

# Atlanta Shoe Market

## Informe Feria

**Fecha 18-20 febrero de 2023**

**Mirian Peñaranda Sánchez**

Becario del Instituto de Fomento de la Región de Murcia.  
Oficina Económica y Comercial de España en Nueva York

## ÍNDICE

<b>1. Perfil de la feria .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Descripción y evolución de la feria .....</b>	<b>5</b>
2.1 Organización del evento .....	5
2.2 Participación española .....	7
<b>3. Tendencias y novedades presentadas .....</b>	<b>10</b>
<b>4. Valoración .....</b>	<b>12</b>
4.1 Comentarios de las empresas .....	13
<b>5. Recomendaciones .....</b>	<b>15</b>
<b>6. Anexos .....</b>	<b>17</b>
6.1 Direcciones de interés .....	17
6.2 Planos de la feria .....	18
6.3 Fotografías de la feria .....	21

## 1. Perfil de la feria

### THE ATLANTA SHOE MARKET (TASM)

<b>Fechas de celebración del evento</b>	18 – 20 de febrero de 2023 Presentación de las Colecciones Otoño-invierno 2023/2024
<b>Fechas de la próxima edición</b>	12-14 de agosto de 2023
<b>Frecuencia</b>	Bianual (normalmente en febrero y agosto)
<b>Organizador</b>	<i>Southeastern Shoe Travelers Association (SESTA)</i>
<b>Lugar de celebración</b>	Cobb Galleria Centre 2 Galleria Pkwy SE, Atlanta, GA 30339
<b>Horario de la feria</b>	Sábado 18 y domingo 19: de 9:00h a 18:00h Lunes 20: de 9:00h a 16:00h
<b>Precios de entrada</b>	<u>Para expositores:</u> Restringida a las marcas que pertenezcan a la <i>Southeastern Shoe Travelers Association (SESTA)</i> . La membresía cuesta 55\$ al año, y además hay que pagar 150\$ por asistente del stand en la feria. <u>Para visitantes:</u> Es gratuita pero restringida al público profesional, dado que se necesita una licencia de empresa y las credenciales de la tienda.
<b>Precios del espacio</b>	950\$ para un expositor de 3x3metros aprox. (10x10 pies)
<b>Sectores y productos representados</b>	Todo tipo de calzado: <u>Utilidad:</u> deportivo/ <i>outdoors</i> , urbanita, de protección laboral y formales (zapatos de salón, tacones, botas sandalias, espadriles y manolequinas, entre otros) <u>Consumidor:</u> hombre, mujer e infantil. <u>Precio:</u> medio-alto.
<b>Medios de transporte</b>	El recinto ferial se encuentra a las afueras de Atlanta. <u>Tren/Autobús:</u> Desde el centro está a 55 minutos-1h20. Primero se cogen las líneas de tren <i>Gold</i> o <i>Red</i> hasta la estación MARTA Arts Centre, desde la cual se coge la línea 10 de autobús “Marietta Transfer Centre” hasta la parada “Akers Mill Rd & Galleria Dr”. Para ir desde el aeropuerto sería igual, pero se

---

	cogería la línea de tren desde “Salidas”.
	<u>Uber/Coche</u> : 20 minutos desde el centro de Atlanta, o bien a 30 minutos desde el aeropuerto. La asociación no tiene acuerdos con las empresas de VTC.
<b>Nº de expositores</b>	Alrededor de 1.500 marcas expositoras.
<b>Nº de visitantes</b>	De 2.800 a 3.000 visitantes
<b>Tipo de visitantes</b>	Compradores, agentes, prensa y otros profesionales del sector.
<b>Restricciones por Covid-19</b>	Sin restricciones.

---

## 2. Descripción y evolución de la feria

**El Atlanta Shoe Market es la principal feria exclusivamente de calzado que se celebra en Estados Unidos.** En esta edición de invierno, regresó al Cobb Galleria Center de Atlanta entre los días 18 y 20 de febrero de 2023. El evento, que se celebra de forma bianual, es bien conocido por reunir a marcas, compradores y diseñadores de todo el mundo. Durante esta edición, volvió a exhibir las más diversas ofertas del mundo del calzado; contó con alrededor de 1.500 marcas distribuidas en 1.100 estands. Entre los visitantes de esta feria se pueden encontrar desde pequeñas boutiques especializadas hasta *marketplaces* de calzado y grandes almacenes. Además de marcas de calzado, también participan ocasionalmente empresas que se dedican a la fabricación de bolsos de piel, limpiadores de cuero o componentes para el calzado.

