



SPAIN FASHION EXHIBITION

Seúl

11-12 de febrero 2014

Este informe ha sido realizado por
Pablo Osuna Ramírez, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Seúl

ÍNDICE

1. PERFIL DE LA FERIA	3
2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA	4
2.1. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS	4
2.2. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA FERIA POR PARTE DE LA OFECOMES	5
2.3. ORGANIZACIÓN Y VISITANTES	6
3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS	9
4. VALORACIÓN	10
4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO	10
4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA	10
4.3. RECOMENDACIONES	11
5. ANEXOS	12

1. PERFIL DE LA FERIA

SPAIN FASHION EXHIBITION 2014

Fecha: 11 y 12 de febrero de 2014

Edición: 2ª

Frecuencia: anual

Lugar de celebración: Hotel Imperial Palace - Dubhe Hall
640, Eonju-ro, Gangnam-gu, Seoul

Horario: de 10.00 a 19.00

Organizador: ICEX España Exportación e Inversiones junto con la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Seúl.

Superficie: 800 m²

Tipo de visitantes: importadores, distribuidores/agentes, grandes almacenes, tiendas multi-marca, prensa especializada, asociaciones y escuelas del sector.

Web: www.fashionfromspain.es/fashionkorea

2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

2.1. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS

En la SPAIN FASHION EXHIBITION 22 empresas presentaban sus colecciones para otoño/invierno de 2014-2015 para calzado, confección textil, confección en piel, confección infantil y marroquinería:

- Calzado:
 - 24 HRS
 - ART/NEOSENS
 - CHIE MIHARA
 - FLAVIO MENORCA
 - FRIDA
 - IS TO ME/WOSH/CASTELLER
 - PACO HERRERO
 - PANAMA JACK
 - PEPE CASTELL/CRESSY
 - PONS QUINTANA
 - REBECA SANVER/TO BE/PIMIENTOS
 - TROPPIA
 - XTI/TENTATION/XTI KIDS
- Confección textil:
 - DIKTONS
 - JOTA+GE/JEANS DE JOTA+GE/MIKA
 - LAURA BERNAL

- PUNTO BLANCO
- SIOSI/SAGA IBAÑEZ
- VIRIATO
- Confección en piel:
 - GUILLES RICART
- Confección infantil:
 - BARCAROLA
- Marroquinería:
 - OLIMPO/MIGUEL BELLIDO

2.2. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA FERIA POR PARTE DE LA OFECOMES

Para la SPAIN FASHION EXHIBITION la Oficina Económica y Comercial de Seúl fue la encargada de realizar todas las tareas de organización y promoción del evento.

La OFECOMES realizó una labor de *mailing* y tele-marketing para promocionar la asistencia de visitantes a la feria sirviéndose de varias bases de datos. Además, se realizaron visitas in situ a multitud de tiendas en el distrito de Gangnam para presentarles la feria y promocionar más aún la misma invitándolas a registrarse en el *microsite* de la misma.

Además se realizó publicidad en algunas de las principales publicaciones de prensa especializada del sector, concretamente en Fashionbiz, Apparel News, Fashion Review, KT News y Fashion Insight.

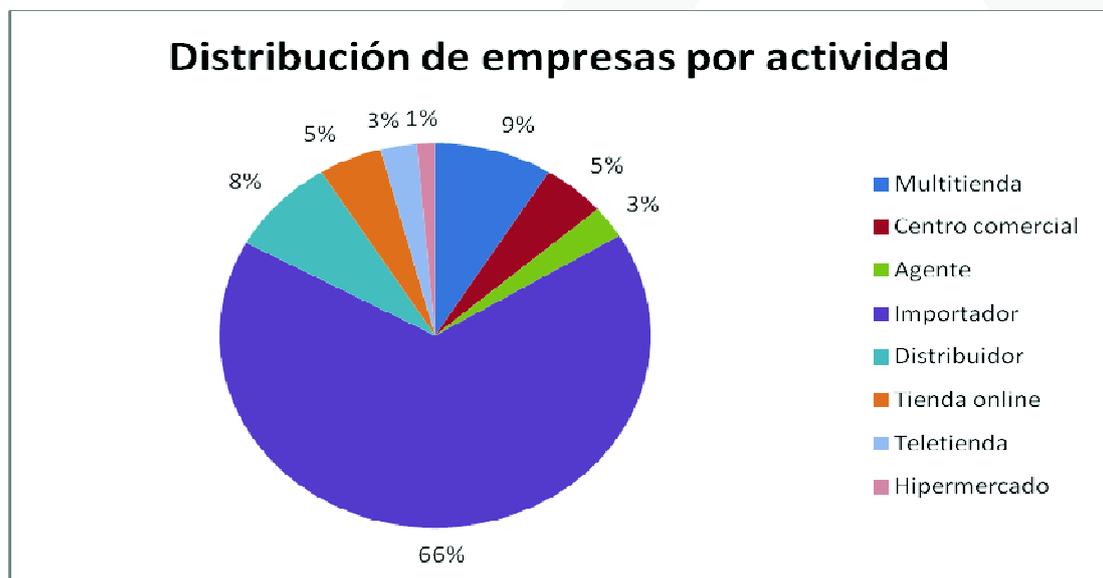
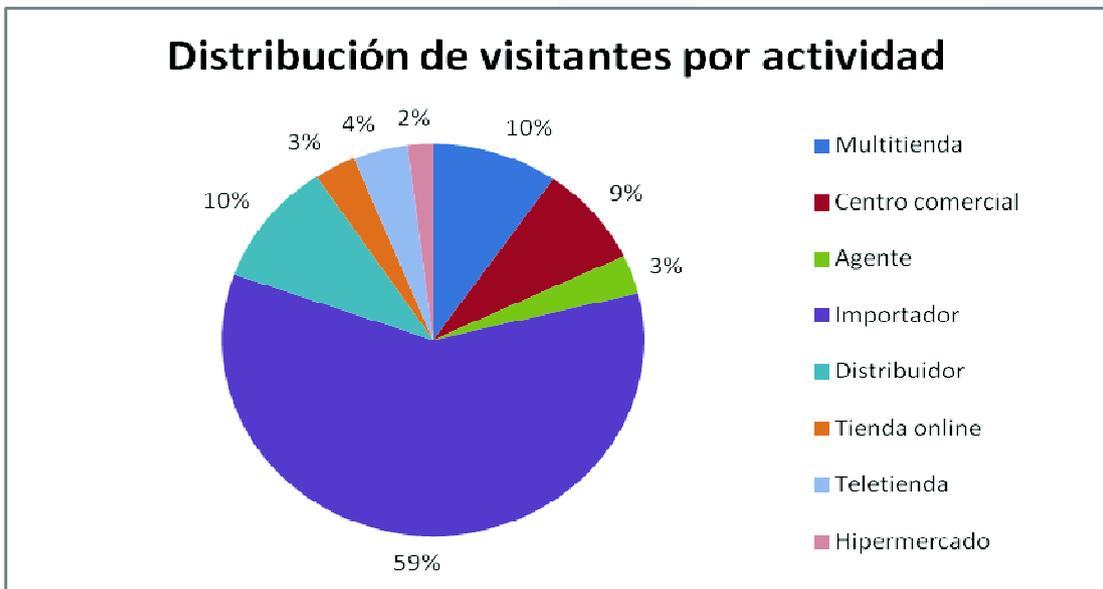
A la feria asistió el personal de la OFECOMES al completo, además de tres intérpretes y una ayudante administrativa, contratada para ayudar en las labores de tele-marketing, promoción y organización de la feria.

También se contó con la presencia de María Luisa Aparicio y Blanca Carbonell Arroyo, del departamento de moda de ICEX y de Imanol Martínez, de FICE, así como la visita del embajador y del cónsul españoles en la tarde del segundo día de exposición.

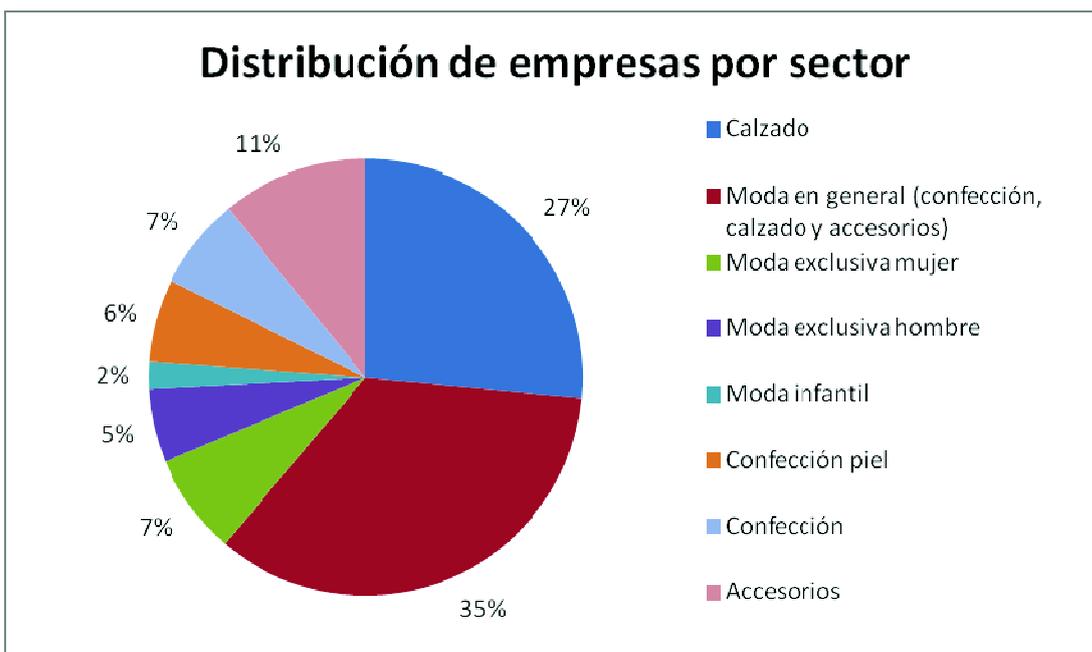
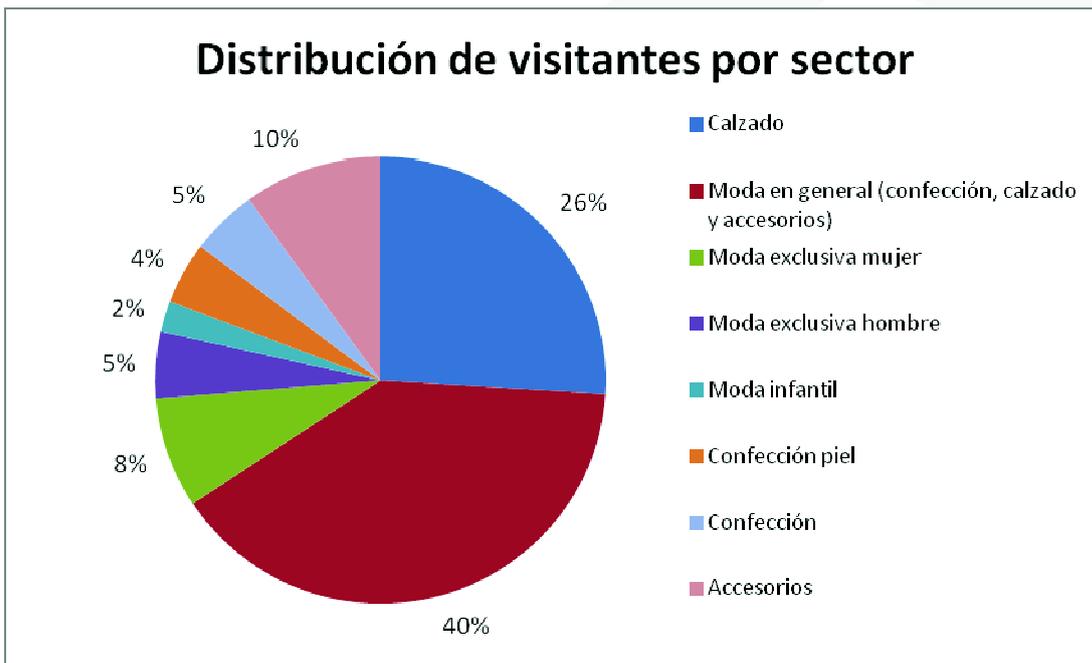
2.3. ORGANIZACIÓN Y VISITANTES

Toda la organización corrió a cargo de ICEX con la ayuda de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Seúl.

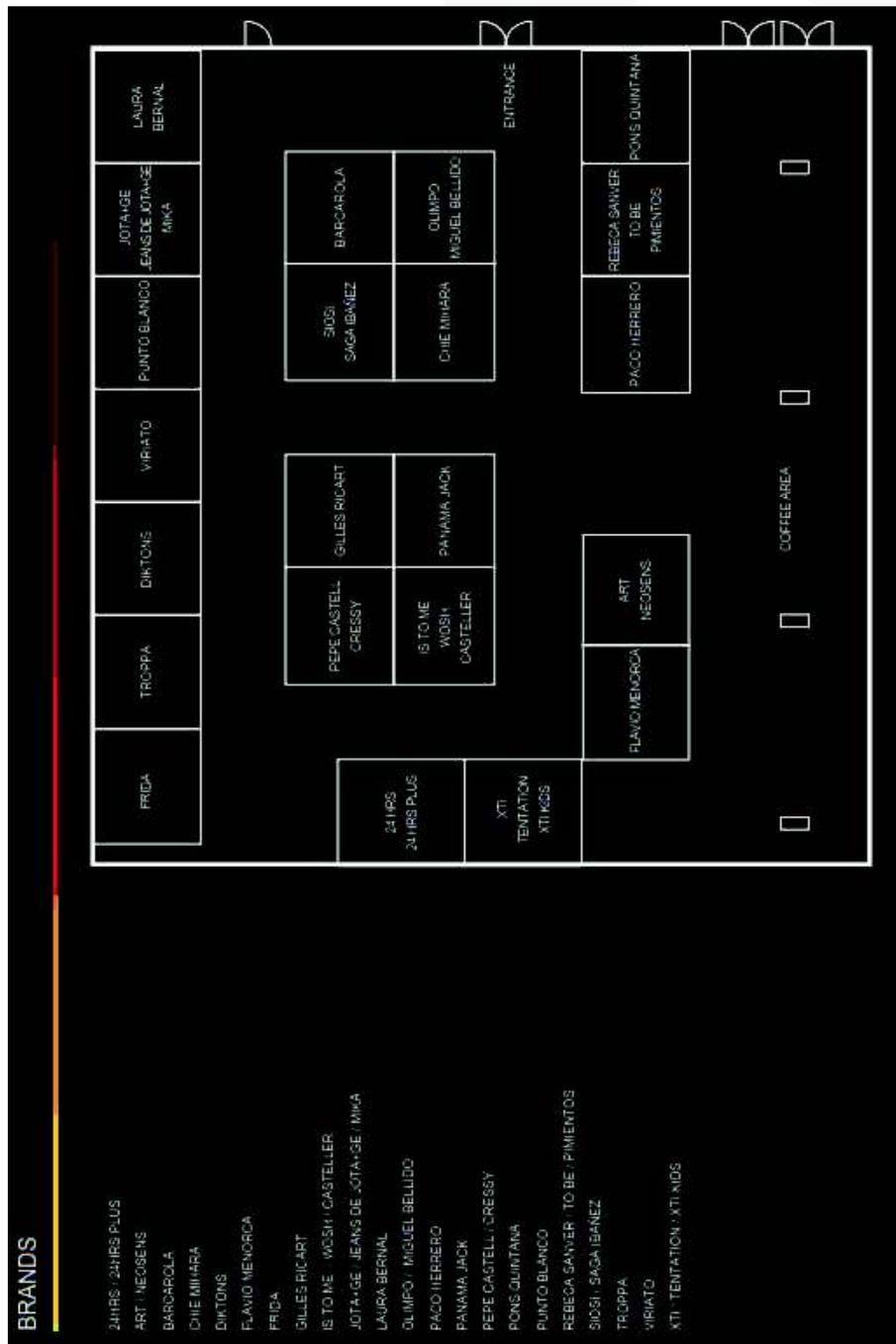
Los visitantes fueron en su mayoría coreanos, desde pequeñas y medianas tiendas de importación y agentes hasta los grandes almacenes como Lotte o Hyundai, que sumaron más de 400 en los dos días de duración de la exposición. A grandes rasgos, casi el 60% de los visitantes fueron importadores, con otro 10% de distribuidores, 10% de tiendas multi-marca y 9% de grandes almacenes, con el resto de los visitantes distribuidos entre agentes, hipermercados y compañías de venta online y tele tienda.



En cuanto a sectores, el que más atención recibió fue calzado, con un 26% de los visitantes dedicados al calzado en exclusiva, aunque en general, las empresas de moda (tanto confección como calzado y accesorios) representaron más de la mitad de los visitantes. Hubo 56 empresas que repitieron respecto a la anterior edición, de las cuales casi la mitad (21) se dedican al calzado, lo que pone en relieve el interés del mercado coreano por el calzado español.



Este es el mapa de la organización del evento:



3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

Las empresas presentaron sus colecciones de otoño/invierno para 2014-2015. De acuerdo a sectores:

- Calzado

Fue el principal sector presente en la feria, con más del 50% de la participación. Se trataba principalmente de calzado para mujer, con muchas empresas centradas en el cuero como material de fabricación.

- Confección

Aunque había marcas con ropa tanto para hombre como para señora, las muestras que trajeron fueron todas de moda de señora, principalmente de confección no de punto, si bien también se podía encontrar confección de punto y de piel.

- Marroquinería

Al contrario que en las anteriores categorías, el sector de la marroquinería, representado por una sola empresa, se centró en productos de cuero para hombre.

4. VALORACIÓN

4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

La SPAIN FASHION EXHIBITION es una feria cuyo objetivo es acercar la moda española al mercado coreano, no sólo para establecer contactos y hacer negocio, sino para atraer a esos mismos compradores a otras ferias en Europa para visitar a las empresas españolas.

El tamaño de la feria es pequeño, considerando que la participación es exclusivamente española y que toman lugar tan sólo 22 empresas en un espacio de 800 m².

Gracias a que la feria se celebró entre semana, martes y miércoles, y a la labor de *mailing* y tele-marketing de la oficina comercial los visitantes fueron en su mayoría profesionales del sector, justo el segmento al que va dirigida la feria y en el que están interesadas las empresas españolas.

Además se dio la circunstancia de tener otras dos ferias de moda que coincidieron con el primer día de exposición, la “Brand Sales Show 2014” en la sala vecina a la de la exposición española en el hotel, por lo que hubo mayor afluencia de visitantes derivados de dicha feria, así como “Italy with Style”, una feria de moda italiana que tuvo lugar en el Lotte Hotel Seoul.

La visión de los productos españoles por parte de los visitantes fue positiva, con un especial interés hacia las prendas y calzado de cuero, que es tendencia en Corea del Sur.

4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA

Las empresas españolas encontraron interés en el mercado coreano por sus productos, y en general terminaron la feria con sus expectativas cumplidas, contactos de futuro y acuerdos cerrados, junto con la intención de repetir en futuras ediciones.

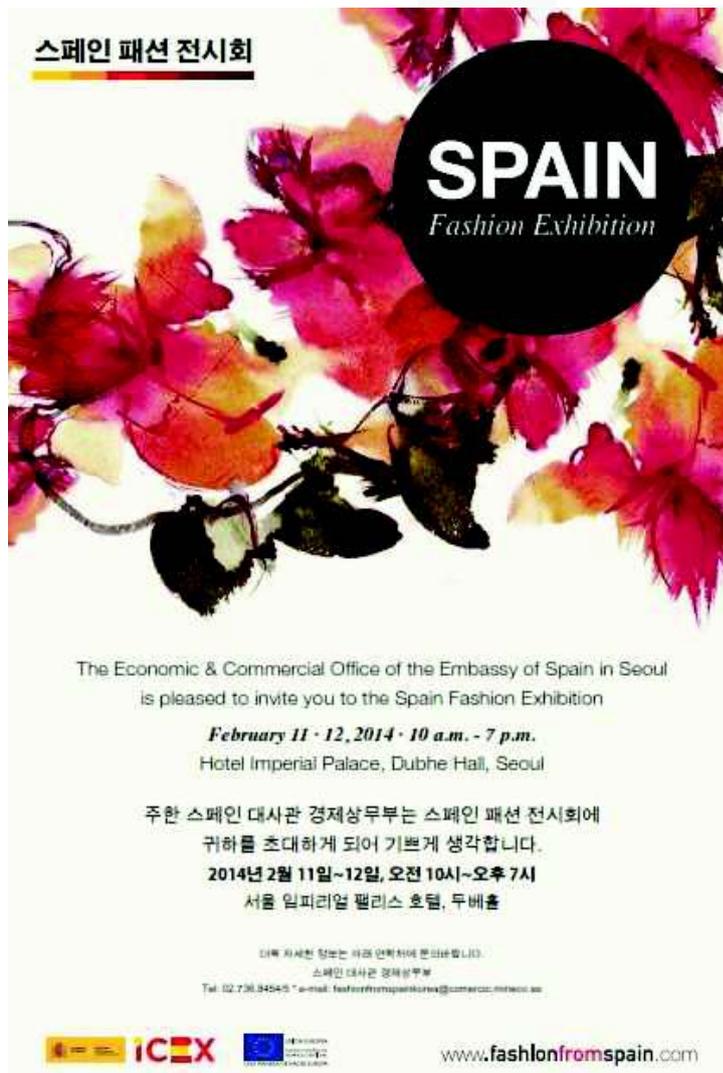
4.3. RECOMENDACIONES

Si bien el mercado coreano todavía está dominado por las ventas de moda para mujer, las ventas a hombres está aumentando y acercándose, con una cuota de mercado del 44%. Sin embargo, las colecciones y muestras que trajeron las empresas españolas estaban centradas en mujer, por lo que se recomienda que le den más importancia a sus colecciones de moda para hombres, ya que muchos de los visitantes provenían de tiendas de ropa o calzado sólo para hombre.

Así mismo, se recomienda a las empresas españolas que traigan más productos de estilo “casual wear” y juvenil, ya que es tendencia en Corea del Sur como consecuencia de la relajación de las normas de vestimenta y están aumentando mucho las ventas en ese segmento así como más accesorios y marroquinería, que están muy demandados en el mercado, tanto para hombre como para mujer.

5. ANEXOS

Modelo invitación para el *mailing*.



SPAIN FASHION EXHIBITION 2014

Fotos del evento:

