



INFORME
DE FERIA

2024



SHOES DÜSSELDORF II

Düsseldorf

1-3 de septiembre de 2024

Oficina Económica y Comercial
de España en Düsseldorf

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

10 de octubre de 2024
Düsseldorf

Este estudio ha sido realizado por
Madalina Lungu

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de España en Düsseldorf

<http://alemania.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
2. Descripción y evolución de la Feria	6
2.1. Ubicación	7
2.2. Servicios ofrecidos	8
2.3. Actividades paralelas de promoción de la feria	9
2.4. Datos estadísticos de participación	9
2.5. Participación española	10
3. Actividades de promoción	14
3.1. Participación agrupada en la feria	14
3.2. Publireportaje Schuhkurier	15
4. Tendencias y novedades presentadas	16
4.1. Tendencias globales	16
4.2. Tendencias por producto	16
5. Valoración	18
5.1. Del evento en su conjunto	18
5.2. Del sector/producto de la feria	18
5.3. En conjunto	18
6. Anexos	19
6.1. Artículos de prensa	19
6.2. Direcciones de interés	19
6.3. Transporte y alojamiento	19
6.4. Recomendaciones	19





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

Fecha: 1-3 de septiembre de 2024

Frecuencia: Bianual

Carácter: Regional

Próxima edición: 2-4 de febrero de 2025

Lugar de celebración: Areal Böhler
Hansaallee 321
40549 Düsseldorf
Deutschland

Transporte público: Lörick U70, U74 y U76

Página web: <https://shoes-duesseldorf.com/>

Horario: De 9:30 a 18:00 (el último día hasta las 15:00)

Precio de entrada: Gratuita con previo registro para visitante profesional

Organizador: Igedo Exhibitions GmbH & Co. KG
Emmanuel Leutze Straße 8
40547 Düsseldorf
info@igedo.com

Sectores representados: Calzado, calzado infantil, calzado sostenible, accesorios y artículos de marroquinería.

1.2. Sectores y productos representados

La feria engloba el sector de calzado (código ICEX 30204) e incluye, en menor cantidad, accesorios y artículos de marroquinería (código ICEX 30203). A continuación, se muestra la clasificación arancelaria bajo el sistema armonizado:

PARTIDAS ARANCELARIAS SECTOR CALZADO Y MARROQUINERÍA

Código TARIC	Descripción
Capítulo 64	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos
6401	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera.
6402	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico
6403	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.
6404	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.
6405	Los demás calzados.
6406	Partes de calzado (incluidas las partes superiores fijadas a las palmillas distintas de la suela); plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y artículos similares, y sus partes.
Capítulo 42	Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa.
4203	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de cuero natural o cuero regenerado.

Fuente: Access2Markets, Comisión Europea.

2. Descripción y evolución de la Feria

La feria SHOES Düsseldorf es el evento más destacado del sector del calzado en Alemania y un referente para la industria internacional, dado que sirve como punto de encuentro entre la oferta y la demanda del comercio internacional de calzado. Además, Düsseldorf es conocida como la capital de la moda en Alemania debido al importante número de showrooms permanentes de moda y calzado.

Se celebra de forma bianual en el recinto industrial Areal Böhler de Düsseldorf, un espacio que, se ha consolidado como el nuevo escenario del evento, tras haber sido anteriormente celebrado en el recinto ferial Messe Düsseldorf. La próxima edición tendrá lugar del 2 al 4 de febrero de 2025.

Este evento destaca por su ambiente acogedor y su formato compacto, que permite ofrecer una experiencia más exclusiva. De hecho, el enfoque de la feria se asemeja al concepto de showroom, lo que permite a las marcas exhibir las últimas tendencias y novedades del momento. Asimismo, este certamen es el lugar idóneo para realizar pedidos: permite al sector minorista realizar sus pedidos el domingo de la feria.

La feria se organiza en seis áreas principales para optimizar la presentación de productos:

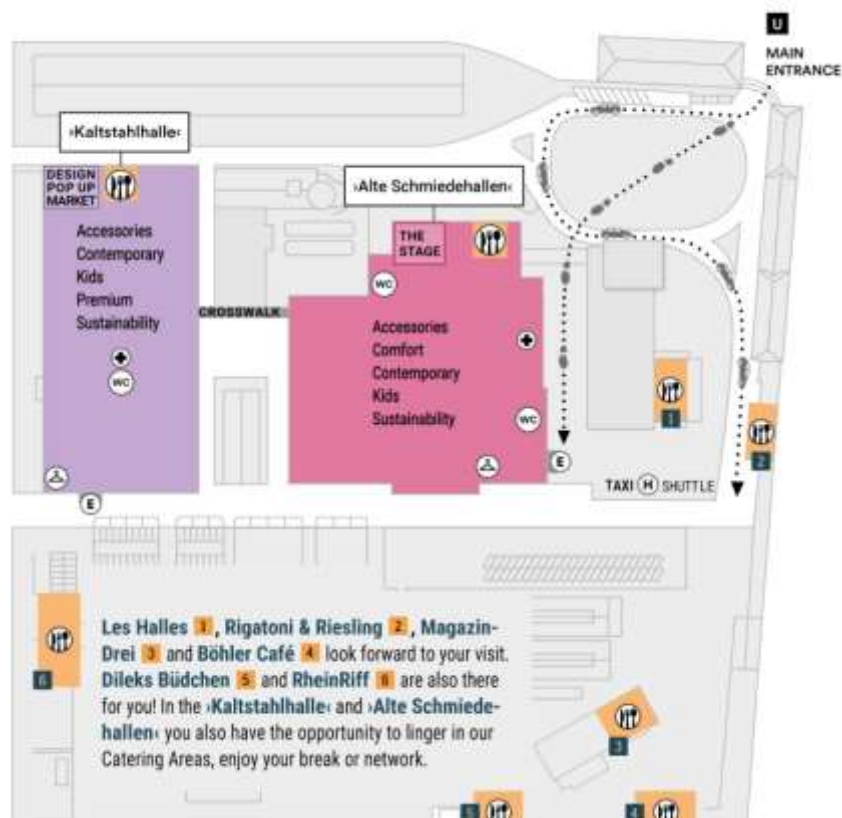
- **Premium:** segmento de alta gama con marcas que marcan tendencias, caracterizadas por la calidad de sus materiales y acabados sofisticados. Entre las marcas más destacadas se encuentran empresas españolas, italianas y alemanas.
- **Contemporary:** área principal de exposición, donde se exhiben colecciones variadas de marcas internacionales con estilos cosmopolitas y prendas insignia.
- **Urban:** zona dedicada a los diseños más innovadores y transgresores con propuestas vanguardistas.
- **Comfort:** enfocada en el calzado ergonómico y cómodo, adaptado a las necesidades del consumidor en términos de confort.
- **Kids:** área especializada en calzado infantil y juvenil, con un enfoque en materiales sostenibles y funcionales.
- **Accessories:** espacio donde se presentan accesorios que complementan el calzado, como bolsos y carteras de mano.

