



INFORME
DE FERIA

2021



FashionLAB Market LA

Los Ángeles

10 - 13 de octubre de 2021

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nueva York

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.

icex



INFORME
DE FERIA

20 de diciembre de 2021
Nueva York

Este estudio ha sido realizado por
Cristina Romero Serrano y Carlos Galtier

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nueva York

<http://EstadosUnidos.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-21-013-8



Índice

1. Introducción	4
2. Descripción y evolución de la Feria	5
2.1. Ficha técnica	5
2.2. Perfil del LA Market Week	6
2.3. Acciones realizadas	7
2.4. Empresas participantes	9
2.5. Campañas de comunicación	10
2.6. Resultados	10
2.6.1. Visitas	10
2.6.2. Pedidos o notas finales	10
2.6.3. Satisfacción de los participantes	10
3. Valoración y recomendaciones	11
4. Cobertura mediática	14
5. Anexos	15





1. Introducción

El FashionLAB Market de LA es una **feria boutique especializada en moda de mujer de gama media-alta** en las marcas participantes han expuesto sus colecciones SS22 durante cuatro días ante un público profesional compuesto por minoristas, mayoristas y distribuidores de Estados Unidos, en especial de la costa oeste del país. Se coorganiza entre FashionLAB Agency, una agencia de consultoría y ventas especializada en moda de mujer de ese segmento, ICEX Exportación e Inversiones y la Oficina Económico y Comercial de España en Nueva York.

El FashionLAB Market, que ya lleva 5 ediciones en Nueva York con carácter bianual, se ha replicado en Los Ángeles para poder satisfacer la demanda de los clientes de la costa oeste -segundo foco de demanda de moda en el país-.

Esta **primera edición del FashionLAB Market de LA** se ha realizado en un *showroom* del edificio Cooper Design Space, en el distrito de la moda de Los Ángeles. El Cooper Design Space es uno de los edificios que participan en la semana de la moda de Los Ángeles, llamada el LA Market Week. En esta edición de octubre de 2021, han formado parte de la feria 5 edificios con espacios multimarca o *showrooms* individuales, alquilados por las marcas o agencias para enseñar las colecciones primavera-verano 2022.

En cuanto a las dimensiones del evento, en esta edición han participado un total de 11 marcas de las cuales **6 marcas con apoyo de ICEX**. Muchas de estas marcas ya participaron en el FashionLAB Market de Nueva York, que tuvo lugar un mes antes.

En esta edición FashionLAB ha sido la encargada de la representación comercial de las marcas que no tuvieran un agente en Estados Unidos, gestionando también los pedidos que han ido surgiendo durante el evento.



2. Descripción y evolución de la Feria

2.1. Ficha técnica

FASHIONLAB MARKET LOS ÁNGELES

Fechas de celebración del evento	10, 11, 12 y 13 de octubre de 2021 (1ª edición)
Fechas de la convocatoria	14 al 30 de junio de 2021 a las 23:59h (hora peninsular)
Fechas de la próxima edición	6 a 9 de marzo de 2022
Frecuencia	Se busca hacer de manera anual (octubre) o bianual (marzo y octubre)
Lugar de celebración	Cooper Design Space, Suite 202 (2do piso) 860 S Los Angeles St, Los Angeles, CA 90014
Horario de la feria	Domingo, lunes y martes de 9:00 a 18:00h Miércoles de 9:00 a 16:30h
Precios de entrada	Gratuita pero restringida exclusivamente a compradores profesionales de moda de mujer (minoristas, mayoristas, cadenas y distribuidores).
Precios del espacio	La convocatoria ICEX fue conjunta para los FashionLAB Markets de Nueva York y de Los Ángeles, con lo que los precios para participar con apoyo ICEX se encontraron entre los 4.000 y los 7.150 euros en base a: <ul style="list-style-type: none">• Participar con agente propio o con agente de FashionLAB.• Participar en un solo evento o en ambos.
Sectores y productos representados	Moda de mujer (confección, calzado, accesorios) La convocatoria estaba abierta también para: marroquinería y joyería, bisutería.
Nº de expositores	11 marcas
Nº de visitantes	26 citas con compradores estadounidenses.
Tipo de visitantes	Compradores, prensa y otros profesionales del sector.
Ferias relacionadas	FashionLAB Market de Nueva York 17, 18 y 19 de septiembre de 2021 (ya realizado).
Restricciones por Covid-19	En el estado de California es obligatorio el uso de la mascarilla en interiores.

2.2. Perfil del LA Market Week

El llamado LA Market Week es lo que se conoce como la semana de compras profesionales del mercado de la moda de la costa oeste. Con sede en el Distrito de la Moda de Los Ángeles, durante esta semana se exponen las colecciones tanto en ferias comerciales de moda (espacios que agrupan muchas marcas), como en *showrooms* individuales -algunos temporales y otros permanentes- que son alquilados de manera independiente. Es una semana orientada a marcas, agencias y compradores profesionales (mayoristas, distribuidores y minoristas), de la industria de la moda. Para poder participar se requiere trabajar o ser propietario de un negocio de venta de moda para poder comprar al por mayor.

Se organizan 5 LA Market Weeks al año en las que se presentan las colecciones de la siguiente temporada y medias temporadas (cuando las compras realizadas son para envío inmediato).

Además, cada segmento de moda tiene su calendario con sus ferias, las que se denominan LA Market Weeks están orientadas a moda femenina y masculina, incluyendo calzado y accesorios.

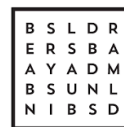
Por otro lado, los cinco edificios son: New Mart, California Market Center, Cooper Design Space, The Lady Liberty y Gerry Building. Todos se encuentran localizados en el Distrito de la Moda de Downtown Los Ángeles a poca distancia unos de otros, como se puede apreciar en el 'Anexo 1'. Los mayoristas y minoristas que quieran acudir deben registrarse para acceder a cada uno de ellos. A continuación, se va a analizar cada uno de estos edificios.

- **New Mart** (<http://www.newmart.net/>). Edificio ferial con un volumen de 1.000 colecciones repartidas en unos 95 *showrooms* entre las 12 plantas. Además, acoge la feria Designers and Agents (D&A) Los Ángeles.
- **California Market Center** (<https://www.californiamarketcenter.com/>). Es el recinto ferial más importante del Distrito de la Moda. Se encuentra actualmente de reformas, las cuales iban a estar terminadas en septiembre de 2021 para el LA Market Week de octubre, pero no fue así. Aún no hay fecha de reapertura y en esta ocasión solo había unos pocos *showrooms* permanentes abiertos.
- **Cooper Design Space** (<https://www.cooperdesignspace.com/>). Es un edificio de 11 plantas que acoge a muchos *showrooms* de diseño y moda. Los locales son amplios, de techos altos y acabado industrial, por lo que sus precios son los más caros. Es el edificio que ha acogido al FashionLAB Market en la planta 2.





En la planta 11 del edificio se organizó la feria Brand Assembly de moda y estilo de vida, con más de 250 marcas. La visitan más de 1000 compradores profesionales. Se organizan cuatro ediciones al año en LA.



BRAND ASSEMBLY

Además de estos, hay otros dos edificios de *showrooms*:

- **The Lady Liberty Building** (<http://www.theladylibertybuilding.com/>)
- **Gerry Building** (<http://www.gerrybuilding.com/>)

Por otro lado, las ferias más relevantes que se organizan durante el LA Market Week son las siguientes:

FERIAS DEL LA MARKET WEEK

Nombre de la feria	Fechas	Frecuencia anual	Segmento	Dirección	Página web
Brand Assembly	11, 12 y 13 de octubre de 2021	4	Moda de mujer (zapatos, accesorios, confección), bisutería y estilo de vida (decoración).	Cooper Design Space 11th Floor	https://www.brandassembly.com/
Designers and Agents (D&A)	11, 12 y 13 de octubre de 2021	2	Feria comercial independiente de moda femenina y masculina. Rigurosa selección de marcas.	New Mart	https://designersandagents.com/

Fuente: elaboración propia.

2.3. Acciones realizadas

En la coordinación del evento han participado FashionLAB y la Oficina Económica de España en Nueva York. Por un lado, FashionLAB se ha encargado de los servicios contratados con FashionLAB incluyeron:

- Evaluación de la idoneidad y preparación de las marcas solicitantes.
- Organización de un webinar con el conjunto de marcas participantes, para explicar la gestión del evento, el material promocional necesario y la logística de las muestras.
- Campañas de comunicación a compradores a través de correo, teléfono y redes sociales (Facebook e Instagram).
- Recepción y exposición de las colecciones en su *showroom* de Nueva York y posterior traslado al espacio del evento.
- Gestión permanente del evento ante la imposibilidad de las empresas de viajar a Estados Unidos y que no hayan contratado a un agente local.
- Envío de muestras de vuelta a España con el coste siendo sufragado por las marcas.
- Para las marcas que participen tanto en el FashionLAB Market de Nueva York como en el de Los Ángeles, almacenamiento de las muestras en su *showroom*.
- Gestión de la nota de prensa y evaluación de la cobertura en medios de comunicación digitales.



En esta edición, con motivo de la limitación de viaje, FashionLAB ha desarrollado los servicios de agentes para las marcas que así lo contraten, es decir:

- Sesión de formación online con las marcas sobre sus atributos, políticas comerciales y sobre la colección SS22 con el *lookbook*, el *linesheet* y las cartas de colores.
- Representación comercial de la marca durante el evento.
- Gestión de los pedidos tomados durante el evento y traspaso de la información.

No obstante, las marcas estaban encargadas de los siguientes aspectos:

- Formalización de la solicitud y pago del evento a ICEX Exportación e Inversiones.
- Preparación y envío de la documentación en plazo y cumpliendo los requisitos.
- Selección de las muestras a enviar siguiendo límites máximos de unidades, bien etiquetadas con referencia de producto y precio.
- Envío de las muestras y sus perchas en plazo, encargándose de la gestión administrativa en frontera y del pago de sus costes.
- Contacto por correo electrónico a potenciales clientes con el objetivo de agendar citas durante el evento.

La actividad contó con la presencia de dos personas de la Oficina Comercial de Nueva York como ayuda para su correcto desarrollo. Una becaria estuvo presente de apoyo durante los cuatro días de celebración de la feria, ayudando en la recepción de visitantes, presentación de producto (incluso haciendo el papel de 'modelo') y su organización para volver a reponer los productos a sus estanterías o perchas una vez vistos por los compradores visitantes. También se contó con la colaboración de becarios de la Oficina Comercial de Los Angeles, que pudieron acudir el último día para visitar el espacio y de apoyo para el cierre y recogida.

El director del departamento de promoción también estuvo presente de apoyo durante el día montaje y en primer día de feria. Aprovechado este viaje se hizo una visita exhaustiva del edificio, viendo otros *showrooms* para estudiar posibles acciones o actividades futuras de moda en Los Angeles, detectando que al menos otra empresa española, Ecoalf, también tenía representación en uno de los espacios del edificio. Además, se pudo entrevistar con un representante del conglomerado de comunicación Penske Media, propietario entre otros de las publicaciones WWD, FN (Fairchild Media) o Robb Report, para hablar de la situación actual y perspectivas de futuro de los medios impresos, y posibles oportunidades de promoción para las marcas españolas.



2.4. Empresas participantes

En esta edición han participado 11 empresas, de las cuales 6 son empresas españolas con apoyo de ICEX y 5 son empresas que acudieron de manera privada con FashionLAB -tres de ellas españolas-. De las 6 empresas con apoyo de ICEX, 5 contrataron los servicios de FashionLAB como agente mientras que 1 acudió con agente propio.

Todas las marcas fueron seleccionadas entre las solicitantes para que gozaran de sinergias en cuanto a segmento de precio, posicionamiento de marca y perfil del consumidor final. Por un lado, las marcas participantes tienen un rango de precio por unidad de entre 50 y 300 dólares *wholesale* y *landed* -precios que incluyen los costes de transporte de España a los Estados Unidos, los aranceles y gestión de aduanas y el tipo de cambio-. Por otro lado, el posicionamiento es de marcas europeas con diseño, textiles y brocados de calidad, que están orientadas a mujeres de entre 30 y 70 años con poder adquisitivo medio-alto.

La siguiente tabla incluye algunos datos de las marcas participantes con apoyo de ICEX. La mayoría eran marcas que habían participado en el FashionLAB Market de Nueva York de septiembre de 2021; solo una era nueva.

MARCAS PARTICIPANTES EN EL FASHIONLAB MARKET
edición de octubre de 2021

Marca	Segmento	Sede social	Participación	Web
Chie Mihara	Calzado	Elda	Nueva	https://www.chiemihara.com/en/
Clo	Confección	Barcelona	Nueva	https://clo.es/en/
Guitare	Confección	Barcelona	Nueva	http://guitare.es/
Juncal Aguirre	Calzado	Irún	Nueva	https://www.juncalaguirre.com/
Limo concept	Confección	Gijón	Nueva	https://www.limoconcept.es/
Sea People	Calzado	Barcelona	Recurrente	https://seapeople.es/en/

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la agencia FashionLAB.

Como se puede observar, la representación de producto ha sido al 50% entre confección y calzado, sin representación de marcas de accesorios. El espacio con el que contaba cada marca estuvo repartido de manera homogénea -cada una con los materiales necesarios para su exposición, ya fueran estanterías o percheros-.



2.5. Campañas de comunicación

De cara a atraer a compradores al evento, FashionLAB realizó una serie de campañas de comunicación online.

Por un lado, se realizaron 23 campañas de correo electrónico orientadas a una base de 5,000 compradores activos de la costa oeste. Los *lookbooks* fueron descargados 750 veces por los compradores y la tasa de conversión de los correos fue del 17%.

Por otro lado, se contactaron a 370 compradores por teléfono y por correos electrónicos personalizados.

2.6. Resultados

2.6.1. Visitas

- Acudieron 26 citas: 21 presenciales y 5 virtuales. Se trata un número alto, considerando que es la primera edición en Los Ángeles y el número de marcas era reducido.
- La mayoría de los compradores que acudieron fueron de la costa oeste de Estados Unidos, destacando: California (11), Texas (4) y Colorado (3).

2.6.2. Pedidos o notas finales

- Se han cerrado un total de 8 pedidos o notas finales durante el evento y los días posteriores, con además 6 tiendas tomando notas y mostrando interés.
- Todas las marcas, salvo una, formalizaron pedidos en el evento de Los Ángeles. No obstante, todas las marcas que participaron en Nueva York también obtuvieron pedidos de la costa oeste. Gran cantidad de compradores se desplazan a Nueva York para poder adquirir marcas europeas.

2.6.3. Satisfacción de los participantes

En general, la satisfacción de los participantes es buena, si bien es cierto que los resultados del evento han sido inferiores a los del FashionLAB Market de Nueva York. Esto se debe a que, por el momento, las ediciones de Nueva York tienen mayores dimensiones y atraen a más visitas. En Los Ángeles no ha habido tanto movimiento de compradores porque los que son más grandes o trabajan con marcas europeas, bien se han desplazado a Nueva York a realizar sus compras o bien han preferido no acudir al evento y realizar citas virtuales. En cualquier caso, las empresas indicaron su interés en volver a participar caso de repetirse la actividad.

3. Valoración y recomendaciones

Para marcas que busquen estar presentes en Los Ángeles con sus colecciones, se recomienda participar en la actividad del FashionLAB Market de Los Ángeles. Las principales razones son:

- **Espacio compartido con marcas del mismo segmento, misma calidad y similar nivel de precios.** Algunas de ellas una trayectoria consolidada en Estados Unidos, las marcas presentes se ven favorecidas unas de otras dado que los productos son complementarios por categoría (confección, calzado o accesorios) o por estilo (de vestir, relajado). Los precios de las marcas que participaron iban desde los 50 USD hasta los 450 USD en sus precios al por mayor. Como se puede apreciar por las marcas que participaron en esta edición, los materiales y labores de producción eran distintos, de ahí su diferencia en precios.
- **Actividad ICEX organizada con FashionLAB, una agencia de representación y consultoría con más de 12 años de experiencia en el sector.** Además de ser una agencia que representa a unas 10-13 marcas europeas por todo el territorio estadounidense, las fundadoras son dos mujeres españolas, lo que facilita la comunicación con marcas de nuestro país.
- **Fechas y localización idóneas.** Independientemente de la colección que se presente durante el evento, las fechas se harán coincidir con una de las 5 semanas de la moda de Los Ángeles (*LA Market Week*); más probablemente en marzo y/o en octubre porque son los dos momentos de compras más importantes al año. Por otro lado, el edificio Cooper Design Space es el edificio que se corresponde con marcas que tienen un posicionamiento de calidad alta. Es un edificio con showrooms grandes, de acabado industrial en blanco y con *showrooms* permanentes de marcas como Zadig & Voltaire, Jackett London, Ba&sh, Stuart Weizman y Levi's Strauss.
- **Inversión sencillamente recuperable.** El precio de participar con el ICEX es muy inferior a lo que supondría la participación normal de un evento público. Es una manera de testear el producto, recibir comentarios de los compradores estadounidenses.

Pese a que las razones generales favorecen la participación en el FashionLAB Market de Los Ángeles, cabe destacar que el tráfico que tiene este evento es inferior al FashionLAB Market de Nueva York. Las razones pueden estar ligadas a que los compradores más importantes de todas partes del país (especialmente California y costa oeste), van a Nueva York a buscar o comprar moda europea.

Aun así, el estilo y posicionamiento de algunas marcas hace que el mercado de Los Ángeles/Costa Oeste sea muy atractivo. En esos casos, se recomienda participar en las actividades ICEX.



Con objeto de intentar optimizar resultados, se recomienda a las marcas participantes que inviertan tiempo y recursos en:

- **Identificar tiendas que tengan el perfil idóneo**, en la zona de Nueva York, Nueva Jersey, estados cercanos y también de las principales ciudades del país -independientemente de la costa-.
- **Contactar a esas tiendas e invitarlas al evento** o para tener citas virtuales. Esto es especialmente importante para las marcas que ya tienen una cartera de clientes en EE.UU.
- **Mejorar y aumentar su presencia en redes sociales** antes, durante y después del evento para que puedan ser localizables de manera online.
- **Enviar en plazo los materiales básicos de ventas y con el formato y características correctas:**
 - Listado de precios landed FOB y en USD.
 - *Lookbook* digital
 - *Linesheets* digitales
 - *Color cards*
- **Compartir las publicaciones** de las cuentas de FashionLAB y ThisIsSpainFashion para mejorar su visibilidad.

En el caso de no poder participar en la actividad ICEX, hay otros eventos comerciales en Los Ángeles en los que participar de manera independiente puede ser una alternativa recomendable. La siguiente tabla desglosa las fechas ya definidas de las semanas de compras del California Market Center y del New Mart, los dos complejos más grandes.

FECHAS DE LAS MARKET WEEKS DE 2022

	Primavera Verano 2022	Otoño 2022	Otoño/ Invierno 2022 (<i>holiday season</i>)	Primavera 2023
New Mart	17 al 20 de enero de 2021	7 al 10 de marzo de 2022	13 al 16 de junio de 2022	10 al 13 de octubre de 2022
California Market Center	16 al 19 de enero de 2022	6 al 9 de marzo de 2022	12 al 15 de junio de 2022	9 al 12 de octubre de 2022

Fuente: elaboración propia a partir de datos de las páginas web oficiales.



Asimismo, en el caso de querer acudir a Los Ángeles y que no haya actividad ICEX programada, se recomienda valorar la participación en Brand Assembly o en Designers and Agents (D&A). Las fechas de estas ferias en el 2022 son las siguientes:

FECHAS DE LAS FERIAS COMERCIALES DE LOS ÁNGELES

	Primavera/Otoño 2022	Otoño/ Invierno 2022	Otoño/Invierno 'part II' 2022	Primavera/ Verano 2023
Brand Assembly		7 al 9 de marzo de 2022	6 al 8 de junio de 2022	10 al 12 de octubre de 2022
Designers and Agents (D&A)	17 al 19 de enero de 2022	7 al 9 de marzo de 2022		Mediados de octubre

Fuente: elaboración propia a partir de datos de las páginas web oficiales.





4. Cobertura mediática

La primera edición del FashionLAB Market Los Ángeles ha tenido una campaña de medios contratada con la agencia de comunicación estadounidense Newswire. Por ser la primera edición del evento, el alcance en prensa digital ha sido inferior al del FashionLAB Market de Nueva York. Los siguientes enlaces son menciones sobre el evento:

- 'Spanish fashion lands on the West Coast' (Newswire, 2021)
<https://www.newswire.com/news/spanish-fashion-lands-on-the-west-coast-21526067>
- 'Spanish fashion lands on the West Coast' (Digital Journal, 2021)
<https://www.digitaljournal.com/pr/spanish-fashion-lands-on-the-west-coast>

Por otro lado, la principal herramienta de comunicación han sido las redes sociales de la agencia de FashionLAB y de las propias marcas, en especial a través de Instagram. Para más información, ver la cuenta [@fashionlabagency](https://www.instagram.com/fashionlabagency).





