



INFORME  
DE FERIA

---

2023



# LIFE IN STYLE

**Sídney**

**18-21 de febrero de 2023**

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Sídney

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

28 de febrero de 2023  
Sídney

Este estudio ha sido realizado por  
Celia Álvarez Fernández

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Sídney

<http://Australia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-23-015-8



# Índice

<b>1. Perfil de la Feria</b>	<b>4</b>
1.1. Sectores y productos representados	5
<b>2. Descripción y evolución de la Feria</b>	<b>6</b>
2.1. Ubicación	6
2.2. Servicios ofrecidos	8
2.3. Datos estadísticos de participación	9
2.4. Actividades paralelas de la feria	10
2.5. Participación española	10
<b>3. Tendencias y novedades presentadas</b>	<b>12</b>
3.1. Tendencias globales	12
3.2. Tendencias por producto	12
3.2.1. Tendencias en el sector moda	12
3.2.2. Tendencias en el sector calzado	13
3.2.3. Tendencias en el sector decoración	13
<b>4. Valoración</b>	<b>14</b>
<b>5. Anexos</b>	<b>15</b>
5.1. Fotografías de los distintos <i>stands</i> con presencia española	15
5.1.1. Antipodas Brands: <i>stand</i> 1710	15
5.1.2. Calzia / Yute de Caravaca: <i>stand</i> 2000	16
5.1.3. Momy Decor: <i>stand</i> 1854-K	17
5.2. Direcciones de interés y de contacto	18
5.3. Libro – guía virtual	19



# 1. Perfil de la Feria

<b>Ámbito</b>	Internacional
<b>Fecha de celebración</b>	18 al 21 de febrero de 2023
<b>Edición</b>	15.ª Edición
<b>Frecuencia</b>	Anual
<b>Próxima edición</b>	17 al 20 de febrero de 2024 (ICC, International Convention Centre)
<b>Lugar de celebración y datos de contacto</b>	ICC (International Convention Centre) 14 Darling Drive, Darling Harbour. Sydney, NSW, 2000. Tel: +(02) 9215 7100 <a href="mailto:info@iccsydney.com">info@iccsydney.com</a>
<b>Medios de transporte</b>	La ubicación del recinto es idónea, en el centro de Sídney. Las paradas de metro más cercanas son Central y Town Hall, desde las cuales se puede llegar caminando en 10 minutos. Además, el ICC tiene su propia parada de autobús: las líneas 389 y 501 paran en Harris Street con Allen Street, a corta distancia del centro. También se puede llegar en transporte privado. El centro de exposiciones dispone de dos aparcamientos, situados en el propio recinto y en el Aware Super Theatre. Adicionalmente, existen otros dos en Darling Harbour: Wilson Harbourside Car Park o First Parking Darling Square Car Park.
<b>Precio aparcamiento</b>	Se ofrecen un total de 826 plazas de aparcamiento para expositores y visitantes, con las siguientes tarifas: 0-1 hora: 18 AUD / 11,5 EUR 1-2 horas: 30 AUD / 19,3 EUR 2-3 horas: 38 AUD / 24,4 EUR 3-4 horas: 44 AUD / 28,3 EUR Más de 4 horas (hora límite 4am): 49 AUD / 31,5 EUR *Se utiliza un tipo de cambio orientativo de 1 EUR = 1,5559 AUD (23/02/23)
<b>Horario de la feria</b>	Sábado 18 de febrero 9:00am - 6:00pm Domingo 19 de febrero 9:00am - 6:00pm Lunes 20 de febrero 9:00am - 6:00pm Martes 21 de febrero 9:00am - 4:00pm
<b>Precio de la entrada</b>	Entrada gratuita. Es necesario registrarse a través de su página web: <a href="http://www.lifeinstyle.com.au">www.lifeinstyle.com.au</a>
<b>Carácter</b>	B2B y B2C
<b>Tipo de visitantes</b>	Particulares, distribuidores potenciales y empresas interesadas
<b>Colaboradores</b>	The Life Style Edit, thelotco, Good360, GiftGuide.



