



INFORME
DE FERIA

2024



MICAM

Rho

18 a 21 de febrero de 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.



INFORME
DE FERIA

13 de marzo de 2024
Milán

Este estudio ha sido realizado por
José Antonio Ruiz Pastor

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

<http://italia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	4
2. Descripción y evolución de la Feria	6
2.1. Organización y precios	6
2.1.1. Descripción general y organización	6
2.1.2. Mapa del recinto	6
2.1.3. Precios	8
2.2. Datos estadísticos de los expositores	9
2.3. Participación española	10
2.4. Datos estadísticos de visitantes	11
3. Actividades de promoción	12
3.1. ICEX /Ofecome	12
3.2. Asociación o equivalente	12
4. Tendencias y novedades presentadas	14
5. Valoración	16
5.1. Del evento en su conjunto	16
5.2. De la presencia española	16
5.3. De los países competidores	17
6. Anexos	18
6.1. Recomendaciones	18
6.1.1. Transporte	18
6.1.2. Cómo preparar la feria	19
6.2. Listado de expositores españoles	22
6.3. Direcciones de interés	27



1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

Ámbito	Internacional
Fecha de celebración	18 al 21 de febrero de 2024
Edición	97.ª Edición
Frecuencia	Bianual (febrero y septiembre)
Fecha próxima edición	15 al 18 de septiembre de 2024
Lugar de celebración	Rho-Fiera Milano (Recinto Ferial de Exposiciones) Pabellones 1-5 y 7 Strada statale Sempione, 28 20017 Rho MI Tel: +39 02 438291 Email: info@micam.it https://micam.it/
Horario de la feria	18-20 febrero de 9.30 a 18:30, 21 febrero de 9:30 a 16:00
Precio de la entrada	Gratuita previo registro
Tipo de visitantes	Profesionales y particulares
Organizador	Fiera Milano S.p.A. Strada statale Sempione, 28 20017 Rho MI Tel: +39 02 4997 1 Email: fieramilano@fieramilano.it https://www.fieramilano.it/

1.2. Sectores y productos representados

El sector representado en la feria ha sido el calzado.

Dado que MICAM clasifica los tipos de calzado en cinco categorías, cuya descripción se puede consultar en la tabla siguiente, la organización destina a cada pabellón o pabellones una de esas categorías. Las categorías son: *Premium*, *Contemporary*, *Everyday*, *Emerging Designers* y Accesorios para tienda.



TABLA 1. CATEGORIAS DE PRODUCTO REPRESENTADAS EN LA FERIA

Áreas de la Feria MICAM, edición febrero 2024.

Tipología	Descripción	Pabellón
<i>Premium</i>	Calzado de gama alta para ceremonia (gala, fiesta, inauguración).	1 y 3
<i>Emerging Designers</i>	Área dedicada a los diseñadores emergentes.	1e
<i>Contemporary</i>	Calzado de gama media-alta con particular atención a la moda y al diseño. Contexto <i>fashion district</i> , centro comercial, adictos a la moda.	2, 4 y 7
<i>Everyday</i>	Estilo deportivo, preferiblemente con suela de goma (incluyendo <i>sneakers</i>) dedicado al tiempo libre y a la práctica de deportes.	5
Accesorios para tienda	Expositores especializados en elementos relacionados con la exposición y venta de calzado.	3a

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de MICAM (2023).

2. Descripción y evolución de la Feria

2.1. Organización y precios

2.1.1. Descripción general y organización

MICAM está organizada por la Asociación de Calzado Italiana ASSOCALZATURIFICI, mediante su sociedad de servicios ANCI SERVIZI S.R.L. El evento se celebra en Milán dos veces al año, en febrero y septiembre, en el recinto ferial Fiera Milano en Rho. En cada edición se presentan respectivamente las colecciones de otoño/invierno y primavera/verano del año siguiente. MICAM ha conseguido posicionarse como la principal manifestación ferial dentro del sector del calzado a nivel internacional, y especialmente para el sector europeo.

ASSOCALZATURIFICI

Via Alberto Riva Villasanta, 3
20145 Milán, Italia
Tel. +39 02 438291

E-mail: info@assocalzaturifici.it
info@micam.it

Web: www.assocalzaturifici.it



ASSOCALZATURIFICI

Fuente: Elaboración propia a partir de MICAM (2024)

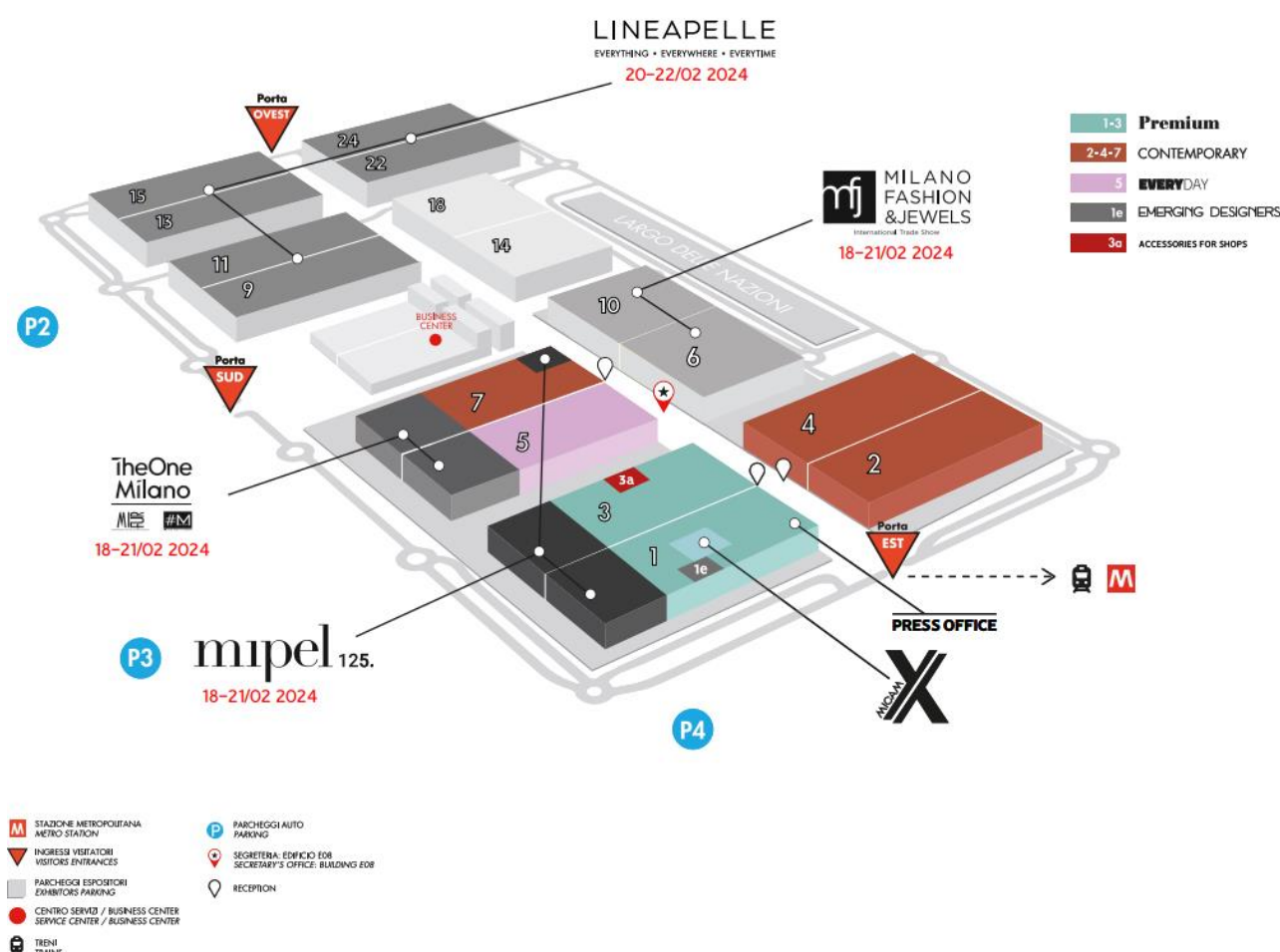
2.1.2. Mapa del recinto

La Feria MICAM ocupa una superficie de exposición de unos 63.000 metros cuadrados en Fiera Milano. Para acceder cómodamente a MICAM la puerta más indicada es la Porta Est, puesto que MICAM tradicionalmente ocupa los pabellones cercanos a esta puerta. Esta edición ha abarcado los pabellones 1, 2, 3, 4, 5 y 7 del recinto ferial.

En el mapa siguiente se indican los pabellones que se han utilizado en cada uno de ellos. La organización de la Feria pone también a disposición de los visitantes un mapa interactivo, al que se puede acceder clicando aquí.

IMAGEN 1. MAPA DE LA FERIA MICAM POR PABELLONES

Edición febrero 2024



Fuente: MICAM (2024).

Como se muestra en el plano del recinto, de nuevo, esta edición MICAM se organiza juntamente con MIPEL (Feria internacional de marroquinería y complementos de moda), THE ONE MILANO (Feria que aúna el evento MIPAP, dedicado a la moda *haute-à-porter* femenina, y MIFUR, evento destinado a la peletería y las pieles) y Milano Fashion&Jewels (Feria dedicada a la bisutería y a los complementos de moda). Asimismo, LINEAPELLE (Feria internacional de piel, cuero, accesorios, componentes, tejidos, sintéticos y modelos) tiene lugar los días posteriores a MICAM, solapándose su primer día con el penúltimo y último día de la Feria de calzado.

El objetivo de dicha simultaneidad de actividades y eventos es unir a clientes, marcas, fabricantes, compradores y proveedores en un mismo espacio expositivo durante las mismas fechas, con la finalidad de que Milán sea un punto de referencia internacional para el sector del calzado, el cuero y los complementos y accesorios de moda.



2.1.3. Precios

Para participar como expositor en MICAM, se han de pagar los siguientes conceptos (sumando el IVA del 22 %):

- 250 € por metro cuadrado de espacio (sin montar el stand y con un mínimo de 16 m²)
- 750 € de cuota de inscripción.

Opcionalmente, se puede también pagar por:

- 100 € por un espacio de aparcamiento.
- 200 € por aparecer en el catálogo suplementario de la guía MICAM “*Visitor’s Guide*”.
- 750 € de cuota de inscripción para un co-expositor.

En estos precios de espacio e inscripción se incluyen los siguientes conceptos:

- Uso de la zona de exposición.
- Señalización del número de *stands*.
- Activación de una toma EEC de 32A / 400V 3P+N+E hasta 10 KW de potencia instalada; si se comprueba que la misma toma tiene una absorción superior a 10 KW, Fiera Milano cobrará una tarifa plana de 200,00 euros en la declaración final.
- Inscripción en la guía del visitante del MICAM para la marca.
- Inscripción en el catálogo en línea para la marca.
- Pase de entrada para el personal de la empresa expositora (mediante registro *online* en el Portal del Expositor) en cantidad proporcional a la superficie del *stand*.
- Invitación electrónica personalizable para los clientes (invitación únicamente con fines publicitarios: sigue siendo necesario el registro en el Portal de los operadores invitados).
- Asistencia técnica al Expositor durante el periodo de exposición y durante el montaje y desmontaje del *stand*.
- Vigilancia general del pabellón y prevención general de incendios.
- Colocación de extintores en los pabellones en la medida exigida por la ley.
- Limpieza del *stand* tras la entrega de las llaves del *stand* al Servicio de Atención al Cliente de Fiera Milano S.p.A en caso de estructura cerrada.
- Tasa única de publicidad (CUP).

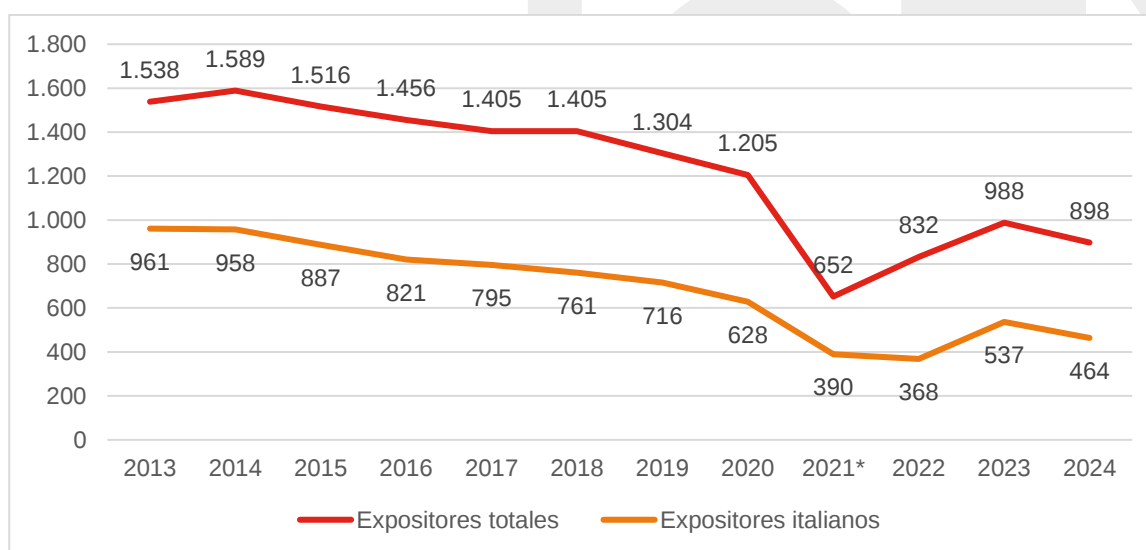
- Cumplimiento de los derechos de autor derivados de las instalaciones audiovisuales de los stands, sujetas al reglamento de exención.

2.2. Datos estadísticos de los expositores

Con respecto a los expositores, en esta edición han acudido a MICAM 898 expositores de 33 países. De este total, la mitad son italianos y la otra mitad extranjeros, con 449 marcas italianas presentes. Estos datos de participación, que aún no alcanzan los niveles previos a la pandemia, suponen una caída en el número de expositores con respecto a las ediciones anteriores de un 10 % con respecto a la edición de febrero 2023, a la cual acudieron 988 expositores, y de un 14 % con la edición inmediatamente anterior de septiembre de 2023, a la cual acudieron 1.024.

GRÁFICO 1. NÚMERO DE EXPOSITORES EN MICAM EN LA EDICIÓN DE FEBRERO: COLECCIONES OTOÑO-INVIERNO

Serie 2013-2024. (Edición única de septiembre 2021*).

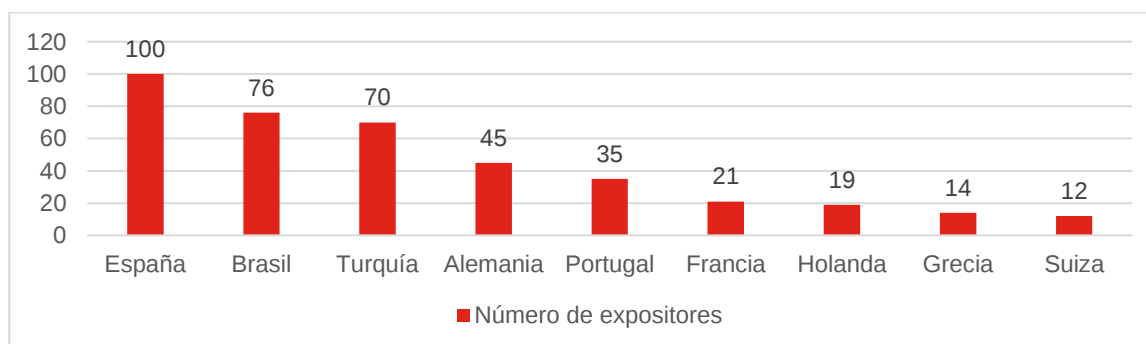


Fuente: elaboración propia a partir de datos de MICAM.

Las empresas expositoras han tenido la siguiente distribución por países, con España como el país extranjero que más expositores aporta a la feria:

GRÁFICO 2. NÚMERO DE EXPOSITORES EXTRANJEROS POR PAÍSES EN MICAM FEBRERO 2024

En orden descendiente



Fuente: elaboración propia a partir de datos de MICAM.

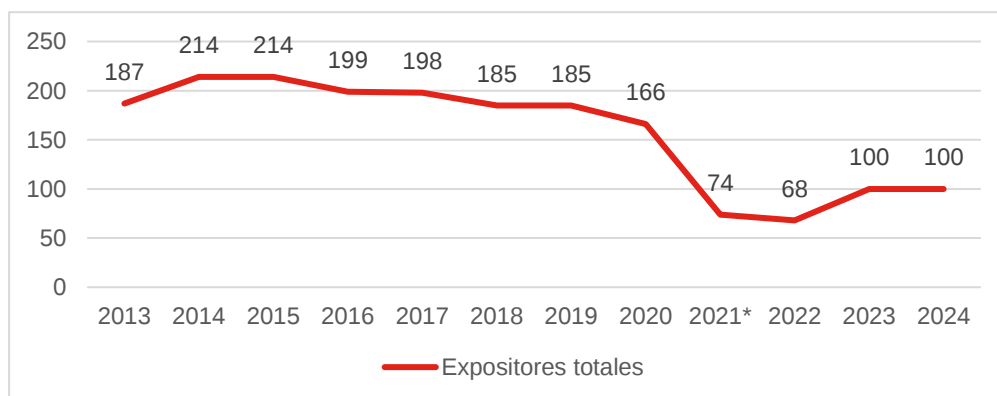
La participación del resto de países fue bastante menos abultada, con países como Japón que contribuyeron con 2 expositores o el Reino Unido, con 5.

2.3. Participación española

La participación española ha contado con 100 expositores y 123 marcas, el mismo número de expositores que en la anterior edición de febrero de 2023 y sólo 8 menos que en la inmediatamente anterior edición de septiembre de 2023, demostrando la resiliencia del sector del calzado y su peso en la Feria.

GRÁFICO 3. EXPOSITORES ESPAÑOLES EN MICAM EN LA EDICIÓN DE FEBRERO: COLECCIONES OTOÑO-INVIerno

Serie 2013-2024. (Edición única de septiembre 2021*).



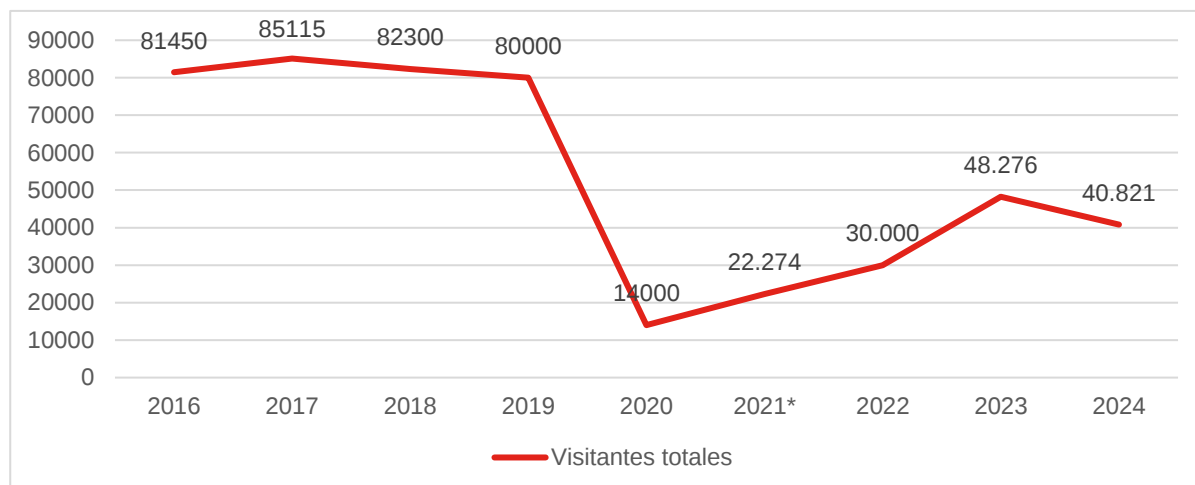
Fuente: elaboración propia a partir de datos de MICAM.

2.4. Datos estadísticos de visitantes

Con respecto a los visitantes, se confirma la tendencia a la baja en términos de asistencia. Los datos de asistencia recogidos corresponden a las cuatro ferias que tienen lugar contemporáneamente en Rho (MICAM, The One Milano, Milano Fashion&Jewels y LINEAPELLE).

Según informa MICAM, a esta edición acudieron un total de 40.821 personas a lo largo de los cuatro días de exposición, lo que supone una reducción del 18,3% respecto a la edición anterior de febrero de 2023.

GRÁFICO 4. VISITANTES EN LA EDICIÓN DE FEBRERO: COLECCIONES OTOÑO-INVIERNO
Serie 2016-2024. (Edición única de septiembre 2021*).



Fuente: elaboración propia a partir de datos de MICAM.

3. Actividades de promoción

Al tratarse de la feria más importante de sector, tanto a nivel europeo como internacional, ICEX, la Oficina Económica y Comercial de España en Milán y la Federación Española de Industrias del Calzado (FICE) han dado apoyo institucional a las empresas españolas presentes en MICAM.

3.1. ICEX /Ofecome

Por parte de ICEX y la Ofecome de Milán se realizaron distintas acciones:

- a) Visita institucional de personal de la Oficina y del Departamento de Industrias Creativas.
- b) Promoción digital en www.shoesfromspain.com

Promoción en la web oficial de ICEX «Shoes from Spain», en la que se incluye una relación de las principales ferias mundiales de calzado y moda con los expositores españoles.

- a. Es una herramienta de información dirigida a los compradores internacionales de calzado que buscan marcas de calzado español.
- b. Dentro de la web, se incluye una página para MICAM. Los expositores están ordenados por pabellón e incluye: nombre de la marca, número de *stand* y enlace a la página web.
- c. Está adaptada a los dispositivos móviles y cuenta con buscador.

3.2. Asociación o equivalente

Por parte de FICE:

- a) Promoción en la Feria
 - a. *Stand* informativo FICE para resolver consultas de expositores y compradores.
 - b. Folletos informativos de la participación española.
 - c. Valla publicitaria con los datos de las marcas expositoras.
 - d. Anuncio a página completa con marcas expositoras en el Catálogo de MICAM, que se distribuye gratuitamente entre los visitantes.

b) Medios de comunicación

- a. Elaboración y distribución de notas de prensa sobre la participación de expositores españoles en la Feria.
- b. Dossier de prensa para periodistas que cubren el evento.

Gestión con los medios de comunicación: entrevistas, participación en programas de radio, redacción de artículos y relaciones públicas con medios nacionales e internacionales.



Imagen: Stand de FICE y Shoes from Spain en Feria MICAM febrero 2024.

4. Tendencias y novedades presentadas

SOSTENIBILIDAD EN LAS DEPORTIVAS

La versatilidad, la comodidad y la elección de materiales sostenibles siguen siendo factores clave para las nuevas colecciones de zapatillas, que lleva a que las colecciones que se presenten para las colecciones otoño/invierno 2024/2025 estén hechas con materiales naturales o pieles *eco-friendly* con estilos más simples y atemporales. Entre las colecciones, se han presentado zapatillas de los siguientes tipos:

- *Plimsol* o zapatilla deportiva simple.
- *Court sneakers* o *tennis*
- Zapatillas de correr con suela gruesa, inspirada en diseños retro
- Zapatillas *hi-top*



Imagen: Plimsol Adidas Samba.

LOS 4 TEMAS DEL OTOÑO/INVIERNO 2024/2025

Tender Frost: Se dará relevancia a la suavidad y el tacto de los materiales, pieles y detalles de punto, colores neutros y sofisticados, inspirados en las mañanas de invierno con hielo y escarcha.

Para las mujeres: Destacan la bailarina como modelo top; el *wallabee* peludo; el *pump* suave; la bailarina con tacón; y la bota de nieve con pelo.

Para los hombres: En el ámbito informal el imprescindible será la zapatilla peluda seguida de la bota urbana para después de esquiar. Por otro lado, en el segmento *premium*, el mocasín blando sigue siendo un producto estrella.



Imagen: Chelsea Boot

Highland Lodge: Se basará en una paleta de colores terrosos que evocan una sensación de calidez; *patchwork* y pieles naturales, troquelados, bordados en homenaje a un estilo clásico, así como detalles como correas y hebillas.

Para las mujeres: Tacones modelo *T-strap*; *mary-jane*; y botas de caballería seguida de la bota multi hebilla.

Para los hombres: Zapatilla retro; bota del oeste; bota de montar y el *derby* con puntera.

Lunar Realm: acentos metálicos y elementos transparentes, detalles técnicos y acolchados para garantizar la comodidad con colores frescos como grises, menta y azul.

Para las mujeres: Mule acolchada; *slingback* de tacón medio y bota de nieve baja.

Para los hombres: Bota de luna; *slip-on* técnico; botín minimalista y el *derby* de piel brillante.

Afterworld: Paleta de colores arenosa que va de los tonos barro a los marrones y los rojos intensos. Materiales fundidos y agrietados que dan la idea de una belleza cruda.

Para las mujeres: bailarina de tiras; *runner* arenosa; mula puntiaguda y la motera.

Para los hombres: bota motera; *runner* arenosa; y la bota *Chelsea*.

GENERACIÓN Z Y TIKTOK: CAMBIO EN LAS REGLAS DEL MERCADO

La generación Z se preocupa por el planeta, tiene apetito de novedades, pero está surgiendo una tendencia contraria que los lleva a buscar algo más barato y estandarizado. Lo que está ocurriendo a través de TikTok es una reescritura de las reglas de creación de tendencias que evolucionan constantemente, con un 40 % de la generación Z que lo utiliza como fuente de investigación sobre moda.

Con TikTok, la evolución de las tendencias se vuelve cada vez más caótica y menos predecible. Las fuerzas motrices de estas nuevas evoluciones son el crecimiento del segmento *fast-fashion*, con las grandes implicaciones que supone para el planeta; y el crecimiento de las redes sociales que ha democratizado las tendencias, apartando a los expertos en la materia y dando voz a los usuarios.

Esta nueva fuente de opinión requiere un cambio de modelo en cómo las empresas se publicitan, optando por *influencers* que se posicionen de acuerdo con las tendencias del sector en cuanto a sostenibilidad.

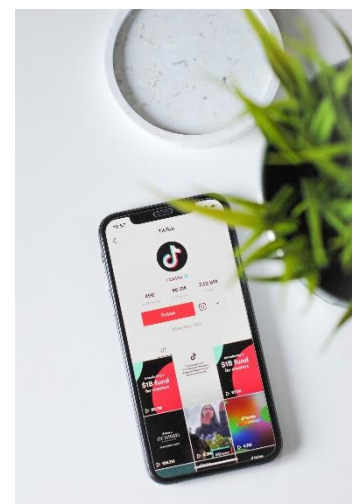


Imagen: TikTok.

5. Valoración

5.1. Del evento en su conjunto

MICAM destaca por ser la feria más importante del mundo en el sector del calzado en la que se combinan distintos operadores del sector y en la que se exponen las tendencias imperantes para los siguientes ciclos comerciales.

En esta edición, la Feria se ha caracterizado por un ambiente de resiliencia en el sector debido a las dificultades que atraviesa por la crisis logística del Mar Rojo y los conflictos ruso-ucraniano y en Oriente Medio. El principal argumento de la Feria este año ha sido la innovación y la reinversión en los contextos cambiantes en los que se encuentra el sector y la cooperación por parte de todos los operadores para crear sinergias positivas. Este año también se ha contado con la presencia de profesionales provenientes de mercados internacionales: principalmente europeos, con el retorno de clientes asiáticos (especialmente surcoreanos y japoneses).

Con respecto a las actividades paralelas de la Feria, la mayoría de los paneles, charlas y actividades han estado dirigidas a la promoción de la excelencia de la fabricación italiana y el fenómeno *Made in Italy*, que se intenta asociar a sus rasgos distintivos tradicionales de identidad cultural, alta gama, refinamiento en el diseño y calidad de los materiales. Se ha contado además con el pabellón MICAM X en el que se han realizado exposiciones sobre las tendencias presentes y venideras en el sector.

5.2. De la presencia española

La sensación general de las empresas españolas ha sido relativamente positiva, teniendo en cuenta la menor afluencia de visitantes a la Feria. Teniendo esto en cuenta, la gran mayoría de las empresas visitadas reportan haber cerrado pedidos o haber contactado con nuevos clientes. Se ha comentado el efecto de la alargada duración de las temporadas primavera/verano durante el denominado “entretiempo” provocado por el incipiente cambio climático. Es por ello por lo que las empresas españolas también están innovando y presentando colecciones de acuerdo con las tendencias de sostenibilidad y respetuosas con el medio ambiente.



5.3. De los países competidores

Este año se ha observado la subida de Brasil como potencia exportadora de calzado con la participación de marcas y fabricantes cariocas. Se ha mantenido la posición de Turquía en cuanto a relevancia en el panorama global, siendo en esta edición cuarto país expositor, tras Italia, España y Brasil. Este hecho incide en el papel de Turquía como nuevo competidor a nivel global, aupado por los bajos precios de sus productos a consecuencia de la “liraización” ¹ de la economía local con su correspondiente devaluación con respecto al euro y otras divisas fuertes.



¹ Política económica del gobierno turco mediante la cual se pretende trasvasar los activos del país de ser dependientes de divisa externa a ser dependientes de la lira turca, con la intención de conseguir así una mayor competitividad global a nivel de comercio exterior, una mayor resistencia a cambios macroeconómicos no esperados y la estabilización de los precios locales a largo plazo.

6. Anexos

6.1. Recomendaciones

6.1.1. Transporte



Metro

En metro: Línea 1 de metro en dirección Rho – Fieramilano. Parada Rho – Fieramilano Consultar [aquí](#) el mapa del metro de Milán. Tarifas: tiquet ordinario 2,20 € por trayecto. www.atm.it



Tren

- Desde Stazione Milano Centrale – Stazione Milano Porta Garibaldi: línea 2 de metro en dirección Abbiategrasso y trasbordo en la parada Cadorna Triennale a la línea 1 hasta el final de la línea, dirección Rho-Fieramilano.
- Desde Stazione Cadorna: línea 1 de metro hasta el final de la línea, dirección Rho-Fieramilano.
- Desde las estaciones de Certosa, Villapizzone, Lancetti, Porta Garibaldi, Repubblica, Porta Venezia, Dateo, Porta Vittoria y Forlanini, se puede llegar al recinto ferial con dos líneas de tren de cercanías, la S5 y la S6.

Consultar en www.trenitalia.com y www.trenord.it los trayectos y tarifas.



Coche

Para llegar a la feria 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. Si se prefiere llegar hasta la feria con el coche están disponibles los aparcamientos del recinto. Las tarifas son de 12,50 € las primeras 4 horas y 18 € la tarifa diaria, siendo posible únicamente una reserva por día con una sola entrada y salida.

- Autopista A7-Genova, A1 Bologna e A4-Torino: tangencial oeste, dirección norte, salida FieraMilano.
- Autopista A4-Venezia: salida, Pero-FieraMilano.
- Autopista A8-Varese y A9-Como: salida FieraMilano



Avión

Aeropuerto Linate:

Autobús número 73 hasta Piazza San Babila, donde se conecta con la línea 1 de metro hacia Rho-Fiera Milano. Tarifa Bus *navetta*: 10€ por trayecto. Horario: cada hora, desde las 8.30 a las 13:30 y desde las 15:00 a las 18:00. Durante los días de feria hay un autobús especial en dirección Fiera Milano (Puerta Este). Sale de la zona de llegadas nacionales del aeropuerto de las 8:30 a las 13:30 y de las 15:00 a las 18:00. Frecuencia: cada hora. El trayecto de vuelta se hace en horario de 9:30 a 12:30 y de 14:00 a 19:00 con la misma frecuencia.

Aeropuerto Malpensa:

- Tren Malpensa-Express: se coge en la Terminal 1 desde las 5:28 a las 00:28. Frecuencia: cada 15 minutos. Tarifa: 13 € por trayecto o 20 € ida y vuelta. Para más información consultar www.malpensaexpress.it
- Autobús Malpensa *Shuttle*: se coge en la Terminal 1, salida 4 desde las 9:00 a las 11:30. Frecuencia: cada 20 minutos. Tarifa: 10 € por trayecto o 16 € ida/vuelta. Para más información consultar www.malpensashuttle.it
- Autobús Malpensa Bus Express: se coge en la Terminal 1, salida 4 desde las 9:00 a las 11:30. Frecuencia: cada 20 minutos. Tarifa: 10 € por trayecto o 16 € ida/vuelta. Para más información consultar www.autostradale.it

Aeropuerto Bérgamo - Orio al Serio:

- Orio *Shuttle*: se coge en la marquesina 1. Salidas a las 8:45, 9:15 y 10:30. La vuelta se hace desde la puerta Este a las 15:30, 16:30 y 18:00. Tarifa: 12 € por trayecto o 20 € ida/vuelta. Para más información consultar www.orioshuttle.com

Orio Bus Express: se coge en las marquesinas 3 y 4. Salidas a las 8:30, 10:15 y 11:00. La vuelta se hace desde la puerta Este a las 15:15, 16:00 y 18:00. Tarifa: 10 € por trayecto o 18 € ida/vuelta. Para más información consultar: www.autostradale.it

6.1.2. Cómo preparar la feria

Antes de la feria:

Organice su viaje con antelación. Los precios de los hoteles en Milán suelen subir mucho durante las ferias importantes. En ciudades más pequeñas, pero centros feriales importantes, como Rímini o Bolonia y en menor medida Verona, la oferta de hoteles es escasa y es frecuente que los expositores tengan que alojarse en ciudades cercanas.



Familiarícese con la página web de la feria. En ella encontrará el catálogo completo de participantes con datos de contacto, así como otras informaciones de interés. Muchos de ellos podrían ser buenos contactos comerciales potenciales.

Infórmese acerca del programa de compradores internacionales. Las ferias italianas, con el apoyo de la agencia ICE – ITA, suelen invitar a muchos importadores, algo de lo que se puede beneficiar cualquier participante en la exposición, no solo las empresas italianas.

Realice un *mailing* previo de contactos para solicitar entrevista con ocasión de la feria, invitando a los destinatarios a visitarles en su *stand*. Esto debería realizarse con un mes de antelación. Puede solicitar a la Oficina Económica y Comercial información acerca de directorios disponibles de empresas en Italia y de acceso gratuito o solicitar un servicio personalizado de identificación de socios comerciales (sujeto a disponibilidad en el momento de la solicitud).

Haga un seguimiento del *mailing*, contactando primero a las empresas que han mostrado interés por sus productos.

Recabe información general sobre el mercado: situación económica general y particularidades nacionales.

Solicite a la Oficina Económica y Comercial información sobre el sector de interés: Hágase una idea general previa del sector en el país (las cantidades del producto que importa el país, y en concreto de España, el funcionamiento de la distribución, el consumo, la competencia). Esta información le ayudará a la hora de negociar condiciones con los potenciales clientes.

Asegúrese de que su material de presentación está mínimamente adaptado para la promoción internacional: tarjetas de visita, catálogos, listado de precios como mínimo en inglés. Si es posible, también es muy recomendable tenerlo en italiano.

Durante la feria:

Planifique su tiempo en la feria adecuadamente para poder visitar todos los pabellones de la feria en los que pueda haber competidores o potenciales socios.

En Italia, abordar a una empresa en su stand “a puerta fría” no es infrecuente, lo importante es no hacerlo cuando los responsables del *stand* estén ocupados. Un buen momento es al inicio de la feria.

Entrevistas: Sea puntual, no se exceda en el tiempo, anote las condiciones que le proponen, aunque no le interesen, y fíjese en los datos que se insinúan sobre la competencia. Los italianos tienen un gran aprecio por la gastronomía: puede resultar conveniente ofrecerles algún producto gastronómico de España (anchoas del Cantábrico, jamón ibérico o queso manchego son



especialmente apreciados). Además, considere tener una cafetera en su *stand*: a los italianos les encanta conversar sobre negocios mientras disfrutan de una taza de café.

Observación del producto y los precios de la competencia: Observe las adaptaciones específicas al mercado, la forma de presentación, el diseño, los productos complementarios, los tamaños, los envases y el etiquetado, etc.

Si habla con otros expositores españoles, intente contrastar su experiencia en el mercado y en la feria. Puesto que las costumbres comerciales de las empresas españolas serán las más parecidas a las suyas, sus comentarios pueden orientarle sobre sus posibilidades y las dificultades reales que va a encontrar en el mercado.

Diríjase a los *stands* de las publicaciones profesionales y coja los ejemplares gratuitos: En ellos puede obtener una idea aproximada del sector en el mercado (los líderes del sector, la oferta, las formas típicas de promoción y publicidad). También puede completar su información sobre las publicaciones especializadas para poder decidir en el futuro si realizar una inserción en alguna de ellas.

Aproveche el viaje para visitar personalmente los diferentes canales de distribución: Observe las características del producto español y de otros países y sus precios, y contraste sus observaciones con los datos que ya estaban a su disposición y con los de su propia empresa.

Después de la feria:

Cuide los contactos que ha realizado: Envíe los datos que le han pedido en las entrevistas y aproveche para mandar información promocional sobre su empresa.

Organice y analice la información conseguida: Anotaciones de las entrevistas, publicaciones sectoriales, dossier de prensa, catálogos, listas de precios de la competencia.

Solicite información complementaria a la Oficina Económica y Comercial, que le ayude a profundizar en su primer contacto y a analizar sus posibilidades en el país.

Desarrolle su estrategia en el mercado, proceda a las adaptaciones correspondientes en temas de producto y precios, y también en cuanto al material promocional.

6.2. Listado de expositores españoles

Número	Marca	Web
1	24HRS	https://24hrs.es/es/
2	AGATHA RUIZ DE LA PRADA	https://www.grupogarvalin.com
3	ALMA EN PENA	https://almaenpena.es/es/
4	ALPE WOMAN SHOES	https://www.alpestore.com/
5	AMARPIES	https://www.amarpies.com/
6	ANGEL ALARCON	https://www.angelalarcon.com/en/
7	ART	https://www.the-art-company.com/
8	ATOM BY FLUCHOS	https://atom-sport.es/
9	AUDLEY	https://www.audleyshoes.com/
10	B & W - BREAK & WALK	https://www.breakwalk.com/
11	BAERCHI	https://baerchi.es/en/
12	BEFLAMBOYANT	https://www.beflamboyant.com/
13	BELANG	https://www.facebook.com/belangshoes/
14	BERTUCHI	https://www.bertuchi.es/en/bertuchi
15	BIBI LOU	https://bibilou.es/
16	BIOMECHANICS	https://www.biomechanics.com/
17	BONAMASÓ	https://bonamaso.com/
18	BONTRE	https://www.lince.es/
19	CALCE	https://www.gallerycarrile.es/calce
20	CALLAGHAN	https://www.callaghan.es/
21	CARMELA	https://carmelashoes.com/



22	CARMEN SAENZ	https://grupososaenz.com/
23	CASTELLANO 1920 MADRID	https://www.zapatoscastellano.com/collections/novedades
24	CAYETANO GIMENEZ	https://www.cayetanogimenez.com
25	CETTI	www.cetti.es
26	CHACAL	www.chacalshoes.com
27	CHIE MIHARA	www.chiemihara.com
28	CHIO	www.chiogroup.com
29	CIENTA	www.cientashoes.com
30	COMFEET	www.comfeetshoes.com
31	COMFORT-CLASS	www.comfort-class.com
32	CONQUITOS	www.conquitos.es
33	CORDWAINER	www.cordwainer.es
34	D.FRANKLIN	www.dfranklincreation.com
35	DANSI	www.dansi.es
36	D'CHICAS	www.d-chicas.es
37	DESCANFLEX	https://www.descanflex.com
38	D'FELINO	www.dfelino.es
39	DITOMO BAGS	www.ditomo.com
40	DORKING	www.calzadosdorking.com
41	DUUO	www.duuoshop.com
42	E.V.A. PARIS	www.amarpies.com
43	EL NATURALISTA	www.elnaturalista.com
44	FLABELUS	www.flabelus.com
45	FLUCHOS	www.fluchos.com
46	GAIMO	www.gaimo.com



47	GARVALIN	www.garvalin.com
48	GENUINS	https://www.genuins.com
49	GIOSEPPO	https://www.gioseppo.com
50	HAIKON HADA	https://www.haikonhada.com
51	HISPANITAS	https://www.hispanitas.com
52	HOT POTATOES	https://www.hotpotatoes.es
53	IGOR	https://www.igor.es
54	INNOVA FOOTWEAR	https://www.innovafootwear.com
55	ISTERIA SHOES	https://www.isteriashoes.com
56	J'HAY	-----
57	J'HAYBER	https://www.jhayber.com
58	JMVC - JAVIER MORATO VALVERDE DEL CAMINO	https://www.javiermorato.com
59	JOMA	https://www.joma-sport.com
60	JOSE SAENZ	https://www.grupojosesaenz.com
61	JUNCAL AGUIRRE	https://www.juncalaguirre.com
62	JUNGLA	https://www.junglafootwear.com
63	JUTELIA	https://www.jutelía.com
64	KMB	https://www.kmbshoes.es
65	LARO	https://www.laro.es
66	LINCE	https://www.lince.es
67	LODI	https://www.lodi.es
68	LODI LOVE	https://www.lodi.es
69	LOLA ALMAGRO	https://www.lolaalmagro.com
70	MACARENA	https://www.macarenashoes.com



71	MACARENA HOME	https://www.macarenashoes.com
72	MARIAN	https://www.marianwomanshoes.com
73	MENBUR	https://www.menbur.com
74	MIM	https://www.mimshoes.com
75	MISS ELASTIC	https://www.misselastic.com
76	MIUXA	https://www.miuxashoes.com
77	MOCASINES PASTORET	https://www.mocasinespastoret.com
78	MTNG	https://www.mtngshoes.com
79	NAGUISA	https://www.naguisa.com
80	NATURAL WORLD ECO	https://www.naturalworldeco-shop.com
81	NATURPIE	https://www.naturpie.com
82	NEOSENS	https://www.neosens.com
83	NEX51	https://www.bertuchi.es
84	NOA HARMON	https://www.noaharmon.com
85	OH MY SANDALS	https://www.ohmysandals.com
86	PABLOSKY	https://www.pablosky.com
87	PALANCO	https://www.cpalanco.com
88	PATRICIA MILLER	https://www.patriciamiller.es
89	PEDRO MIRALLES	https://www.pedromiralles.com
90	PEPE MENARGUES - HANDYFLEX	https://www.pepemenargues.com
91	PERTINI	https://www.pertini.es
92	PIELSA	https://www.pielsa.com
93	PIESANTO	https://www.piesanto.es
94	PIKOLINOS	https://www.pikolinos.com
95	PITILLOS	https://www.calzadospitillos.com



96	PLAKTON	https://www.plaktonsandals.com
97	PONS QUINTANA	https://www.ponsquintana.com
98	PORRONET	https://www.porronet.es
99	POSSUM 1955 BELTS & ACCESSORIES	https://www.possum.es
100	PRETTY BALLERINAS	https://www.prettyballerinas.com
101	RAS	https://www.rasshoes.com
102	REFRESH	https://www.refreshoes.com
103	RIA MENORCA	https://www.riamenorca.com
104	ROCAI	https://www.rocai.es
105	SALVI CALZADOS	https://www.salvicalzados.com
106	SATORISAN	https://www.satorisan.com
107	SUNNI SABBI	https://www.sunnisabbi.com
108	SUYUTE ESPADRILLES	https://www.alpargatassuyute.com
109	TAKE ME	https://www.takeme.es
110	TONI PONS	https://www.tonipons.com
111	TOP3 SHOES	https://www.top3shoes.com
112	UNISA	https://www.unisa-europa.com
113	VERBENAS	https://www.verbenas.com
114	VICTORIA	https://www.calzadosvictoria.com
115	VIDORRETA	https://www.vidorreta.com
116	VIENTY	https://www.vienty.es
117	VIGUERA	https://www.alpargatasviguera.com
118	WALK IN PITAS	https://www.walkinpitass.com
119	WEEKEND BY PEDRO MIRALLES	https://www.pedromiralles.com
120	WONDERS	https://www.wonders.com



121	XTI	https://www.xti.es
122	YOKONO	https://www.yokono.es
123	ZINDA	www.zinda.es

6.3. Direcciones de interés

Para recibir más información sobre el certamen puede dirigirse a:

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN MILAN

Oficina: milan@comercio.mineco.es

Teléfono: +39 02 78 1400

FEDERACIÓN DE INDUSTRIAS DEL CALZADO ESPAÑOL (FICE)

www.fice.es www.shoesfromspain.com

Creada en 1977, FICE es la organización empresarial que representa los intereses del sector del calzado español en los ámbitos nacional, europeo e internacional. Aglutina a más de 400 empresas que representan el 90 % de la producción, distribución y exportación del sector calzado en España. En relación con la internacionalización, desarrolla sus actividades a través de Shoes from Spain.

ASOCIACIÓN VALENCIANA DE EMPRESARIOS DEL CALZADO (AVECAL)

www.avecal.es

Constituida en 2010 como entidad asociativa profesional, tiene el objetivo de defender los intereses de los empresarios del sector del calzado e industrias afines de la Comunidad Valenciana. La asociación es el interlocutor único de ámbito autonómico, representando a más de 200 asociados.



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