2.1. Ubicación

El certamen se organiza en recinto ferial del Areal Böhler en Düsseldorf que cuenta con un área de aproximadamente 16.000 m². Se trata de una antigua fábrica remodelada con un diseño industrial contemporáneo donde se celebran eventos tanto de ocio como profesionales.

En cuanto a la disposición de los expositores, las marcas pueden optar por presentar sus colecciones en stands de decoración libre, con una superficie máxima de 150 m² y un precio de 200 EUR por metro cuadrado, o en stands de concepto con diseño estandarizado y un precio de 295 EUR por metro cuadrado. La mayoría de los expositores utilizan stands modulares, adaptados a sus necesidades.

PLANO DEL RECINTO FERIAL SHOES DUSSELDORF 2024



Fuente: Shoes Dusseldorf 2024.

Los expositores están organizados en base a las seis áreas detalladas anteriormente y se distribuyen en dos pabellones:

- **Alte Schmiedehallen:** Se trata del pabellón más amplio donde se pueden encontrar los sectores *contemporary*, *comfort*, *kids*, *accessories* & *sustainability*
- **Kaltstahlhalle:** está dedicado en gran medida al segmento *premium*, aunque también se pueden encontrar empresas de los otros segmentos.

PLANO RECINTO DETALLADO POR PABELLONES



Fuente: Shoes Dusseldorf 2024.

En lo que respecta a la presencia española, esta se ha repartido entre ambos pabellones acorde a la categoría de los productos de exposición arriba indicados.

2.2. Servicios ofrecidos

Como cada año, la feria ofrece una amplia gama de servicios diseñados para maximizar la experiencia tanto de expositores como de visitantes:

Espacios de exposición: construcción de *stands* y servicios técnicos.

Promoción y marketing: pases de expositor digitales e invitaciones gratuitas; inclusión en el catálogo oficial de expositores; oportunidades de publicidad en medios impresos y digitales asociados a la feria; invitaciones dirigidas a grupos de compras, entre otros.

Eventos y presentaciones: oportunidades de participación en conferencias y seminarios; espacios para demostraciones en vivo y presentaciones de productos.

Servicios adicionales: organización de viajes, oferta de hoteles asociados, *catering*, *shuttle* etc.

2.3. Actividades paralelas de promoción de la feria

Además de la exposición de productos, la feria Shoes Düsseldorf ofrece un programa variado de conferencias, seminarios y eventos especiales que abordan temas relevantes para la industria del calzado, incluyendo presentaciones sobre las últimas tendencias e innovaciones.

En el escenario ubicado en *Alte Schmiedehallen* se desarrolló un amplio programa para los compradores con sesiones informativas sobre tendencias de moda, pedidos y conferencias de prensa para presentar cifras y datos actuales de la industria de la mano de expertos del sector.

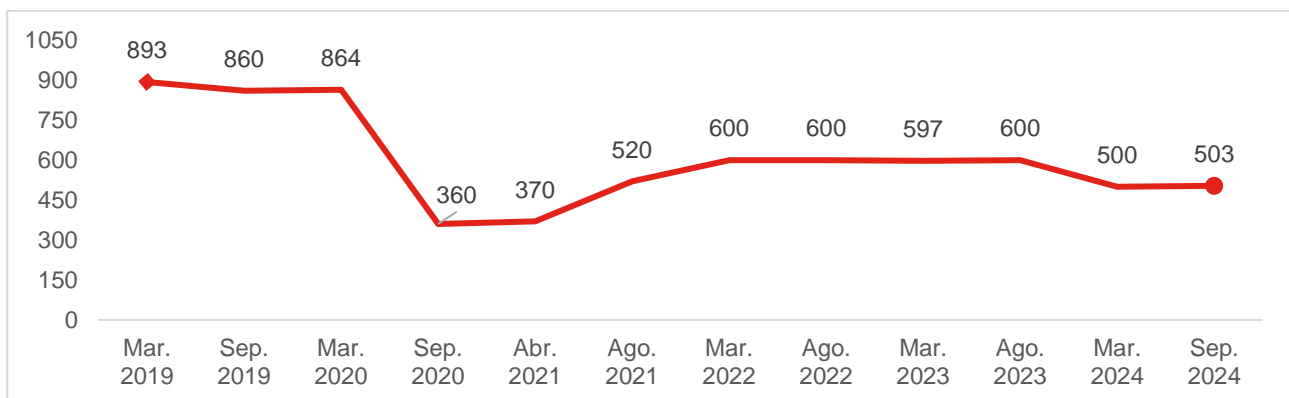
Uno de los momentos más relevantes de esta edición fue la charla "*Ulrike Meets Frauke*", donde la directora general de Igedo Exhibitions Ulrike Kähler y la embajadora de ara SHOES y directora creativa VIP de RTL Frauke Ludowig intercambiaron su visión la moda y el calzado.