## 1.1. Sectores y productos representados

Los sectores y productos representados en la feria Life in Style han sido los siguientes:

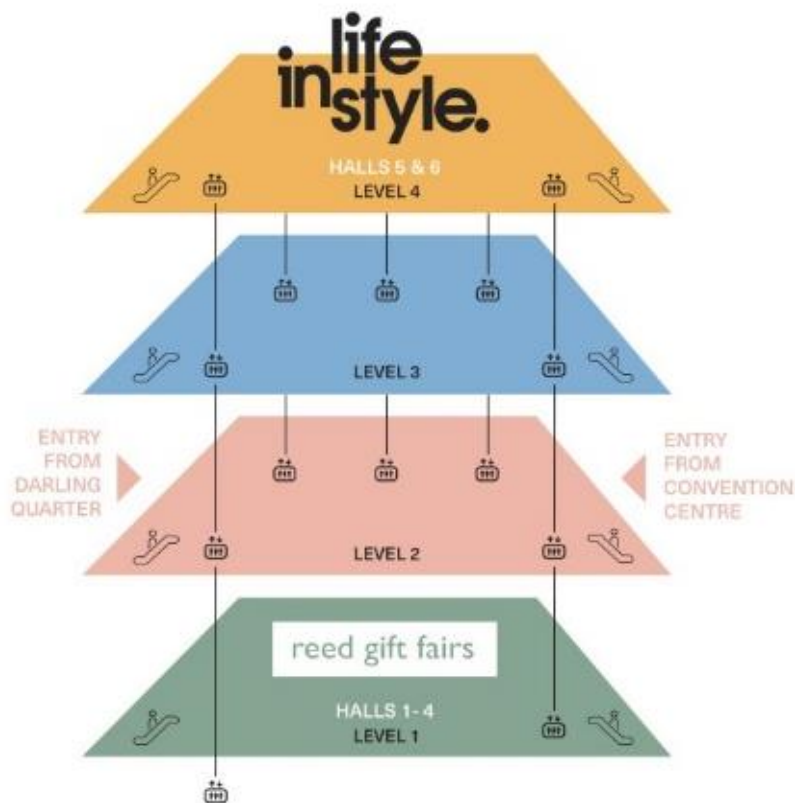
<b>Moda femenina</b>	Ropa y calzado de mujer
<b>Moda masculina</b>	Ropa y calzado de hombre
<b>Moda infantil</b>	Ropa y calzado de niños
<b>Joyería y bisutería</b>	Tanto para mujer, como para hombre y niños.
<b>Complementos</b>	Gorros, gafas, bufandas, bolsos, pañuelos.
<b>Cosmética</b>	Líneas de maquillaje, cuidado de la piel y del cabello y perfumería. Aceites esenciales, jabones naturales, complementos vitamínicos y líneas de productos orgánicas y respetuosas con el medio ambiente.
<b>Decoración</b>	Tanto de interiores como de exteriores. Muebles, cuadros, alfombras, lámparas y otros elementos de iluminación, ropa de cama, decoración del hogar, velas aromáticas y ambientadores.
<b>Menaje del hogar</b>	Vajillas, <i>tuppers</i> , botellas reutilizables, cubertería.
<b>Productos infantiles</b>	Juguetes, mobiliario y decoración para niños. Portabebés, libros educativos y de actividades.
<b>Complementos para mascotas</b>	Aceites para el cuidado de la piel de perros, arneses, correas, y cepillos.
<b>Otros</b>	Tés e infusiones, miel orgánica, productos de lactancia, dulces y bombones.

## 2. Descripción y evolución de la Feria

Life in Style es una feria multisectorial centrada en el diseño y la innovación que tiene el objetivo de conectar a las marcas y diseñadores con minoristas, diseñadores, estilistas y medios de comunicación. Desde la propia organización se hace hincapié en la presencia de algunas de las mejores marcas del mundo, no solo con buenos diseños, si no también creados “con buenas intenciones”, destacando la sostenibilidad y la calidad como las principales características en común.

### 2.1. Ubicación

La edición de este año 2023 de Life in Style ha tenido lugar en el International Convention Centre de Sídney, ubicado en Darling Harbour, en el centro de la ciudad australiana. Al mismo tiempo, en el recinto tenía lugar la feria Reed Gift Fair.





A Life in Style acudieron marcas locales australianas y también internacionales. Los distintos expositores se agruparon en torno a tres categorías: una principal, Life InStyle; otra dedicada a 35 marcas de productos infantiles, Kids InStyle; y una última orientada a marcas emergentes, First InStyle, que contó con 23 stands.

Por otro lado, la feria contó con una sección especial: The Neighbourhood, una ubicación *premium* para stands destinada a una colección de marcas que se centra en un tema específico cada año. En esta edición la temática fue Future Eden, con marcas dedicadas a productos sostenibles, prácticas *eco-friendly*, reutilización de materiales y limitación del impacto en el medioambiente.

La distribución de los más de 200 stands de Life In Style se organizó de la siguiente manera:



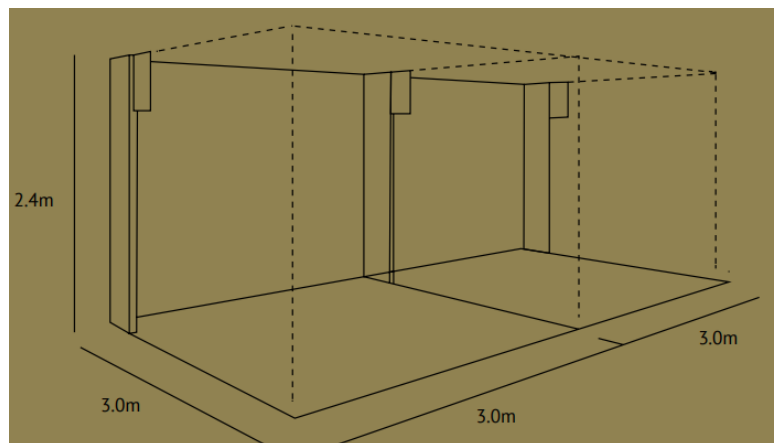
El listado de los diferentes expositores de la edición de 2023 puede encontrarse en el siguiente enlace:

[Life In Style Sydney: Exhibitor Directory](#)

## 2.2. Servicios ofrecidos

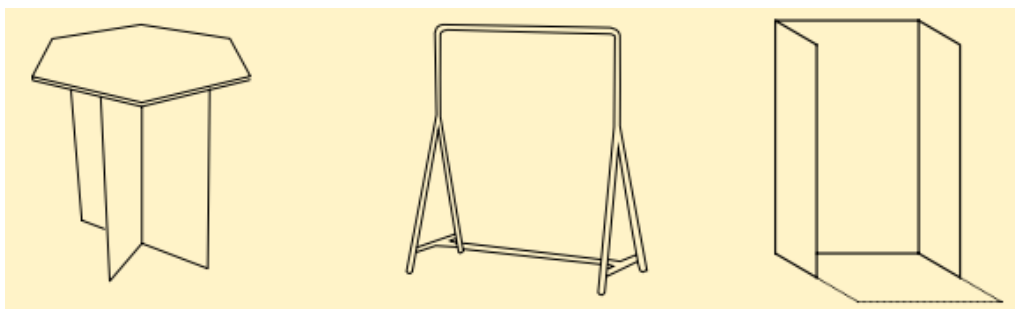
El principal servicio ofrecido por la feria son los propios *stands*, cuyo diseño varía en función de la categoría de la feria de la que se trate. Para Life InStyle y Kids InStyle, los *stands* incluyen:

- Pared trasera de panel artístico blanco de 2,4 m de altura
- Soportes de 50 cm de ancho
- Una lámpara de 300 vatios por cada 1,5 m
- Un cartel A3 en cada extremo del *stand*
- Las paredes laterales no están incluidas en el paquete, pero pueden ser añadidas con un coste adicional.



