



Informes de Ferias

WHO'S NEXT

ENERO 2014

PARIS

25-28 de enero 2014

Este informe ha sido realizado por
Cristina Ollero Bartolomé y Elena de Pedro García
bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en París

ÍNDICE

1. PERFIL DE LA FERIA	3
1.1. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS	5
1.2. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA FERIA POR PARTE DE LA OFECOMES	5
2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA	6
2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES	6
2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN.	8
3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS	11
4. VALORACIÓN	13
4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO	13
4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPE-TIDORES	13
4.3. RECOMENDACIONES	15
5. ANEXOS	17

1. PERFIL DE LA FERIA

WHO'S NEXT ENERO 2014



Ámbito:	Internacional.
Fecha:	Del 25 al 28 de enero del 2014.
Edición:	39ª.
Frecuencia:	Bianual.
Lugar de celebración:	Paris Expo – Porte de Versailles 1 Place de la Porte de Versailles 75015 París.
Horario de la feria:	De sábado a lunes de 9:00 a 19:00. Martes de 9:00 a 18:00.
Precio de la entrada:	Pase Who's Next Prêt-à-porter Paris 42€ (hasta el 20 de enero). Precio en taquilla: 58€. Fashion Pass (Who's Next, Bijorhca Paris, Salon International de la Lingerie, Interfilière): 55€ (hasta el 22 de enero). Precio en taquilla: 75€.
Medios de transporte:	Metro: Línea 12, estación Porte de Versailles; Línea 8, estación Balard. Tranvía: Línea T3 Pont du Garigliano/Porte d'Ivry, estación

	Porte de Versailles
	Autobús: Líneas 39, 49, 80 y PC1, estación Porte de Versailles.
	Taxi
Director / Organizador:	WSN Developpement 27-29 Rue Guénégaud 75006 Paris
Colaboradores:	Abit, Air France KLM Global Meeting, Air France Madame, Barnett Consulting, Berty, Bilum, Boutique2Mode, C + Accessoires, Color Club, Comme un camion, Conferancia Travel, Corpcrate Paris, Dcer, Euromag, Fédération Française de la Chaussure, Fédération Française de la Maroquinerie, Fédération Française du Gant, Fédération Française du Prêt-à-Porter Feminin, Fedex, Fidancia, Galeries Lafayette, Gallia Paris, Gloss Up, Goûte-moi Ça, Hasbro, Hippy Market, Hotel du Temps, Intercoiffure France, Itkib, JRC Reflex, KD Presse, Koka Consulting, Lambert & Associate, Le Cab, Le Mellotron, Lov Organic, Make up Forever, Marinho Paris, Martine Leherpeur Consulting, Microsoft, Néo Legend, Not just a Label, Packshot Creator, Parfum en Scène, Pix Populi, Princess etch a Sketch, Sai, Taka – Kono, The cool republic.
Superficie:	100.000m ² .
Servicios incluidos:	Servicio de guardarropía; zona de negocios; servicio de conserjería; servicio de información; área para <i>bloggers</i> ; oficina de prensa.
Servicios ofrecidos:	Personal Shopper; restaurantes; zona de juegos.
Carácter:	Profesional.
Tipo de visitantes:	Agentes, diseñadores, distribuidores, importadores, minoristas, prescriptores, etc.
Fecha de la próxima edición:	Del 4 al 7 de julio de 2014.
Otras ferias relacionadas:	Salon International de la Lingerie; Interfilière; Maison&Objet; Première Vision Pluriel; Bijorhca; Paris Design Week.

1.1. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS

Who's Next realiza una amplia, pero selectiva, exposición de la vanguardia de la moda en su sentido más vasto, dado que los productos que engloba van desde la confección, hasta los accesorios, pasando por el calzado y el diseño de alta costura.

Los productos que se expusieron correspondían, por lo general, a prendas urbanas de gama media-alta y se pueden clasificar en alguna de las siguientes categorías de productos:

- Accesorios para el pelo
- Accesorios de playa
- Maletas
- Bisutería/joyería
- Gorros
- Cinturones
- Sombreros
- Calcetines
- Calzado
- Abanicos
- Guantes
- Fulares
- Gafas
- Bolsos
- Paraguas
- Objetos para la casa
- Perfumes
- Marroquinería
- Ropa

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

Por parte de la OFCOME de París, visitaron la feria el Consejero Comercial, Vicente Mañes, y el Responsable del Departamento de Bienes de Consumo, Philippe Daifeli, el Director de la División Moda, Hábitat de ICEX Madrid, Bruno Fernández Scrimieri, la becaria ICEX de bienes de consumo, Elena de Pedro García y la becaria de la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja, Cristina Ollero Bartolomé.