Adicionalmente, se presentaron conceptos y productos innovadores bajo el lema "*Rising Retail & Event Concepts*" en un espacio asignado del pabellón *Kaltstahlhalle*.

2.4. Datos estadísticos de participación

En la segunda edición del 2024 de la Shoes Düsseldorf participaron un total de 503 marcas correspondientes a aproximadamente 300 expositores, una ligera diferencia de 3 marcas adicionales con respecto a la edición de marzo. La feria ha ido perdiendo participación desde la pandemia y aunque en los dos años anteriores las cifras se habían estabilizado en torno a las 600 marcas, en esta edición el número de expositores siguen un 16 % inferior en comparación a la edición del 2022.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE MARCAS PRESENTES EN LA SHOES DÜSSELDORF



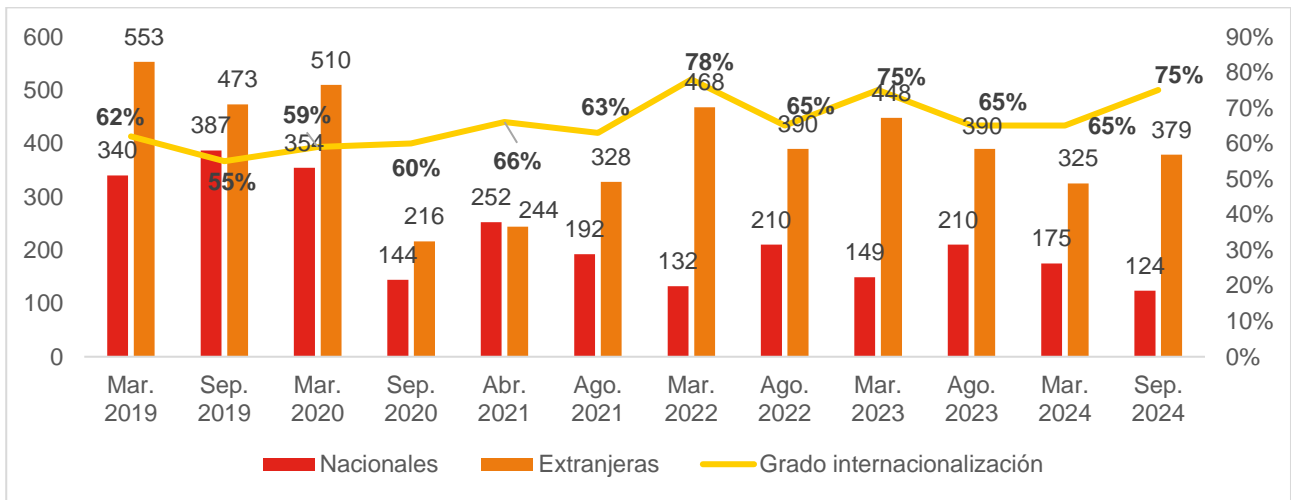
Fuente: SHOES Düsseldorf.

Respecto al grado de internacionalización, la siguiente gráfica muestra el alto componente internacional que caracteriza esta feria. En la edición de septiembre de 2024 las marcas

internacionales constituyeron el 75 % de la oferta, mientras que las nacionales representaron solo el 25 %. A lo largo de los últimos 5 años el grado de internacionalización ha ido aumentando con ligeras fluctuaciones y en esta edición supuso un 36 % más que en 2019.

En esta edición los expositores provinieron de 25 países diferentes, en su mayoría de la Unión Europea. Alemania (cuota participación 25 %) y España (cuota participación 14 %) son los países con mayor representación en esta feria.

EVOLUCIÓN DEL GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN SHOES DÜSSELDORF



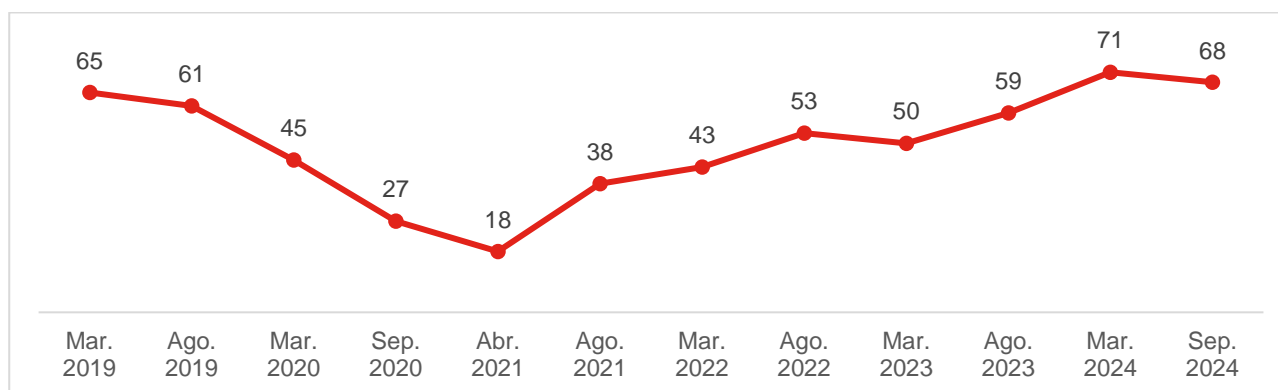
Fuente: Shoes Düsseldorf.

