

Organizado por IFEMA, se celebró del 1 al 3 de septiembre en los pabellones
12 y 14 de Feria de Madrid

SIMM recibió a cerca de 10.000 profesionales en su 68ª edición

-La mayoría de las firmas expositoras realizaron un análisis positivo de su participación

-El salón atrajo a visitantes de Europa -Francia, Portugal, Italia y Gran Bretaña-, América del Sur y Centroamérica, así como a delegaciones de países de Extremo Oriente y Oriente Medio

-Las marcas de segmento medio-alto, reunidas en los Showrooms de Moda IFEMA, se mostraron satisfechas de sus resultados comerciales

-El Foro Speaker's Corner completó aforo en sus distintas ponencias

Madrid, 14 de septiembre 2012. SIMM, Salón Internacional de Moda de Madrid, concluyó su 68ª edición -celebrada del 1 al 3 de septiembre en el DC Area de Feria de Madrid- en un ambiente de moderada satisfacción y balance positivo por parte de la mayoría de las empresas participantes. En las tres jornadas de duración de la feria se registraron un total de 9.097 visitantes, de los que cerca de un millar fueron extranjeros.

La gran cita profesional del sector en España y una de las más relevantes de Europa, reunió en su convocatoria de septiembre 2012 las nuevas propuestas para la Primavera-Verano 2013 de alrededor de 700 firmas de moda y confección nacionales e internacionales, configurando nuevamente en torno a su celebración la mayor y más completa panorámica en España del sector textil y su industria.

Entre las novedades de esta edición, destacó la incorporación al salón de cerca de 90 marcas, con respecto al verano pasado; la apuesta del certamen por una mayor internacionalización; el refuerzo de la Moda Baño reunida en el sector MOON&SUN y la elección de Islas Canarias como Comunidad Invitada en SIMM. Asimismo, resultó relevante la incorporación de importantes distribuidores de marcas de segmento alto del mercado a los Showrooms de Moda IFEMA, que se celebraron en paralelo a la feria SIMM.

El balance de las marcas

Entre los expositores de esta 68 edición de SIMM, la opinión mayoritaria fue la alta calidad de los visitantes profesionales recibidos durante las tres jornadas y la buena disposición de compra que mostraron. El sábado 1 de septiembre, día de apertura de esta convocatoria, fue la jornada que concentró mayor afluencia de público profesional.

La mayor parte de las empresas y marcas representadas en el SIMM respaldaron este balance positivo. Para Trucco, que estrenaba participación y tenía como principal objetivo presentar una nueva línea de negocio, el resultado fue muy favorable. "Hemos tenido pedidos de todas las colecciones y además nos ha llamado especialmente la atención la visita de nuevos clientes y su interés por nuestras creaciones". En el mismo sentido opinan las firmas Marga Novas o Sonia Peña, donde las expectativas de venta se vieron desbordadas.

Para la marca de Moda Baño Tarturaga, su presencia en la feria por cuarta vez, le aportó clientes internacionales y además le permitió superar las ventas de otras ediciones. En la firma Mexico Takasami, se muestran muy satisfechos de su participación en el Salón, por haber conseguido clientes españoles y además haber abierto mercado en países europeos.

Asimismo, para algunas marcas su participación en SIMM les ha servido para comprobar que el mercado español sigue cauteloso "Contrasta la aparición de gran número de nuevos compradores nacionales con pedidos más pequeños, con la actitud de los clientes internacionales, que han comprado colecciones enteras", afirman.

Misiones comerciales internacionales

Las misiones comerciales realizadas por IFEMA en primavera han tenido resultados en esta edición, tal y como lo demuestra la incorporación de nuevos expositores extranjeros a la feria y el mayor volumen de ventas de las firmas participantes a empresas extranjeras. En lo que se refiere a la procedencia de los clientes internacionales, Europa y concretamente Portugal, Italia, Francia y Gran Bretaña fueron los que más visitantes aportaron. Del continente asiático, destaca la presencia de delegaciones de Japón y China, así como de países de Oriente medio como Qatar y Dubai. Algunos países de Centroamérica y Africa completaron la procedencia de los clientes internacionales de la 68ª edición de SIMM.

Sectorización por tipología y estilo

En esta edición 68ª el salón mostró su oferta ordenada por sectores de acuerdo con la tipología y estilo de las colecciones. De esta forma, Charm reunió diseños urbanos y prácticos; Class, los básicos contemporáneos; Gala, prendas de cóctel, noche y ceremonia; Natural, prendas naturales que definen los estilos Country, Folk e Ibicenco; Shop, servicios para innovar en el punto de venta; Ready, moda pronta, y Touch, complementos. Por su parte, la Moda Baño, la Lencería y Corsetería se concentró en Moon&Sun, sector protagonista en esta edición por su estacionalidad, donde se dieron cita, principalmente las marcas canarias y procedentes de Brasil. Esta diversidad se completó con el sector EGO, que agrupó las colecciones de una veintena de diseñadores emergentes, en las que priman la innovación y las propuestas arriesgadas.

Resulta relevante la incorporación en esta convocatoria de SIMM de cerca de 90 marcas, entre las que destacaron Trucco, Aguamarina, Anillarte, Bolsos Diamor, Closs Madrid, Creaciones Marian, Dulce Verano, El Armario de Lulú, Obernovia, Magdala, LMF Confeccoes, Mi Hermana Pequeña, Positano e Moda, Roho, Quinto Punto, El Armario de Lulú y Tendencia Mexicana, entre otras. Estas firmas se sumaron a las ya habituales del salón, como Oky-Coky, Onara, Jota+Ge, Flamenco, Simorra, Tantra, Anna Mora, Cantallops, Cordón, Charo Azcona, TMX o Vilagallo, entre otras.

Islas Canarias, Comunidad Invitada

Las Islas Canarias fue la comunidad autónoma invitada en esta 68ª edición del SIMM, siguiendo la estela de otras regiones, como Castilla y León, Islas Baleares, Aragón y Galicia, que tuvieron este papel protagonista en anteriores convocatorias. Una selección de empresas de esta región insular y el organismo Proexca, como representación institucional, fueron los encargados de representar al sector textil canario, en este salón, con dos marcas diferenciadas, Tenerife Moda y Gran Canaria Moda Calida, ambas depediendo de los Cabildos Insulares de Tenerife y de Gran Canaria.

Objetivos cumplidos entre los participantes en los Showrooms

Por otra parte, las actividades paralelas organizadas en esta edición de SIMM, superaron las expectativas.

En el caso de los Showrooms de Moda IFEMA, donde se reunieron un centenar de marcas de segmento medio-alto, los participantes afirmaron haber cumplido objetivos. Concretamente, en esta convocatoria destacó la incorporación a este espacio de dos importantes distribuidores, Golf y La Casa

del Alcalde, representantes en España de marcas tan exclusivas como Save the Queen, Cappopera, Laffty Lee o Halifax, entre otras. Además, los Showrooms contaron con otras firmas de prestigio como Les Copains Blue, Byblos, Dismero DP Jeans, Luisa Cerano, Le Fate, Anna Rachele, Dellaciana, les Copains, Maria Grazia Severi, Avantgarde, Swing, Bleu Blanc Rouge, Kina Fernández o Didier Parakian, entre otras.

Asimismo, las conferencias impartidas en esta edición en el Foro Speaker's Corner, habitual espacio de celebración de jornadas de orientación y formación para el profesional situado junto al área comercial, tuvieron una excelente acogida y registraron aforo completo. Grandes expertos en el ámbito del retail de moda, especialistas en tendencias, marketing y comunicación, compartieron sus conocimientos con los profesionales asistentes.

También tuvieron buena acogida entre los expositores los encuentros promovidos por la dirección SIMM y también novedad este año, dirigidos a poner en contacto a compradores internacionales y expositores con interés en abrir nuevos mercados.

Junto a todo ello, volvió a ser muy bien recibida la coincidencia de SIMM en fechas y lugar de celebración con la pasarela de moda de Madrid, Mercedes-Benz Fashion Week Madrid (MBFWM). Esta coincidencia permitió reunir por unos días en escenarios muy próximos dentro los recintos de IFEMA a los principales agentes de la industria de la moda –industriales y diseñadores- y al mismo tiempo ampliar la oferta al comprador profesional. Además, para que los profesionales de SIMM pudieran seguir en directo los desfiles de MBFWM, por primera vez se colocaron pantallas en los pabellones 12 y 14 de la feria.

La próxima edición de SIMM se celebrará a comienzos del mes de febrero en los pabellones 12 y 14, en el DC de Feria de Madrid.