



**Presentación SIMM  
2-4 de Septiembre 2010**

**SIMM**

SALÓN INTERNACIONAL  
DE MODA DE MADRID

**GALICIA**  
**INVITADA**

 Confederación de Industrias  
Textiles de Galicia  
COINTEGA - Cluster Textil Moda

# IFEMA – Feria de Madrid

## Actividad ferial en 2009

- 76 ferias y congresos con exposición (43 propias)
- 400 actos y convenciones
- 19.000 empresas expositoras
- 3 millones de visitantes (incl. 1,5 millones profesionales)







# Objetivos de IFEMA

Buscar la excelencia en:

- La gestión de la infraestructura de Feria de Madrid.
- La organización de ferias.
- La acogida de actos internacionales y relevantes.

Posicionar a Madrid como una capital internacional de negocios.

Crear riqueza y empleo en la región.

Hoy en día es la segunda empresa en aportación de riqueza después del Aeropuerto de Barajas.





## Datos de cierre FEBRERO 2010

**SIMM**  
SALÓN INTERNACIONAL  
DE MODA DE MADRID

Marcas nacionales	353
Marcas extranjeras	251
<b>TOTAL MARCAS</b>	<b>604</b>
Expositores nacionales	305
Expositores extranjeros	103
<b>TOTAL EXPOSITORES</b>	<b>408</b>
Visitantes nacionales	10.739
Visitantes extranjeros	1.411
<b>TOTAL VISITANTES</b>	<b>12.150</b>
<b>SUPERFICIE NETA:</b>	<b>13.480 m2</b>





# Sectores

## Pabellón 12

### **class**

Para una mujer femenina e innovadora sin perder el estilo tradicional. Básicos contemporáneos.

### **charm**

La moda para una mujer soñadora y romántica que mantiene su estilo urbano y práctico.

### **natural**

Materiales sencillos y tejidos naturales que evocan la vida en el campo. Looks country, folk e ibicenco.

### **ego**

Diseñadores emergentes que buscan su espacio en el mundo de la moda.

### **moon & sun:**

Moda íntima femenina , fitness y moda baño

## Módulo Conexión 12/14

### **agents**

Marcas consolidadas en el mercado europeo, de gran prestigio y calidad.

## Pabellón 14

### **ready**

Amplia gama de colecciones para el servicio inmediato y para las reposiciones del comercio. Pronto moda.

### **gala**

Cocktail, noche, etiqueta y ceremonia.

### **touch**

Piezas indispensables para personalizar el “total look”: bisutería, bolsos, cinturones, chales y otros accesorios.

### **shop**

Mobiliario, elementos y servicios para innovar el punto de venta.



## Expositores y m2 netos por sectores

**SIMM**  
SALÓN INTERNACIONAL  
DE MODA DE MADRID

Pabellón	Sector	Nº Expos	%	m2	%
Varios	ACTIVIDADES, ASOCIACIONES, PRENSA TÉCNICA Y ESCUELAS	28	6,86%	551,00	4,09%
Núcleo 12/14	AGENTES	16	3,92%	742,50	5,51%
Núcleo 12/14	TOUCH	28	6,86%	596,50	4,43%
12	CHARM	39	9,56%	1561,50	11,58%
12	CLASS	70	17,16%	2388,00	17,72%
12	EGO	7	1,72%	42,00	0,31%
12	NATURAL	44	10,78%	855,00	6,34%
12	WARM	31	7,60%	1258,00	9,33%
14	GALA	24	5,88%	986,00	7,31%
14	READY	112	27,45%	4279,50	31,75%
14	SHOP	9	2,21%	220,00	1,63%
<b>TOTALES</b>		<b>408</b>	<b>100,00%</b>	<b>13.480,00</b>	<b>100,00%</b>







**SIMMA**

SALÓN INTERNACIONAL  
DE MODA DE MADRID

**Expositores  
nacionales y  
m2 por CCAA  
Febrero 2010**



Expo	m2	CC. AUTÓNOMA	% Expo	% m2
98	3.476,00	MADRID	32,13%	33,96%
65	2.445,50	CATALUÑA	21,31%	23,89%
31	638,00	BALEARES	10,16%	6,23%
22	653,00	ANDALUCÍA	7,21%	6,38%
22	1.037,50	GALICIA	7,21%	10,14%
19	440,00	CASTILLA-LEÓN	6,23%	4,30%
13	504,00	PAÍS VASCO	4,26%	4,92%
10	240,50	VALENCIA	3,28%	2,35%
5	199,50	ARAGÓN	1,64%	1,95%
5	174,00	NAVARRA	1,64%	1,70%
4	131,00	MURCIA	1,31%	1,28%
3	82,00	ASTURIAS	0,98%	0,80%
3	34,00	EXTREMADURA	0,98%	0,33%
2	39,00	CANARIAS	0,66%	0,38%
2	106,50	CANTABRIA	0,66%	1,04%
1	35,00	CASTILLA-LA MANCHA	0,33%	0,34%
<b>305</b>	<b>10.235,50</b>	<b>16 CC. Autónomas</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>



## Expositores extranjeros y m2 por países

**SIMM**

SALÓN INTERNACIONAL  
DE MODA DE MADRID

PAIS	Exp	m2
FRANCIA	28	1361,00
ITALIA	26	496,00
BANGLADESH	17	153,00
PORTUGAL	9	353,50
REINO UNIDO	7	235,00
ALEMANIA	5	235,50
PAÍSES BAJOS	3	108,00
BÉLGICA	2	130,00
DINAMARCA	2	40,50
TURQUIA	2	64,00
MÉJICO	1	12,00
PERÚ	1	56,00
<b>TOTALES</b>	<b>103</b>	<b>3244,50</b>





# Marcas por países

**SIMM**  
SALÓN INTERNACIONAL  
DE MODA DE MADRID

Número	Países
353	España
59	Francia
53	Italia
28	Alemania
18	Bangladesh
12	Portugal
11	Brasil
11	Perú
9	Reino Unido
8	China
8	Dinamarca
8	Países Bajos
7	Bélgica
5	Estados Unidos
3	México
3	Turquía
2	Canadá
2	Ecuador
2	India
1	Austria
1	Irlanda
<b>TOTAL: 604 (58,9 % nacionales)</b>	





## Distribución total de visitantes únicos y periodistas

**SIMM**

SALÓN INTERNACIONAL  
DE MODA DE MADRID

	SIMM 1ª ED. 2009	SIMM 2ª ED. 2009	SIMM 1ª ED. 2010	Diferencia con Febrero 2009	Diferencia con Julio 2009
<b>TOTALES NACIONALES</b>	11.296	7.214	(88,40%) 10.739	-4,93%	48,86%
<b>TOTALES EXTRANJEROS</b>	1.442	1.015	(11,60 %) 1.411	-215%	39,01%
<b>TOTAL</b>	<b>12.738</b>	<b>8.229</b>	<b>12.150</b>	<b>-4,62%</b>	<b>47,65%</b>

### PERIODISTAS ACREDITADOS

	SIMM 1ª ED. 2009	SIMM 2ª ED. 2009	SIMM 1ª ED. 2010	Diferencia con Febrero 2009	Diferencia con Julio 2009
<b>NACIONALES</b>	357	211	275	-22,97%	30,33%
<b>EXTRANJEROS</b>	55	30	39	29,09%	30,00%
<b>TOTAL</b>	<b>412</b>	<b>241</b>	<b>314</b>	<b>-23,79%</b>	<b>30,29%</b>



## Visitantes por comunidades:

ANDALUCÍA	1.470	13,69%
ARAGÓN	427	3,98%
BALEARES	341	3,18%
CANARIAS	298	2,77%
CANTABRIA	147	1,37%
CASTILLA Y LEÓN	697	6,49%
CASTILLA-LA MANCHA	454	4,23%
CATALUÑA	981	9,13%
EXTREMADURA	272	2,53%
GALICIA	642	5,98%
LA RIOJA	147	1,37%
MADRID	2.360	21,98%
NAVARRA	163	1,52%
PAÍS VASCO	648	6,03%
VALENCIA	1.027	9,56%
CIUDAD AUTÓNOMA DE CEUTA	19	0,18%
CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA	18	0,17%
PRINCIPADO DE ASTURIAS	335	3,12%
REGIÓN DE MURCIA	293	2,73%
<b>TOTAL VISITAS DIA</b>	<b>10.739</b>	<b>100 %</b>





## Visitantes por países:

Visitantes	Febrero 2009	Julio 2009	Febrero 2010
ALEMANIA	24(1,66%)	13(1,28%)	23(1,63%)
ANDORRA	12(0,83%)	3(0,30%)	2(0,14%)
ARABIA SAUDI	5(0,35%)	9(0,89%)	2(0,14%)
ARGENTINA	3(0,21%)	4(0,39%)	5(0,35%)
AUSTRIA	4(0,28%)	1(0,10%)	4(0,28%)
BELGICA	4(0,28%)	5(0,49%)	15(1,06%)
BRASIL	2(0,14%)	4(0,39%)	7(0,50%)
BULGARIA	1(0,07%)	4(0,39%)	3(0,21%)
CHECA,REPUBLICA	6(0,42%)	8(0,79%)	10(0,71%)
CHINA	2(0,14%)	1(0,10%)	12(0,85%)
CHIPRE	8(0,55%)	3(0,30%)	12(0,85%)
ECUADOR	4(0,28%)	6(0,59%)	10(0,71%)
EGIPTO	4(0,28%)	2(0,20%)	5(0,35%)
ESLOVAQUIA	10(0,69%)	4(0,39%)	5(0,35%)
ESTADOS UNIDOS	6(0,42%)	2(0,20%)	5(0,35%)
FINLANDIA	4(0,28%)	8(0,79%)	5(0,35%)
FRANCIA	64(4,44%)	54(5,32%)	87(6,17%)
GRECIA	36(2,50%)	22(2,17%)	46(3,26%)
HONG KONG	15(1,04%)	10(0,99%)	19(1,35%)

## Visitantes (comparativa por países)

Visitantes	Febrero 2009	Julio 2009	Febrero 2010
HUNGRIA	4(0,28%)	3(0,30%)	8(0,57%)
INDIA	21(1,46%)	10(0,99%)	3(0,21%)
IRLANDA	18(1,25%)	29(2,86%)	20(1,42%)
ITALIA	131(9,08%)	136(13,40%)	137(9,71%)
JAPON	8(0,55%)	6(0,59%)	9(0,64%)
LIBANO	25(1,73%)	17(1,67%)	8(0,57%)
MALTA	16 (1,11%)	4(0,39%)	10(0,71%)
MARRUECOS	6(0,42%)	7( 0,69%)	10(0,71%)
MEJICO	41(2,84%)	12(1,18%)	30(2,13%)
PAISES BAJOS	15(1,04%)	2(0,20%)	5(0,35%)
PAKISTAN	1(0,07%)	1(0,10%)	4(0,28%)
POLONIA	18(1,25%)	17(1,67%)	15(1,06%)
PORTUGAL	696(48,27%)	431(42,46%)	646(45,78%)
REINO UNIDO	19(1,32%)	21(2,07%)	12(0,85%)
RUMANIA	3(0,21%)	11(1,08%)	3(0,21%)
RUSIA,FEDERACION DE	69(4,79%)	46(4,53%)	7(45,24%)
SUIZA	13(0,90%)	8(0,79%)	18(1,28%)
TURQUIA	32(2,22%)	30(2,96%)	42(2,98%)
URUGUAY	8(0,55%)	1(0,10%)	7(0,50%)
VENEZUELA	4(0,28%)	2(0,20%)	3(0,21%)
<b>TOTAL</b>	<b>1.442</b>	<b>1.015</b>	<b>1.411</b>



2-4  
Septiembre  
2010  
MADRID-ESPAÑA

**SIMM**  
SALÓN INTERNACIONAL  
DE MODA DE MADRID



nuevas  
fechas



COLECCIONES  
PRIMAVERA  
VERANO  
2011

COLABORAN:




**GALICIA**  
INVITADA

[www.simm.ifema.es](http://www.simm.ifema.es)  
sólo profesionales

**LÍNEA IFEMA**  
LLAMA CON OBRAS ESPAÑA  
INFO PREG. 902 22 18 18  
RESERVAS 902 22 18 18  
FAX 902 22 18 18  
902 22 18 18





## SIMM Septiembre 2010 / SIMM September 2010

### Plano de Sectores / Fair Sectors





## **SIMM, Servicios de valor añadido:**

- **Catalago:** Búsqueda de Agentes

- **Pagina Web:**

- Publicación de noticias de expositores
- Servicio de Búsqueda de Agentes.
- Zona exclusiva para “EXPOSITORES”. Servicio interactivo accesible desde la página web donde el expositor podrá consultar información de interés relacionada con su participación en la feria.
- Gestor de Agendas entre expositores y visitantes.
- Punto de encuentro profesional.
- Pre-registro gratuito para visitantes hasta un mes antes de feria. Descuento el 50% a partir de esta fecha.

