



INFORME
DE FERIA

2020



Milano Unica

Milán

04-06 de febrero de 2020

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

30 de marzo de 2020
Milán

Este estudio ha sido realizado por
Isabel Espínola Lozano

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. Milano Unica como referencia internacional	6
2. Descripción y evolución de la Feria	7
2.1. Áreas y eventos de la feria	7
2.2. Participación española	10
3. Tendencias y novedades presentadas	11
3.1. Las tendencias Primavera-Verano 2021	11
3.2. Novedades de la feria	12
3.3. El sector textil italiano	12
4. Valoración	15
4.1. Participación española	15
4.2. Servicios personalizados	16
5. Anexos	17
5.1. Asociaciones del sector textil españolas	17
5.2. Asociaciones del sector textil en Italia	17
5.3. Ferias relacionadas	18



1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

MILANO UNICA. Salone Italiano del Tessile

Feria italiana del textil y complementos de moda.

Fechas de celebración del evento: del 4 al 6 de febrero de 2020.

Fechas de la próxima edición: del 7 al 9 de julio de 2020.



Frecuencia, periodicidad: bianual (febrero y julio).

Lugar de celebración: RHO Fiera Milan.


Strada Statale Sempione, 2820017 Rho, Milano




Cómo llegar:

-  **Avión:** La organización pone a disposición de los participantes servicios de lanzaderas gratuitas desde y hasta los aeropuertos de Linate y Malpensa con diferentes horarios.
-  **Tren:** Es posible llegar a la estación de tren Rho Fiera Milano desde nueve estaciones urbanas: Certosa, Villapizzone, Lancetti, Porta Garibaldi, Porta Venezia, Repubblica, Dateo, Porta Vittoria y Rogoredo (líneas S5 y S6).

Asimismo, existen trenes interregionales (línea Turín-Novara-Milán) que parten desde Milano Centrale, Milano Porta Garibaldi y Torino Porta Nova, y paran en la estación Rho Fiera Milano.

 **Metro:** MM1 dirección/parada Rho-Fiera Milano. El billete ordinario tiene un coste de 2,00€ por trayecto.

 **Coche:** El recinto ferial se encuentra a 30-40 minutos en coche desde el centro de Milán. Las principales carreteras que llevan hasta el recinto son: la tangencial A50, A4 Venecia, A8 Varese y A9 Como (salidas “fieramilano”, “Pero-fieramilano”). Se puede aparcar en los distintos aparcamientos que rodean el recinto.

Horario de la feria: de 9:00 a 18:30 horas.

Precio de entrada: Gratuita para compradores autorizados, escuelas de moda y prensa relacionada.

Precios de exposición: El coste del stand básico de 24m² es de 9.200€ + IVA. Además, hay que tener en cuenta que la inscripción a una única edición supone un recargo del 20%. Este precio incluye la instalación del stand, el mobiliario, inserción en el catálogo de la feria, participación en la gala y cupones para los restaurantes de Milano Única. El stand es expandible en múltiplos de 24 m².

Asimismo, el expositor deberá abonar la cuota de inscripción que asciende a 256€ + 50€ por la inscripción obligatoria en el portal web, y que incluye una plaza de aparcamiento, un “Trend book” y detector de entrada de clientes en el stand.

Sectores y productos representados: Industria textil, accesorios para la confección y complementos.

Otros datos de interés:

Secretaría de Milano Única

Via Alberto Riva Villasanta, 3

Tel.: +39-02- 66101105

E-mail: info@milanounica.it

Web: <https://www.milanounica.it/it>

1.2. Milano Unica como referencia internacional

Se trata de la feria de textil y accesorios más importante a nivel nacional y una de las más potentes a nivel internacional. El desarrollo del evento se ha tomado como referencia en los últimos años para conocer cómo va a evolucionar el mercado textil en Italia. Esta relación resulta interesante ya que el textil-moda es el segundo sector manufacturero del país y agrupa una gran parte de la cuota de exportación nacional.

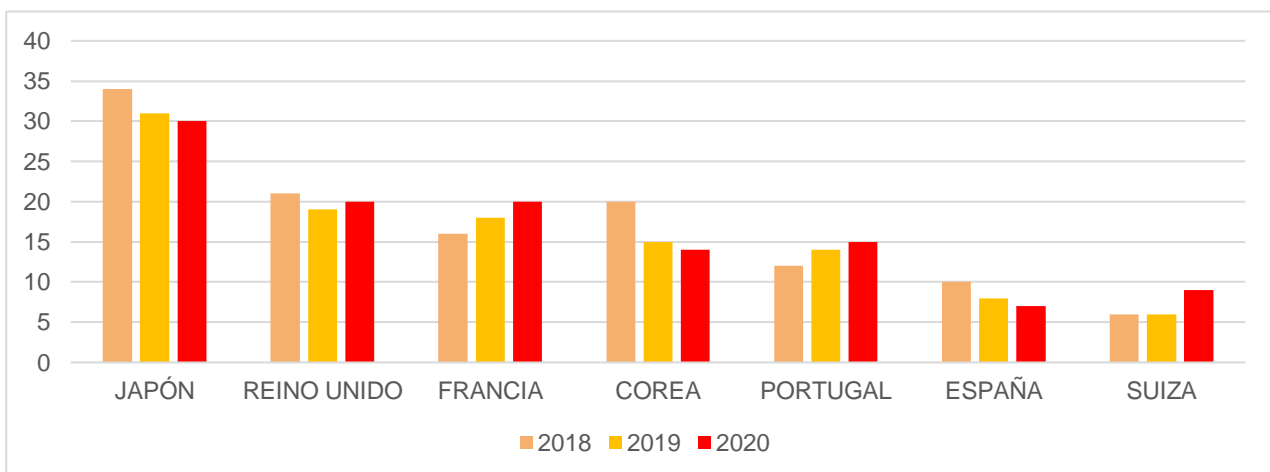
Otras ferias de referencia internacional en Europa son **Fabric Start**, celebrada en la ciudad alemana de Munich en las mismas fechas que esta edición de Milano Unica; y la feria **Première Vision** celebrada en París desde el 11 al 13 de febrero de este mismo año. Esta última está considerada la **más importante a nivel mundial** y en ella se reúnen clientes y empresas de todo el mundo para conocer las próximas tendencias y movimientos del sector.

Asistentes y expositores

Durante la edición de febrero 2020, el salón ha contado con un total de 477 expositores (10 más que en la edición de febrero del año anterior). Por otra parte, la asistencia ha sido un 2% menor a la de la edición del febrero pasado, dadas la coyuntura mundial existente como consecuencia del brote de coronavirus y la celebración de la feria celebrada en Múnich.

Comparada con la edición anterior, Milano Única ha registrado una mayor asistencia de empresas procedentes de EE. UU. (+15%), Turquía (+14,5%), Polonia (+12%), Países Bajos (+11,5%), Suiza (+10%), Rumania (+10%), Portugal (+10%) y Reino Unido (+1%). España y Francia se han mantenido estables, mientras que Japón (-36%), Alemania (-16%) e Italia han reducido su presencia.

PRINCIPALES EXPOSITORES EXTRANJEROS POR PAÍS (2018 – 2020)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Milano Única e informes de feria de años anteriores.

2. Descripción y evolución de la Feria

La feria Milano Única tiene su origen en el año 2005 tras la unión de cinco de las principales ferias del textil italiano y europeo celebradas en el país: Patrotrade, Shirt Avenue, Moda In, Ideacom e Ideabiella.

Cuenta con dos ediciones cada año y se trata de una de las ferias internacionales principales actuando como referencia dentro del sector textil y los accesorios para la confección. Está enfocada tanto hacia el público italiano como europeo e internacional. Durante esta edición, la feria ha estado enfocada en las propuestas textiles y de accesorios para la próxima temporada Primavera/Verano 2021.

En esta 30ª edición del salón, y como continuación del proyecto iniciado durante el 2019 relacionado con la sostenibilidad, el cuidado del medio ambiente y el desarrollo tecnológico, Milano Única presenta la nueva sección de Tendencias y Sostenibilidad bajo un mismo espacio. Un concepto que intenta destacar la relación entre la creatividad, reconocida internacionalmente como la base de diseño italiano, y la sostenibilidad, el otro pilar fundamental de la innovación en el sector.

La feria continúa caracterizándose por su apertura hacia los mercados extranjeros más lejanos. Durante esta edición el **Observatorio Japonés** ha contado con un total de 30 empresas agrupadas en stands conjuntos que muestran los productos japoneses de alta calidad y productos que combinan las últimas innovaciones con la artesanía más tradicional. Este espacio supone una entrada al mercado a sus organizadores: *Japan Fashion Week* y *Japan External Trade Organization*. Por otra parte, KOTRA (*Korea Trade-Investment Promotion Agency*) y KTTA (*Korea Textile Trade Association*) se han vuelto a unir para llevar a cabo el **Observatorio Coreano**, que ha presentado una amplia colección de materiales *premium* combinados con diseños creativos, tecnología innovadora y tejidos funcionales.

2.1. Áreas y eventos de la feria

Las principales secciones de la feria son IDEABIELLA, MODA IN y SHIRT AVENUE. Se trata de áreas diferenciadas y distribuidas en los distintos pabellones.

IDEABIELLA (Pabellón 20): materiales textiles y complementos para moda masculina y femenina.

El concepto Ideabiella comenzó en 1978, como la agrupación de un grupo de empresarios textiles de la zona de Biella. En esta sección, los expositores (fabricantes de tejidos finos y medio finos de lana, lino, algodón y seda) presentan a un selecto público sus productos más exclusivos. El acceso a este salón está restringido a aquellos visitantes con invitación previa.

MODA IN (Pabellones 8, 12 y 16): los materiales más vanguardistas dedicados al mercado de la moda.

Associazione Tessile Italiana y Federazione Italiana Industriali Tessili vari e del capello, dos de los principales organismos del mercado textil se unieron en 1984 para crear “Moda In”. Dentro de esta sección en la feria, existen dos subsecciones situadas en diferentes pabellones: “*Moda in Acessories*” (Pabellón 8) y “*Moda in Fabrics*” (Pabellones 8, 12 y 16).

SHIRT AVENUE (Pabellón 16): tejidos especializados en camisería.

Su primera edición se celebró en 1999 y contó con un porcentaje muy importante de visitantes extranjeros (cerca del 40%).

PLANO DE MILANO UNICA



Fuente: Página web Milano Unica

Dentro de cada una de las áreas generales en las que se divide la feria, se han creado espacios especializados donde empresas, diseñadores, compradores y el resto de los asistentes pueden encontrar un punto de encuentro para sus intereses.

- **Área de Tendencias y Sostenibilidad:** Por primera vez las áreas de Tendencias y Sostenibilidad se han integrado y se presentan bajo un mismo espacio dedicado a promocionar el vínculo entre la protección al medio ambiente y el contenido de estilo creativo de materiales y accesorios.
- **Área Sintesi:** La ventana de los productores. Se exponen paneles customizados por cada uno de los productores que muestran sus creaciones más exclusivas y representativas.

- Área Filo: Esta área está dedicada a las tendencias de la cadena de producción textil. Pone el foco en el vínculo entre los hilos de primera calidad y los textiles de alta gama incluyendo el concepto de sostenibilidad.
- Área Vintage: El área de la investigación aplicada a la moda de época, patrimonio histórico y cultural representados por importantes prendas de vestir, accesorios y *bijoux*.
- Área de diseñadores: Un espacio dedicado a los diseñadores textiles más prometedores. Artistas que fomentan con su espíritu innovador en un sistema de moda que se encuentra en una constante búsqueda de la belleza.
- Área Textile Connection & Innovation: La nueva área dedicada a la moda más tecnológica con *start-ups* seleccionadas por la Fundación del Textil Italiana en colaboración con *Startupbootcamp FashionTech* y las compañías más innovadoras del *TexClubTec*.
- Linen Dream Lab by Celc: Se trata de un área dedicada al lino europeo. Un paseo por las innovaciones relacionadas con este tejido que abarcan servicios, marketing y promoción.
- Woolmak: Un área dedicada a los tejidos más innovadores y vanguardistas de lana Merino a través del *Wool Lab Spring/Summer 2021*.
- Eyes on me: Se trata de un espacio en el que 25 diseñadores presentan sus colecciones completas exhibiendo su estilo y habilidad a las empresas que buscan nuevos talentos. Una oportunidad para los jóvenes graduados para tomar contacto con un ambiente profesional consolidado.

Por otra parte, tuvieron lugar algunos eventos importantes para el sector a lo largo de los tres días de la feria:

- Cittadellarte Fashion B.E.S.T.: Una exposición fotográfica que retrata los diez años de esta plataforma dedicada a la sostenibilidad. *Fashion B.E.S.T (Better Ethical Sustainable Think-tank)* sirve como un punto de unión en el que diferentes fuerzas convergen y donde la sensibilidad artística se une con el compromiso social.
- El tercer paraíso para la moda sostenible: Se trata de un símbolo que expresa la unión entre el presente, el pasado y el futuro de la producción hecha por el hombre y su equilibrio con la naturaleza.
- Back to school: Se llevó a cabo una reunión con Remo Ruffini y Emanuele Farnerti, que director creativo de Moncler y director de Vogue Italia respectivamente, en el que se trata la moda de los más jóvenes en un ambiente escolar.



2.2. Participación española

Durante esta primera edición del año de Milano Única acudieron 7 empresas españolas, la mayoría de ellas bajo la sección *Moda in Fabrics*.

Todos los expositores coincidían en la importancia que tiene la participación en esta feria. Los compradores son sobre todo de origen italiano y suponen una parte importante de la facturación de los participantes españoles en el evento. Las compañías ya conocían la feria y son expositores habituales de la misma.

EMPRESAS ESPAÑOLAS PARTICIPANTES	CIUDAD	CATEGORÍA
IRONFIVE / IRONFIVE.BCN MOKUBA BY RIBBON LINE	Barcelona	Moda in Accesories
DENIERTEX SL	Sant Feliu de Llobregat	Moda in Fabrics - Silky/Print
DIVERCHILDREN SL	Terrassa	Moda in Fabrics - Silky/Print
JUAN BOLUDA SA	Valencia	Moda in Fabrics - Silky/Print
A. GRATACOS SAU	Barcelona	Moda in Fabrics - Silky/Print
REBES / TEJIDOS REBES SL	Barcelona	Moda in Fabrics - Silky/Print
NOVA LANERIA SA (NOVALANSA) PREMIERTEX	Sabadell	Moda in Fabrics - Cotton/Wolly

3. Tendencias y novedades presentadas

3.1. Las tendencias Primavera-Verano 2021

Como en cada edición de Milano Única, la Comisión de Estilo expuso cuáles serían las principales tendencias en el mundo del textil. Durante esta 30ª edición el tema principal ha sido “*Gen Z_Gen future: Culture Tribe 5.0*” que trata de definir la “Generación Z”, entendida como la generación de los nativos digitales *post Millennials*, como una nueva tribu. Abogan que esta generación comparte ritos, modas, pasiones entre sí, tal y como lo hacían las culturas más antiguas del planeta.

Por lo tanto, la idea de Milano Única es unificar el pasado con el futuro, la tecnología 5.0 con la estética y las excentricidades de algunas tribus del norte y del sur del planeta. Así, tratan de crear una síntesis creativa y cultural que establece una conexión entre el estilo juvenil y las emociones tribales más ancestrales a través de los siguientes conceptos:

- ***Tropical rave in Mexico City:***

El universo tropical une el blanco y las sombras neutras combinadas con el folclore mejicano floral. Esta mezcla se une a las propuestas eco-sostenibles con tejidos fluidos y los denominados *crips hands*. Materiales negros que se unen a los colores flúor creando un contraste entre sólidos y estampados, técnica y naturaleza y lo brillante con lo mate.

En los estampados, las empresas han seguido la propuesta de patrones hipnóticos del folclore mejicano, jugando con la psicodelia y los efectos florales; una gran variedad de bases eco-sostenibles caracterizados por diseños tropicales.

Los accesorios son excéntricos: los colores flúor predominan en las cremalleras, los cinturones, los volantes y las borlas.

- ***Indian chill on L.A.***

En este caso, las compañías propusieron sombras frescas y ligeras, en línea con su carta de color, enriqueciéndolo con matices pastel y sombras azuladas.

Los estampados presentan tonos holísticos con patrones indios, olas, formas geométricas curvas y líneas... Contrastes que se presentan sobre todo en tono sobre tono, sin exageraciones de color, pero jugando con el efecto brillo-mate o con sombras. Por su parte, el tejido vaquero, y sobre todo aquel producido con procesos eco-sostenibles, se presenta a través de una versión interesante con estampados y detalles *jacquard*.



En cuanto a los accesorios, la propuesta principal mezcla la sostenibilidad con productos clásicos introduciendo algunos colores, especialmente en botones y cintas.

- **British Clubbing in Papua**

Esta sección presenta un gran número de patrones a cuadros, realzando el concepto más británico y artesano, creando así un contraste con la versión más tribal de Papúa.

El efecto iridiscente propuesto en las tendencias ha sido desarrollado en revestimientos que varían desde las sombras verdes del bosque hasta los tonos grisáceos de la ciudad o incluso con efecto camuflaje.

Los accesorios eco-sostenibles reflejan la gran atención que se ha puesto en los materiales: grandes broches y botones gigantes en fibras naturales junto a etiquetas en tonos neutros.

3.2. Novedades de la feria

La 30ª edición de la feria Milano Única se ha caracterizado por un cambio importante en el concepto de sus proyectos, en concreto, en dos de las que se han sido consideradas el alma del evento y que han sido desarrolladas a lo largo de los años: *Tendenze and Sustainability*. Por primera vez desde el comienzo del proyecto relacionado con la sostenibilidad, los productos y propuestas presentados en esta área se han presentado de forma conjunta dentro de la sección de tendencias.

Por lo tanto, esta edición no solo representa un punto de inflexión en términos de éxito a largo plazo, sino que proporciona una oportunidad para confirmar que la gran investigación y el análisis llevado a cabo por la feria, en términos de sostenibilidad, han sido completados

3.3. El sector textil italiano

De acuerdo con la investigación realizada por el Cofindustria Moda, el textil *Made in Italy* acabó 2019 con un resultado negativo. Tras dos años con un crecimiento lento, 2019 obtuvo un volumen de negocio general un 4,7% por debajo del ejercicio anterior (7,6 billones de euros). Este resultado refleja la reducción de las ventas a los mercados exteriores, especialmente en lana, que había crecido en los últimos años.

El mercado doméstico, especialmente enfocado en la producción de artículos de alta gama para una reexportación, tampoco obtuvo resultados muy satisfactorios o, al menos no en todos los sectores.

De hecho, en relación con los diferentes segmentos del mercado, solo el lino y la seda han acabado el ejercicio con resultados positivos gracias a la demanda tanto doméstica como exterior. Por el

contrario, el algodón y los tejidos de punto presentan una tendencia decreciente desde el pasado 2018 junto con la lana, que supone un 41% del mercado y que tras 5 años de crecimiento constante ha registrado una intensa caída en sus ventas.

EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES INDICADORES DEL SECTOR TEXTIL

Datos en millones de euros

	2015	2016	2017	2018	2019
Facturación	7.910	7.839	7.882	7.859	7,573
<i>Variación interanual (%)</i>	-0,9	-0,9	-0,5	-0,3	-4,7
Valor de la producción	6.080	6.011	6.025	6.051	5,742
<i>Variación interanual (%)</i>	-1,5	-1,1	0,2	0,4	-4,9
Exportaciones	4.337	4.294	4.322	4.333	4,141
<i>Variación interanual (%)</i>	-1,4	-1	0,6	0,3	-3,8
Importaciones	2.042	2.000	2.003	1.885	1,880
<i>Variación interanual (%)</i>	0,3	-2,1	0,1	-5,9	0,5
Saldo comercial	2.295	2.294	2.319	2.447	2,262
Consumo final	3.785	3.715	3.706	3.604	3,481
<i>Variación interanual (%)</i>	-0,6	-1,8	-0,3	-2,7	-4,0
Indicadores estructurales					
Exportación/Facturación	54,80%	54,80%	54,80%	55,10%	54,70%
Importación/Consumo	54,00%	53,80%	54,00%	52,30%	54,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SMI

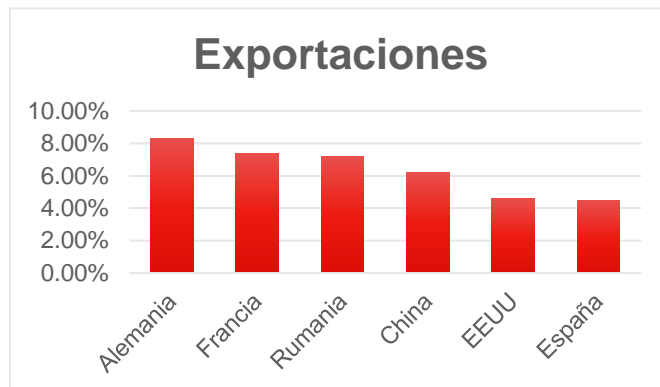
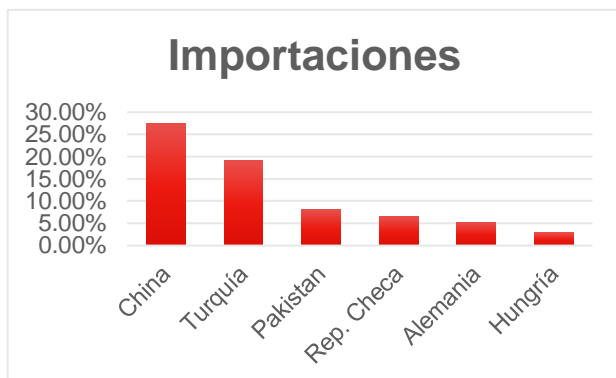
COMERCIO EXTERIOR

En términos de **exportación** durante el periodo de 2019 se obtuvo un total de 2.889 millones de euros, experimentando un decrecimiento de casi 140 millones de euros en comparación al mismo tramo del año anterior. En volumen, estas cifras se traducen en una reducción de un 3,3%, que sigue la tendencia establecida en el año 2018.

En un desglose a nivel mundial se puede observar una tendencia desfavorable tanto para el comercio intracomunitario como para el comercio con el resto del mundo; el primero, que supone un 49,8% del total cayó un 4,1%, mientras que el segundo decreció un 5,1%.

A pesar de estas tendencias, las exportaciones a China y Hong Kong superaron ligeramente los 286 millones de euros en términos de valor. Alemania continua en lo más alto del ranking, mientras que regiones como Turquía y Túnez han decaído un 15,3% y 11,8% respectivamente.

PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES Y DE EXPORTACIÓN



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SMI

Con respecto a las **importaciones**, la tendencia alcista durante el 2018 se vio frenada en el pasado ejercicio, descendiendo un 2,6% en términos de valor, suponiendo una caída de un 4,3% en términos de volumen.

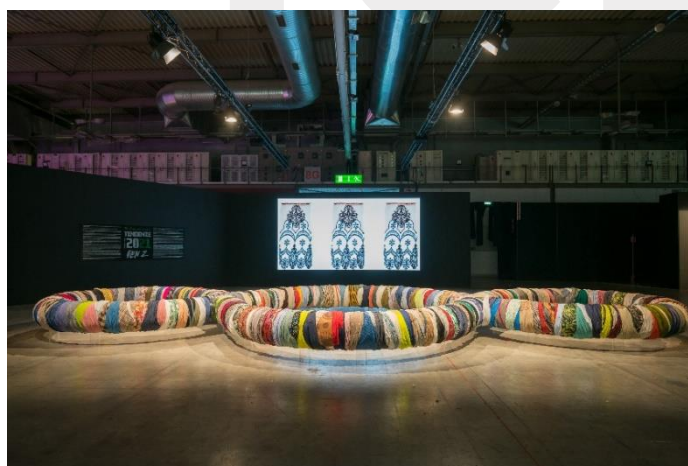
En una comparación entre el comercio intra y extracomunitario, el primero de ellos se vio reducido en un 2,1%, mientras que el segundo obtuvo un decrecimiento de un 3,7%. Los principales mercados exportadores a Italia se caracterizan por su concentración, desde una perspectiva geográfica, en torno a los países comunitarios. Aun así, los principales exportadores continúan siendo China y Turquía (aunque este último ha perdido peso en el último ejercicio).

4. Valoración

Milano Única está considerada como una de las ferias de referencia del sector textil y de complementos en la que se presenta la mejor oferta de tejidos y accesorios para la industria de la confección. En esta ocasión, su celebración ha coincidido con el salón *Fabric Start* de Munich, lo que ha despertado cierta preocupación entre los expositores. Aunque la *Premiere Vision*, que se celebrará en París, continúa siendo la feria líder del textil internacional, las empresas participantes destacan la importancia de asistir a Milano Única ya que Italia continúa agrupando una gran cuota de mercado.

Si bien la presencia de visitantes y empresas expositoras internacionales va en aumento año tras año, Milano Única es una feria que se encuentra más enfocada en el mercado italiano.

Las empresas de confección de segmentos medios y medios-altos son los principales visitantes del salón, por lo que la innovación y la calidad de los productos son las características imprescindibles buscadas por estos. También se pueden encontrar estilistas, diseñadores y modistos caminando entre las tendencias para así poder conocer las últimas novedades del sector textil.



Fuente: Web de Milano Unica

4.1. Participación española

Durante los días de feria, desde la Oficina Económica y Comercial de España en Milán se realizaron visitas a las distintas empresas españolas que expusieron para así conocer impresiones y opiniones



sobre su participación. Todas ellas coincidían en la importancia de estar presentes en el salón y del gran peso que supone Italia en su facturación.

Por otra parte, Milano Única ofrece una buena oportunidad a las empresas españolas de mantener el contacto directo con muchos de sus clientes habituales y de conseguir nuevos contactos interesantes.

4.2. 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 link: <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/index.html>

La Oficina 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.

Dentro del marco de servicios ofrecidos por el ICEX y teniendo en cuenta las características específicas del mercado italiano, la Oficina Comercial de Milán, una vez analizada la empresa y su solicitud, propondrá el servicio que más se adapte a las necesidades de la misma.

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 se puede enviar un correo electrónico a: milan@comercio.mineco.es



5. Anexos

5.1. Asociaciones del sector textil españolas

TEXTILES FROM SPAIN

Agrupación que promueve la internacionalización de los productos y servicios de las empresas más dinámicas del sector textil español.

Web: <http://www.textilesfromspain.org/>

TEXFOR

La Confederación de la Industria Textil es la entidad que agrupa las principales asociaciones empresariales del sector textil español.

Web: <http://www.texfor.es/es/>

FEDECON

Se trata del organismo que representa a la Industria Española de la Confección y que tiene como objetivo defender los intereses de los participantes de sector y su potenciación.

Web: <https://fedecon.es/>

5.2. Asociaciones del sector textil en Italia

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 del país. En su web, se pueden encontrar estudios, estadísticas y datos del sector en Italia con vínculos a otras páginas interesantes para productores y empresas.

Web: www.sistemamodaitalia.it

CAMERA NAZIONALE DE LA MODA ITALIANA

Asociación sin ánimo de lucro que coordina y promueve el desarrollo de la moda italiana.

Web: www.cameramoda.com



CENTRO FIRENZE DELLA MODA

Esta asociación, junto con *Pitti Immagine*, se encarga de las ferias del sector en Florencia, así como del desarrollo de actividades relacionadas con el mundo de la moda.

Web: www.cfmi.it

5.3. Ferias relacionadas

MUNICH FABRIC START

Se trata de una feria internacional celebrada de manera semestral en la ciudad alemana de Múnich. Expone una selección de las principales colecciones de *haute Couture*, tejidos y accesorios.

Próxima edición: del 1 al 3 de septiembre de 2020

Web: <https://www.munichfabricstart.com/home.html>

PREMIÈRE VISION PARIS

Es la feria de referencia a nivel mundial de la textil celebrada en la capital francesa. Tiene dos ediciones cada año en las que se presentan las diferentes tendencias y ponen en contacto a productores, diseñadores y confeccionistas.

Próxima edición: del 11 al 13 de febrero de 2020

Web: <https://www.premierevision.com/en/>

FILO

Una de las principales ferias textiles en Europa centrada en las relaciones *B2B* y celebrada en la ciudad de Milán. Ha colaborado con la organización de la última edición de Milano Única.

Próxima edición: del 27 al 28 de febrero de 2020

Web: <https://www.filo.it/en/>

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