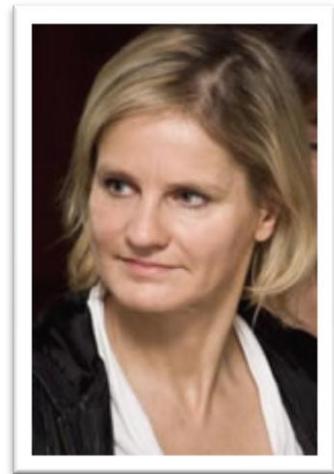


ENTREVISTA A KIRSTIN DEUTELMOSEER

Directora general de la GDS: “La evolución de la gran feria del calzado para apoyar los cambios en este negocio”

La tradicional feria GDS de Düsseldorf prepara para su edición que tendrá lugar del 30 de julio al 1 de agosto, el lanzamiento de uno de sus más atractivos e inspiradores proyectos feriales del sector. La punta de lanza es una fecha que permitirá a las empresas tener sólida información de tendencias y también los productos, al despuntar la temporada. Pero también la idea de que sea una estimulante fiesta de negocios. Para conocer los detalles de esta renovación, conversamos con Kirstin Deutelmoser, directora general de la GDS.



Con casi 60 años en el mercado, la feria GDS de Düsseldorf, Alemania, es uno de los más importante y tradicionales salones del sector calzado. Desde hace décadas es en cada temporada una pieza clave para el desarrollo del sector, por eso han desfilado exponiendo, comprando o simplemente informándose, la mayor parte de las empresas y profesionales del calzado de todo el planeta.

La feria ha ido actualizando y enriqueciendo su propuesta al compás de los tiempos y en este 2014 esa evolución imprescindible tendrá una nueva versión. La directora general de la GDS, Kirstin Deutelmoser, brinda un pormenorizado resumen del fascinante mundo que desplegará la GDS en las próximas ediciones.

es una destacada profesional de la industria ferial que tiene una fructífera experiencia con el sector calzado. Por eso la entrevistamos para conocer de primera mano la magnitud y los a partir de la próxima edición.

La feria GDS tiene una larga historia como mediadora entre el sector industrial y el comercial del calzado.

Kirstin Deutelmoser: La primera GDS tuvo lugar en el año 1956 con 124 expositores alemanes y 7000 visitantes. Veinte años después, en la 40ª GDS de 1976, participaron por primera vez expositores de América latina: Brasil, México y Chile. En la actualidad contamos con expositores de más de 30 países. La próxima GDS, del 30 de julio al 1ero. de agosto, será la 118ª edición. A través de estos años hemos experimentado una evolución increíble y seguiremos evolucionando, acompañando los cambios que se producen en los mercados.

Justamente GDS esta anunciando novedades. Qué cosas cambian y qué cosas permanecen en el nuevo proyecto de feria?

KD: Cuando se decidió reposicionar la GDS, éramos conscientes del gran paso que ello representaba. Tomamos este rumbo de manera consecuyente y lo defendemos al 100 %. Por supuesto, en el pasado había muchas cosas probadas que conservaremos también en el futuro, pero la base es un concepto completamente nuevo, con fechas nuevas y una identidad corporativa totalmente nueva.

Cuáles son y por qué los nuevos sectores?

KD: Hasta ahora en la GDS contábamos con once temáticas. Queríamos ofrecer una estructura más clara a los expositores y a los visitantes. Hemos creado tres “mundos” para lograr la orientación perfecta: Highstreet, Pop Up y Studio. La cartera de productos se ampliará con una extensa selección de accesorios, tales como bolsos, cinturones, bufandas o gorras, que estarán situados en el área Highstreet. Allí se encontrarán también las gamas Kids y Performance. Estos mundos se diferenciarán claramente entre sí, no solo por la elección de las marcas sino también por la disposición de los stands y por su ambiente. De esta forma queremos facilitar al máximo el reconocimiento y el descubrimiento para los minoristas.

Cuál es la razón de haber definido nuevas fechas?

KD: Con las nuevas fechas a partir de julio de 2014, la GDS se posiciona internacionalmente como feria de ‘inauguración de la temporada’. Ofrece al mercado una visión general que marca las pautas para todas las colecciones de calzado y accesorios importantes y las tendencias de la temporada.

La ampliación de la cartera de productos con accesorios es un componente esencial del nuevo posicionamiento. Queremos proporcionar un impulso al mercado para que, desde el inicio de la planificación de las compras de la temporada, el comprador pueda crearse una imagen completa de las tendencias actuales y del “total look”. De este modo, comenzará su planificación de manera óptima y aprovechará plenamente sus oportunidades de venta.

Qué van encontrar los empresarios del sector comercial (por mayor, detallistas, grandes marcas, etc.) en cada uno de los sectores en que estará sectorizada la feria?

KD: “Highstreet – The Modern Pulse” cubre todo el espectro de estilos, desde el moderno hasta el clásico o el deportivo. Estarán representadas marcas como Ara, Camel, Gabor, Lloyd, Mephisto, s.Oliver, Wortmann y muchas más. En cuanto a los expositores internacionales participarán, entre otros, Buffalo, Clarks, Kangaroos, Donna Carolina, Manas, Skechers, Unisa y Vagabond. Algunas de las novedades en este ámbito son GANT Footwear, Marc O’Polo y Napapijri Footwear.

“Pop Up – The Urban Groove” constituye un animado mercado para la streetwear. En julio, fabricantes como AS98, El Naturalista, Maruti, Panama Jack, Pepe Jeans Footwear, Wolverine o el nuevo expositor Replay presentarán allí sus nuevas colecciones tendencia. A su vez, “Studio – The Premium Note” mostrará la moda del calzado, desde el minimalista hasta el glamoroso. Los puntos centrales serán la artesanía, el diseño sofisticado y la perfección. En la próxima feria, entre otras, marcas como United Nude, Ash, Attilio Giusti, Chie Mihara, Dirk Bikkembergs, Dinkelacker, Franceschetti, Jaime Mascaro, See by Chloe o La Martina aprovecharán este ambiente para presentarse. Nuevos participantes en Studio serán Patricia Pepe, Barbour Footwear y Kennel und Schmenger. Además, tendrán lugar desfiles de moda en las dos pasarelas. En los centros de los “mundos” se desarrollarán diversos eventos. De esta manera, pasear por los pabellones será mucho más entretenido y atractivo que hasta ahora.

Qué otras actividades o servicios estarán disponibles para visitantes y expositores?

KD: Ofrecemos una multitud de servicios a los visitantes. Por ejemplo, el e-ticket gratuito, que incluye el uso de autobuses y trenes en el consorcio de transportes integrado Rin-Ruhr, o nuestra app de feria GDS con prestaciones como la conexión a GoogleMaps y un plano interactivo de los

pabellones. Pero también consideramos como un servicio nuestro amplio programa de acompañamiento con charlas y desfiles de moda.

Asimismo, nuestra web ofrece numerosos servicios para los visitantes. Por ejemplo, una lista de marcas con información sobre todos los expositores. Además, en el tiempo entre ferias, los visitantes se pueden informar en nuestro portal online sobre la evolución más reciente del sector.

El primer día de la feria, con el **Press Day**, ofrecemos a nuestros expositores una plataforma para presentarse a la prensa con sus productos más destacados. Además, la **GDS** encuentra su camino a la ciudad. Para implicar a los consumidores en el tema de calzado y accesorios, el tercer día de la feria se iniciará, a partir de las 15 horas, el **“Out of the Box – el festival del calzado y los accesorios”**. Habrá compras en las tiendas hasta las diez de la noche, exposiciones y charlas, eventos y entretenimiento sobre el tema del calzado y de los accesorios o **After Shoe Parties** en los clubs de moda de la ciudad: hay algo para todos.

Es “tag it! by GDS” un punto de encuentro trascendente para el sector calzado global?

KD: Sí, así es! **“tag it!” by GDS** está dirigida a fabricantes y distribuidores internacionales de calzado y accesorios, con énfasis en las producciones de marca propia. En segmentos claramente estructurados, se ofrecen, además de la gama de gran volumen, en creciente medida, calidades y diseños de nivel de marca, así como colecciones completas de marca propia. Todas las formas de producción y escalones comerciales estarán representados con colecciones configuradas con esmero. Consideramos **“tag it!”** como el complemento perfecto para **GDS**. El mercado podrá obtener la visión general que marca las pautas para todas las colecciones y tendencias importantes de la temporada y podrá cursar entonces su pedido en el momento idóneo.

Cuál es la importancia que tiene, para los empresarios del sector calzado y accesorios, visitar la feria?

KD: En la GDS, el comercio especializado del calzado y de los accesorios obtendrá toda la información relevante, pero también la inspiración que necesita para comenzar de manera óptima la planificación de sus compras de temporada. En el futuro solo obtendrá una visión de conjunto completa y al comenzar la temporada, si visita nuestro salón.

Qué podrán encontrar en la feria las tiendas, tiendas por departamentos y marcas de América Latina?

KD: Por un lado, tal como ya dije, obtendrán una visión de conjunto exhaustiva de todas las colecciones importantes. Con vistas a la apertura del mercado de América Latina y la consiguiente globalización, son sobre todo las marcas nuevas las que desempeñan un papel importante en el comercio latinoamericano a la hora de mantenerse frente a la competencia. Además, en América Latina las marcas comerciales también están adquiriendo una creciente importancia, de modo que **tag it! by GDS** ofrece en este contexto una plataforma ideal para hacerse una imagen en el sector de las marcas propias.

Qué interés tendrá la feria para las fábricas de América Latina de pequeña o mediana producción?

KD: En el contexto de la evolución actual de los precios y costos en Europa, pero también en China, el comercio internacional está buscando alternativas interesantes, tanto en el ámbito de las marcas como de las marcas propias. En el curso de estos cambios en el mercado veo un potencial considerable para las marcas y los productores latinoamericanos con vistas a su posicionamiento exitoso y duradero en Europa a través de la **GDS** o de **tag it! by GDS**. Justamente la nueva configuración de la feria y sus diversas actividades darán excelentes oportunidades a las empresas de darse a conocer.

Fuente: [CueroAmérica Noticias](#)