En lo que respecta al número de visitantes, la organización del certamen no publica datos oficiales. Sin embargo, según la información proporcionada por la Federación Internacional de Calzado Español suelen acudir al evento en torno a 6.000 visitantes. El encuentro tiene un carácter regional ya que la mayoría de los visitantes proceden principalmente de Alemania y algunos mercados limítrofes. Alemania, Austria y Suiza representan el 82 % del total de los visitantes, seguidos de Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo, que suman una participación del 12 %, y el resto corresponde a un 6 %.

2.5. Participación española

España se sitúa como segundo país en el ranking de participación, tras Alemania. En esta edición de septiembre de 2024 participaron un total de **68 marcas españolas correspondientes a 59 empresas**, que han constituido el 14 % de la oferta presentada en la feria. Estos datos suponen una disminución de la participación en 3 marcas con respecto a la edición de marzo y un aumento del 15,25 % con respecto a la edición de agosto de 2023.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE MARCAS ESPAÑOLAS EN SHOES DÜSSELDORF



Fuente: SHOES Düsseldorf.

La sección *Contemporary* fue la que más destaca con 36 marcas expositoras, seguida por la sección *Premium* con un total 32 marcas. En menor medida, solo tres marcas estuvieron en la sección sostenible y una en *Kids*.

La participación española ha estado representada de la siguiente manera: un 51 % de las empresas procedieron de la Comunidad Valenciana, un 12 % de La Rioja, un 10 % de Cataluña, un 7 % de Baleares, un 7 % de Castilla La Mancha y un 3 % de Andalucía, Madrid y País Vasco.

Seguidamente se presenta un listado con las marcas y empresas españolas participantes en esta última edición del certamen:

LISTADO DE EXPOSITORES ESPAÑOLES EN LA FERIA SHOES DÜSSELDORF

Marcas	Empresa	Sección	Pabellón	Stand
ALMA EN PENA	ALMA EN PENA S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	B38
ALPE WOMAN SHOES	CREACIONES ALPE S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C27
ANEKKE	SANY BAGS SL	Contemporary	Alte Schmiedehallen	D21
ANN KURZ BAGS	TIMELESS PIECES S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C30
ANOTHER TREND	CREACIONES ALPE S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C27
ART	THE ART COMPANY B&S S.A.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	E28
BASQ COMPANY	BASQ SNEAKERS S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C36
BERTUCHI	NEX51 S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C30
CETTI	CETTI LUXSPORTIVESHoes SL.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	D30
D. FRANKLIN	BLACK DIVISION S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	F09
DORKING	FLUCHOS S.L.U.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	A34
EDWARD ALLAN	CALZADOS MICHEL S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	B39
EL NATURALISTA	THE ART COMPANY B&S S.A.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	E28
FLUCHOS	FLUCHOS S.L.U.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	A34
GIOSEPPO	GIOSEPPO	Contemporary	Alte Schmiedehallen	F35
HISPANITAS	EMBOGA S.A.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	A30
HOFF	THE HOFF BRAND S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	F22

JUNCAL AGUIRRE	CALZANOR S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C30
KMB	TREND ORIGINS S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	D29
LODI	AURA FUTURE S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	F23
LODI LOVE	AURA FUTURE S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	F23
MARIAN	CALZADOS MARIAN S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	A28
MENBUR	MENBUR S.A.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	D24
MICHEL	CALZADOS MICHEL S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	B39
NEOSENS	THE ART COMPANY B&S S.A.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	E28
RIA MENORCA	CALZADOS RIA S.L.U.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	F13
SNIFE	ERNESTO SEGARRA SA	Contemporary	Alte Schmiedehallen	E22
TONI PONS	ANTONI PONS S.A.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	I28
UNISA	UNISA EUROPA S.A.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C22
VEGTUS	VEGTUS 2020 S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C40
VERBENAS	FUN VERBENAS S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	F28
VIGUERA	ALPARGATAS Alpe Woman Shoes	Contemporary	Alte Schmiedehallen	E29
WALK IN PITAS	RO. PA. FASHION, S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	A24
WONDERS	CALZADOS DANUBIO S.L.U.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	D09
YOKONO	YOKONO EUROPE S.L.U.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	E24
CAMPER	CAMPER SL	Sustainability	Alte Schmiedehallen	F15
NATURAL WORLD	GROMO WORLD S.L.	Sustainability	Alte Schmiedehallen	H24
PLAKTON	EUROGLORIA SL	Sustainability	Alte Schmiedehallen	H26
ACEBOS	LEZNA 2000 S.L.	Kids	Alte Schmiedehallen	B01
NATURAL WORLD KIDS	GROMO WORLD S.L.	Kids	Alte Schmiedehallen	C38
BIBI LOU	NAVIMA CALZADOS SL	Premium	Kaltstahlhalle	F19
CASTAÑER 1927	CALZADO BANYOLES S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A10
CHIE MIHARA	STUDIO MIHARA S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A06
CORDWAINER	WELTED BUSINESS SL	Premium	Kaltstahlhalle	B02
DUUO	LA TORMENTA PERFECTA SLU	Premium	Kaltstahlhalle	E29
ECOALF	ECOALF RECYCLED FABRICS SL	Premium	Kaltstahlhalle	C10
GAIMO	CALZADOS GAIMO SA	Premium	Kaltstahlhalle	E29
IGOR	INDUSTRIAS PLASTICAS IGOR SL	Premium	Kaltstahlhalle	B29
J'HAY	PEDRO MIRALLES S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A36
LEYVA Belts & Accessories	A.LEYVA S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A23
LOLA CRUZ	NAVIMA CALZADOS SL	Premium	Kaltstahlhalle	F21
MACARENA	CALZADOS LARO S.A.	Premium	Kaltstahlhalle	A18
MACARENA HOME	CALZADOS LARO S.A.	Premium	Kaltstahlhalle	A18
MASCARO	DESARROLLOS INSULARES SA	Premium	Kaltstahlhalle	A01
MIICA BARCELONA BAGS	Guasch Juve und Grimm GbR	Premium	Kaltstahlhalle	A18
NOA HARMON	OCA LOCA KIDS SHOES SL	Premium	Kaltstahlhalle	B21
PALOMA BARCELO	COSI COSI EXPORT SL.	Premium	Kaltstahlhalle	A10
PEDRO MIRALLES	PEDRO MIRALLES S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A36
PERTINI	PERTINI SL	Premium	Kaltstahlhalle	B02
PONS QUINTANA	SANTIAGO PONS QUINTANA S.A.	Premium	Kaltstahlhalle	A04
PRETTY BALLERINAS	DESARROLLOS INSULARES SA	Premium	Kaltstahlhalle	A01
RAS	ZAPPAS S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A36
SATORISAN	SATORISAN S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A03
SIMONE HERRERA	SIMONE HERRERA S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A31
WEEKEND BY PEDRO MIRALLES	PEDRO MIRALLES S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A36



