



INFORME
DE FERIA

2019



Super

Milán

19 – 22 de septiembre de 2019

icex

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

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

11 de octubre de 2019
Milán

Este estudio ha sido realizado por
Marta Maldonado Reverte

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

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

NIPO: 114-19-041-8



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	4
1.3. Otras ferias relacionadas	5
1.4. Actividades de promoción de la feria por parte de la Ofecomes	5
2. Descripción y evolución de la feria	7
3. Tendencias y novedades presentadas	9
3.1. Tendencias del sector	9
3.2. Datos del sector en Italia	10
4. Valoración	13
4.1. Del evento en su conjunto	13
4.2. De la participación española	13
4.3. Recomendaciones	14
4.4. Servicios Personalizados	14
5. Anexos	16
5.1. Asociaciones del sector	16
5.2. Prensa especializada	17





1. Perfil de la Feria

SUPER

1.1. Ficha técnica

SUPER

Fechas de celebración del evento: 19 al 22 de septiembre de 2019

Fechas de la próxima edición: 20 al 23 de febrero de 2020

Frecuencia: Semestral

Lugar de celebración: Visconti Pavilion, en vía Tortona 58, Milán.

Horario de la feria: 9.30 - 18.30 (último día 9.30 – 17.30)

Precios de entrada: gratuito para prensa especializada y operadores del sector como boutiques, oficinas de compra, cadenas de negocios, *concept store*, *E-commerce*, joyerías, grandes almacenes, mayoristas, tiendas de óptica, perfumerías, representantes y *showrooms*.

Precios del stand: El precio del *stand* depende de su tamaño. De acuerdo con los espacios disponibles, los stands son de 6,25 metros cuadrados, 9 metros cuadrados y 12 metros cuadrados.

- 395 € / m² + IVA.
- € 1.200 + IVA la cuota de participación.
- Cualquier marca adicional exhibida en el stand tiene un coste extra de € 400 + IVA.

Sectores y productos representados: confección femenina y accesorios.

1.2. Sectores y productos representados

La propuesta de moda de Super se caracteriza por su originalidad y transversalidad. La organización de la feria realiza una exhaustiva labor de selección de los expositores, para combinar colecciones de éxito y marcas consolidadas con nuevos talentos de todo el mundo. Esto ha permitido a Super convertirse en un contenedor de moda de alto valor creativo y de un gran atractivo para los mejores operadores del sector.

En particular, la organización, siempre orientada a encontrar nuevas propuestas en el panorama internacional, apuesta por las nuevas marcas y diseñadores a los que dedica específicamente la sección “*Super Talents*”



Con relación a la oferta presentada, en la feria tienen cabida una gran variedad de productos, pero el 60% aproximadamente se corresponden con accesorios y forman parte de lo que la organización denomina “*Accessories Experience*”.

Entre los expositores se pueden encontrar desde marcas de gama alta hasta aquellas orientadas a un público juvenil con productos interesantes desde el punto de vista comercial.

1.3. Otras ferias relacionadas

TABLA 1. FERIAS DEL SECTOR DE CONFECCIÓN FEMENINA

FERIA	CIUDAD	PAÍS	WEB	FECHAS
GALLERY	Düsseldorf	Alemania	www.igedo.de	25 - 27 enero 2020
WHITE	Milán	Italia	www.whiteshow.com	20 – 23 febrero 2020
THE ONE MILANO	Milán	Italia	www.mipap.it	20 – 23 febrero 2020
PARIS FASHION WEEK - FEMME	París	Francia	www.modeaparis.com	24 febrero – 3 marzo 2020

Fuente: Elaboración propia

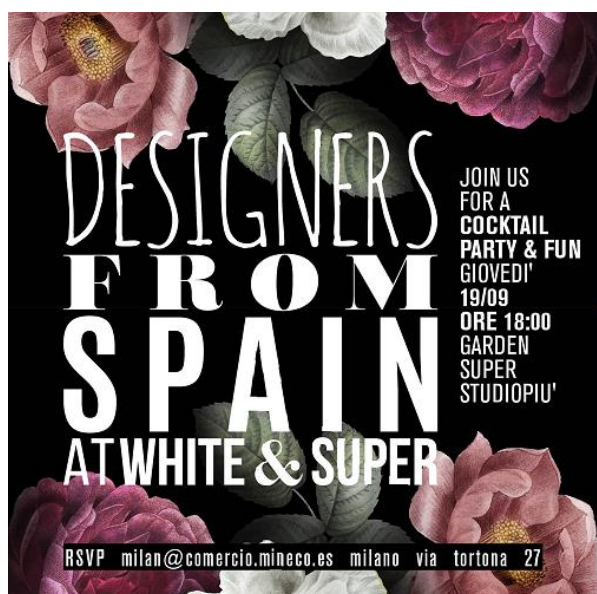
1.4. Actividades de promoción de la feria por parte de la Ofecomes

El personal de la Oficina Económica y Comercial (Ofecomes) de Milán y de la División de Moda, Hábitat, e Industrias Culturales de ICEX visitó la feria y aprovechó la ocasión para ver la competencia presente del sector, intercambiar impresiones con las empresas españolas participantes y dar a conocer el ICEX, las Ofecomes y los servicios disponibles. De este modo, se ofreció a las empresas españolas la oportunidad de expresar su opinión sobre la feria, el mercado italiano y, en general, la situación del sector de la confección femenina en España y a nivel internacional.

En esta feria, ICEX ofrece una participación agrupada bajo el nombre “*Designers from Spain at White & Super*” y organiza un cóctel para las empresas españolas y sus *buyers*, para que tengan la oportunidad de reunirse y hacer nuevos contactos. El coctel se organizó dentro del recinto ferial de WHITE, en vía Tortona 27, y tuvo lugar el jueves 19 de septiembre a las 18:00.



ILUSTRACIÓN 1. CÓCTEL DE ICEX EN LAS FERIAS WHITE & SUPER



Fuente: Elaboración propia

2. Descripción y evolución de la feria

Organización

La feria de SUPER está organizada por Pitti Imagine Srl, cuyos datos de contacto se encuentran a continuación.

Pitti Imagine S.R.L.

Via Faenza 111
 50123 Florencia, Italia
 Tel. +39 05536931
 Fax. +39 0553693200

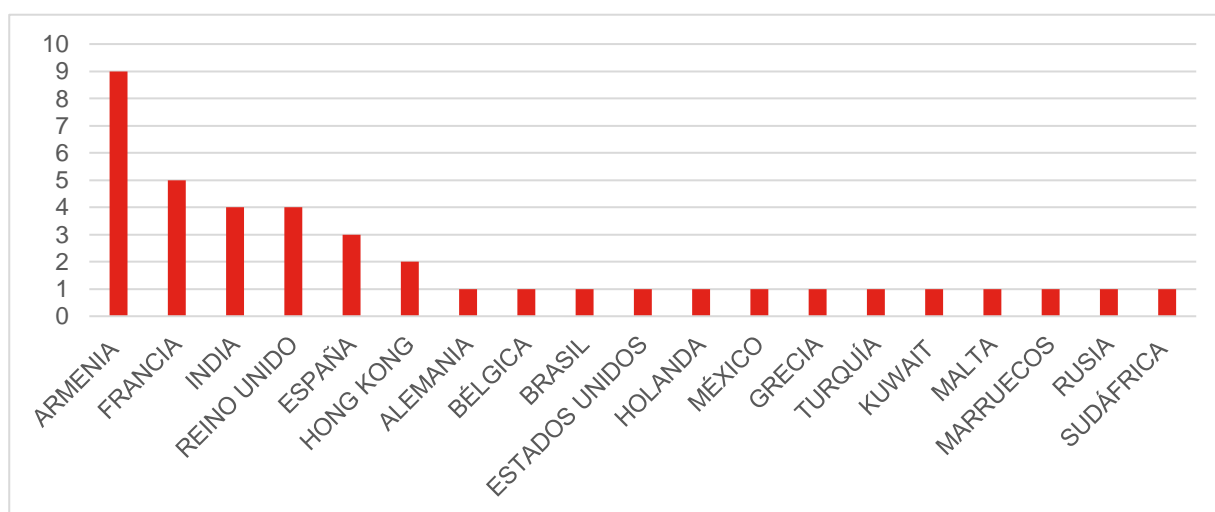
E-mail: info@pittimagine.com
 // Web: www.pittimagine.com

Expositores

La feria SUPER ha contado en esta edición con la participación de 103 empresas, de las cuales 60 eran italianas y 43 extranjeras. Más de un 40% de los expositores eran extranjeros y un 52% de las empresas participaba por primera vez en la feria.

Tras Italia, el país con mayor número de expositores es Armenia, con 9 participantes, seguido de Francia (5), India (4), Reino Unido (4) y España (3).

GRÁFICO 1. EMPRESAS EXPOSITORAS EXTRANJERAS EN SUPER SEPTIEMBRE 2019



Fuente: Elaboración propia



Visitantes

Un total de más de 5.800 compradores asistieron a esta edición de septiembre. Hubo más de 1.100 compradores internacionales de más de 50 países (alrededor del 20% del total), ligeramente por debajo de los 1.200 de hace un año.

Aumentaron los compradores de Francia, Estados Unidos y los Países Bajos, mientras que los de Japón, Alemania y Grecia cayeron. Para los compradores italianos hubo un crecimiento de casi el 1%.

El ranking de los 15 principales mercados de referencia de la feria siempre ve a Japón en cabeza, seguido de Francia, España, Alemania, Grecia, Estados Unidos, Suiza, China, Rusia, Corea, Austria, Holanda, Bélgica, Reino Unido y Portugal.

icex

3. Tendencias y novedades presentadas

3.1. Tendencias del sector

Chic under the Sun

Citas de los años 50, ecos coloniales, incrustaciones sofisticadas que acompañan los momentos especiales de la estación cálida. Chaquetas de punto o piquet de corte impecable, sofisticadas y fáciles de llevar. Vestidos de cóctel elaborados y sensuales para la noche. Además, prendas de punto en tonos neutros que se alternan con vestidos largos que se deslizan sobre la piel. Los accesorios incluyen sombreros de ala ancha y bolsos livianos para un verano muy urbano.

Light & Minimal

La sofisticada simplicidad del blanco se combina con estructuras a medida. Las líneas son sueltas y cómodas. Las túnicas geométricas hasta el tobillo se alternan con blusas minimal. Las texturas son extremadamente ligeras: popelina, algodón y gabardina de lino puro. Para la ropa exterior: el jersey gris y el algodón Mako son socios perfectos para los accesorios de rafia natural.

Lush Jungle

La energía del verano tiene los colores cálidos y saturados de la naturaleza más salvaje: todos los tonos de marrón y toda la escala cromática del verde con toques de naranja, rosa, turquesa, blanco y negro. Desde ropa de playa hasta chándal, desde la camisa de vestir hasta las chaquetas y abrigos, el vestuario de verano está lleno de patrones animal-print, estampados jungalow y joyas etno-chic. Por todas partes, la bush-jacket parece que ha sido robada del armario masculino.

Mediterranean Mood

Desde la Riviera francesa hasta las costas de Apulia, el Mediterráneo inspira colecciones de accesorios llamativos para el día y la noche. La elección de telas finas y materiales naturales como el corcho se concentra en la creación de alpargatas de lujo, sandalias menorquinas y zapatos tipo bandeau de seda que están destinados a convertirse en los artículos imprescindibles del próximo verano, mientras que el proceso artesanal crea sandalias planas con un espíritu ambientalmente sostenible.

Luxury Travel Lifestyle

Los viajes, la esencia del verano, se reflejan en trajes con un espíritu contemporáneo compuesto de elementos esenciales: bufandas en telas finas, trajes para usar desde el amanecer hasta el anochecer, vestidos transformables. El aspecto es funcional, de hecho hay un predominio del monocromo. El trabajo es impecable y la selección de telas es obligatoria: seda, muselina de algodón, viscosa y cachemir muy ligera.

