



INFORME
DE FERIAS

2018



FASHION WEEK

París

Del 1 al 5 de Marzo 2018

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en París

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



26 de Marzo de 2018
París

Este estudio ha sido realizado por
Mahan Goudarz y Ester M.Gutiérrez Bustillo

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en París.

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



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Actividades de promoción de la feria por parte de la Ofecomes	6
2. Descripción y evolución de la Feria	7
3. Tendencias y novedades presentadas	9
4. Valoración	10
4.1. Del evento en su conjunto	10
4.2. De la participación española	10
4.3. Recomendaciones	11
5. Anexos	12





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

FASHION WEEK PARIS - SEMANA DE LA MODA DE PARÍS

	FERIAS		SHOWROOMS		
	Première Classe y Paris sur Mode	Tranoi	Man-Woman	Rainbowwave	New Couture
Fechas de celebración del evento:	Del 1 al 4 de marzo 2018	Del 2 al 5 de marzo 2018	Del 2 al 4 de marzo 2018	Del 1 al 8 de marzo	Del 1 al 5 de marzo
Fechas de la próxima edición:	Del 28 de septiembre al 1 de octubre	Del 22 al 24 junio	Pendiente de confirmar	Pendiente de confirmar	Pendiente de confirmar
Frecuencia, periodicidad:	Bianual a excepción de Tranoi que se realiza 4 veces al año				
Lugar de celebración:	Jardin des Tuileries, 75001 Paris	Tranoi - Carrousel du Louvre 99 rue Rivoli, 75001 Paris Tranoi - Palais de la Bourse 28 Place de la Bourse, 75002 Paris Tranoi Week 108 rue Vieille du Temple, 75003 Paris	Pabellón Vendôme, 7 Place Vendôme, 75001 Paris	22 Rue de la Michodière, 75002 Paris	Westin Paris Vendôme, Salon Napoléon y Suite Prestige, 75001 Paris.
Horario de las ferias	De 9h a 19h; último día hasta las 18h	De 10h a 19h; último día hasta las 18h	De 10h a 19h; último día hasta las 18h	De 10h a 19h; último día hasta las 18h	De 10h a 19h; último día hasta las 18h



Precios de entrada y del espacio	Première Classe, Paris sur Mode : 30€ o 40€ en taquilla	20€ online y 40€ en taquilla	Gratuita previa inscripción	Gratuita	Gratuita
Sectores y productos representados	Ropa, calzado, complementos, bisutería, marroquinería, bolsos, sombreros.				
Otros datos de interés.	http://www.tranoi.com/ , https://www.premiere-classe.com/ , http://www.parissurmode.com/ , http://manwomanshows.com/shows/woman-paris , http://www.couturennew.com/ , http://www.rainbowwave.com/				



1.2. Actividades de promoción de la feria por parte de la Ofecomex

Desde la OFECOME de París, la Consejera Económica y Comercial Jefa, María Paz Ramos Resa, la Consejera Comercial, Carmen Timermans, el responsable del Departamento de Bienes de Consumo, Philippe Daifeli, así como la becaria ICEX Mahan Goudarz y la becaria autonómica Ester M.Gutiérrez Bustillo (SODERCAN) visitaron las diferentes ferias para dar su apoyo y promocionar los servicios que ofrece la Oficina Comercial a las empresas españolas que participaron en ella.

Así mismo, para la realización de este informe los expositores españoles fueron entrevistados con el fin de obtener una visión general del evento, recoger las impresiones de las empresas y obtener información acerca de las novedades que presentaban en el salón.



EX



2. Descripción y evolución de la Feria

La semana de la moda parisina se desarrolló en esta edición de Marzo 2018 con una amplia gama de ferias y showrooms profesionales del sector de la moda con el objetivo de promocionar los productos de confección, calzado, accesorios y bisutería de media y alta gama. En los diferentes salones se dieron cita los diseñadores y profesionales del sector, con un carácter internacional muy marcado.

Las ferias que tuvieron lugar durante esta edición y donde se presentaron las próximas colecciones otoño-invierno fueron las siguientes:

- **Premiere Classe:** Desde hace más de 20 años es un referente de la moda parisina y acuden a ella grandes diseñadores y marcas para dar a conocer sus últimas novedades a los compradores y periodistas. Esta edición el salón ha querido destacar la importancia del *savoir-faire* y la artesanía a partir de la iniciativa llamada “Atelier Secret”, donde se mostraban en vivo los pasos de fabricación de joyas y bisutería. Este año la feria ha contado con un total de 500 expositores.
- **Paris sur Mode:** Reúne marcas contemporáneas que desean proyectarse a nivel internacional y obtener un reconocimiento dentro del mundo de la moda. En la plaza de la Concorde se encuentran los creadores del prêt-à-porter femenino con espíritu de reunir las tendencias más novedosas del sector. Este año el salón ha contado con un total de 80 diseñadores y la temática del mismo ha girado en torno a las noches parisinas más en concreto al cabaret, caracterizado por su sentido subversivo y vibrante.
- **Tranoï:** Realizada 4 veces al año, Tranoï presenta a los jóvenes y vanguardistas diseñadores en una feria que engloba marcas de alta gama, donde los profesionales del sector más influyentes se reúnen para conocer las últimas novedades del mundo de la moda. Se pueden encontrar nuevas marcas innovadoras y contemporáneas principalmente francesas, italianas, inglesas y asiáticas. Este año han contado con un total de 450 diseñadores internacionales.
El salón se desarrolla en dos emplazamientos emblemáticos distintos, Carrousel du Louvre y Palais de la Bourse, ambas conectados entre sí gracias a unas lanzaderas puestas por parte de la organización.
Por otro lado, este año se ha celebrado la tercera edición de la **Tranoï Week** un híbrido entre feria, showroom y galería de arte que pone el foco en casi 30 diseñadores internacionales.

El volumen de visitantes presentes en las ferias este año ha experimentado un detrimento del 9% con respecto a la edición de Marzo del 2017. Esto se debe principalmente al cambio que están experimentando los mercados, tanto para el sector de los accesorios como para el del prêt-à-porter, los canales de consumo han cambiado y por lo tanto también lo están haciendo a la par los de venta y distribución.

Por otro lado, en esta edición tomaron mayor protagonismo los Showrooms, al igual que aquellos showrooms de empresas multimarca y aquellos dedicados en exclusiva a una única marca expositora. Los principales visitados en esta edición han sido los siguientes:

- **Man-Woman:** Se constituye como una plataforma de encuentro entre marcas, compradores y demás profesionales de la moda. Se sitúa en la Place Vendôme de París, cerca de Tuilleries y por lo tanto bastante próximo a otras dos ferias del sector, Paris sur Mode y Premiere Classe. Agrupa firmas vanguardistas y selectas del sector que se dirigen a públicos de alto poder adquisitivo
- **Rainbowwave:** Un espacio privado que agrupa a los diseñadores independientes con las multimarcas potenciando la experiencia de los asistentes. Estos showrooms colectivos son perfectos como escaparates internacionales para mostrar así las nuevas colecciones y accesorios.
- **New Couture:** Con ubicación privilegiada, dentro del hotel Westin Paris – Vendôme, próximo tanto a las ferias del sector como a diferentes showrooms de renombre durante la semana de la moda parisina. En este evento se presentan marcas de Prêt à Couture y de Prêt à Porter de lujo.
- **London show Rooms en Tranoi Week:** Showroom promovido por el British Fashion Council con el objetivo de promocionar el sector de la moda británico. Esta iniciativa se encuentra, dentro de las apoyadas, por UK FASHION & TEXTILE ASSOCIATION (UKFT) con el objetivo de apoyar a la exportación del sector textil británico. UKFT es la asociación del sector de la moda y textil que representa a diseñadores, fabricantes y comerciantes de moda, lencería, calzado, accesorios y joyería británicos.

En esta edición de Marzo 2018, se ha notado una fuerte presencia del mercado asiático, sobre todo de grandes oficinas de compra japonesas y coreanas.



3. Tendencias y novedades presentadas

Una de las novedades encontradas en Premiere Classe ha sido la incorporación de Vintage Boutique, un espacio de coleccionistas de accesorios —formado por diez coleccionistas especializados— que han compartido creaciones históricas de la moda, piezas únicas y extravagantes. El mensaje que se ha querido plasmar con la representación de esta tienda ha sido la esencia del *vintage*, lo clásico. Cuando se habla sobre ello no deberían destacar solamente los objetos singulares, sino el enlace sagrado entre el pasado y el presente, así como la nueva historia que puede nacer. Según uno de los coleccionistas, la fantástica particularidad de lo clásico es que no sigue reglas ni se ajusta a las tendencias.

No obstante, el sector demanda nuevas tendencias; por ello, en esta edición, se ha propuesto una experiencia que ha dado un giro por completo, el nuevo formato Jean-Louis. Compuesto por un espacio físico, un mercado efímero, una tienda pop-up y una programación tanto completa como cuidada (con workshops, conferencias, demostraciones y fiestas por las noches). La iniciativa está centrada en la experiencia del consumidor pero los expositores aprovechan una mayor presencia en los medios y redes sociales.

La presentación de tendencias ha sido más evidente en Tranoï ya que las marcas se han dividido en el salón acorde a los siguientes universos:

- Bubble Fizz: el color y diversión en un espacio despreocupado y jovial;
- Free Spirit: líneas bohemias que muestran tranquilidad, un estilo nómada y relajado;
- Shape Shifter: para los rebeldes y vanguardistas;
- Sharp & Bold: diseños sofisticados y con clase;
- The Essentials: un estilo más clásico, puro y con carácter intemporal; y
- Zeitgeist: imagen provocadora, con personalidad y que marca tendencia en las redes.

En cuanto a los países con especial presencia, cabe destacar la nueva colaboración entre London show Rooms y Tranoï Week, que apoyan la fuerza y profundidad de la comunidad de la moda londinense y su participación en Tranoï Week.