WIKERS	GLOBAL WIKERS DESIGN S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A18
WOUF BAGS	WOOUF SL.	Premium	Kaltstahlhalle	F40
ZINDA	ZINDACAL S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A36

Fuente: Shoes Düsseldorf y FICE, 2024.

Es importante destacar que el año pasado Alemania ocupó el tercer lugar como comprador de calzado español, llegando a representar un 10 % de las exportaciones totales de este sector en valor. En 2023, las exportaciones españolas de calzado a Alemania alcanzaron los 336 millones de EUR. Asimismo, durante los cinco primeros meses de 2024 las exportaciones españolas de calzado alcanzaron los 1.453 millones de EUR, con incremento del 4,1 % en valor respecto al mismo periodo de 2023.

FOTOS EXPOSITORES ESPAÑOLES SHOES DÜSSELDORF



Fuente: elaboración propia.

3. Actividades de promoción

3.1. Participación agrupada en la feria

Cada año, FICE coordina la participación de expositores españoles en la feria bajo la campaña *Shoes from Spain*, con el apoyo de ICEX. Esta iniciativa incluye diversas actividades de promoción y comunicación, tanto en línea como en el recinto ferial, para mejorar la visibilidad de las marcas españolas durante el evento. Entre las actividades promocionales destacan:

- Creación de un *microsite* (www.shoesfromspain.com) que incluye información detallada sobre todos los expositores españoles participantes en las actividades de FICE en todo el mundo.
- Difusión de la campaña *Shoes from Spain* en las *newsletters* oficiales de la feria, que se envían a más de 23.000 compradores en alemán e inglés. Esto incluye:
 - Un banner con enlace directo al *microsite*.
 - Envío de notas de prensa a medios especializados sobre la participación española.
 - Elaboración de dossieres de prensa en inglés para la oficina de prensa de la feria.
- Impresión de folletos promocionales con información sobre las marcas españolas participantes y sus ubicaciones en la feria. Estos se distribuyen en los puntos de información y en los registros de entrada del evento.
- Realización de reportaje fotográfico durante la feria.

Como interlocutor directo con la organización ferial Igedo, FICE se encarga de la presentación de las solicitudes oficiales de participación en la feria y negocia activamente la ubicación de los *stands* de las empresas participantes. También realiza las gestiones de tramitación de las ayudas de ICEX y gestiona los pagos y cobros relacionados con el alquiler de los espacios en nombre de los expositores. Finalmente, la organización ofrece la presencia de su equipo durante la feria para asistir a los expositores y compradores.

En esta edición 45 de las marcas españolas participantes en la feria, pertenecientes a 35 empresas, formaron parte de la participación agrupada de FICE.

LISTADO DE EXPOSITORES ESPAÑOLES EN LA FERIA SHOES DÜSSELDORF

Marcas	Empresa	Sección	Pabellón	Stand
ALMA EN PENA	ALMA EN PENA S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	B38
ALPE WOMAN SHOES	CREACIONES ALPE S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C27
ANEKKE	SANY BAGS SL	Contemporary	Alte Schmiedehallen	D21
ANN KURZ BAGS	TIMELESS PIECES S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C30
ANOTHER TREND	CREACIONES ALPE S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C27

ART	THE ART COMPANY B&S S.A.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	E28
BASQ COMPANY	BASQ SNEAKERS S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C36
BERTUCHI	NEX51 S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C30
D. FRANKLIN	BLACK DIVISION S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	F09
DORKING	FLUCHOS S.L.U.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	A34
EDWARD ALLAN	CALZADOS MICHEL S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	B39
EL NATURALISTA	THE ART COMPANY B&S S.A.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	E28
FLUCHOS	FLUCHOS S.L.U.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	A34
HISPANITAS	EMBOGA S.A.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	A30
JUNCAL AGUIRRE	CALZANOR S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C30
KMB	TREND ORIGINS S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	D29
LODI	AURA FUTURE S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	F23
LODI LOVE	AURA FUTURE S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	F23
MARIAN	CALZADOS MARIAN S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	A28
MENBUR	MENBUR S.A.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	D24
MICHEL	CALZADOS MICHEL S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	B39
NEOSENS	THE ART COMPANY B&S S.A.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	E28
RIA MENORCA	CALZADOS RIA S.L.U.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	F13
UNISA	UNISA EUROPA S.A.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C22
VEGTUS	VEGTUS 2020 S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	C40
VERBENAS	FUN VERBENAS S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	F28
VIGUERA	ALPARGATAS ALPE WOMAN S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	E29
WALK IN PITAS	RO. PA. FASHION, S.L.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	A24
WONDERS	CALZADOS DANUBIO S.L.U.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	D09
YOKONO	YOKONO EUROPE S.L.U.	Contemporary	Alte Schmiedehallen	E24
ACEBOS	LEZNA 2000 S.L.	Kids	Alte Schmiedehallen	B01
BIBI LOU	NAVIMA CALZADOS SL	Premium	Kaltstahlhalle	F19
CHIE MIHARA	STUDIO MIHARA S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A06
J'HAY	PEDRO MIRALLES S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A36
LEYVA Belts & Accessories	A.LEYVA S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A23
LOLA CRUZ	NAVIMA CALZADOS SL	Premium	Kaltstahlhalle	F21
MACARENA	CALZADOS LARO S.A.	Premium	Kaltstahlhalle	A18
MACARENA HOME	CALZADOS LARO S.A.	Premium	Kaltstahlhalle	A18
PEDRO MIRALLES	PEDRO MIRALLES S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A36
PONS QUINTANA	SANTIAGO PONS QUINTANA S.A.	Premium	Kaltstahlhalle	A04
RAS	ZAPPAS S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A36
SATORISAN	SATORISAN S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A03
SIMONE HERRERA	SIMONE HERRERA S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A31
WEEKEND BY PEDRO MIRALLES	PEDRO MIRALLES S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A36
ZINDA	ZINDACAL S.L.	Premium	Kaltstahlhalle	A36

Fuente: Shoes Düsseldorf y FICE.

3.2. Publireportaje Schuhkurier

Por otro lado, desde ICEX y la Ofecomes de Düsseldorf, se ha realizado, como en ediciones anteriores, un publireportaje con la revista profesional Schuhkurier, dirigido a las marcas de calzado españolas participantes en la feria. Este publireportaje presentaba las tendencias de primavera/verano 2025 de las marcas españolas participantes, tanto en versión impresa (incluida en la revista publicada el día 26 de agosto y repartida en la feria) como en versión *online* (disponible con su propio *Landingpage* desde el 26 de agosto al 22 de septiembre para lectores profesionales).

4. Tendencias y novedades presentadas

4.1. Tendencias globales

En SHOES Düsseldorf, la sostenibilidad ha vuelto a estar en el punto de mira de expositores y compradores. Las colecciones que se presentaron destacaron por el uso de materiales sostenibles y por el empleo de procesos de fabricación respetuosos con el medio ambiente, como respuesta a la demanda creciente por productos de calidad que no solo ofrezcan estilo y comodidad, sino también un impacto positivo en el entorno.

Las tendencias generales del sector también apuntan a una transformación hacia la comodidad sin sacrificar el diseño. En este contexto, los tacones altos están siendo reemplazados por estilos más bajos y prácticos, y los zapatos planos, como las bailarinas, están resurgiendo con nuevas interpretaciones.

En cuanto a materiales, se observa una inclinación hacia cueros suaves y texturas táctiles que aporten un punto de fantasía y elegancia. En concreto, destacan los materiales con texturas vellosas como la gamuza, que añaden un toque distintivo y cálido a las colecciones y se utiliza tanto en calzado informal como formal. Asimismo, la malla se ha consolidado como un material clave debido a su transpirabilidad y ligereza, siendo ideal para el calzado deportivo y casual. Por su parte, los materiales metálicos aportan un toque elegante y contemporáneo a los diseños, reforzando la combinación de modernidad y lujo en el calzado.

Sin embargo, el yute, que históricamente ha sido un icono en la industria del calzado español, especialmente en las alpargatas, ha visto una disminución en su uso en las tendencias actuales. Este material, tradicionalmente asociado con un enfoque natural y artesanal, ha perdido protagonismo frente a opciones más innovadoras y versátiles que marcan el pulso de la moda contemporánea.

4.2. Tendencias por producto

La feria adelantó varios estilos de calzado que marcarán tendencia en la temporada primavera/verano de 2025:

- **Tacones de bloque y kitten heels:** se posicionan como opciones clave para mujeres urbanitas, combinando una estética retro con toques modernos.