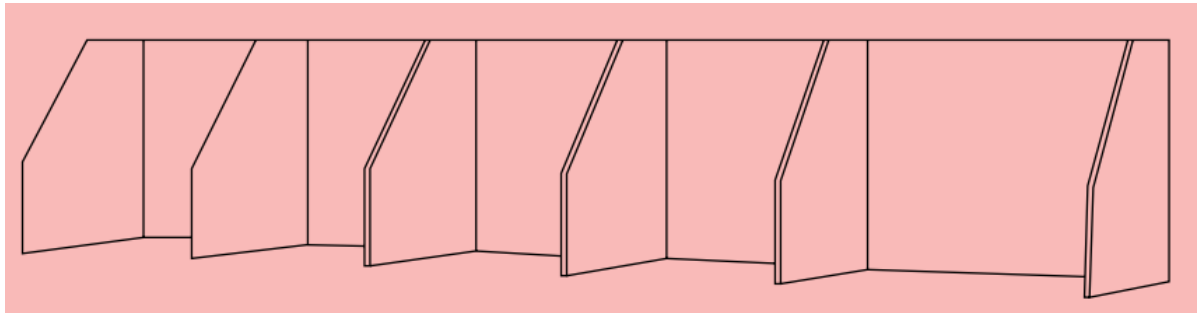
Para las empresas que participan en la categoría First InStyle, los expositores pueden elegir entre tres opciones de exposición según el tipo de producto que presenten:

- Un zócalo expositor de madera
- Un perchero para ropa
- Un mural de madera





Por último, para los expositores de la sección especial The Neighbourhood, los *stands* tienen paredes personalizadas, señalización y pintura, asegurando que cada *stand* complementa el tema de esta ubicación premium: en el caso de la edición de 2023, Future Eden.



Además de los distintos *stands* para los expositores, también hay un espacio en el recinto denominado *business couch*, compuesto por unos sofás y mesas para que los posibles interesados en establecer una relación comercial tengan un espacio más cómodo para conversar. En este espacio también se lleva a cabo una actividad de consultoría, que se desarrolla en el apartado 2.4.

El recinto también dispone de red WIFI propia, lo cual permite a todos los visitantes hacer uso de sus dispositivos, de especial utilidad a la hora de escanear los distintos códigos QR que muchos expositores utilizan en sus *stands*.

La tarifa de los *stands* varía en función del tamaño. Dentro de los precios se incluye la iluminación de los puestos, una pared separadora de 2,4 m y la mención en la revista Life InStyle.

Por último, la feria ofrece, tanto a sus visitantes como expositores, un amplio catálogo de productos de promoción: bolsas de tela, bolígrafos, el libro-guía con toda la información relevante del evento... Además, si bien el registro para acudir como visitante se realiza a través de internet, a la entrada del recinto la organización de la feria imprime a cada persona su tarjeta identificativa.

### 2.3. Datos estadísticos de participación

Las estimaciones de la organización con respecto a la edición de Life In Style 2023 son más de 200 expositores, un 40% más que en la edición de 2022, y 7.000 visitantes. La mayoría de las marcas participantes eran de tamaño pequeño/mediano, por lo que la feria se presentaba como una gran oportunidad para dar a conocer sus productos y posicionarse en el mercado australiano.

Los visitantes a la feria pertenecieron a los siguientes ámbitos:

- Minoristas
- Consumidores
- Diseñadores de interiores



- Mayoristas
- Agentes
- Medios de comunicación
- Decoradores
- Estilistas

## 2.4. Actividades paralelas de la feria

Por un lado, a lo largo de los cuatro días de duración de la feria, desde la organización de esta se ofreció un programa educativo llamado *Retail Therapy*. El programa consistió en más de 20 sesiones presentadas y guiadas por expertos en diferentes materias, en las que los asistentes pueden aprender sobre últimas tendencias, innovación, y *know-how* para aplicar en su negocio o para mejorar su experiencia como consumidor. Este seminario fue gratuito con el registro a la feria, ya sea en condición de expositor o de visitante.

Por otro lado, en el *bussiness couch*, ya mencionado, se ofrecieron consultas bilaterales sobre negocios con diferentes expertos tanto de The Life InStyle Edit como de thelotco (empresa colaboradora de asesoría de negocios). Con su amplia experiencia como consultores sobre comercio minorista, mayorista, políticas de precios, marketing, ventas y demás, estos expertos ofrecieron, en sesiones a medida de 45 minutos, apoyo a los interesados.

Por último, desde la organización de la feria también se ofreció, el primer día del evento, un periodo de *happy hour* de 17:00 a 18:00 para que los expositores tuvieran la oportunidad de conocerse y clausurar el inicio de la feria.

## 2.5. Participación española

La presencia española en la feria Life In Style se agrupó en torno a tres *stands* que incluían diversas marcas de nuestro país.

Por un lado, en la sección general Life In Style se situaron Calzia (Asociación de Industrias del Calzado y la Alpargata de la Región de Murcia), en el *stand* 2000 y la distribuidora australiana de marcas españolas Antipodas Brands, en el 1710.

- Calzia. Con representación de marcas españolas de moda y calzado. El producto más presente fue la alpargata y sandalia, en diversos formatos y diseños, si bien también se presentaron modelos más invernales, como botas o zapatos cerrados en gama de tonos marrón o negro.

Las seis marcas presentes en el *stand* de Calzia pusieron especial atención al proceso de elaboración de sus productos, el origen de los materiales empleados y la tradición y artesanía de cada una de ellas. De hecho, se ofrecía a los visitantes una experiencia de realidad virtual que permitía conocer y observar “de primera mano” el proceso de elaboración de las alpargatas, los talleres, la recolección de materias primas...

A continuación, se detallan las distintas marcas españolas representadas a través del *stand* de Calzia.

Marca	Tipo de producto presentado	Contacto
Clara Durán	Botas y botines, así como alpargatas con y sin cuña, plataforma o tacón.	<a href="mailto:info@claraduranspain.es">info@claraduranspain.es</a>
Conchisa Espadrilles	Alpargatas cerradas y abiertas; con y sin tacón.	<a href="mailto:infor@conchisa.com">infor@conchisa.com</a>
Kanna	Sandalias, alpargatas cerradas y abiertas; con y sin tacón.	<a href="mailto:shop@kannashoes.com">shop@kannashoes.com</a>
Perssa'm	Prendas de ropa hechas con punto reciclado de botellas de plástico. Sandalias, alpargatas cerradas y abiertas; con y sin tacón.	<a href="mailto:ventas@perssam.com">ventas@perssam.com</a>
Pinaz	Sandalias, alpargatas cerradas y abiertas; con y sin tacón.	<a href="mailto:info@pinaz.es">info@pinaz.es</a>

- Antipodas Brands (empresa familiar con orígenes españoles) presentando cuatro marcas españolas: Popa Brand, M<sup>a</sup> Victoria Espadrilles, Morrison Sneakers y SPK Sandals. En el caso de estas marcas, que llevan siendo distribuidas por Antipodas Brands varios años, los productos presentados fueron mayoritariamente alpargatas y sandalias, así como zapatillas en el caso de Maria Victoria y Morrison.
- Por último, en la categoría Kids InStyle hubo representación de Momy Decor, distribuidora australiana de la marca Lorena Canals. Si bien en los dos primeros casos pudo observarse con claridad el nombre de las distintas marcas españolas, en el caso de Momy Decor no hubo ningún cartel o panel en el que se mencionase expresamente que era producto de Lorena Canals.
- Por último, en el stand 1854K también se pudo apreciar la presencia española a través de la compañía Momy Decor. Fundada en 2003, se convirtió diez años más tarde en el distribuidor oficial de la marca española Lorena Canals. Esta marca catalana comercializa desde hace años alfombras artesanales, sostenibles, naturales y lavables para habitaciones infantiles.

## 3. Tendencias y novedades presentadas

### 3.1. Tendencias globales

Los consumidores en Australia otorgan mucha importancia a fomentar los productos australianos, tanto diseñados como fabricados en este país. No es por tanto de extrañar que en la feria se haya fomentado mucho el aspecto *Australian Made* de las distintas marcas que cumplen con esta característica. Todas aquellas marcas fabricadas en Australia contaban con un símbolo que acreditaba su origen.

Asimismo, se pudieron apreciar otras características igualmente etiquetadas con su correspondiente símbolo, como es el caso de *eco-friendly* y *ethically made*, con especial énfasis en productos y sistemas de producción con prácticas sostenibles para preservar el planeta y los ecosistemas. Cada vez se busca más que las marcas tengan en cuenta el impacto social de la elaboración de sus productos.

Como ya es característico en este sector en los últimos años, la tendencia de los productos hechos a mano (*handmade*) ha estado muy presente, buscando crear una imagen de autenticidad que conecte al artista y al consumidor, tal y como explica la organización de Life In Style.

### 3.2. Tendencias por producto

Si bien había en el evento otras categorías de producto presentes, las tres principales fueron moda, calzado y decoración.

#### 3.2.1. Tendencias en el sector moda

En el sector de la moda, muy presente en la feria, destacan varias tendencias. Por un lado, y como viene siendo normal en Australia desde hace años, las prendas con mejor acogida son aquellas ligeras, transpirables, y de buena calidad: ropa para el día a día, sencilla y cómoda, ni demasiado elegante ni demasiado informal. El consumidor australiano está dispuesto a pagar precios más altos por productos duraderos y atemporales.

También se apreció claramente una preferencia por tejidos más naturales, reutilizables y fabricados éticamente, especialmente de cara a los meses cálidos de verano y al clima tropical presente a lo largo de la mayoría de la geografía australiana.

Por otro lado, en cuanto a complementos de moda, destacaron en esta edición los bolsos de tela, bolsos de piel vegana, gafas de sol fabricadas a mano con lentes polarizadas, así como bisutería

sencilla de oro o plata, en muchos casos hecha a mano. Se observaba asimismo una preferencia clara por el factor *Australian Made*.

Por último, en relación con la moda infantil, los expositores se diferenciaban por los tejidos, paletas de color neutros y colaboración con diseñadores locales. Se hizo hincapié en la calidad de los materiales, optando por telas de algodón, lino o lana suaves.

Si bien es cierto que, en toda la feria primaba la ropa de mujer y de niño, también había ciertas marcas para hombre, como Mr. Simple.

### 3.2.2. Tendencias en el sector calzado

Si bien el sector del calzado podría englobarse junto con el de moda y complementos, por su importancia en la feria y por las oportunidades que presenta para las empresas españolas se desarrolla en el presente apartado.

Las tendencias observadas en Life In Style varían según la estación y temporada. Por una parte, para el calzado veraniego, que es el sector en el que más participación española se pudo observar, primó el calzado fresco, ya fuesen sandalias, alpargatas o chanclas. El material de este calzado destaca por el cuidado en su elaboración, y tejidos como el cáñamo y el yute de marcas españolas como Kanna tuvieron muy buena acogida.

Por otra parte, las tendencias de invierno se centraron en botas, botines y katiuskas. Esta tendencia se explica por el clima australiano, cuyas temperaturas no son extremadamente frías en ningún momento del año, pero que sí tiene precipitaciones abundantes. Dentro de esta categoría, las botas y botines de Clara Durán, marca representada en el *stand* de Calzia, tuvieron buena acogida por parte de los visitantes a la feria, tanto por su diseño como por su calidad.

También en cuanto a calzado cerrado, se aprecia una tendencia hacia zapatillas no solo de deporte, sino de estilo más informal y fácil de combinar. El consumidor australiano valora mucho la comodidad y piezas que forman parte del fondo de armario, por lo que estos productos tienen mucha demanda en el país.

### 3.2.3. Tendencias en el sector decoración

Por último, las tendencias en el sector de la decoración, que también tuvo mucho peso en la feria, reflejan claramente la preferencia por los productos eco responsables o sostenibles y que no necesitan ser reemplazados con frecuencia. Tanto en lo que se refiere a decoración del hogar como velas, vajillas, jarrones; como a productos textiles como alfombras, ropa de cama, toallas o cortinas; como a menaje de cocina o a decoración de habitaciones infantiles... para los consumidores es importante que el impacto ambiental del producto sea el mínimo.

## 4. Valoración

Life in Style es una feria, comparada con otras que tienen lugar en Australia, de pequeñas dimensiones, si bien cada edición va superando las cifras de la anterior. Respecto a la diferencia entre las ediciones de Sídney y Melbourne, si bien es cierto que la mayor parte de los expositores están presentes en ambas ciudades, el recinto de Melbourne es más grande, por lo que ciertos expositores acuden únicamente a esta edición.

Es una feria en la que se presta atención especial a la calidad, el origen y el diseño de los productos expuestos, por lo que es de gran interés para las empresas y marcas que cuiden estos aspectos. Es por tanto un evento muy útil para aquellas marcas y empresas que tengan interés en comprar o vender productos con estas características. Asimismo, resulta muy interesante de cara a observar las últimas tendencias y modas presentes en el mercado australiano cada año. Al tener varios días de duración, parte de ellos en fin de semana, se permite que pueda acudir un mayor número de visitantes, de distintos perfiles: consumidores, minoristas, distribuidores...

Según datos de la propia organización las principales razones mostradas por los visitantes para acudir a la feria son la calidad y originalidad, la variedad en las categorías de productos y la oportunidad para descubrir nuevas tendencias y buscar inspiración para nuevas colecciones.

Las diferentes empresas españolas que acudieron a Life in Style se mostraron muy satisfechas, tanto con la organización del evento como con los resultados de la exposición de sus marcas. Gracias al espacio proporcionado, marcas como Pinaz consiguieron transmitir el valor de su producto: un valor basado en sus raíces, la tradición, la artesanía y su origen español.

Además, los distribuidores que contaban con artículos de marcas españolas, como es el caso de Antipodas Brands o de Momy Decor, manifestaron su satisfacción con la organización y asistencia de público profesional.

A modo de conclusión, se puede establecer que la feria Life In Style resulta de gran utilidad para aquellas marcas y empresas españolas que comercialicen productos artesanales, con un diseño único y elaborado, diferenciado.



## 5. Anexos

### 5.1. Fotografías de los distintos *stands* con presencia española

#### 5.1.1. Antipodas Brands: *stand* 1710





### 5.1.2. Calzia / Yute de Caravaca: stand 2000





5.1.3. Momy Decor: stand 1854-K





## 5.2. Direcciones de interés y de contacto

### Organización

Reed Exhibitions Australia  
Locked Bag 2555  
Chatswood DC NSW 2067  
Australia

### Datos de contacto

Web: <https://www.lifeinstyle.com.au/>

E-mail: [info@lifeinstyle.com.au](mailto:info@lifeinstyle.com.au)

Teléfono: 1800 571 960 (Desde Australia) / +61 283 290 945 (Desde el extranjero)

### Personas de interés

Nina Vidale (Exhibition Director): [nina.vidale@rxglobal.com](mailto:nina.vidale@rxglobal.com)

Danielle Bennett (Strategic Account Manager): [danielle.bennett@reedexpo.com.au](mailto:danielle.bennett@reedexpo.com.au)

Alexandra Grocholsky (Sales Executive): [alexandra.grocholsky@rxglobal.com](mailto:alexandra.grocholsky@rxglobal.com)

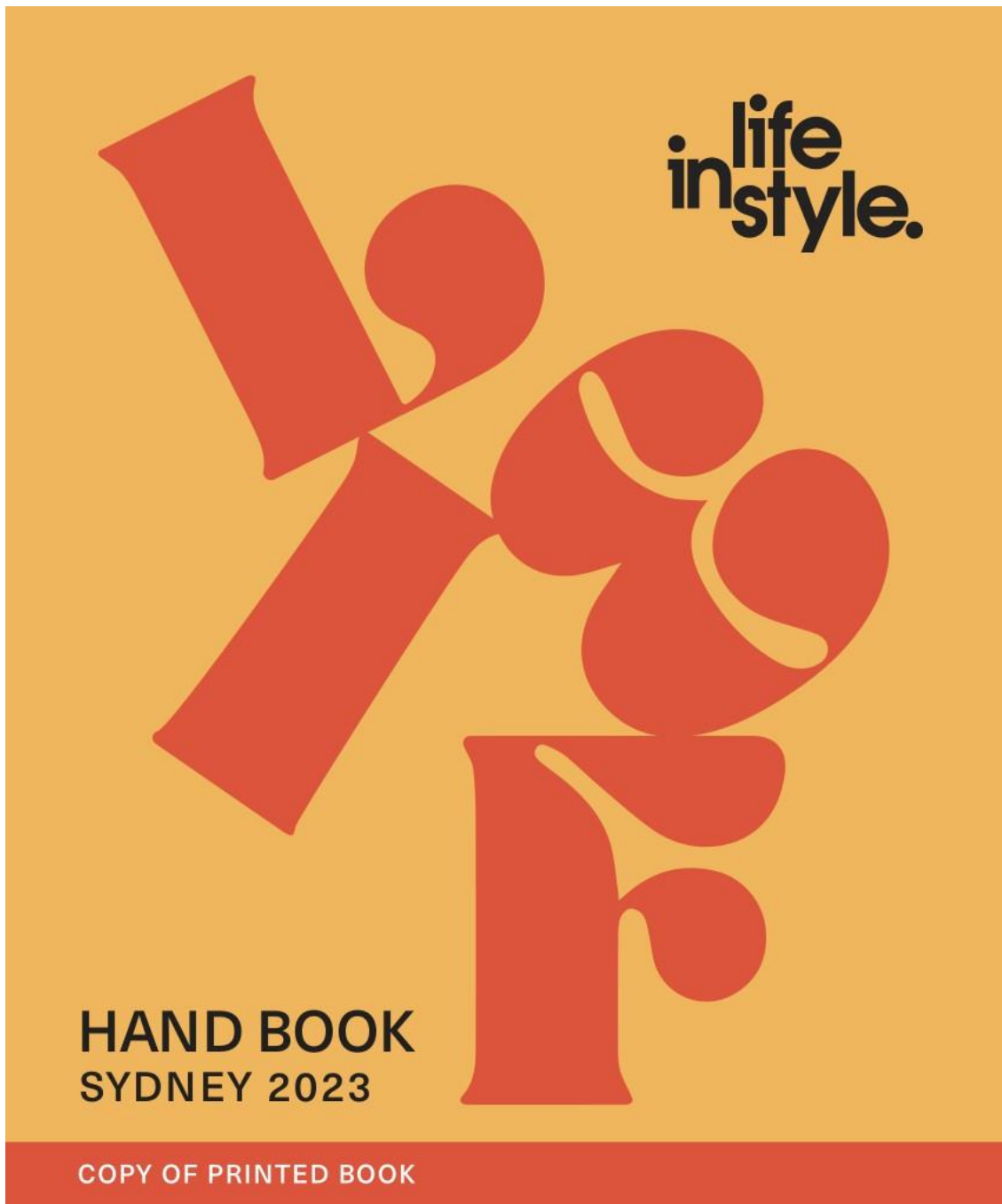
Lily Nutting (Operations Manager): [lily.nutting@rxglobal.com](mailto:lily.nutting@rxglobal.com)





### 5.3. Libro – guía virtual

[Life In style Sydney 2023 Digital Handbook \(dcatalog.com\)](https://dcatalog.com)



# 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](http://www.icex.es)



**icex** España  
Exportación  
e Inversiones