4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

La semana de la moda de París forma parte de las cuatro grandes semanas de la moda a escala mundial, entre la de Londres, Milán y Nueva York. El calendario comienza con Nueva York, seguido de Londres, Milán y finaliza en París. Los espacios para exponer creaciones del sector textil durante esta semana aumentan todos los años.

En comparación con marzo del año pasado, el número de visitantes de Paris Sur Mode Tuileries y Premiere Classe Tuileries ha disminuido un 9% ya que, según los organizadores de la feria, el mercado de accesorios y *ready-to-wear* no están pasando por la misma situación.

No obstante, Premiere Classe Tuileries afirma su posición como líder en ferias de accesorios mixtos. El co-Director General Frédéric Maus se refiere a Asia, especialmente China, como una de las áreas prioritarias. Por ello, uno de los embajadores de WSN Développement ha sido reubicado a Asia con el fin de atraer a más compradores en la región, pero también para lanzar nuevos proyectos que se anunciarán a principios de verano. Este año han destacado las compras de grandes oficinas procedentes de Japón y Korea.

La unión de Premiere Classe Tuileries y Jean-Louis ha sido el resultado de un proyecto innovador. WSN Développement quiere seguir con la línea dinámica que caracteriza al mundo de la moda y trabajar en estrecha colaboración con las marcas, compradores profesionales y minoristas, y los consumidores finales.

4.2. De la participación española

La mayor parte de las empresas participantes en Première Classe han notado la caída de afluencia con respecto a años anteriores, lo que trasciende en un menor número de clientes nuevos realizados. En general, opinan que se debe al solapamiento de eventos en esta semana y, con ello, los visitantes deben elegir. Sin embargo, los expositores siguen recibiendo a sus clientes anteriores, con quienes concretan citas.



En Tranoï las empresas están muy contentas con la organización de los stands ya que los visitantes tienen que seguir un recorrido cerrado. De esta manera, las empresas tienen más posibilidades de recibir compradores nuevos. No obstante, el recorrido está más marcado en la primera planta ya que la planta baja es más amplia y el visitante puede realizar distintas combinaciones. Todas las empresas ubicadas en el Palacio de la Bolsa de París compartieron su satisfacción con el lugar de celebración de la feria.

En el caso de Man-Woman, las empresas estaban satisfechas con la especialización del salón, que acoge a marcas más selectivas.

Con respecto a los participantes en los showrooms, la mayoría ha probado distintas formas de intervención en la semana de la moda y están muy satisfechos al presentar sus productos en showrooms multimarca o monomarca.

4.3. Recomendaciones

En primer lugar, se recomienda a las empresas que se informen sobre las distintas ferias en las que pueden participar, para así poder realizar la elección más adaptada al tipo de producto, negocio y cliente de la empresa. Para ello, es necesario realizar un viaje de prospección antes de solicitar plaza en alguna de las ferias. En este primer viaje, es importante que la empresa visite la feria para asegurarse de que el producto tiene cabida en ella e, intentar realizar los primeros contactos.

La participación en estos eventos puede resultar complicada a la hora de solicitar un stand, pues se trata de ferias de tamaño relativamente reducido con una selección de productos muy precisos y rigurosos. Por ello, el solicitante deberá prestar especial atención a determinados aspectos que variarán en función del perfil de la empresa.

Una vez se decida asistir a la feria, es importante preparar el viaje con antelación, es decir, traducir los catálogos y otra documentación al francés y al inglés, sopesar la posibilidad de contratar a un intérprete y fijar una agenda de visitas con posibles clientes o agentes para sacar el máximo provecho del desplazamiento.

En la OFECOME de París, se ofrecen varios servicios personalizados que pueden resultar interesantes y de gran utilidad para las empresas que deseen buscar socios o agentes comerciales para acceder al mercado galo así como otros servicios de apoyo a las empresas en caso de que decidan introducirse o profundizar su presencia en el mercado francés.



5. Anexos

Listado de empresas españolas expositoras agrupadas:

FERIAS

PREMIERE CLASSE PARIS SUR MODE

Beatriz Palacios Siyu
 Chie
 Imayin
 La Portegna
 Magro Cardona
 Oona
 Pertegaz
 Pol&Cler

CARROUSEL DU LOUVRE

2nd lab (by the 2nd skin co)
 Clémence Flane
 Cortana
 Etnia Barcelona
 Guanabana
 JV by Jorge Vazquez
 La Condesa
 Nomadi Deluxe

TRANOÏ

PALAIS DE LA BOURSE

Knitbrary
 Stone

FIND A NAME

RAINBOWWAVE

MAN-WOMAN

BOON SHOWROOM

NEW COUTURE

PRIVADO

PRIVADO

PRIVADO

PRIVADO

SHOWROOMS

Lautëm
 Gaviria
 Revisited
 Pepa Salazar
 Malne Madrid
 Carmen March
 Delpozo
 Bakari, The Handmade Art
 Manémané

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

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones