



INFORME
DE FERIA

2020



SUPER

Milán

20 - 23 de febrero de 2020

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

18 de marzo de 2020
Milán

Este estudio ha sido realizado por
Andrés Carballo Narváez

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

<http://Italia.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-20-024-0



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. Datos del sector	8
3.1. Datos del sector en Italia	8
4. Valoración	12
4.1. Del evento en su conjunto	12
4.2. De la participación española	12
4.3. Recomendaciones	13
4.4. Servicios personalizados	14
5. Anexos	15
5.1. Asociaciones del sector	15
5.2. Prensa especializada	16



1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

SUPER

SUPER

Fechas de celebración del evento: 20 al 23 de febrero

de 2020 **Fechas de la próxima edición:** 24 al 27 de

septiembre de 2020 **Frecuencia:** Semestral

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

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

Precios de entrada: gratuito para prensa especializada y operadores del sector: 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 del tamaño del mismo. De acuerdo con los espacios disponibles, los tipos de 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*”

1.3. Otras ferias relacionadas

FERIAS DEL SECTOR DE CONFECCIÓN FEMENINA

FERIA	CIUDAD	PAÍS	WEB	FECHAS
GALLERY	Düsseldorf	Alemania	www.igedo.de	25-27 julio 2020
WHITE	Milán	Italia	www.whiteshow.com	19-22 septiembre 2020
THE ONE MILANO	Milán	Italia	www.mipap.it	20-23 septiembre 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 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. Al cóctel también acudió la Consejera Económica y Comercial de la Embajada de España en Milán, así como un miembro de la Dirección de Moda, Hábitat e Industrias Culturales de ICEX y su propio director.

El cóctel se celebró dentro del recinto ferial de WHITE, en vía Tortona 27, y en esta ocasión tuvo lugar el jueves 20 de febrero, a las 18:00h.



CÓCTEL DE ICEX EN LAS FERIAS WHITE & SUPER



Fuente: Foto tomada antes del evento



Fuente: Foto tomada antes del evento

DESIGNERS FROM SPAIN AT WHITE & SUPER

T27		T54	
AILANTO	193	JORGE MORALES	01
CHIE MIHARA	78	TANTA RAINWEAR	141
LOVAT & GREEN	94	THE EXTREME COLLECTION	31
PONS QUINTANA	239	NUOC	102
SIYU	100	SUPER	
T35		IMAYIN	B/32
SANTACANA MADRID	32		
SURKANA	36		

JOIN US FOR A COCKTAIL PARTY & FUN
GIOVEDI' 20/02 ORE 18:00
SALA LOUNGE SUPER STUDIOPIU'
MILANO VIA TORTONA 27
RSVP MILAN@COMERCIO.MINECO.ES



Fuente: Diseño invitación cóctel



2. Descripción y evolución de la Feria

Organización

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

Pitti Immagine S.R.L.

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

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

Expositores

La feria SUPER ha contado en esta edición con la participación de más de 90 expositores, de las cuales 3 eran españolas.

Visitantes

Según los datos facilitados por Pitti Immagine, esta edición de SUPER ha recibido aproximadamente 4.500 compradores, frente a los 5.800 de septiembre de 2019, o los 5.700 de febrero de 2019. Esto supone una leve disminución que podría atender a la emergencia sanitaria mundial causada por el virus Covid-19.

Los compradores internacionales alcanzaron poco menos de 1.000 asistentes (más del 20% del total), de unos 50 países de origen.

Los 15 principales mercados de referencia de la muestra son Japón, seguido de España, Alemania, Francia, Suiza, Grecia, Estados Unidos, Reino Unido, Corea, Bélgica, Rusia, Austria, Turquía, Portugal y los Países Bajos.



3. Datos del sector

3.1. Datos del sector en Italia

Balance preliminar del 2019

Según los datos del informe “Moda Femenina Italiana en el 2019-2020” elaborado por Confindustria Moda, la industria italiana de la moda femenina sufrió en el 2018 una desaceleración, tras cuatro años con un crecimiento medio del 2%. Tras esta desaceleración ha recuperado un nuevo vigor en el ámbito internacional durante la mayor parte del año que acaba de terminar.

Según los análisis preliminares realizados por el Centro de Estudios de Confindustria Moda para SMI, se estima que en 2019 el volumen de negocios del sector crecerá un +2,7% y, por lo tanto, debería aumentar a 13.700 millones de euros. La moda femenina representa, por lo tanto, alrededor del 24,5% del total de la facturación del sector textil-moda.

Como se muestra en el balance del sector, el principal impulso del mismo provino de la demanda externa, mientras que las ventas internas se mantuvieron por debajo. A lo largo del año, las exportaciones crecieron a un ritmo más rápido que en 2018; al mismo tiempo, el consumo interno que, aunque mejoró en promedio en comparación con 2018, siguió siendo negativo.

SECTOR DE LA INDUSTRIA ITALIANA DE MODA FEMENINA-PRINCIPALES INDICADORES

Serie histórica 2014-2019 (Datos en millones de euros corrientes)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019 ¹
Facturado	12.465	12.760	12.937	13.216	13.341	13.708
Var %		2,4	1,4	2,2	1,0	2,7
Valor de la producción	7.703	7.655	7.725	7.848	7.705	7.555
Var %		-0,6	0,9	1,6	-1,8	-1,9
Exportaciones	7.354	7.721	7.936	8.207	8.460	8.866
Var %		5,0	2,8	3,4	3,1	4,8
Importaciones	4.013	4.305	4.280	4.310	4.746	4.983
Var %		7,3	-0,6	0,7	10,1	5,0
Saldo comercial	3.341	3.416	3.657	3.897	3.714	3.882
Consumo final²	10.782	10.543	10.229	10.005	9.614	9.388
Var %		-2,2	-3,0	-2,2	-3,9	-2,3
Indicadores estructurales						
Exportaciones/Facturado	59,0	60,5	61,3	62,1	63,4	64,7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Confindustria Moda

El comercio exterior en los primeros diez meses de 2019

Según los datos del ISTAT disponibles hasta la fecha, relativos al período enero-octubre de 2019, el comercio exterior de la moda femenina sigue siendo favorable, lo que acelera la tasa de crecimiento en comparación con el mismo período de 2018. En particular, las exportaciones se ven afectadas por un aumento del +6,6%. Las importaciones, por otro lado, registraron un cambio de +5,9%. En el período en cuestión, las ventas a través de la frontera superaron los 7.900 millones de euros; al mismo tiempo, las importaciones superaron los 4.900 millones de euros.

Por lo tanto, la balanza comercial del período ascendió a 3.000 millones de euros, lo que supone un aumento con respecto al superávit de los diez primeros meses de 2018 (217 millones de euros más).

Si se analiza el rendimiento por macrozona geográfica, se observa una evolución positiva general de las zonas de la UE y de fuera de la UE; en cuanto a las exportaciones, la UE crece en +6,2% (que cubre el 50,5% de las exportaciones totales del sector), mientras que las ventas fuera de la UE

¹ Estimación.

² Reservas y consumo extrafamiliar incluidos



aumentaron un +7,0%. En cuanto a las importaciones, la UE experimentó un aumento del +9,1%, mientras que las importaciones de países no pertenecientes a la UE aumentaron un +2,8%, asegurando el 49,1% de los flujos de entrada.

Más allá de la cifra media por macrozona, conviene analizar los resultados destacados por los distintos países, que reflejan mejor el rendimiento de cada mercado.

Dentro de la UE, Francia, el primer mercado de salida de la moda femenina hecha en Italia con una cuota del 11,3%, muestra un aumento justo del +8,1%. Alemania, por otro lado, se mantiene en el -0,2%. Permaneciendo aún en la UE, el Reino Unido registra una dinámica de +12,2%, que representa el 7,3% del total, mientras que España vuelve a invertir la tendencia y muestra un rebote de +10,3%. En lo que respecta a los mercados más pequeños en cuanto al valor de las exportaciones de ropa de mujer, Austria y Polonia crecieron un +24,6% y un +2,1% respectivamente. Por otro lado, hubo disminuciones para Bélgica (-1,4%) y los Países Bajos (-12,7%).

Consumo y distribución en el mercado italiano

A la visión general de los mercados internacionales le sigue ahora un análisis del mercado de consumo interno. Las cifras finales de venta de la colección de otoño/invierno se refieren a la temporada 2018-2019.

Como ya se mencionó en la última edición de Pitti Uomo, según las encuestas de Sita Ricerca, el F/W 2018-19 se caracterizaba todavía por una tendencia negativa tanto en valor (-3,1%) como en volumen (-2,4%) para todos los productos textiles-confección.

En este contexto, la moda femenina ha sufrido un descenso en línea con la media general del sector: de hecho, el gasto corriente ha registrado una variación del -3,2%, con lo que se ha comportado mejor que la moda masculina, que, cabe recordar, había sufrido un descenso del -5,3%.

La única mercancía caracterizada por un signo positivo (como en F/W 2017-18) son las camisas, gracias en particular a las blusas, una prenda muy versátil y adecuada para diversas ocasiones, cuya venta ha registrado un aumento del +1,7%. Tanto la sastrería como la ropa de punto decepcionan, experimentando una disminución del -4,1% y del -2,4% respectivamente.

Sin embargo, el embalaje sigue siendo predominante, absorbiendo el 56,9% del valor de las ventas, seguido de las prendas de punto con un 34,9%. Después de las importantes contracciones en los dos F/W anteriores, las prendas de cuero han bajado un 5,0% y se limitan al 1,6% del mercado femenino.

En el frente de la venta al por menor, se confirma una vez más la dinámica dicotómica que caracteriza a los distintos formatos de distribución, que refleja la evolución de los estilos de consumo que afectan cada vez más a los consumidores italianos. En F/W 2018-19 las cadenas, tras el



retroceso de la anterior temporada de invierno (-1,9%), están cambiando de ritmo y se ven afectadas de nuevo por un crecimiento de la venta intermedia, a un ritmo de +2,1%.

icex



4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

Super es una feria relativamente joven, ya que se creó en el año 2013. Además, 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.

Se trata de la segunda edición que 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, junto con 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 un apoyo económico 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 es tan fundamental y no perjudica a las empresas. A continuación, se pueden ver los datos de las empresas expositoras españolas.

**EMPRESAS ESPAÑOLAS EN SUPER**

EMPRESA	LOCALIZACIÓN	STAND	PRODUCTO	PROVINCIA	WEB
IMAYIN	B	32	PRENDAS/CALZADO	ZARAGOZA	www.imayin.es
CLOSCA	A	13	CASCOS/BOTELLAS	VALENCIA	www.closca.co
TOUHLAND	A	13	CUIDADO MANOS	BARCELONA	www.touchland.com

Fuente: Elaboración propia

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 asistente 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. Para más información pueden visitar el siguiente link:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/programas-y-servicios-de-apoyo/centros-de-negocio/CNG2017686989.html>

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 Imagine, 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 ITALIANA (SMI)**

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



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 ON LINE**

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

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