Durante la visita se entrevistó a las empresas expositoras españolas con el fin de obtener una visión general del evento y recoger sus impresiones.

2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES

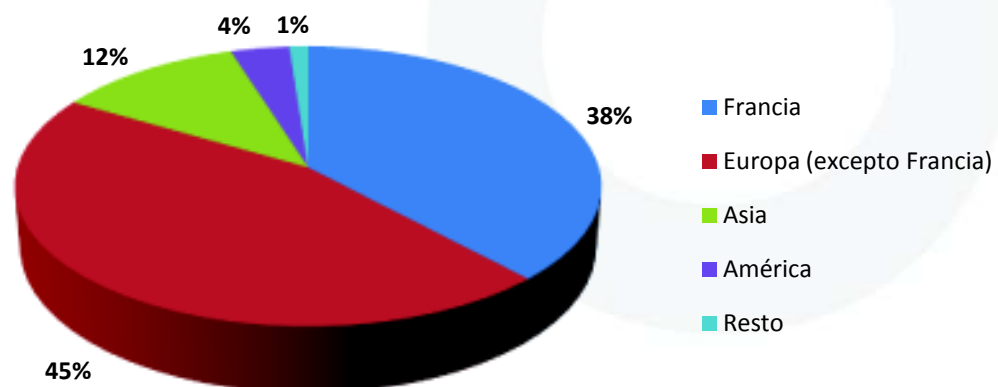
Who's Next Prêt-à-Porter París, la feria de moda vanguardista que se celebra en Julio y en Enero cada año, estuvo dividida en esta edición en 3 pabellones expositivos del Parc des Expositions de la Porte de Versailles (halls 3, 4 y 7).

TABLA 1. Evolución de la participación en Who's Next

	2010	2011	2012	2013	2014
TOTAL	1.168	1.383	2.108	2.000	2.000

Fuente: www.whosnext.com

GRÁFICO 1. Origen de los expositores



Fuente: www.whosnext.com

WHO'S NEXT ENERO 2014

En esta edición de la feria Who's Next, los expositores se han dividido entre los halls 3, 4 y 7. Mientras que toda la oferta de accesorios se reunió en el hall 7, la de prêt-à-porter se repartió en 3 halls. Como novedad, el universo mixto y urbano "Mr Brown" presente en anteriores ediciones ha desaparecido y el espacio "Private" ha perdido su nombre para formar parte de "Who's Next Ready-to-Wear".

FAME

Fame es desde hace 10 años el punto de encuentro preferido de las marcas y diseñadores de moda femenina prêt-à-porter. Las marcas más creativas y los jóvenes diseñadores están agrupados en las secciones "Fresh" y "Atelier". En esta edición se reunieron más de 200 marcas en el hall 4.

WHO'S NEXT READY-TO-WEAR

En los halls 3 y 7.1 se presentan las tendencias prêt-à-porter de 600 marcas femeninas, masculinas, mixtas y urbanas de más de 30 países distintos.

PREMIÈRE CLASSE

La sección situada en el hall 7.2, que en esta edición reunió a más de 300 marcas, es desde hace 25 años el lugar de referencia para los diseñadores de accesorios. Se exponen las nuevas tendencias de diseñadores y marcas emergentes. La selección de las marcas se hace en base a criterios de creatividad, originalidad y estilo.

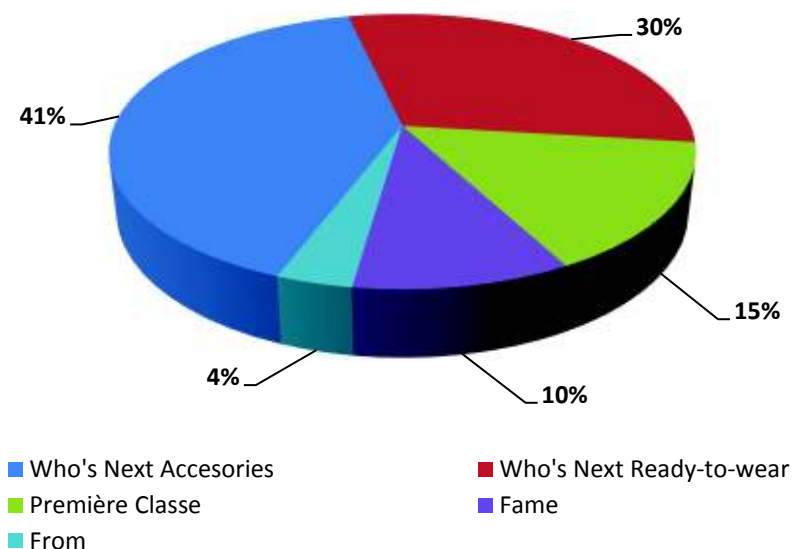
WHO'S NEXT ACCESSORIES

En el hall 7.2 se presentaron todas las categorías de accesorios de moda y se reunieron un total de 800 marcas. Para exhibir la oferta de los distintos productos, el hall se ha dividido en los siguientes sectores: calzado, marroquinería y maletas, bisutería y un sector que agrupa las colecciones de accesorios textiles relacionadas con el mercado del prêt-à-porter.

FROM

Ha contado en esta edición con la presencia de 70 marcas, ocupando parte del pabellón 7.1. Desde hace 25 años, los productores de artículos textiles y de accesorios se encuentran en París para promover sus especialidades de fabricación. FROM es el espacio de Who's Next que los reúne para resaltar su saber-hacer local (India, Turquía, etc.). FROM saca a la luz el "made in" local de los productores internacionales, seleccionando las empresas por su nivel de calidad.

GRÁFICO 2. Expositores por salón



Fuente: www.whosnext.com

2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN.

La edición de enero de 2014 ha reunido a un total de 58.232 visitantes, según datos de la propia organización. En esta ocasión el número de visitantes ha aumentado un 1% respecto a la misma edición del año anterior.

GRÁFICO 3. Visitantes por origen

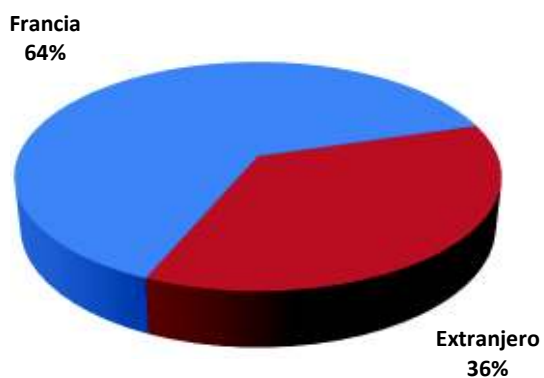
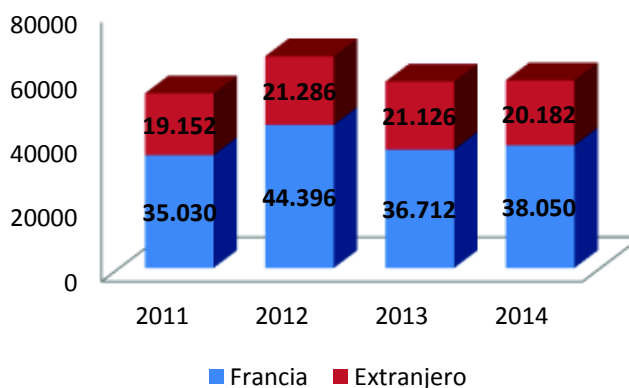
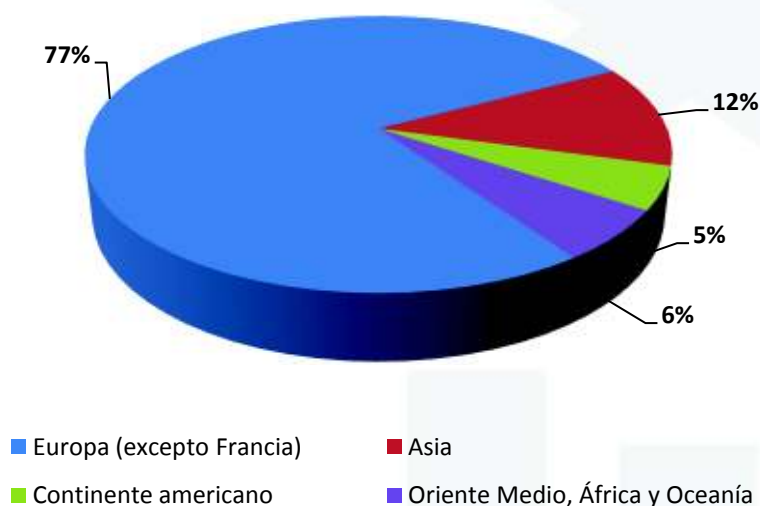


GRÁFICO 4. Evolución de la afluencia de visitantes



Fuente: www.whosnext.com

GRÁFICO 5. Visitantes extranjeros por procedencia.



Fuente: www.whosnext.com

En esta edición de enero se ha producido un aumento de visitantes franceses de un 3,6%, en comparación con el año anterior. El público local representó un 64% del total de visitantes de la feria, con 38.050 profesionales que acudieron al evento.

El público europeo (excluyendo los compradores franceses) disminuyó un 1% y supuso el 26% del total de visitantes y el 77% de la asistencia extranjera (15.494 entradas). Aumentaron las visitas de profesionales italianos (+4%), españoles (+10%), belgas (+11%) y alemanes (+9%). Los datos negativos vienen de Reino Unido y Turquía, cuyo número de visitantes disminuyó un 20% y un 15% respectivamente.

Visitantes europeos:

- Italia: 3.614 (+4%)
- Bélgica: 2.542 (+11%)
- España: 2.092 (+10%)
- Gran Bretaña: 990 (-20%)
- Turquía: 948 (-15%)
- Suiza: 866 (+2%)
- Alemania: 862 (+9%)

El continente asiático es el que ha registrado los datos más negativos. Se ha producido un descenso del 18% en la afluencia de público procedente de Japón (2.482 entradas vendidas), con una disminución del 32 % de visitantes de China (356 visitantes) y del 17% de Corea del Sur (290), respecto de la misma edición del año pasado.

Who's Next ha experimentado un descenso de visitantes procedentes del continente americano del 8%, con 912 profesionales. Estados Unidos amplió su presencia con 406 visitantes (+9%), pero Canadá disminuyó la suya con sólo 170. Los departamentos y territorios de ultramar (contabilizados con la región americana), sufrieron también un descenso con sólo 140 profesionales. Por último, Brasil aportó 102 visitantes (+40%).

Oriente Medio aumentó un 5% la asistencia con 678 visitantes. La población libanesa, siempre fiel a la feria, alcanzó la primera posición en el ranking de Oriente Medio, con 182 profesionales del sector, seguido por Israel (160) y Arabia Saudí (182 compradores).

El continente africano registró una bajada de visitantes del 23% con sólo 466 profesionales. Marruecos contó con el mayor número de público local (154 profesionales), seguido de Túnez (82), Egipto (38) y Sudáfrica (34).

Por último, el número de profesionales que viajó desde Oceanía cayó un 12% esta temporada, con 150 visitantes, principalmente australianos.

3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

ACCESORIOS

Los accesorios de esta temporada tienen un aire de sofisticada elegancia. Piedras preciosas, aros dorados, lazos de cuero... que dan formalidad y contrastan con los looks más sport o de calle. Aquellos que cuentan con mensajes o comentarios provocativos o divertidos también son tendencia y personalizan el estilo del que los lleva.

Gafas de sol: son tendencia más que nunca. Las más clásicas se quedan en el armario, dejando paso a una combinación de materiales y colores. En invierno y en verano, las gafas de sol se han vuelto un elemento vital con posibilidades infinitas: monturas transparentes, cristales de espejo o ahumados, formas de ojo de gato, formas redondas retro...

Bolsos: los bolsos vuelven a las formas y materiales rígidos. Reaparecen los bolsos satchel o de estilo colegiala y las maletas, que se usan como accesorio del día a día.

Calcetines: son lo más destacado de la temporada otoño-invierno 2014 en la familia de los accesorios. Los calcetines cuentan con grafismos y colores vivos y se llevan en conjunto con pantalones cortos y zapatos abiertos.

Gorros y boinas: el gorro se presenta como un accesorio que aporta una imagen masculina, contra-sistema y rebelde. Por el contrario, la boina da un toque "francés retro", la nostalgia de la "Belle France" y el estilo y glamour de Greta Garbo.

MODA FEMENINA

Bermuda: la bermuda es tendencia y da un aspecto *hipster* y *amish* quien que la lleva, realzando la figura. También destacarán los abrigos de colores y las faldas y los vestidos de pliegues con nuevas larguras y asimetrías, que dan un efecto ondulante y sensual.

Sudaderas: los *sweatshirts* con nuevas dimensiones (corto, oversize, holgado...) y nuevos materiales (neopreno, falso cuero...) y trabajados desde el interior (acolchado, piel falsa...).

Cuero: esta temporada, la ropa de sport se inclina por el cuero y añade a los looks un efecto de "segunda piel".

Sneakers / Trotters: dentro del calzado, destacan las sneakers y las trotters. Mientras que el primero es un calzado que nos hace saltar (zapatos de correr con suela "air sole"), el segundo cuenta con un tacón de 4,5/5 cm.

4. VALORACIÓN

4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

La sensación general de las empresas españolas que acudieron al evento fue que esta edición ha sido peor que la anterior, no tanto en número de visitantes, sino de pedidos y contactos realizados, tendencia que se observa desde hace 3 ó 4 ediciones. No obstante, las opiniones son variadas y muy distintas en cada uno de los espacios. En los pabellones 4 y 7.1, donde se encontraban "Fame" y "Who's Next Ready-to-Wear", se apreciaba menos afluencia de gente, mientras que en el 3 y en "Première Classe" es donde había más tránsito de visitantes.

La ambientación de los distintos espacios también ha sido muy distinta. Los más dinámicos han sido los halls 7.1 y 3, donde se encontraba "Who's Next Ready-to-Wear", ya que contaban con animación musical y actividades diversas. En el hall 3 se realizaron los desfiles y el fórum de tendencias.

Algunas empresas han mostrado su descontento por la localización de su expositor, ya que consideraban que no estaba ubicado en el hall adecuado o que se encontraba en un lugar de difícil acceso y mala visibilidad para los visitantes. La ubicación del stand es decisión de la organización de la feria, y según la impresión de las empresas, el primer año que se acude a la misma suele ser más difícil obtener una buena ubicación, que mejora al asistir a ediciones posteriores.

Desde el punto de vista económico, las empresas han coincidido en que se trata de una de las ferias más caras del sector en términos de coste del espacio. La inversión que deben hacer para acudir a ella es alta. No obstante, para muchas de ellas acudir a Who's Next es una cita obligada por su importancia en el sector de la moda a escala internacional.

4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES

Las mayoría de las empresas españolas a las que se ha visitado ya habían acudido a la feria en anteriores ediciones y coinciden en que Who's Next es una feria a la que no pueden faltar.

En esta edición, la Agrupación Nacional de fabricantes de Géneros de Punto (AEGP) ha participado de forma agrupada con 25 empresas. Por su parte, ASEFMA, la Asociación Española de Fabricantes de Marroquinería, Artículos de Viaje y Afines, también organizó una participación agrupada en la feria, con 16 empresas participantes.

Empresas de la participación agrupada de AEGP:

- Blossan
- Coldelrosso
- Marlota
- Siyu
- Compañía Fantástica
- Old Taylor
- TrakaBarraka
- Antón & Moda
- Azura
- Chareli
- Charo Ruiz – Ibiza
- Diktos
- Escola
- Extart & Panno
- H. Corral
- I Odena
- Indi & Cold
- Jocavi
- Las Cabrillas / Montpunt / Oncala
- Riverside
- Savage Culture
- Surkana
- TBA
- Tinta Style / Bariloche
- Uno Più Uno

Empresas de la participación agrupada de ASEFMA:

- Beatriz Furest
- Catherine Parra
- Cucareliquia
- Noëlle et Filles
- Drap Barcelona
- Elite Barcelona
- Frandami
- Guanabana
- Joaquim Ferrer
- Lecortes
- Lupo
- Pertegaz
- Santacana
- Stella Rittwagen
- Tous
- Zubi

Muchas de las empresas que han acudido tienen una amplia experiencia en exportación (50-60% o incluso 80% de ventas en el exterior). No obstante, también acudieron muchas que quieren comenzar a exportar. Todas coinciden en que la difícil situación y la caída del consumo en el mercado nacional les ha empujado a vender sus productos al exterior.

El perfil de cliente que han buscado las empresas españolas en esta feria no es tanto el francés o el europeo, sino el más internacional (asiático, americano, etc.) La mayoría ha coincidido en que Who's Next es una feria de vital importancia para establecer contactos con este perfil de cliente más internacional que acude de todos los rincones del mundo. No obstante, la presencia de público local también es importante y ha aumentado esta edición (64% del total de visitantes). Por lo tanto, Who's Next es una cita ineludible para muchas empresas que quieren penetrar en el mercado francés.

4.3. RECOMENDACIONES

Antes de acudir a una feria de esta entidad, es recomendable visitarla para evaluar si la empresa encaja en el perfil, para conocer la organización y disposición del espacio y para analizar el tipo de visitante que acude a ella. Igualmente, la visita sirve para escoger el mejor emplazamiento posible del espacio.

Una vez se decide participar en la feria, se aconseja que se organice la participación con bastante antelación, dado que se trata de una feria internacional que recibe multitud de solicitudes y de expositores y muchas son rechazadas por falta de espacio. Del mismo modo, antes de acudir a Who's Next se recomienda elaborar una agenda de visitas con clientes, potenciales clientes, distribuidores o agentes para aprovechar al máximo el tiempo de exposición.

Así mismo, la página web de la empresa y el catálogo deberían estar traducidos al inglés y al francés. En esa línea, si en la empresa nadie habla francés, sería recomendable que se contratara un intérprete.

5. ANEXOS

Lista de empresas españolas participantes en la feria:

ALBA CONDE	LOREAK MENDIAN
ALDAZABAL	LOTOCOHO
ALDOMARTINS & AMS	LOVAT & GREEN
ANMARGO	LOXID
ANNA MORA & BRUNELLA	LUCKY (A LUCKY TOUCH)
ANNAVALLDAURA	LUCUIX
ANTON & MODA	LUNA LLENA
ANTON HEUNIS	LUPO
APRES SKI	MAKARI FURS
AZURA	MAMATOYOE
BCN BRAND	MARLOTA
BDBA	MAVA HAZE
BEATRIZ FUREST	MEISIE
BEATRIZ PALACIOS	MEL BY MELISSA
BICHO	MEN KAI
BLOSSAN	MENCHEN TOMAS
BUNKER / BKR	MINO MORA
CATHERINE PARRA	MISMASH
CHARELI	MISSING JOHNNY
CHARO RUIZ - BIZA	MONOPLAZA
CHIE MIHARA	MURO.EXE

COLDELROSSO
 COLORES DE OTONO
 COLMILLO DE MORSA
 COMPANY AND CO
 COMPAÑÍAFANTASTICA
 CUCARELIQUIA
 CULITO FROM SPAIN
 CYAN
 DESIGUAL
 DESIGUAL
 DIKTONS
 DIOXYDE
 DRAP BARCELONA
 EL NATURALISTA
 ELITE BARCELONA
 ESCOLA
 ETXART & PANNO
 EVA VS. MARIA
 EZPELETA, GOTTA, CATALINA ESTRADA
 FOR EZPELETA
 FASHION SA
 FLAVIO MENORCA / LARA MAG Y
 FRANDAMI
 GAIMO ESPADRILLES - GAIMO
 GEORGE'S HAND MADE
 GEORGINA CARRERAS
 GLÜEN
 GUANABANA
 H CORRAL
 HOLY PREPPY
 HOMERS
 HOPE 1967
 MUS & ROEW
 NENUKA PARADISE
 NICE THINGS PALOMA S.
 NOELLE ET FILLES
 NOSOLO BARCELONA
 O'GLEZ
 OLD TAYLOR
 OLVIDO MADRID
 PACA PECA
 PAPIROGA
 PARAMITA
 PAZ TORRAS - PZT
 PEPE JEANS DISNEY
 PERTEGAZ
 PERTINI
 POE
 POUPÉE CHIC
 RAY GARZIA
 REVER MILE
 RIVERSIDE
 ROSALITA MC GEE
 SAGA IBAÑEZ / SIOSI
 SANDRINE DE MONTARD
 SANTACANA
 SAVAGE CULTURE
 SENDRA BOOTS
 SIDECAR
 SILOLONA
 SITA MURT
 SIXTYSEVEN
 SIYU

WHO'S NEXT ENERO 2014

HOWSTY
I ODENA
IMAYIN
INDI & COLD
ISABEL DE PEDRO
ISATO UCSL
JOAQUIM FERRER
JOCAVI
JOSÉ ROCA
JUSTICIA RUANO
KALAMO JEWELRY
KANNA
KRISTINA HAKIMOVA
LAF
LAS CABRILLAS / MONTPUNT / ONCALA
LAS NOCHES IBIZA
LAZULI
LECORTES
LENTEJITA
LIVOB
LOLITAS Y LOLOS

SMASH!
SOM LES DUES
STELLA RITTWAGEN*
SURKANA
SUSAN SUELL JEWELLERY
T.BA
THE HIP TEE
THE MIDDLE
TINTA STYLE - BARILOCHE
TMX
TOSCANA
TOUS
TRAKA BARRAKA
UNISA
UNO PIÙ UNO
URROBI
VASKA
VICTORIA DE TALHORA
VIRIATO
YERSE
ZUBI