- **Comunicación:**

- Galería de prensa, sala de prensa y notas de prensa.

- **Stand Punto de Encuentro Profesional**

- **Bolsa de trabajo**

- **Sala de Compradores y prensa extranjera**

- **Speaker´s Corner**



## La feria viene desarrollando diversas Acciones de Promoción dirigidas a expositores y visitantes:

### a) Acciones Promocionales a posibles expositores:

- **5 Mailings directos, Newsletters - 16.000 Registros nacionales y extranjeros**
- **Mailings específicos desde las delegaciones de IFEMA en el extranjero**
- **Campaña publicitaria en revistas sectoriales**
  - 11 medios nacionales
  - 12 medios extranjeros de 8 países
- **Campaña Institucional**
  - Acuerdos Institucionales:
    - Prensa diaria: El Mundo, Expansión, La Razón, El País, Financial Times, El Economista, Cinco Días, Gaceta de los Negocios, ABC
    - Aeropuerto de Barajas y Lisboa, Estaciones de Trenes, Metro de Madrid, Internet
- **Participación con stand en ferias del extranjero:** en Prêt à Porter (Paris)
- **Links con:** Fashion Brands from Portugal, Anivec, Magazine, Asmoda, Fashion Mag
- **Internet-Posicionamiento en Buscadores.**





**b) En cuanto a la captación de visitantes, además de la campaña de prensa especializada, se realizan las siguientes acciones:**

- **Tres Newsletters y dos envíos por correo ordinario** dirigidos a una base de datos de 53.223 empresas, potenciales, compradores nacionales e internacionales, de las cuales, 45.982 son españolas y 7.241 extranjeras.
- **Emisión de 275.000 pre-inscripciones profesionales** que se envían a los expositores para su reenvío a clientes.
- Edición de **invitaciones especiales para compradores internacionales** que se utilizan en las ferias en las que se participa directamente o bien se entregan al ICEX para su entrega a compradores que visiten el pabellón de España, como en CPM de Moscú.
- Los visitantes de la feria, pueden **inscribirse por Internet** hasta un mes antes de feria, **con carácter gratuito**. Si lo hacen después de esta fecha pueden abonar el importe de la entrada con 50% de descuento e imprimir su pase de acceso directo.
- **Programa de compradores internacionales** en colaboración con COCIM e ICEX
- **Compra de medios diarios** con contratación de suplementos específicos



## Nuevo proyecto Pabellones 12 y 14.0:

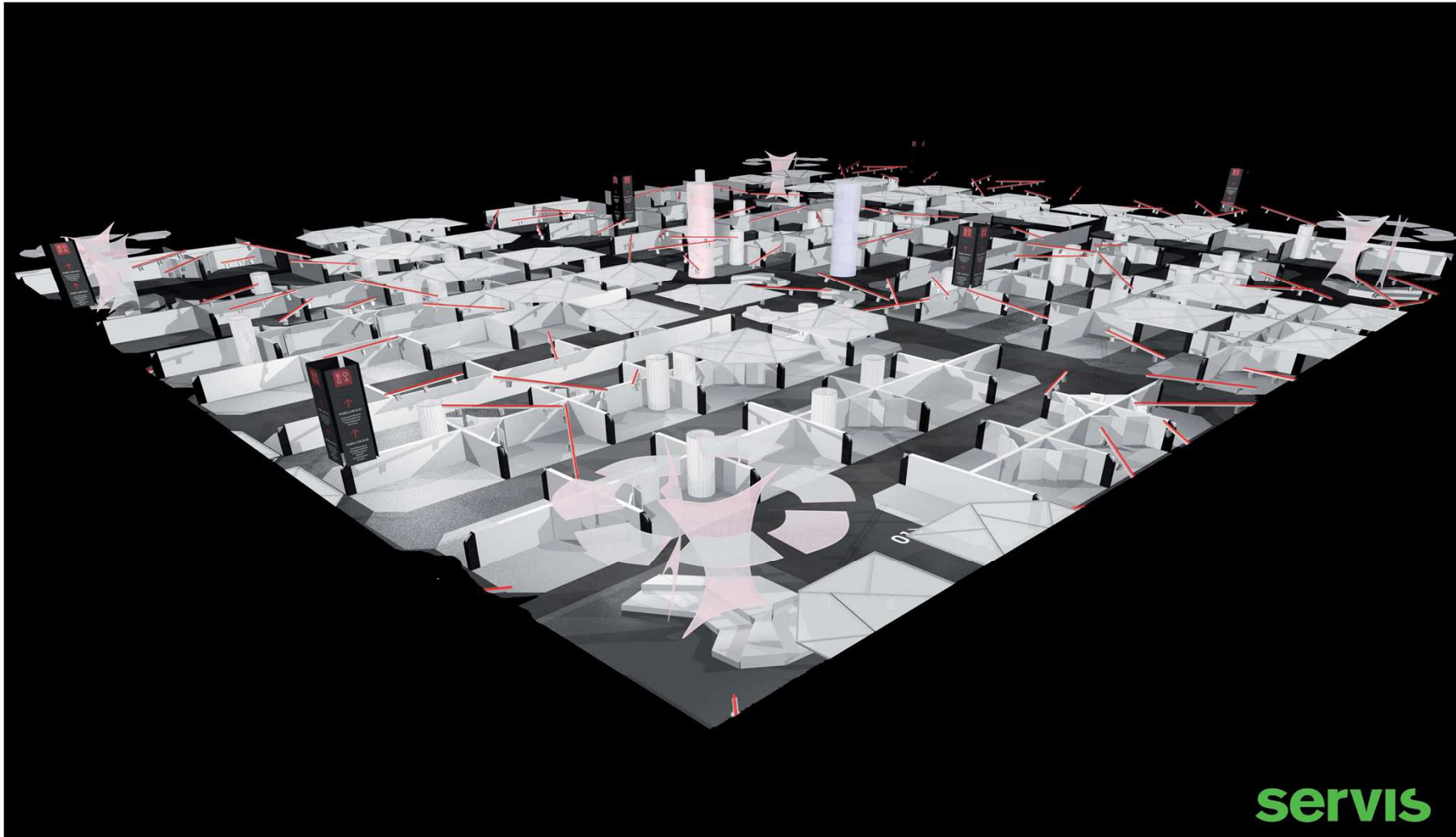
### **SIMM con carácter modular fijo**

Durante al menos tres ediciones más mantendremos la celebración de la feria en los **pabellones 12 y 14.0** dentro de un nuevo proyecto de IFEMA que también englobará otros certámenes de moda y actos relacionados como Madrid Novias, Las 1000 y una Bodas o Pasarela Cibeles.

Este nuevo proyecto incluye una escenografía que abarcará áreas comunes, auditorio, exterior de los pabellones, cartelera, etc, creando un entorno llamativo para el sector de la moda



