



MICAM

Milán

15-18 de febrero 2015

Este informe ha sido realizado por
Lara Ortiz Bocanegra, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

ÍNDICE

1. PERFIL DE LA FERIA	3
2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA	10
3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS	11
4. VALORACIÓN	16
5. ANEXOS	25

1. PERFIL DE LA FERIA

FICHA TÉCNICA

TheMiCAM

theMICAM

Ámbito:	Internacional
Fecha:	Del 15 al 18 de febrero de 2014
Frecuencia:	Semestral
Lugar de celebración:	Fiera Milano. Rho– Pero Strada Statale Sempione, 28 – 20017 Rho-Pero (Milán)
Horario de la feria:	<ul style="list-style-type: none"> - Para los expositores: <ul style="list-style-type: none"> o Primer día: 8.00 a 19.30h o Horario general: 9.30 a 19.30h o Último día: 9.00 a 16.30. - Para los visitantes: de 9.30 a 19.00 y de 9.30 a 16.00 el último día.
Medios de transporte:	<ul style="list-style-type: none"> o Metro: línea 1, parada Rho-Fiera Milano (debe comprarse un billete especial que tiene un coste de 2,50€) o Coche: puede llegarse directamente a la feria tomando la salida de la autopista Fiera Milano-Rho (Pero) y aparcar en uno de los aparcamientos del recinto (11,30€ las primeras 4 horas y 16,00€ hasta un máximo de 24 horas). Si se prefiere, se puede aparcar el coche en uno de los seis aparcamientos que se encuentran a la entrada de Milán y que coinciden con las paradas de Metro: Cascina Gobba, San Donato, Famagosta, Bisceglie, Lampugano y Molino Dorino. o Tren: algunos trenes paran directamente en Fiera Milano-Rho. Para los que no efectúan parada se pueden realizar las siguientes combinaciones: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desde Stazione Milano Centrale – Stazione Milano Porta Garibaldi: puede cogerse la línea 2 de metro dirección Ab-

- biategrosso y efectuar trasbordo en la parada Cadorna Triennale a la línea 1 en dirección Rho-Fiera Milano.
- Desde Stazione Cadorna: línea 1 de metro en dirección Rho-Fiera Milano
- Desde las estaciones de Certosa, Villapizzone, Lancetti, Porta Garibaldi, Repubblica, Porta Venezia, Dateo y Porta Vittoria se puede llegar al recinto ferial con las dos líneas de tren de cercanías, la S5 y la S6.
- **Avión:**
 - Desde Linate: *shuttle* especial dirección Fiera Milano (www.malpensashuttle.com) o autobús número 73 hasta Piazza San Babila donde se conecta con la línea 1 de metro hacia Rho-Fiera Milano.
 - Desde Malpensa: *shuttle* especial dirección Fiera Milano (www.malpensashuttle.it y www.autostradale.it) y el tren Malpensa-Express (www.malpensaexpress.it).
 - Desde Orio Al Serio: *shuttle* especial dirección Fiera Milano (www.terravision.eu).

Adicionalmente la feria ofrece un servicio de autobús gratuito. Parte de Via Oceano Pacifico (lado Corso Italia Est, junto al pabellón 4), y realiza las siguientes paradas: Largo Domodossola, Piazzale Cadorna, Piazza San Babila, Piazza Cavour, Piazza della Repubblica y Stazione Centrale.

Director / Organizador:

La feria la organiza ASSOCALZATURIFICI ITALIANI a través de su sociedad de servicios A.N.C.I. Servizi S.r.l.

Via Monte Rosa, 21, 20149 Milán, Italia

www.assocalzaturifici.it

Superficie:

67.131 m²

Precios

- Cuota de inscripción: 150 €
- Canon de participación por m²: 175 € (área libre)
- Paquete base de activación en Expopage: 50 €
- Cuota de aseguración a todo riesgo 95 €

Opcional:

- Canon stand pre-decorado estándar unificado por metro cuadrado: 107 €
- Cuota por servicio de aparcamiento: 60 €/cad.
- Cuota inscripción de empresa representada: 52 €/cad.
- Inserción de las marcas de venta en la guía theMICAM "Chi e Dove" (Quién y Dónde) y en el catálogo theMICAM online: 52 €/cad.
- Otras inserciones suplementarias en la guía theMICAM "Chi e Dove" y en theMICAM online: 52 €/cad.

Carácter: Profesional

Tipo de visitantes: Profesionales del sector: importadores, mayoristas, detallistas, grandes almacenes, boutiques, fabricantes y prensa especializada.

Fecha de la próxima edición: Del 1 al 4 de septiembre de 2015

Otras ferias relacionadas:

<p>EXPO RIVA SCHUH, Riva del Garda (Italia)</p> <p>10-13 enero 2015</p> <p>13-16 junio 2015</p> <p>http://www.exporivaschuh.it</p> <p>Sectores Concurrentes: calzado.</p>	<p>PITTI UOMO, Florencia (Italia)</p> <p>13 – 16 enero 2015</p> <p>16-19 junio 2015</p> <p>http://www.pittimmagine.com/corporate.html</p> <p>Sectores concurrentes: moda masculina, calzado</p>
<p>PITTI BIMBO, Florencia (Italia)</p> <p>22-24 enero 2015</p> <p>25-27 junio 2015</p> <p>http://www.pittimmagine.com/corporate.html</p> <p>Sectores concurrentes: moda infantil, calzado</p>	<p>SPAIN FASHION EXHIBITION, Seúl (Corea del Sur)</p> <p>26-27 enero 2015</p> <p>Sectores Concurrentes: Moda femenina, masculina, infantil, íntima-baño, en piel, calzado y marroquinería</p>
<p>SHOES FROM SPAIN EXHIBITION, Tokio (Japón)</p> <p>29-30 enero 2015</p> <p>http://www.shoesfromspain.jp/</p> <p>Sectores concurrentes: calzado</p>	<p>GDS, Düsseldorf (Alemania)</p> <p>4-6 febrero 2015</p> <p>29-31 julio 2015</p> <p>http://www.gds-online.com/</p> <p>Sectores concurrentes: calzado, accesorios</p>
<p>MOMAD METRÓPOLIS, Madrid (España)</p> <p>8-10 febrero 2015</p> <p>http://www.ifema.es/momadmetropolis_01</p> <p>Sectores concurrentes: textil, calzado, y complementos.</p>	<p>MODA FOOTWEAR UK, Birmingham (Reino Unido)</p> <p>15-17 febrero 2015</p> <p>http://www.purelondon.com/</p> <p>Sectores concurrentes: calzado, accesorios</p>

<p>FNPLATFORM/ENK, Las Vegas (EE.UU.)</p> <p>17 – 19 febrero 2015</p> <p>http://www.magiconline.com/fn-platform</p> <p>Sectores concurrentes: calzado</p>	<p>OBUV' MIR KOŽI, Moscú (Rusia)</p> <p>17 – 20 marzo 2015</p> <p>Sectores Concurrentes: calzado, peletería, marroquinería y accesorios.</p>
<p>THEMICAMSHANGAI, Shangai (China)</p> <p>18-20 marzo 2015</p> <p>www.themicamshanghai.com</p> <p>Sectores concurrentes: calzado.</p>	<p>SOLE COMMERCE, Nueva York (EE.UU.)</p> <p>23-25 febrero 2015</p> <p>http://www.enkshows.com/sole/</p> <p>Sectores concurrentes: calzado, accesorios</p>
<p>CPM-COLLECTION PREMIÈRE, Moscú (Rusia)</p> <p>24-27 febrero 2015</p> <p>http://www.cpm-moscow.com/</p> <p>Sectores Concurrentes: Moda masculina, femenina, infantil, en piel, novias, intima-baño, calzado y marroquinería</p>	<p>FASHION ACCESS, Hong-kong (China)</p> <p>30 marzo – 1 abril 2015</p> <p>7 – 9 octubre 2015</p> <p>www.aplf.com</p> <p>Sectores Concurrentes: calzado, peletería, marroquinería y accesorios.</p>
<p>PURE LONDON, Londres (Reino Unido)</p> <p>2-4 agosto 2015</p> <p>http://www.purelondon.com/</p> <p>Sectores concurrentes: moda femenina, calzado</p>	<p>TRADE MART, Bruselas (Bélgica)</p> <p>23-24 agosto 2015</p> <p>6-7 septiembre 2015</p> <p>http://www.trademart.be/es</p> <p>Sectores Concurrentes: calzado.</p>

SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS

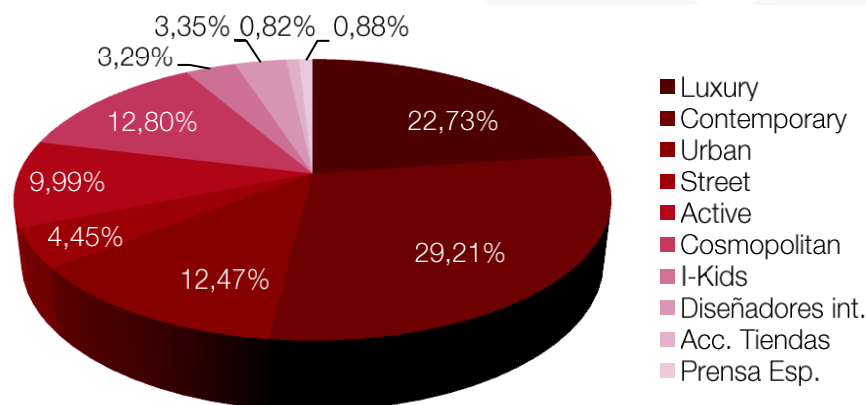
TheMICAM es la feria internacional de referencia dedicada al calzado de gama media-alta y alta. En esta edición se presentaron las nuevas colecciones y tendencias para el otoño-invierno 2015/2016. Para ello, el amplio recinto de Fiera Milano se organizó en diferentes categorías atendiendo al tipo de producto de la siguiente manera:

TABLA 1: ORGANIZACIÓN DE PABELLONES

TIPOLOGÍA	DESCRIPCIÓN	PABELLÓN
<i>Luxury</i>	Calzado de gama alta para eventos especiales	1 y 3
<i>Contemporary</i>	Calzado de gama media-alta con particular atención a la moda y al diseño	2 y 5
<i>Urban</i>	Calzado de gama media-alta en un estilo clásico-deportivo adaptado a la ciudad y al mundo laboral.	4
<i>Street</i>	Estilo <i>sport/fashion</i> , <i>sneakers</i> , y calzado técnico-deportivo sin olvidar las tendencias más juveniles.	10
<i>Active</i>	Estilo deportivo, preferiblemente calzado con suela de goma (incluyendo <i>sneakers</i>) dedicado al tiempo libre y a la práctica de deportes.	6
<i>Cosmopolitan</i>	Calzado y producto para el tiempo libre enfocado a la moda, viajes y el confort.	7
<i>I-Kids</i>	Calzado de gama medio-alta para los más pequeños.	4-B
Diseñadores internacionales	Área dedicada a los mejores diseñadores provenientes de todas las regiones del mundo.	2-V
Accesorios para tiendas	Expositores especializados en elementos relacionados con la exposición y venta de calzado.	10-A
Prensa especializada	Espacio para la prensa dedicada en exclusiva al mundo del calzado.	10-ST

La superficie de Fiera Milano se reparte siguiendo 6 estilos: *Luxury*, *Contemporary*, *Urban*, *Street*, *Active* y *Cosmopolitan*. A éstos hay que añadirles cuatro pabellones especiales dedicados a *I-Kids*, diseñadores internacionales, accesorios para tiendas y prensa especializada. La distribución de los expositores en función del tipo de categoría en la que participaron se recoge en el Gráfico 1.

GRÁFICO 1: PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN PABELLONES



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de theMICAM

Como se observa en el Gráfico 1, la sección con mayor número de empresas es la *Contemporary*, donde se agruparon el 29% de los expositores. A continuación le sigue muy de cerca el área dedicada al calzado más exclusivo, *Luxury*, donde se concentraron el 23% de las empresas participantes. Estos dos estilos de vida se configuran como los más importantes, englobando a más del 50% de los expositores y ocupando la superficie de 4 pabellones. *Urban* y *Cosmopolitan* se sitúan en torno al 12% cada una de ellas y, con una distancia significativa a las anteriores, son las otras dos secciones más representativas de la feria.

Debido a la caída del número de visitantes en ediciones anteriores la organización de theMICAM está realizando un esfuerzo continuo para tratar de reavivar la feria e incrementar su atractivo. Entre las novedades presentadas este año hay que resaltar "TheMICAM Fashion Show", un desfile que se celebró cada día a las 12.30 y "TheMICAM Square", punto de encuentro de los profesionales de la industria del calzado y donde cada día expertos del sector analizaron las últimas tendencias en diseño, moda, *retail*, nuevas tecnologías, comportamientos del consumidor, etc.

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA FERIA POR PARTE DE LA OFECOMES

La feria fue visitada por personal de la Oficina Económica y Comercial de Milán que tuvo la oportunidad de contactar con las empresas españolas presentes, visitar la feria y observar la competencia presente.

Asimismo FICE (Federación de Industrias de calzado Español) estuvo presente una vez más en theMICAM y se encargó de coordinar la presencia española y realizar actividades de promoción y publicidad del zapato español a través de las siguientes herramientas:

- Stand informativo, situado en el Hall 4-B en los stand R-13/S-14, es el punto de referencia de la imagen del calzado español y donde se atienden las necesidades de los expositores y consultas de los compradores.
- Folletos informativos. Se han editado 1.000 desplegados con información detallada de todos los expositores para su distribución entre compradores y visitantes.
- Bolsas promocionales de "Shoes From Spain".

Además, hay que resaltar que todos los expositores tenían un cartel informativo de "Shoes From Spain" que permitía identificarlos como empresa española reforzando la imagen del calzado español. Asimismo, realizó una serie de actividades dirigidas a los medios de comunicación:

- Envío de notas de prensa sobre la participación española a prensa profesional internacional.
- Elaboración de dossiers de prensa para la oficina de prensa de Fiera Milano.

Por último, FICE ha creado el *microsite* www.shoesfromspain.net dónde se recoge información de las empresas españolas que participan en las actividades que coordina la Federación y de las citas mundiales más importantes.

Imagen 1. Imagen de "Shoes From Spain" para la temporada otoño-invierno 2015/2016



2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES

Organización:

TheMICAM la organiza la Asociación Nacional del Calzado Italiana, ASSOCALZATURIFICI, mediante su sociedad de servicios ANCI SERVIZI Srl:

Via Monte Rosa, 21
20149 Milán
Tel: +39 02 438291
Fax: +39 02 4382933



info@micamonline.com

<http://www.assocalzaturifici.it/>

Expositores:

En esta edición se han dado cita 1.516 empresas, es decir, 73 empresas menos que el año anterior de las cuales, 887 eran empresas italianas (58,51 %) y 629 extranjeras (41,49%). Por lo tanto, este año ha caído la participación en todos sus aspectos, tanto en el número global (-4,59%), como en número de expositores italianos (-7,42%) y extranjeros (-0,32%) aunque se resiente especialmente la participación de marcas italianas.

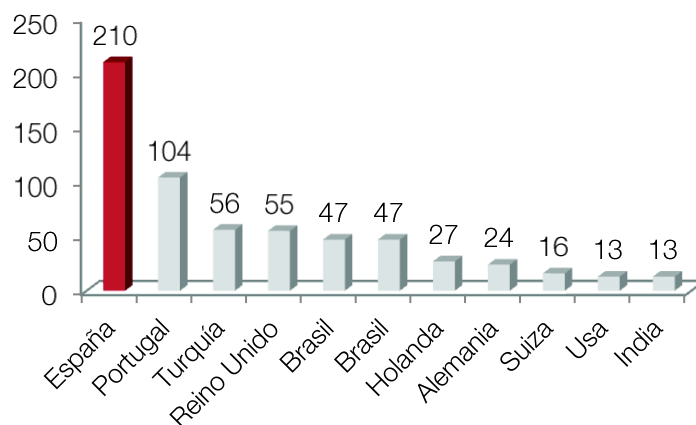
TABLA 2: CIFRAS DE PARTICIPACIÓN DE EXPOSITORES

	2013		2014		2015		Variación
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	%
Expositores italianos	961	62,48%	958	60,29%	887	58,51%	-7,41%
Expositores extranjeros	577	37,52%	631	39,71%	629	41,49%	-0,32%
Expositores españoles	187	12,16%	214	13,47%	210	13,85%	-1,87%
TOTAL	1.538	100%	1.589	100%	1.516	100%	-4,59%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de theMICAM

Aunque la participación española ha caído ligeramente con respecto al anterior (-1,87%), con 210 expositores continua siendo el segundo país en número de participantes de la feria y el primer país extranjero.

GRÁFICO 2: PRINCIPAL PARTICIPACIÓN INTERNACIONAL AL THEMICAM



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de TheMICAM

DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN

Aunque ha continuado disminuyendo el número de visitantes totales theMICAM mantiene la capacidad de atraer a los operadores internacionales más importantes y su posición como referente de las tendencias de la moda del calzado.

El número de visitantes totales en esta edición se sitúa en 32.112 y cae un -3,92% en relación a la del año anterior. La principal causa ha sido la disminución en el número de operadores extranjeros que con 15.697 supone una caída del -12,16% y que debe añadirse a la del año anterior (-8%). No obstante, la disminución se ha visto compensada por el aumento de visitantes italianos (+3,95%) que con la cifra de 16.415 supera por primera vez al número de visitantes internacionales (hecho que no ocurría desde la edición de septiembre del 2011).

TABLA 3: CIFRAS DE AFLUENCIA DE VISITANTES

	2013	2014	2015	Variación %
Visitantes internacionales	19.181	17.606	15.697	-12,16%
Visitantes italianos	16.208	15.766	16.415	3,95%
TOTAL	35.389	33.372	32.112	-3,92%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de theMICAM

La principal causa del descenso del número de visitantes internacionales se sitúa en la importante disminución del número de compradores rusos y ucranianos. No obstante debe resaltarse la presencia de importantes delegaciones del sudeste asiático y el aumento de visitantes españoles y portugueses. Precisamente España, no sólo es el primer país extranjero en número de expositores, sino que se sitúa también en el primer puesto en cuanto a número de visitantes.

3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

TENDENCIAS

En esta edición de theMICAM se han presentado las últimas tendencias para la temporada otoño-invierno 2015/16 inspiradas en todo lo relacionado con el mundo digital y web.

Colección mujer

- El mocasín se actualiza con una forma más ligera y un look refinado y minimalista, ya sea en su versión plana o de tacón.
- El zapato de salón con tacón alto, versátil y elegante y con reminiscencias de la sobriedad de los años 40.
- La zapatilla *skate* en su forma juvenil evoluciona en una bota con suela sólida y proporcionada y utiliza lujosos materiales.
- Las botas con cremallera frontal y punta cuadrada (en una revisión de las *biker* de los años 60) o de goma se alargan hasta superar las rodillas.
- Colores: se utilizan tonalidades clásicas y básicas como el marrón, el gris o el *bordeaux*.

Colección hombre

- Las botas: la bota *Chelsea* se hace tobillera imitando un look cada vez más ecuestre y también es tendencia la bota *wingtip*
- La bota de montaña: con corte *slim* se reelabora buscando una forma más refinada o se mantiene en su versión más clásica de *Hiking shoe*.
- La *sneaker* continúa estando de moda pero cada vez evoluciona en clave más formal del mismo modo que las zapatillas de tenis que se actualiza en su versión más elegante y formal.
- Las zapatillas tobilleras se convierten en minimalistas y *vintage*.
- Colores: de nuevo se proponen tonalidades clásicas como los marrones, el verde militar y el violeta que se mezclan con colores fuertes.

Materiales:

Los materiales suaves y los estampados alegres se unen a materiales sólidos mientras que las consistencias clásicas e inusuales están influidas por la digital contemporánea.

Se utilizan cueros, charol, tejidos pixel, estampados de serpiente, borreguito y pieles con texturas. Pero no sólo la piel tiene cabida, las zapatillas utilizan también fibras refinadas como el fieltro y la lana cardada que otorgan una sensación de comodidad. O los tweed coloreados, de es-

tilo retro y bohemio. Y además, los *tweed* oscuros entretejidos y unidos a materiales en contraste permiten crear texturas más estructuradas.

EL SECTOR DEL CALZADO ITALIANO EN CIFRAS

El año 2014 se presenta como un año de contrastes para el mercado de calzado italiano. Por un lado, ha aumentado la producción en valor, situándose en casi 7.500 millones e incrementándose en un 0,3% con respecto al año anterior. Pero al mismo tiempo la producción en cantidad ha caído de una manera considerable colocándose por debajo de los 200 millones de pares y con un valor de 197 millones de pares se convierte en el peor dato alcanzado (por debajo de los 198 millones del 2009). Este nuevo descenso activa todas las alarmas que apuntan al inicio de otro ciclo desfavorable del mismo modo que ocurrió en las otras dos ocasiones en las que se produjeron menos de 200 millones de pares (2009 y 2012).

TABLA 3: LA INDUSTRIA ITALIANA DEL CALZADO EN CIFRAS

ESTIMACIONES PARA EL 2013				
		2013	2014	Var %
Producción*	millones de euros	7.471,96	7.494,38	+0,3%
	millones de pares	202,10	197,10	-2,5%
Exportación (incluidas las re-exportaciones)	millones de euros	8.073,02	8.316,33**	+3,0%
	millones de pares	219,80	216,70**	-1,4%
*Importación (incluidas las re-importaciones)	millones de euros	3.834,38	4.127,70**	+7,6%
	millones de pares	303,50	329,50**	+8,6%
*Saldo Comercial	millones de euros	4.238,64	4.188,63**	-1,2%
Nº Empresas (Fabricantes)		5.186	5.031	-3,0%
Nº Empleados		78.093	46.610	-1,9%

Fuente: Estimaciones de Assocalzaturifici

* Producción 2014: estimaciones sobre la base de los resultados de la muestra de asociados

** Exportaciones e importaciones: estimadas a 12 meses sobre los datos disponibles del ISTAT.

La caída tiene su explicación tanto en factores internos como en factores externos.

En cuanto al consumo interno, el segundo *Panel de Fashion Consumer* elaborado por Sita Ricerca muestra que las familias compran un 2,9% menos en cantidad y un 7,2% menos en valor. La caída en valor por tanto superado a la caída en cantidad debido al importante descenso de los precios medios del sector (-4,4%) y a que la adquisición se concentra en los periodos de rebajas y liquidaciones. Como consecuencia se han incrementado las importaciones de un menor precio que están deteriorando gravemente el mercado nacional donde se observa una progresiva desaparición tanto de empresas (-3%) como de puestos de trabajo (-1,9%).

Al debilitamiento del consumo interno hay que añadirle que las exportaciones, aunque continúan creciendo en valor (+3%), no consiguen compensar la caída del consumo interno. En particular debe destacarse que se ha conseguido batir una cifra record en el número de exporta-

ciones (8.316,33 millones de euros) aún a pesar de la caída generalizada en el número de pares vendidos (-1,4%).

Los datos que ya se tienen en firme, y que se corresponden con los primeros 10 meses del 2014, permiten dar una explicación más detallada a este fenómeno. En este periodo las exportaciones aumentaron un +3,6% a pesar de la caída (-0,8%) en el número de pares vendidos como consecuencia del aumento de los precios medios (+4,5%).

En cuanto a los factores que más han influenciado en las exportaciones encontramos las tensiones políticas entre Rusia y Ucrania y la depreciación del rublo que han perjudicado el dato global de las exportaciones a los países extracomunitarios y han tenido un efecto contagio en los países de la Comunidad de Estados Independientes (-20,2% en cantidad y -22,6% en valor). La caída ha afectado especialmente en algunas regiones, como “Le Marche” que en el 2013 dirigió el 20% de sus exportaciones a Rusia.

Sin embargo, otros factores positivos han permitido compensar la caída como el incremento de las exportaciones al Norte del continente americano (+2,8% en volumen y +9,3% en valor) destacando especialmente los EE.UU. que son el tercer mercado de las exportaciones italianas y que ha aumentando en valor en un +10% y Oriente Medio (+8,2% en cantidad y +14,2% en valor). El lejano Este, que tan buenos resultados ha ofrecido en otros años, ofrece una peor actuación en el 2014, especialmente como consecuencia de la recesión en el mercado Japonés (-6,1% en valor y -7,4% en cantidad). No obstante, el resto de países del área han mantenido importantes aumentos en valor (China +12%, Hong Kong +24% y Corea del Sur +23%). En particular, si se suman las exportaciones destinadas a China y Hong Kong, estos dos países se convierten en el séptimo mercado de destino.

Debe resaltarse el importante esfuerzo que vienen realizando las compañías italianas para descubrir nuevos mercados y reactivar los que se habían perdido con la crisis internacional. Todo ello ha permitido mantener el saldo positivo de la balanza comercial italiana, que en el 2014 exportó 4.127,70 millones más de lo que importó, incrementándose en un +7,6%. Para ello el calzado italiano continúa haciendo gala de los dos factores que le distinguen en los mercados internacionales: creatividad y calidad.

EL SECTOR COMERCIO DEL CALZADO ESPAÑOL EN CIFRAS

Los últimos datos que se disponen del mercado español se corresponden con el periodo enero-noviembre del 2014. La información proporcionada por FICE muestra que las exportaciones españolas de calzado se han incrementado en un 17% hasta alcanzar la cifra record de 2.640 millones de euros y 154,2 millones de pares (+14%). Italia, segundo comprador de calzado español, adquirió 265 millones de euros (+13%) que en términos cuantitativos corresponden a 19 millones de pares (+24%).

Los principales países de destino de las exportaciones españolas continúan siendo países dentro de la Unión Europea (81%). Encabezan la lista Francia (21,87%), Italia (10,02%), Alemania (8,90%), Reino Unido (7,74%) y Portugal (7,73%). Sin embargo, en volumen, la situación es diferente, y los únicos países que mantienen su posición son Francia (22,25%) e Italia (12,18%) mientras que Portugal (11,22%) sube al tercer puesto muy cercano a Italia. A estos países les siguen Alemania (7,05%) y Reino Unido (5,23%).

Fuera de la Unión aparecen nombres como Estados Unidos (5,50%), Bélgica (4,59%), Países Bajos (2,42%), Polonia (2,35%) o Grecia (2,20%) que son los países a los que más exportamos en términos de valor.

GRÁFICO 3: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES (MILLONES DE EUROS)

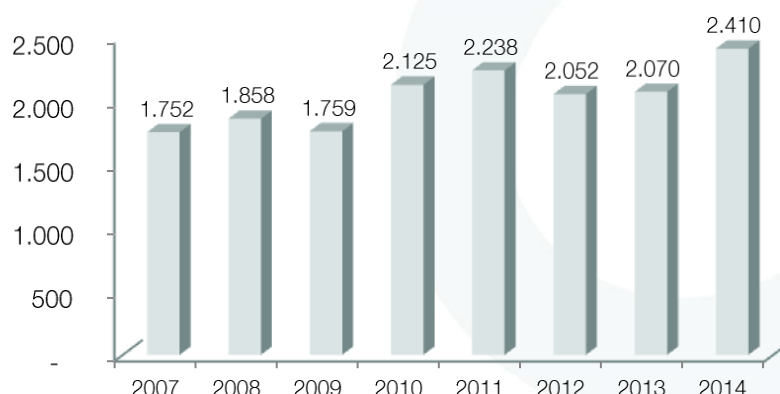


Fuente: FICE

Las importaciones continúan teniendo un peso muy importante y al igual que ocurre con las exportaciones, continúan superándose. De este modo, en el 2014 se situaron en los 2.409 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 16% aunque caen en número de pares a 319 millones (-3%). Asimismo ha aumentado un 20% el precio medio de importación por par (7,5€).

El principal país de origen es China de donde proceden el 65,76% de las exportaciones en términos de volumen y el 34,79% en valor y Vietnam ocupa el segundo puesto con el 10,76% en número de pares y el 14,19% en valor. Siempre en millones de euros continúan el ranking Italia (7,98%), Portugal (6,55%) y Bélgica (5,96%). Por el contrario, en cantidad Portugal (2,63%) e Italia (2,38%) mantienen su posición privilegiada mientras que el quinto puesto lo ocupan los Países Bajos (2,37%).

GRÁFICO 4: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES (MILLONES DE EUROS)



Fuente: FICE

4. VALORACIÓN

DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

TheMICAM sigue siendo una de las ferias más importantes del sector del calzado a nivel mundial. Este año, como consecuencia del adelanto de fecha de la feria, únicamente coincidió con la feria MIPEL (tradicionalmente coincidía además con MIDO y MIFUR dedicadas a la óptica y peletería respectivamente) para crear una sinergia entre todas ellas y conseguir una mayor relevancia internacional.

La importante afluencia de compradores internacionales de todas las nacionalidades han convertido a la feria en el escaparate perfecto donde las empresas españolas pueden darse a conocer en el mercado, presentar sus novedades y encontrar a los profesionales más importantes del sector.

DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES

Como cada año, en theMICAM está presente una participación agrupada coordinada por la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE) en colaboración con ICEX.

La participación ha caído ligeramente este año en el que participaron 210 empresas mientras que en la misma edición del 2014 fueron 214 (-1,90%). Aún así, España continúa siendo el primer país extranjero en número de expositores.

En la feria se pueden encontrar representantes de todas las áreas geográficas españolas (Tabla 4). A la cabeza se encuentra la Comunidad Valenciana con 125 expositores (casi el 60% del total) destacando especialmente Alicante de donde proceden 120 empresas, y en particular, dentro de Alicante, Elche (70 empresas), Elda (17) y Petrer (10). Otros lugares importantes fuera de la Comunidad Autónoma de Valencia son Albacete (17 empresas), Arnedo (13) y Barcelona (10).

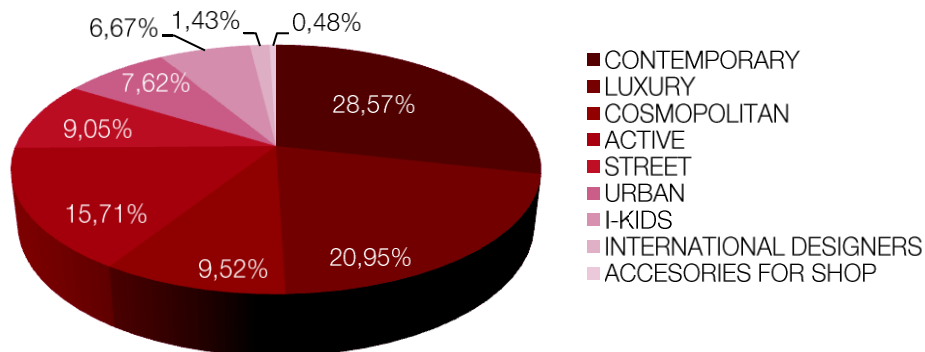
TABLA 4: DISTRIBUCIÓN DE EXPOSITORES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

CC.AA.	Nº Expositores	% sobre el total
Comunidad Valenciana	125	59,5%
Castilla-La Mancha	26	13,0%
La Rioja	21	10,0%
Cataluña	13	6,0%
Islas Baleares	8	4,0%
Región de Murcia	7	3,0%
Andalucía	5	2,0%
Madrid	2	1,0%
Aragón	2	1,0%
Navarra	1	0,5%
TOTAL	214	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de theMICAM

En cuanto a la distribución por tipo de producto, la mayor parte de las empresas (60 empresas que representan el 28,57%) distribuyen calzado de señora en la sección *Contemporary*. En segundo lugar destacan las empresas españolas dedicadas a un calzado de moda joven/urbana. En total, 52 empresas (25%) presentaron sus propuestas de este tipo en los pabellones *Active* y *Street*. El tercer lugar lo ocupan las propuestas de lujo (44 empresas, 20,95%) recogidas en el pabellón *Luxury*.

GRÁFICO 4: PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA SEGÚN PABELLONES



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de FICE

A continuación, en la tabla 5 se muestran las empresas españolas expositoras con sus respectivas páginas web.

TABLA 5: EMPRESAS EXPOSITORAS ESPAÑOLAS

EXPOSITOR	WEB
24HRS	www.24hrs.es
ALMA EN PENA	www.almaenpena.es
ALPE WOMAN SHOES	www.alpeteam.com
AMBERONE	www.amberone.es
ANDANINES	www.andanines.com
ANDRÉS SENDRA	www.andres-sendra.com
ANDY - Z	www.andy-zhoes.com
ANGARI	www.angari.es
ANGEL INFANTES	www.angelinfantes.com
ANNA & ROBERT	www.annarobert.com
ANTONIO POMARES E HIJOS	
APPLE LOVE	www.applelove.es
ARO	www.aro.es
ART	www.the-art-company.com
ART KIDS & EL NATURALISTA KIDS	www.the-art-company.com
	www.elnaturalistakids.com
AUDLEY	www.audleyshoes.com
BAERCHI - NUPER	www.baerchi.es
BALTARINI	www.baltarini.es
BARMINTON & ZEEB	www.barminton.com
BEBERLIS	www.beberlis.com
BISUE BALLERINAS	www.bisueballerinas.com
BONTRE - GIANNI ZENNA	www.bontre.com
BOSSI MODA MADE IN SPAIN	www.bossimoda.com
	www.xacata.es
BOW - TIE	www.bow-tie.eu
BRAKO	www.brako.com
BREAK & WALK	www.grupoillice.com
BRIDAS	www.clenapal.com
BUNKER & BKR	www.bunker.es
BUSSOLA STYLE EUROPE	www.bussolastyle.com
C.DOUX - SALORD JOVER	www.cdoux.com
CALCE - JUAN LACARCEL	www.lacarcel.com
CALZADOS CASTILLO	www.calzadoscastillo.es
CALZADOS GUANFLEX	www.guanflex.com
CARMEN SALAS	
CASTAÑER	www.castaner.com
CASTELLER	www.casteller.es
CHACAL	www.chacalshoes.com
CHIE MIHARA	www.chiemihara.com
CHILI FOOTWEAR	www.chilifootwear.com
CHIO	
CIENTA	www.cienta.es
CIMA FOOTWEAR (a house of brands)	www.cimafootwear.com

MIKAELA	
GARMENDI	
VERBENAS	
CLARYS	www.claryshoes.com
CONGUITOS	www.grupoillice.com
COOLWAY	www.coolway.com
CORMODE	www.pepemoll.es
COSTA ANATOMICAS	www.costa-anatomicas.com
DAKOTA BOOTS "Valverde del Camino"	www.dakotaboots.com
D'ANGELA	www.dangelashoes.com
D'CHICAS-VIGUERA	www.d-chicas.es
DECHICS	www.dechics.com
DESIGUAL	www.desigual.com
DEUX SOULIERS	www.deuxsouliers.com
DIMONI	www.edimoni.com
DIRECT EXPORT - AGAIN & AGAIN	www.again-again.es
DMR TOUCH	www.dmrtouch.com
DRAP	www.drap.com
EL DANTES - 1to3 - ROBERTO BOTELLA	www.1to3shoes.com
EL NATURALISTA	www.elnaturalista.com
ELYSESS	www.elysess.com
EMMA GO	
EMMA SHOES - ENRIC CRISTAU	www.cristau.com
EQÛITARE	www.palomabarcelo.com
ESTEFANIA MARCO	www.estefaniamarco.com
EUROGLORIA	www.plakton.es
EX - FACTORY	www.exfactory-genia.com
EZZIO - DORALATINA	www.oizze.ner
FERCHI	www.ferchi.com
FLUCHOS	www.fluchos.com
FRANDAMI	www.frandami.com
GAB-AL SHOES	
GADEA	www.lodi.es
GAIMO	www.gaimo.com
GARVALIN / BIOMECHANICS / AGATHA RUIZ DE LA PRADA	
GINO VAELO	www.garvalin.com
GIOSEPPO	www.ginovaello.com
GRUPO PITILLOS	www.gioseppe.com
GRUPO T-MAN	www.calzadospitillos.com
GUANFLEX	www.grupotman.es
HAIKON HADA - PIÑACOLADA - LAOCOONTE	www.oizze.ner
HEE- ROLLING BUSINESS	www.haikonhada.com
HERCE VALVERDE	www.heeshoes.com
HIMALAYA	www.herce-valverde.com
HISPANITAS	www.calzadoshimalaya.com
	www.hispanitas.com

HOBBY SPORT	www.hobbysport.es
HOMERS - ARGILA	www.homers.es
HUMAT	www.humat.es
IGOR	www.igor.es
IGOR KIDS	www.igor.es
INNOVA FOOTWEAR	www.innovafootwear.com
IS TO ME	www.istome.es
JARA - CALZADOS DEMAR ELCHE	
JEFFREY CAMPBELL	
JHAYBER SL	www.jhayber.com
JOE SANCHEZ	www.joesanchez.es
JOHNNY BULLS	
JOMA SPORT	www.joma-sport.com
JONI	www.jonishoes.com
JONNY'S - PAULA SHOES	
JOSE SAENZ	www.josesaenz.es
KANNA	www.kannashoes.com
KMB BY KIPPER EXPORT	www.kmbshoes.es
KOWALSKI	www.kowalski-shoes.com
KUPURI BARCELONA	www.anaidkupuri.com
LODI	www.lodi.es
LOLA BLUE - KINOA	www.lolablue.es
	www.kinoa.es
LOLA CRUZ	www.lolacruz.com
LORENS	
LUIS GONZALO	www.luisgonzalo.es
LUISETTI - LAURA AZAÑA	www.luisetti.es
MACARENA - LARO	www.macarenashoes.com
MAGNANNI	www.magnanni.com
MARIA LEÓN	
MARIA MARE	www.mariamare.com
MARIAN - PEDRO ANTON	www.calzadosmarian.com
MARILA	www.marilashoes.com
MARTINELLI	www.martinelli.es
MASCARO - URSULA MASCARO - PRETTY BALLERINAS - PRETTY LOAFERS	www.mascaro.com
MASERATTI	
MAYA TROPIC - KESS	www.granlux-shoes.com
MAYPOL	www.maypolatuspies.blogspot.com
MEGUMI OCHI	www.megumiochi.com
MENBUR	www.menbur.com
PACO MENA	www.menbur.com
MICHEL- THE GOODYEAR SHOES COMPANY	www.michelshoes.com
MISTER SHOES FROM SPAIN	www.mister.es
MOCASINES PASTORET	
MODABELLA	www.modabella.es
MONTANE	www.montaneshoes.com

MOOK - MYSTIFY	
MTNG	www.mtngexperience.com
NACHO RIVERA - NIÑAS AL SALÓN	www.nachorivera.com
NANO DE LA ROSA	www.nanodelarosa.com
NATURAL WORLD	www.naturalworlddeco.com
NATURE - CALZADOS MORETTI	www.natureshoes.es
NENS - CALZADOS NEW BABY	www.nens.es
NEOSENS	www.the-art-company.com
NEW ROCK SHOES	www.newrock.es
NOTTON	www.notton.es
P. MONJO	www.pepmonjo.com
PABLOSKY	www.pablosky.com
PACO MILAN - BERWICK SHOES	www.berwick.com
PALANCO	www.cpalanco.com
PALOMA BARCELO	www.palomabarcelo.com
PANAMA JACK	www.panamajack.com
PATRICIA MILLER	www.patriciamiller.es
PAULA URBAN	www.paulaurban.com
PEDRO MIRALLES - WEEKEND BY PEDRO MIRALLES	www.pedromiralles.com
PENELOPE COLLECTION	www.penelopecollection.com
PEPE CASTELL - CRESSY	www.cressy.es
	www.pepecastell.com
PERTINI	www.pertinishoes.com
PERTINI - CORDWAINER	www.pertinishoes.com
PETREL 92 / LITO	www.petrel92.com
PIEDELI CONFORT	www.piedeli.es
PIELSA - CASTELLANO 1920 MADRID	www.zapatosc Castellano.com
PIKOLINOS	www.pikolinos.com
PINAZ	www.pinaz.es
PLATON CALZADOS	www.platino.es
PLUMERS	www.plumersmenorca.com
PONS QUINTANA	www.ponsquintana.com
PORRONET	www.porronet.es
POSSUM	www.possum.es
PUNTOTRES	www.puntotres.com
PURA LOPEZ	www.puralopez.com
RAS	www.rasshoes.com
REBECA SANVER/ TOBE / PIMIENTOS	www.rebecasanver.com
REFRESH	www.refreshoes.com
RIA MENORCA	www.ria.es
RIVA DI MARE	www.rivadimare.com
ROBERT PIETRI	www.robertpietri.com
ROBERTO LEY	www.robertoley.com
ROMULO BENEDI	www.romulobenedi.com
ROOBIN'S	www.roobins.es
SABRINAS - ENEKA COMFORT SHOES	www.sabrinas.es
SACHA LONDON	www.sachalondon.com

SAPENA SPAIN / VERACRUZ	
SENDRA BOOTS	www.sendra.com
SI BY SINELA	www.sibysinela.com
SIXTYSEVEN	www.mtngexperience.com
SPIFFY	www.spiffy.es
SPIRAL SHOES INTERNATIONAL	www.spiral.es
STUDIO PALOMA	www.studiopaloma.com
TAKE ME	www.takeme.es
TARRAGO BRANDS INTERNATIONAL	www.tarrago.com
TENDENCIAS SHOES	
TITANITOS	www.titanitos.com
TOLINO-VIUCASAR	www.tolino.com
TONI PONS - ANTONI PONS	www.tonipons.com
TORAL	www.toral-shoes.com
TREINTA SHOES	www.treintas.com
UNISA	www.unisa-europa.com
VELETTO	www.veletto.es
VICTORIA	www.calzadosvictoria.com
VIDORRETA	www.calzadosvidorreta.com
VILLANUEVA CAREY	www.villanuevacarey.com
VITTI LOVE	www.masva.es
VLÖD	www.vlodoriginal.com
VUL-LADI	www.vulladi.com
WANDA PANDA - CALZADOS NEW DRESS	www.wanda-panda.com
WONDERS	www.wonders.com
XTI	www.xti.es
YOKONO	www.yokono.es
ZAMPIERE	www.zampiere.com
ZINDA	www.zinda.es

EMPRESAS ESPAÑOLAS DE MARROQUINERÍA PRESENTES EN THEMICAM

Como ya se ha mencionado, theMICAM se celebró de manera contemporánea con MIPEL. Por este motivo en theMICAM, junto con las empresas dedicadas a la fabricación del calzado, también estuvieron presentes empresas de marroquinería que participaron de manera agrupada por la asociación del sector (ASEFMA).

TABLA 6: EMPRESAS ESPAÑOLAS EXPOSITORAS AGRUPADAS POR ASEFMA

EMPRESA	WEB
CORMODE	www.pepemoll.es
FERMONBAG	www.ferchi.com
FRANDAMI	www.frandami.com
PUNTOTRES ACCESORIS	www.puntotres.com
ROSSETTI DIFUSION	www.rossettidifussion.com
MARROQUINERIA ANNA Y ROBERT	www.annarobert.com

RECOMENDACIONES

TheMICAM continúa manteniéndose como la feria de referencia a nivel mundial y es capaz de atraer a los profesionales más importantes del sector. Por lo tanto, representa una oportunidad única para los expositores permitiéndoles presentar sus productos tanto a sus clientes tradicionales como a potenciales clientes que acudan a la feria.

De este modo la participación en ferias se ha transformado en un importante aliado para los productores españoles que ante el estancamiento del consumo interno encuentran la posibilidad de entrar en nuevos mercados usando como plataforma los contactos que se crean en este tipo de feria.

Sin embargo, y al igual que ocurre en cada feria, es importante prepararla con antelación (por ejemplo, estableciendo contacto y concertando citas antes de la feria), cuidar el aspecto del *stand*, y disponer del material suficiente, adecuado y traducido al italiano (o disponer de comerciales que conozcan el idioma).

Todo esto es fundamental, no sólo para atraer la atención de los compradores, sino que además, una imagen diferente o un producto novedoso puede atraer la atención de otro tipo de visitantes, como periodistas y otros profesionales de la moda, en cuyo caso el producto alcanzará la máxima visibilidad.

SERVICIOS PERSONALIZADOS

ICEX ofrece servicios de consultoría personalizada a través de su red de Oficinas Comerciales en el exterior y cuyo catálogo puede consultar directamente [aquí](#).

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 y establecimiento o para potenciar la presencia en el mercado italiano.

Dentro del marco de servicios ofrecidos por el ICEX la Oficina Comercial de Milán una vez analizada la empresa, su solicitud y las características del mercado italiano 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.

5. ANEXOS

MAPA DE LA FERIA



ASOCIACIONES DEL SECTOR

ASSOCALZATURIFICI (Associazione Nazionale Calzaturifici Italiani)

Via Monte Rosa, 21

20149 - Milán

Teléfono: +39 02 438291 - Fax: +39 02 48005833

Web: <http://www.assocalzaturifici.com/>

E-mail: info@assocalzaturifici.it

AIMPES (Associazione Italiana Manifatturieri Pelli e Succedanei)

Viale Beatrice d'Este, 43

20122 - Milán

Teléfono: +39 02 584511 - Fax: +39 0200625813

Web: <http://www.aimpes.it/>

E-mail: segreteria@mipel.it

UNAC (Unione Nazionale Accessori e Componenti per Calzatura)

Via Brisa, 3

20123 - Milán

Tel: +39 02 08807711 - Fax: +39 02 860032

Web: www.unac.it

E-mail: unac@unac.it

ASSOMAC (Associazione Nazionale Costruttori Macchine ed Accessori per Calzature, Pelletteria e Conceria.

Via Matteotti, 4/a

27029 - Vigevano- (PV)

Teléfono: +39 03 8178883 - Fax: +39 03 8188602

Web: www.assomac.it

E-mail: info@assomac.it

FIAMP (Federazione Italiana dell'Accessorio Moda e Persona)

Via Petitti, 16

20149 - Milán

Teléfono: +39 0232673673 - Fax +39 02324233

Web: <http://www.fiamp.it>

E-mail: segreteria@fiamp.it