5. Anexos

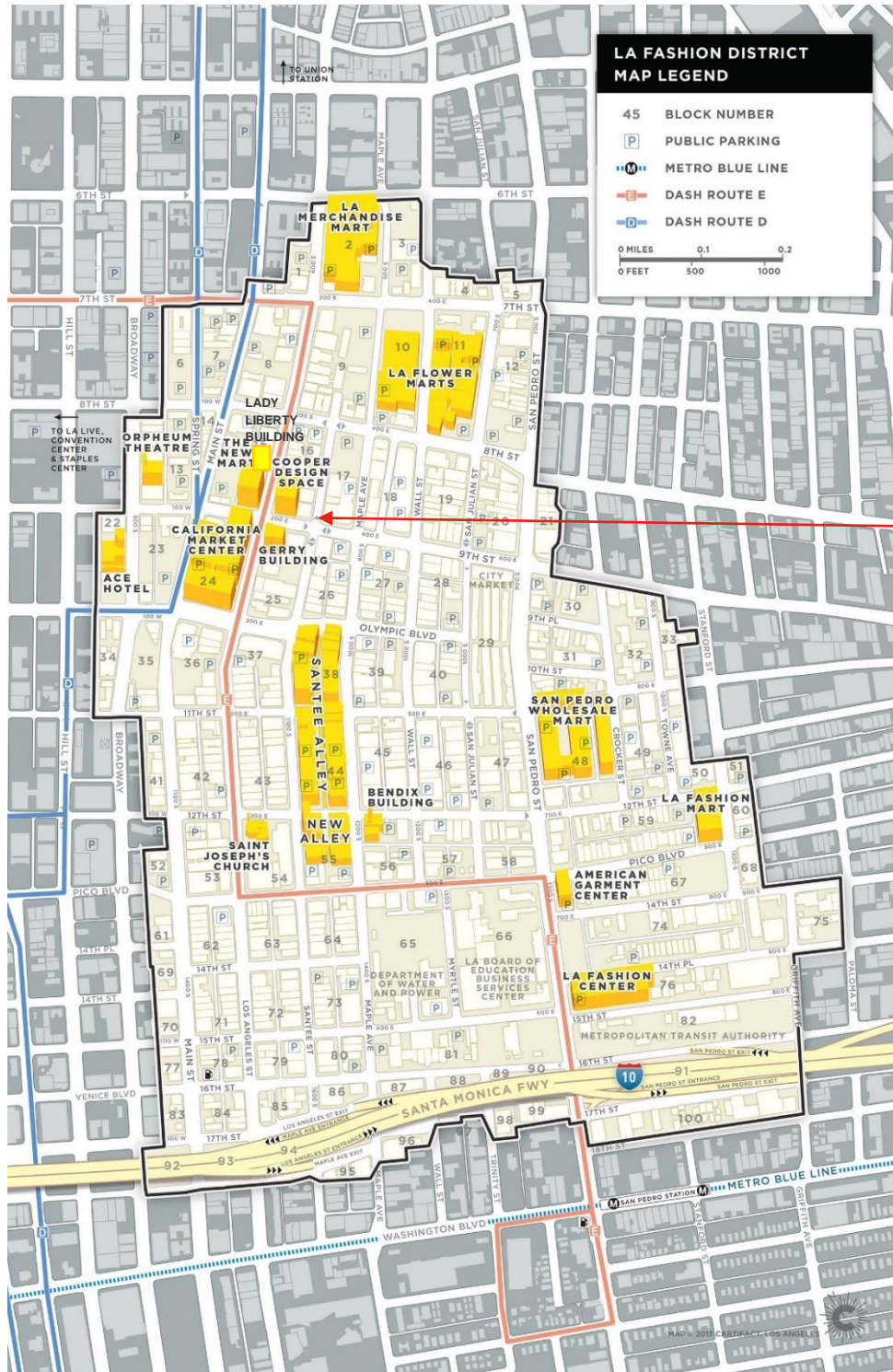
ANEXO I. FOTOS DEL FASHIONLAB MARKET



Fuente: elaboración propia



ANEXO II. MAPA DEL DISTRITO DE LA MODA DE LOS ÁNGELES



COOPER DESIGN SPACE:
FashionLAB Market LA

Fuente: fashionsdistrict.org

icex

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



icex España
Exportación
e Inversiones