3.2. Datos del sector en Italia

Balance sectorial del 2018

Según los datos del informe “Moda Femenina Italiana en el 2018-2019” elaborado por Confindustria Moda, la industria italiana de la moda femenina ha presentado un crecimiento cercano al +1% en 2018, contrario a lo que pronosticaban las previsiones, con un aumento de 125 millones de euros. Esta mejora se debe principalmente a los buenos resultados de las exportaciones. La moda femenina supone un 24,3% de la facturación total del sector textil en Italia.

El valor de la producción llevada a cabo en Italia (neta de las ganancias derivadas de la comercialización de productos importados) presenta una caída del -1,8%.

Las exportaciones han crecido un +3,1%, acercándose a los 8.500 millones de euros, y ya representan el 63,4% de los beneficios del sector. Las importaciones han aumentado un +10,1% con una cifra cercana a los 4.800 millones de euros.

TABLA 2. SECTOR DE LA INDUSTRIA ITALIANA DE MODA FEMENINA - PRINCIPALES INDICADORES- SERIE HISTÓRICA 2013-2018

(Datos en millones de euros corrientes)

*Reservas y consumo extrafamiliar incluido

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Facturado	12.176	12.465	12.760	12.937	13.216	13.341
Var %		2,4	2,4	1,4	2,2	1,0
Valor de la producción	7.823	7.703	7.655	7.725	7.848	7.705
Var %		-1,5	-0,6	0,9	1,6	-1,8
Exportaciones	7.025	7.354	7.721	7.936	8.207	8.460
Var %		4,7	5,0	2,8	3,4	3,1
Importaciones	3.677	4.013	4.305	4.280	4.310	4.746
Var %		9,2	7,3	-0,6	0,7	10,1
Saldo comercial	3.348	3.341	3.416	3.657	3.897	3.714
Consumo final*	11.185	10.782	10.543	10.229	10.005	9.614
Var %		-3,6	-2,2	-3,0	-2,2	-3,9
Indicadores estructurales						
Exportaciones/Facturado	57,7	59,0	60,4	61,3	62,1	63,4

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Confindustria Moda

De la temporada Primavera/Verano 2018 a la de Otoño/Invierno 2018/19 el *sell-out* de moda italiana cae un -2,9%. La bajada es común a todos los segmentos, con un descenso del -1,1% para camisería, del -2,9% para confección, del -3,1% para prendas de punto y del -10% para prendas de piel.

En cuanto a los canales de distribución, las cadenas, el primer canal de distribución del sector con un 47,4% de la cuota, muestran una disminución del -1,9% en la venta intermedia en comparación con la temporada de anterior. El canal minorista continúa perdiendo terreno con una bajada del -10,6%, y se sitúa con una cuota del 19,7%. La gran distribución organizada pasa a una cuota del 15%, debido a un descenso del -3,4%. El único canal que no sigue la tendencia negativa es el online, que creció un +40,7%, alcanzando el 9,4% de la cuota del mercado.

El comercio exterior italiano durante el primer semestre del 2019

Según los datos del ISTAT, en el período enero-junio de 2019, las exportaciones de moda femenina aumentaron un +6,6%, mientras que las importaciones crecieron un +10,1%.

Se observa una tendencia positiva en las exportaciones a países de Unión Europea así como a los extra-UE, con una subida del +6,1% y +7,2% respectivamente.

Más allá de la cifra promedio europea, es apropiado analizar los resultados destacados por los países, que son capaces de reflejar mejor el desempeño de cada mercado.

Dentro de la UE, Francia es el principal mercado para la exportación italiana de moda femenina, con una participación del 11,3% y muestra una gran crecida de +6,3%. En cambio Alemania, segundo mercado con un 9,4% de share, bajó un -3%. Reino Unido y España se confirman con la tendencia positiva, con un crecimiento del +13,4% y +11,8%, respectivamente.

Respecto a los países extra-UE, las exportaciones a Suiza aumentaron un +23,4% y a Estados Unidos un +12,5%. Hong Kong sufre una caída del -8%, frente a China que aumenta un +17,6%. Japón crece un +11,6% y Corea del Sur un +17,6%. Las ventas a Rusia se caracterizan por una dinámica negativa, con una bajada del -9,4%.

Pasando al análisis de los principales proveedores, China, que representa el 14,5% de las importaciones italianas de moda femenina, cayó un -2,7%. Sin embargo, los flujos de Holanda y Bélgica, canales tradicionales de los productos asiáticos, crecieron un +21,4% y +12,9%, respectivamente.

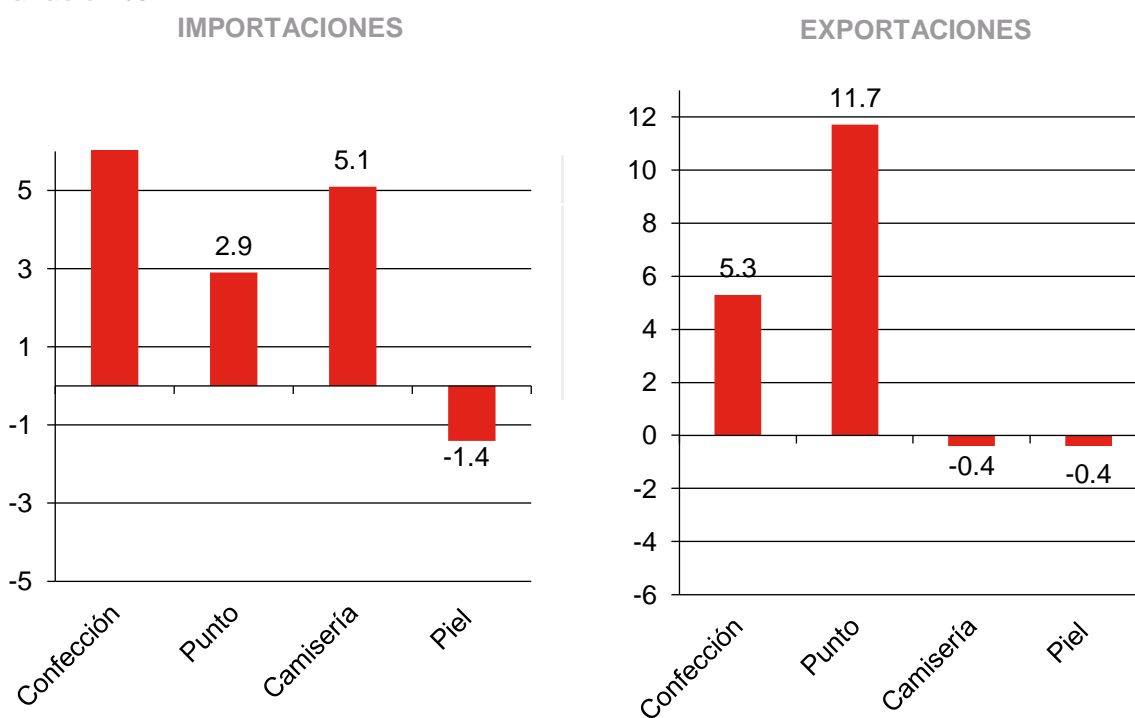
En segundo lugar se encuentra España, debido a un gran aumento ocasionado por ciertos operadores del sector, por lo que requiere de un análisis más profundo. En tercer lugar se encuentra Francia, que presenta una caída del -22,6%.

Bangladesh, en cuarta posición, crece un +14%, mientras que Alemania aumenta un +5,5% y Rumanía cae un -1,1%.

Al desagregar los datos por línea de productos, el volumen de negocios en el extranjero muestra tendencias diversas. Por un lado, la confección y prendas de punto crecieron un + 5,3% y un + 11,7% respectivamente; por otro lado, las camisas y las prendas de cuero caen un -0,4%. En el caso de las importaciones, el aumento más destacable afectó a la confección, un +17,7%, mientras que los tejidos de punto y las camisetas crecieron en menor medida, un +2,9% y un +5,1% respectivamente. Caen un -1,4% las importaciones de prendas de piel.

GRÁFICO 2. COMERCIO ITALIANO POR TIPO DE PRODUCTO - ENERO-JUNIO 2019

Variación %



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Confindustria Moda - Centro Studio SMI*

4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

Super es una feria relativamente joven, ya que se creó en el año 2013. La feria hace un gran esfuerzo por seleccionar los expositores que entran, por lo que la oferta expuesta es de muy buena calidad. Todo esto justifica su reducido tamaño en comparación con otras ferias del sector.

Tiene lugar en vía Tortona, junto a WHITE Milano, y esto ha supuesto un gran empuje para la feria ya que le permite beneficiarse de la afluencia de público y aumentar su número de visitantes.

Además, la feria coincide con la *Milano Fashion Week* y el resto de eventos y desfiles que tienen lugar en la ciudad favorecen la presencia de los principales profesionales de la moda a nivel mundial en Milán durante esa semana.

4.2. De la participación española

En esta edición de SUPER han participado 3 empresas españolas, de las cuales solo una ha contado con apoyo de ICEX, bajo la agrupación “*Designers from Spain at White & Super*”, que consiste en una ayuda económica para participar en la feria.

Las empresas españolas están satisfechas con la feria y destacan la idoneidad de coincidir en fecha y localización con la feria WHITE Milano, ya que les permite aprovechar la gran afluencia de público que esta genera.

Por último, destacan que dada la distribución del espacio expositivo la situación del stand no afecta a la afluencia de público, dado que todos los visitantes recorren la totalidad del recinto.

A continuación se pueden ver los datos de las empresas expositoras españolas.

TABLA 3. LISTADO DE EMPRESAS ESPAÑOLAS EXPOSITORAS EN SUPER SEPTIEMBRE 2019

	EMPRESAS	PRODUCTO	POBLACIÓN	WEB
1	IMAYIN	Bolsos	Zaragoza	www.instagram.com/imayin.es/
2	BARNER	Gafas	Barcelona	www.barnersbrand.com
3	POPA	Calzado	Alicante	www.stiushoes.com

Fuente: SUPER



4.3. Recomendaciones

La presencia en SUPER puede resultar de especial relevancia para ampliar y reforzar contactos, no solo en Italia, sino también a nivel internacional. El público suele tratarse de cliente italiano, pero también es posible encontrar compradores internacionales interesados.

La mera asistencia a la feria no es garantía de éxito. Es necesaria una preparación previa, contactando con los clientes (por ejemplo, a través de un *mailing*) y planificando, en la medida de lo posible, una agenda de reuniones para maximizar al máximo el tiempo de la feria.

Es importante saber que SUPER establece una estética uniforme para los stands de la feria. De ahí que el expositor deba esmerarse en que la presentación del propio producto se ajuste a los requisitos de creatividad y contemporaneidad requeridos por el comprador. Un buen stand será fundamental para despertar la curiosidad de periodistas del sector y *bloggers*.

La organización de SUPER realiza un importante esfuerzo para que en la feria estén presentes las mejores marcas que permitan atraer el interés de los mejores compradores mundiales. Por este motivo, ha conseguido destacar por la innovación, exclusividad y calidad presentada en su exposición, que se han convertido en requisitos para participar en la misma.

Además, la feria cuenta con un espacio expositivo limitado, por lo que el número de empresas que pueden participar en la feria no es muy alto. Esta es la razón de que no todas las marcas que lo desean puedan participar. Un producto innovador y de calidad y una buena imagen serán imprescindibles para poder participar en la misma, y deberán de transmitirse a la feria a la hora de solicitar la participación.

Por último, tratándose de una feria que se celebra en Italia, es importante disponer de material en italiano (y/o en inglés) y de profesionales que conozcan el idioma.

4.4. Servicios Personalizados

ICEX ofrece servicios de consultoría personalizada a través de su red de Oficinas Comerciales en el exterior y cuyo catálogo se puede consultar a través del siguiente enlace: <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/index.html>

La Oficina Económica y Comercial de Milán cuenta con un grupo de profesionales especializados por sectores, lo que asegura a las empresas un profundo conocimiento del mercado, así como de los instrumentos más adecuados para la entrada, para el establecimiento en el país o para potenciar la presencia en el mercado italiano.



El espacio de la oficina está disponible para las empresas españolas como Centro de Negocios para que puedan usar los despachos o la sala de reuniones cuando lo necesiten. La oficina se encuentra situada en el centro de la ciudad y muy bien comunicada.

En lo que a la participación en ferias en el exterior se refiere, la Oficina ofrece un Servicio de Apoyo Logístico que consistiría, entre otras posibles acciones, en la presentación en italiano de la empresa y en la consiguiente comunicación relativa a su presencia en feria. Así mismo, se pone a disposición de la empresa un servicio de seguimiento post-feria en el que se incluye información ampliada de los contactos realizados en la misma.

Para más información, puede ponerse en contacto con la oficina enviando un email a: milan@comercio.mineco.es



5. Anexos

5.1. Asociaciones del sector

- **CAMERA NAZIONALE DE LA MODA ITALIANA**

La “Cámara Nacional de la Moda Italiana” es una asociación sin ánimo de lucro que coordina y promueve el desarrollo de la moda italiana.

www.cameramoda.com

- **CENTRO FIRENZE DELLA MODA**

Milán y Florencia son las capitales de la moda italiana por lo que queda clara la importancia de esta asociación que, junto con *Pitti Immagine*, se encarga de las ferias del sector en Florencia así como de diversas actividades relacionadas con el mundo de la moda.

www.cfmi.it

- **CONSORZIO EXPO MODENA**

Consortio de empresas intersectorial, sin ánimo de lucro, que nace en 1994 de la mano de las dos mayores asociaciones de PYMES de la provincia de Módena: CNA y LAPAM *Federimpresa*.

El objetivo del consorcio es apoyar a las empresas en la exportación de sus productos, la promoción de su imagen y el encuentro con potenciales clientes.

www.expomodena.it

- **COTONE MODA**

Consortio de promoción de las exportaciones del sector textil y de la moda. Actúa sin ánimo de lucro, ofrece incentivos y coordinación para promover la presencia de sus asociados en el exterior.

www.cotonemoda.it

- **SISTEMA MODA ITALIA (SMI) - FEDERAZIONE TESSILE E MODA**

La “Federación Italiana de las Industrias Textil y de Confección” agrupa a todas las asociaciones del sector de la moda.

www.sistemamodaitalia.it

- **AIMPES**

Asociación Italiana de Fabricantes en Piel y Sucedáneos

www.aimpes.it



- **LEATHERNET**

Asociación Italiana de Fabricantes en Piel y Sucedáneos

www.aimpes.it

5.2. Prensa especializada

- **FASHION**

Revista semanal italiana de moda.

www.fashionmagazine.it

- **MF FASHION**

El grupo *MF Fashion* posee diferentes publicaciones dedicadas al mundo de la moda.

www.mffashion.it

- **MODA ONLINE**

Revista italiana de moda publicada íntegramente on-line.

www.modaonline.it

- **PAMBIANCO**

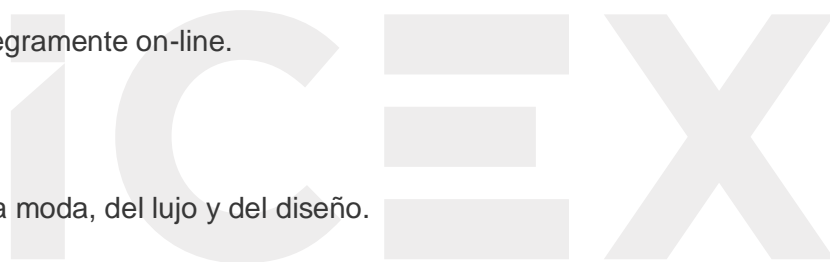
Revista especializada en el sector de la moda, del lujo y del diseño.

www.pambianco.com

- **VOGUE**

Revista especializada en el sector de la moda y de la belleza.

www.vogue.it



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

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones