

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Moscú

# Informes de Ferias

## **EURO SHOES PREMIER COLLECTION AGOSTO 2013**

**Moscú  
20 al 23/8 2013**

**EURO SHOES  
PREMIER COLLECTION  
AGOSTO 2013**

Este informe ha sido realizado por Ana Gómez Sánchez, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Moscú

## ÍNDICE

<b>1. PERFIL DE LA FERIA</b>	<b>4</b>
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la Ofecomex	5
<b>2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA</b>	<b>6</b>
2.1. Organización y expositores	6
2.2. Datos estadísticos de participación	6
<b>3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS</b>	<b>8</b>
<b>4. VALORACION</b>	<b>9</b>
4.1. Del evento en su conjunto	9
4.2. De la participación española y principales países competidores	9
4.3. Recomendaciones	10
<b>5. ANEXOS</b>	<b>11</b>

# 1. PERFIL DE LA FERIA

## 1.1. FICHA TÉCNICA

### EURO SHOES PREMIER COLLECTION AUGUST 2013

#### EURO SHOES

<b>Ámbito:</b>	Feria de calzado
<b>Fecha:</b>	Del 20 al 23 de agosto
<b>Edición:</b>	13ª edición
<b>Frecuencia:</b>	semestral
<b>Lugar de celebración:</b>	Moscú, "Sokolniki Exhibition and Convention Center". Página web: <a href="http://www.sokolniki.com/eng/default.aspx">http://www.sokolniki.com/eng/default.aspx</a> Pabellones: 4, 4.1, 4.2 y 11.
<b>Horario de la feria:</b>	20-23 de agosto: 10:00 - 18:00
<b>Precio de la entrada:</b>	Gratuita a través de la página web
<b>Medios de transporte:</b>	El recinto ferial se localiza en Moscú (estación de metro Sokolniki) que se encuentra a unos diez minutos andando atravesando el parque Sokolniki. La organización facilita un autobús gratuito desde la estación de metro hasta el recinto ferial.
<b>Director / Organizador:</b>	Euro Shoes Moscow Persona de contacto: Anastasia Kornilieva (Project Manager) Teléfono: +7 (495) 925-75-03 Web: <a href="http://www.euroshoes-moscow.com">http://www.euroshoes-moscow.com</a> Correo: <a href="mailto:euroshoes@euroshoes-moscow.com">euroshoes@euroshoes-moscow.com</a>
<b>Carácter:</b>	Internacional

## EURO SHOES AGOSTO 2013

---

<b>Tipo de visitantes:</b>	Profesionales
<b>Fecha de la próxima edición:</b>	del 17 al 21 de febrero de 2014
<b>Otras ferias relacionadas:</b>	<b>MOSSHOES</b> Entidad organizadora: Moshoes Lugar de celebración: Crocus Expo. <a href="http://eng.crocus-expo.ru/">http://eng.crocus-expo.ru/</a> Próxima edición: del 23 al 26 de septiembre de 2013 Web: <a href="http://en.mosshoes.com/index/">http://en.mosshoes.com/index/</a> Temática: calzado
	<b>OBUV'MIR KOZHI</b> Entidad organizadora: Expocentre ZAO; Bologna Fiere Lugar de celebración: Expocentre. <a href="http://www.expocentr.ru">www.expocentr.ru</a> Próxima edición: del 15 al 18 de octubre Web: <a href="http://www.obuv-expo.ru/en/">http://www.obuv-expo.ru/en/</a> Temática: calzado

### 1.2. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS

En la feria Euro Shoes Premier Collection estuvieron representados los sectores del calzado y, en menor medida, de los complementos.

### 1.3. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA FERIA POR PARTE DE LA OFECOMES

No se realizó ninguna actividad de promoción por parte de la OFECOMES, aunque sí se efectuó una visita.

## 2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

### 2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES

La feria tuvo lugar en el recinto ferial “Sokolniki Exhibition and Convention Center”, en el parque Sokolniki. El parque se encuentra en el noreste del centro de la ciudad y está comunicado por metro. Desde la parada hay que andar aproximadamente diez minutos atravesando el parque Sokolniki. Es un centro que cuenta con un espacio amplio dividido en varios pabellones. La feria tuvo lugar en los pabellones 4, 4.1, 4.2 y 11 del recinto.

El aspecto general de la feria es estándar. El espacio era el adecuado para el evento, sin sensación de que hubiera espacios libres. Los stands eran, en el 90% de los casos, los facilitados por la organización: blancos y con vitrinas, con estanterías en las paredes, varias mesas y sillas, y moqueta. Algunas empresas colocaron algunos artículos en la entrada para llamar la atención de los visitantes, como globos, fuentes de chocolate o *banners* de sus productos. Una buena parte de los expositores utilizaron banderas de las nacionalidades de sus marcas. Varias empresas italianas optaron por stands sin vidrieras, de modo que no se pudieran ver las colecciones desde los pasillos.

No había ningún pabellón oficial o agrupado, aunque, como ya se ha dicho, se intentaban destacar las nacionalidades mediante banderas.

En cuanto a los servicios adicionales, el pabellón ofrece parking y en el parque Sokolniki hay gran variedad de bares y restaurantes. La organización dispuso personal en una caseta en frente del pabellón, proporcionando ayuda para el registro e información a los visitantes.

### 2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN

En total participaron 147 empresas de calzado. Destaca la representación de las empresas rusas, aunque participaron empresas de varias nacionalidades, especialmente italianas y alemanas.

## EURO SHOES AGOSTO 2013

---

Dentro del grupo de empresas rusas, aproximadamente el 70% eran distribuidoras de marcas extranjeras, principalmente italianas, alemanas, españolas y portuguesas.

Así, las empresas extranjeras que acudieron sin distribuidor fueron una minoría, como se puede observar en la siguiente tabla:

NACIONALIDAD	NÚMERO DE EMPRESAS
RUSIA	94
ALEMANIA	20
ITALIA	14
ESPAÑA	5
AUSTRIA	2
PORTUGAL	2
SUECIA	1
GRECIA	1
ESLOVENIA	1
SUIZA	1
FRANCIA	1
FINLANDIA	1
BRASIL	1
TURQUÍA	1
POLONIA	1
ESLOVAQUIA	1

Según datos de la organización, la feria recibió cerca de 6.000 visitantes. El perfil de estos era profesional de la Federación Rusa y los países CEI, especialmente minoristas del sector.

## 3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

La feria esta eminentemente diseñada para ser el escaparate de las marcas, principalmente europeas, que se encuentran representadas en el país. Es la feria donde los minoristas y mayoristas del sector del calzado del mercado ruso y los países CEI se dan cita para presentar las nuevas colecciones y realizar sus pedidos para la nueva temporada. Por ello, la feria no propone novedades ni eventos de otro tipo, como seminarios o presentaciones.

ICEEX

# 4. VALORACION

## 4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

Esta feria lleva celebrándose en Moscú desde el año 2008. Es una feria de cierta importancia para las marcas extranjeras que, sin embargo, en su mayoría van representadas por sus distribuidores rusos.

Esta feria compite con otras como MOSSHOES o OBUV'MIR KOZHI, todas ellas con su público y relevancia. Es por eso que no podemos afirmar que en Rusia exista una feria con una mayor importancia en el sector del calzado como sí ocurre en otros sectores.

## 4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES

La feria contó con la participación de cinco empresas españolas con stand propio:

- Hispanitas
- El Naturalista
- Unisa
- XTI Footwear
- Imara

Otras marcas españolas estaban representadas por sus distribuidores en Rusia. Es el caso de las marcas de calzados ortopédico Pie Santo y Piedeli; los fabricantes de calzado infantil Eli, TNY y Baileluna; otros como Panama Jack, Pedro Miralles, Ana Roman, Steps, Joyca, Wonders o Aura.

### 4.3. RECOMENDACIONES

Para las empresas que pudieran tener interés en participar, conviene hacer algunas consideraciones generales acerca de Rusia. Es conveniente disponer de un traductor o una persona que conozca el idioma ruso, ya que son todavía pocos los profesionales rusos que manejan el inglés. En ocasiones estos mismos traductores pueden ser contactos interesantes en el futuro. La Oficina Comercial dispone de un buen listado de traductores a disposición de las empresas españolas, cuya tarifa normal suele ser de 100 euros por día.

Asimismo es también recomendable que la empresa tenga un pequeño comentario o carta de presentación en ruso, ya que los profesionales del país normalmente se interesan por cualquier información que la compañía les pueda ofrecer.

Es recomendable hacerse con una lista de importadores o distribuidores previamente, con los que se deberá establecer contacto antes de la feria.

Rusia es un mercado que requiere persistencia, por lo que volver de una feria sin ningún pedido o acuerdo de colaboración no significa necesariamente que ésta haya sido un fracaso. A menudo las empresas rusas utilizan las ferias para conocer empresas y establecer un primer contacto con ellas, sin llegar a concretar negocios, pedidos o posibilidades de futura cooperación.

La introducción de muestras o productos del país es un proceso complicado, en el que es conveniente seguir escrupulosamente las recomendaciones de la compañía de transporte o de los organizadores de la feria.

# 5. ANEXOS