- **Bailarinas y *sling-Backs*:** experimentan un resurgimiento, especialmente en su versión con tiras y el modelo *scrunch*. Estos estilos ofrecen una reinterpretación divertida y minimalista de un clásico, mientras que los *sling-backs* con tiras, inspirados por diseñadores como MiuMiu, destacan por su elegancia retro y su adaptabilidad a tacones bajos.
- **Mocasines:** este modelo clásico que destaca por su versatilidad se ha convertido en un atractivo atemporal que conecta con las tendencias actuales.
- **Calzado *barefoot*:** este estilo, que imita la sensación de caminar descalzo, ha ganado tracción como una alternativa innovadora en el calzado. En línea con las tendencias de salud y bienestar, el calzado *barefoot* se caracteriza por su diseño minimalista y su capacidad de promover una marcha natural, respetando la anatomía del pie. Este tipo de calzado ha captado el interés de los consumidores que buscan comodidad y funcionalidad sin comprometer el estilo.
- Esta feria cuenta con una trayectoria histórica importante y se ha establecido como un punto de encuentro fundamental entre la oferta y la demanda en la industria del calzado en Alemania. El aumento de empresas expositoras internacionales es un claro indicador de la importancia de la ciudad de Düsseldorf como sede ferial, sobre todo teniendo en cuenta su proximidad con los mercados BENELUX, convirtiendo al certamen en una cita de obligada asistencia para los fabricantes y diseñadores regionales, especialmente del sur de Europa. Además, la feria ha ofrecido una gran variedad de servicios de atención al expositor, buena orientación al visitante, una oferta muy bien sectorizada en los 2 pabellones con sus respectivas subdivisiones y ha resultado lugar de encuentro de profesionales relevantes en el negocio del sector calzado. En conclusión, la edición de marzo de 2024 de la feria Shoes Dusseldorf ha demostrado una vez más su liderazgo como certamen del sector del calzado.

5. Valoración

5.1. Del evento en su conjunto

La feria Shoes Düsseldorf de septiembre de 2024 ha vuelto a consolidarse como uno de los eventos de referencia en el sector del calzado en Europa. Con un número de expositores que se ha mantenido estable respecto a la edición anterior, el evento reafirma su relevancia dentro de la industria. Düsseldorf, como sede ferial, sigue siendo un punto estratégico para la industria del calzado, dada su proximidad con los mercados BENELUX, lo que la convierte en una cita imprescindible para fabricantes, diseñadores y compradores, especialmente del sur de Europa. Esta edición destacó por su marcada internacionalización, atrayendo a un gran número de participantes de diferentes regiones del mundo, lo que refuerza la importancia de la feria como plataforma para la exportación y el desarrollo de negocios internacionales. Además, la organización del evento continuó ofreciendo un amplio abanico de servicios para los expositores y visitantes, una estructura bien segmentada en los pabellones.

5.2. Del sector/producto de la feria

A pesar de las incertidumbres que afectan al mercado europeo, como la situación económica y los desafíos geopolíticos, el sector calzado en Alemania muestra signos de recuperación. La edición de septiembre no solo mantuvo el número de expositores en comparación con la edición de marzo, sino que también atrajo una oferta de productos de alta calidad que reflejan la capacidad de adaptación del sector a las condiciones actuales del mercado. Las empresas siguen apostando por el formato ferial como una vía clave para fortalecer su presencia en un entorno competitivo y globalizado. La internacionalización se vio especialmente reflejada en la variedad de marcas participantes, que presentaron innovaciones tanto en diseño como en sostenibilidad.

5.3. En conjunto

El calzado español continúa gozando de una fuerte presencia en el mercado alemán, lo que se refleja en el elevado número de expositores españoles en esta edición, siendo España el país extranjero con mayor representación en la feria. Muchas de las marcas españolas ya están consolidadas en el mercado germano, apoyadas por una red de agentes comerciales. El objetivo principal de estas empresas sigue siendo reforzar su posicionamiento y visibilidad, más que la mera penetración en el mercado. La sólida representación española, junto con el alto grado de internacionalización de la feria, demuestra la importancia que sigue teniendo Shoes Düsseldorf para el sector, tanto en su edición de invierno como en la de verano.

6. Anexos

6.1. Artículos de prensa

- Resumen del evento: <https://shoes-duesseldorf.com/news/trends-innovationen-und-exklusives-design/>

6.2. Direcciones de interés

- Página web de la feria: <https://shoes-duesseldorf.com/>
- Página web del organizador de la feria: <https://igedo.com/?lang=en>
- Federación de Industrias del Calzado Español: <http://www.fice.es/inicio>

6.3. Transporte y alojamiento

La feria puso a disposición de los visitantes un servicio de *shuttle* que conectaba el recinto Areal Böhler con las salas de exposición en Kaiserswerther Straße y los hoteles asociados. Estos ofrecen una serie de descuentos para los participantes del certamen. Algunos de los hoteles son: Courtyard by Marriott, Fischerhaus, Inside by Melia Düsseldorf Seestern, Me and all Hotel Düsseldorf Oberkassel, Novotel Düsseldorf City West, Lindner Congress Hotel y Ruby Hotel.

6.4. Recomendaciones

A continuación, se exponen las recomendaciones básicas para la participación en cualquier feria alemana:

- a) Antes de la exposición en la feria:

Realice un **mailing** previo de contactos para solicitar entrevista con ocasión de la feria, invitando a los destinatarios a visitarles en su *stand* (indique dónde se les puede encontrar, tal como aparece en el catálogo de la feria, para que la empresa alemana les pueda localizar). El *mailing* debería realizarse con dos meses de antelación, puesto que este plazo permite que las empresas alemanas tengan tiempo de planificar la visita y estudiar su oferta. Los visitantes generalmente tienen poco tiempo en la feria y van con las agendas cerradas, por lo que para conseguir captarles se ha de actuar con planificación. Puede solicitar un listado de potenciales clientes que se ajusten a su perfil a la Oficina Comercial, para ello describa sus productos y aporte información sobre su nivel de precios, volúmenes de fabricación y ventas, experiencia en exportación etc.

Haga un **seguimiento** del *mailing*, contactando primero a las empresas que han mostrado interés por sus productos, y después al resto de las que han sido invitadas. A las que hayan contestado, puede ser interesante remitirles más información sobre su empresa, productos o precios según consideren oportuno, o según las peticiones de información que les haya hecho la empresa. Esta labor debe realizarse el mes antes de la feria, puesto que las empresas alemanas cierran sus agendas de contactos con bastante antelación.

Solicite a la Oficina Comercial **información general sobre el mercado**: Familiarícese con la situación económica general y las particularidades nacionales (horario de apertura de los comercios, grado de descentralización política, sistemas de pago habituales).

Solicite **información sobre el sector** de interés: Hágase una idea general previa del sector en el país (las cantidades del producto que importa el país, y en concreto de España, el funcionamiento de la distribución, el consumo, la competencia). Esta información le ayudará a la hora de negociar condiciones con los potenciales clientes.

Asegúrese de que su **material de presentación** está mínimamente adaptado para la promoción internacional: tarjetas de visita, catálogos, listado de precios como mínimo en inglés. Si es posible, también es muy recomendable tenerlo en alemán.

Adquiera el **catálogo de la feria** contactando con la organización ferial correspondiente y utilícelo para seleccionar las empresas que puedan ser de su interés: empresas alemanas como potenciales clientes, empresas de otros países que sean competidores reales, empresas españolas ya en el mercado.

Planifique su tiempo en la feria adecuadamente para poder visitar todas las empresas seleccionadas.

Organice con suficiente antelación su **estancia** en el país, así como todos los aspectos logísticos: billete y reserva de avión (o transporte alternativo), reserva en el hotel, asegúrese un acompañante que hable alemán (personal de la empresa, o solicite un listado de azafatas-intérpretes en la Oficina Comercial y contácteles con previa antelación), transporte del producto y material que piensa exponer en la feria.

b) Durante la feria:

Consejos generales para las **entrevistas**: Sea puntual, no se exceda en el tiempo, no prometa lo que no puede cumplir, anote las condiciones que le proponen, aunque no le interesen, no olvide las preguntas que le hacen, fíjese en los datos que se insinúan sobre la competencia.

Observación del **material promocional**: El primer paso para intentar introducirse en el mercado, es adaptar su material promocional a las costumbres comerciales del país. Si todavía no dispone de catálogos, listas de precios y tarjetas de visita en alemán, tome ejemplos de los que se presentan en la feria. No suele ser suficiente la simple traducción, otros aspectos también son de vital

importancia (tamaños de catálogos y tarjetas de visita, precios FOB/CIF, especificaciones normativas y de certificación, texto descriptivo acompañando las fotografías).

Observación del **producto y los precios de la competencia**: Observe sobre todo las adaptaciones específicas al mercado, la forma de presentación, el diseño, los productos complementarios, los tamaños, los envases y el etiquetado, etc. Antes de entrar definitivamente en un mercado deben analizarse las posibilidades reales según si el producto es realmente competitivo.

Si tiene la posibilidad, al **visitar los expositores españoles**, intente contrastar su experiencia en el mercado y en la feria. Puesto que las costumbres comerciales de las empresas españolas serán las más parecidas a las suyas, sus comentarios pueden orientarle sobre sus posibilidades y las dificultades reales que va a encontrar en el mercado.

Recoja la **información** gratuita del servicio de prensa de la organización ferial (si no está disponible, deje su tarjeta de visita para que se lo envíen a la empresa). Esta información suele referirse a la coyuntura del sector en el país, a las novedades presentadas en la feria y a la participación (nacional e internacional) en la misma.

Diríjase a los **stands de las publicaciones profesionales** y coja los ejemplares gratuitos: En ellos puede obtener una idea aproximada del sector en el mercado (los líderes del sector, la oferta, las formas típicas de promoción y publicidad).

También puede completar su información sobre las publicaciones especializadas para poder decidir en el futuro si realizar una inserción en alguna de ellas.

Diríjase igualmente a los **stands de las asociaciones sectoriales**. Éstas suelen editar también, con motivo de la feria, *dosier* de información sectorial de tipo coyuntural, así como de la estructura de la industria. Puede que distribuyan folletos de presentación en los que pueden ser de interés los servicios que ofrecen a sus asociados (servicio de contactos, requisitos legislativos, normativa de contratación de agentes comerciales) así como un listado actualizado de los asociados.

Aproveche el viaje para visitar personalmente los diferentes **canales de distribución**: Observe las características del producto español y de otros países y sus precios y contraste sus observaciones con los datos que ya estaban a su disposición y con los de su propia empresa.

c) Después de la feria:

Cuide los **contactos** que ha realizado: Envíe los datos que le han pedido en las entrevistas y aproveche para mandar información promocional sobre su empresa.

Organice y **analice la información** conseguida para que pueda servir en las actuaciones siguientes: Anotaciones de las entrevistas, publicaciones sectoriales, *dosier* de prensa, folletos de las asociaciones, catálogos, listas de precios de la competencia.



Solicite **información complementaria** a la Oficina Comercial, que le ayude a profundizar en su primer contacto y a analizar sus posibilidades en el país.

Desarrolle su **estrategia en el mercado**: Introduciendo la visita a la siguiente convocatoria, si esto se considera de interés y, pasadas algunas semanas, solicite el informe de feria. Proceda a las adaptaciones correspondientes en temas de producto y precios, y también en cuanto al material promocional.

icex

icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



icex España
Exportación
e Inversiones