## Nuevo Proyecto 12 y 14.0



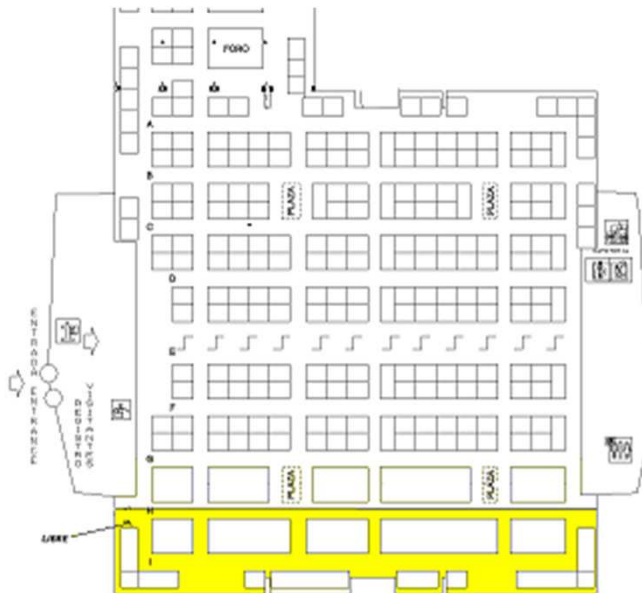




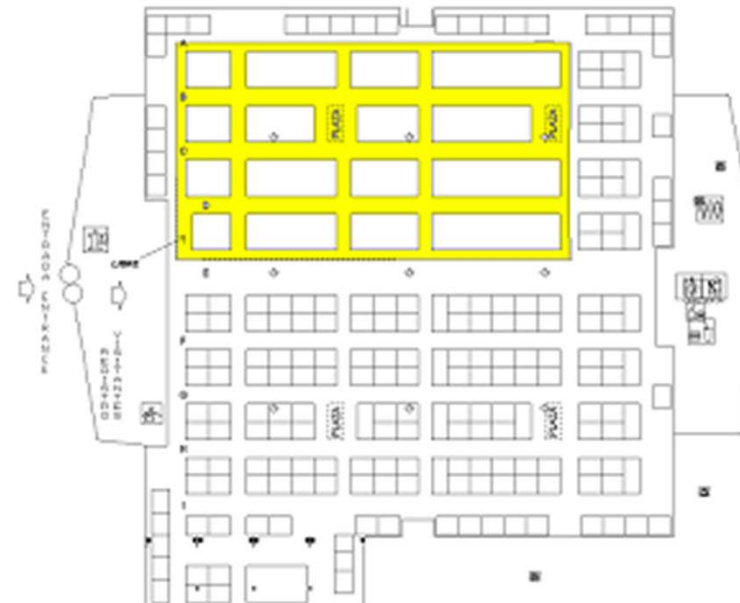
# Zona específica de Stands Libre

\*marcado en amarillo

**Pabellón 12**



**Pabellón 14**





## Características del Stand Modular:

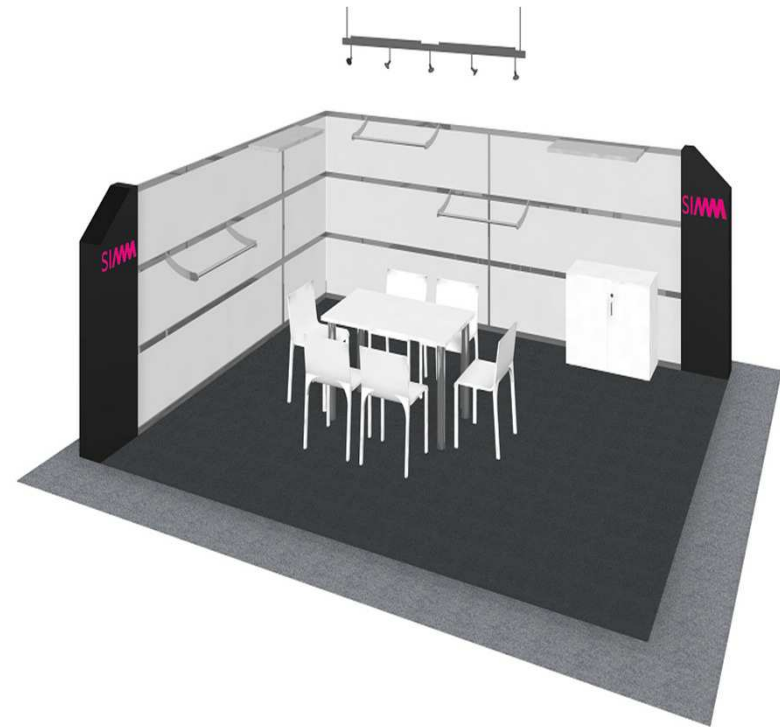
- Stand abierto a pasillos.
- Estructura de paneles de melamina.
- Estantes o percheros regulables en altura, o percheros móviles a razón de 1 ml por cada 3 m<sup>2</sup> de stand.
- Mobiliario por cada 20 m<sup>2</sup>:  
1 mesa rectangular, 6 sillas y un armario bajo
- Stands hasta 10m<sup>2</sup>:  
1 mesa redonda, 3 sillas y 1 armario bajo
- Suelo en material plástico.

### ILUMINACIÓN

- Iluminación mediante focos de 100w sobre carriles suspendidos del techo del Pabellón a razón de 1 foco por cada 2 m<sup>2</sup> de stand.
- 1 enchufe de 500 W cada 10 m<sup>2</sup>.

### ROTULACIÓN

- Rotulación con nombre del expositor y n° de stand en cada cara a pasillo.
- Stand Agentes: Rotulación con nombre del expositor / marcas representadas y n° de stand en cada cara a pasillo.





## STAND MODULAR:



**Imagen orientativa.** Lleva mueble bajo con llave en vez de mostrador y se puede elegir entre perchero fijo, estante o perchero móvil. .



# GALICIA

## INVITADA



Confederación de Industrias  
Textiles de Galicia  
**COINTEGA - Cluster Textil Moda**





## Galicia Invitada Septiembre 2010

### OBJETIVOS:

- Poner en valor la presencia de marcas gallegas en la feria.
- Aumentar la participación de expositores de la comunidad autónoma invitada.
- Favorecer el incremento de visitantes profesionales a través de la mayor y mejor difusión de su presencia en la feria.
- Mantener líneas de colaboración, con los representantes sectoriales de la Comunidad.
- Difundir en los medios de comunicación las características de las marcas de confección gallegas presentes en la feria.
- Contribuir a fomentar las exportaciones de las empresas gallegas mediante su promoción entre nuestros compradores extranjeros.
- Facilitar a Galicia la posibilidad de promocionar su industria y su cultura en el seno del Salón Internacional de Moda de Madrid



## Área Galicia en SIMM:

- Se ofrece, sin coste, un espacio desde el que Galicia puede proporcionar a la prensa y a los visitantes de SIMM información sobre su industria de moda, la tecnología, su cultura o sus atractivos turísticos.
- Este espacio será ofrecido a Galicia al objeto de que en él, participen las diversas asociaciones sectoriales con carácter institucional.
- La decoración de dicho espacio será a cargo del organismo oficial correspondiente.



## ACCIONES EN MATERIA DE COMUNICACIÓN:

- Nota de prensa específica
- Mención en la pagina Web de SIMM
- Apartado especial en la carpeta de Prensa de SIMM que se entregará en la feria a más de 300 periodistas nacionales y extranjeros que visitan la feria asiduamente.
- Mención expresa en las entrevistas de medios.



## Acciones en materia de publicidad:

- Incorporación del logo “Galicia invitada” en:
- Folleto informativo “Avance de expositores” que se envía a más de 56.000 visitantes de la feria a primeros de Julio.
- Las banderolas que anunciarán el SIMM en el Paseo de la Castellana de Madrid siete días antes de la feria y durante la misma.
- Folleto informativo “Guía del visitante” del que se editan 8.000 ejemplares para su distribución en feria.
- La cartelería específica de la feria dentro del recinto.
- Planeros informativos dentro de los pabellones.
- Banner en la página web de la feria, en los meses de Junio, Julio, y Agosto 2010 con link a las asociaciones gallegas de industrias textiles si lo desean.
- Edición de un díptico específico para entregar a los visitantes de SIMM en el que se informe sobre las empresas gallegas.





## Stands en Feria :

- Ifema proporcionará a las empresas gallegas expositoras un adhesivo con el logotipo de “Galicia Invitada” para destacar su participación.

### •Speaker`s Corner:

- Ofrecemos la posibilidad de organizar un seminario o charla sobre la industria de la moda en Galicia, en un espacio abierto: “Speaker`s corner”, en el ámbito de la feria, al que tendrán acceso libre los compradores.

### •Foro:

- Espacio disponible para el desarrollo de ideas de innovación.

### Pasarela:

- La feria pone a disposición a Galicia, a un coste mínimo, la utilización de la Pasarela Cibeles en el caso que se considere conveniente la realización de un desfile.



## Cocktail:

- Proponemos contribuir a la celebración del cocktail de inauguración de la feria, el jueves día 2 de Septiembre al que estarían invitados los expositores gallegos, la prensa, los compradores extranjeros invitados y distintas personalidades que nos acompañen.
- Galicia podría aportar algún producto típico regional, al cocktail ofrecido por IFEMA.
- Se ofrece a Galicia la posibilidad de decorar el área del cocktail con motivos identificativos, si lo deseara.



**Muchas Gracias por su atención!**

**[www.simm.ifema.es](http://www.simm.ifema.es)**

