desde 2009. En 2015, el evento también cambió de ubicación y se trasladó del Lincoln Center al histórico edificio de Moynihan Station. Además del evento en Nueva York, IMG Fashion organiza también en Estados Unidos la semana de la moda de Miami, especializada en baño. En 2015, la organización lanzó además una pasarela para moda masculina con Calvin Klein, Tommy Hilfiger o Michael Kors, entre otros.

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

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

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

NUEVA YORK (HOMBRE), 10 A 30 DE JULIO DE 2017
NUEVA YORK, 7 A 13 DE SEPTIEMBRE DE 2017

CONTACTO PARA VISITANTES

LAUREN TURNER
LAUREN.TURNER@IMGWORLD.COM

WEB

WWW.NYFW.COM

MILANO MODA DONNA
Cumbre del 'made in Italy'

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

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

EDICIÓN ANTERIOR

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

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

MILÁN (MUJER), 20 A 26 DE SEPTIEMBRE DE 2017
MILÁN (HOMBRE), ENERO DE 2018

CONTACTO PARA VISITANTES

+39 02 7771081
CAMERAMODA@CAMERAMODA.IT

WEB

WWW.CAMERAMODA.IT

SEMANA DE LA MODA DE PARÍS
Cuna del prêt-à-porter

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

TRAYECTORIA

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

PERFIL EXPOSITORES Y VISITANTES

Balenciaga, Hermès, Louis Vuitton, Chanel, Christian Dior, Yves Saint Laurent, Jean Paul Gaultier o Lanvin son algunos de los grandes nombres de la moda francesa habituales en la pasarela. Junto a ellos, desfilan creadores belgas, como Dries van Noten; británicos, como Rick Owens, Vivien Westwood o Alexander McQueen; holandeses, como Viktor&Rolf, o japoneses, como Junya Watanabe.

EDICIÓN ANTERIOR

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

ESPECIALIDAD

MODA FEMENINA Y MASCULINA

PRÓXIMAS FECHAS

PARÍS (HOMBRE), 18 AL 22 DE ENERO DE 2017
PARÍS (MUJER), 28 DE FEBRERO A 8 DE 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

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

Encuentra al profesional que buscas en Empleo Modaes.es

empleo.modaes.es

www.modaes.es

modaes.es

Guías

FERIAS Y PASARELAS DE MODA

17/18