Multitud de publicaciones independientes de la industria clasifican a *Atlanta Shoe Market* como la mejor entre todas las ferias de la industria de la moda de EE. UU. en cuanto a conveniencia, costo y organización, planificación y promoción. A raíz de ello, la feria *Atlanta Shoe Market* se ha convertido en el evento de calzado de referencia en Estados Unidos y una cita obligada para diseñadores, minoristas y mayoristas de calzado.

La edición de verano ya está confirmada del 12 al 14 de agosto de 2023 en la misma ubicación.

### 2.1 Organización del evento

El *Atlanta Shoe Market* está patrocinado por la *Southeastern Shoe Travelers Association* (SESTA), una asociación de la industria sin fines de lucro y productora del acontecimiento desde 1942. Por este motivo, las **marcas que acuden tienen que pertenecer a la asociación**, aportando una suscripción anual de una cantidad simbólica (55\$), así como realizar un pago por cada persona que pertenezca al stand (150\$) y que se abona de forma independiente al alquiler del stand. El precio de participación resulta bastante asequible (900US\$ por el espacio + decoración para un stand básico de 10x10m) y el nivel y cantidad de visitantes hacen que la participación resulte aún más rentable. Se trata de la opción más lógica para los minoristas de calzado que busquen limitar sus viajes a las ferias más esenciales de la industria. La mayoría de las marcas prefiere exponer en el salón principal, pero hay marcas que exponen en *meeting rooms* y en *ballrooms* que tienen un precio superior. El espacio está, por lo tanto, dividido de la siguiente manera:

- *Main Hall*: se trata del pabellón principal del espacio. Está dividido en distintas categorías en función de las cuales se agrupan los stands de las empresas expositoras. El pabellón

se organizó por categorías, de izquierda a derecha, dispuestas en el siguiente orden: *comfort, men's dress, athletic, work boots, moderate, junior and children*. En la esquina superior derecha se ha inaugurado una nueva zona llamada *Fashion Village*.

- *The Shoe Court*: se trata de un espacio más original y con un diseño más creativo de los expositores. No son cubículos sino un conjunto de estanterías y expositores de madera, en un espacio triangular bajo una cúpula.
- *The Fashionada Meeting Rooms*: se trata de un espacio en el piso superior que acoge los stands de algunas marcas y en las que hay diversas salas de reuniones.
- *The Fashion Collection*: es un espacio para zapatos formales y de alta gama, desde sandalias, botas, tacones, manolequinas y alpargatas.

Por otra parte, los stands están disponibles en varios tamaños y configuraciones, en función del producto y las necesidades de los expositores. La tabla siguiente ofrece información sobre los tamaños utilizados principalmente por las empresas de calzado que participaron en esta edición de la feria, así como de los precios correspondientes a cada opción disponible:

**FIGURA 1: TAMAÑOS Y PRECIOS DE LOS ESTANDS (FEBRERO DE 2023)**

*En dólares estadounidenses*

Pabellón	Tipo de espacio	Precio
Main hall	Stand 10'x10' pies (9 m <sup>2</sup> ) Amueblado	950 USD
	Stand 10'x10' pies (9 m <sup>2</sup> ) Sin amueblar	825 USD
The Fashionada Meeting Rooms	Room 102, 103, 104, 105, 106	3.736 USD
	Board Room 104	1.800 USD
	Room 101, 107, 108, 109, 110, 111, 112	1.800 USD
	Room 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120	2.115 USD
The Shoe Court	Suite B	5.058 USD
	Suite C	2.395 USD
	Suite D	2.395 USD
	Suite E	6.249 USD
Todos los espacios	Tasa de participación correspondiente a toda persona que pertenezca al stand: 150 USD	

Fuente: elaboración propia a partir de la información obtenida en la página web oficial del evento: <https://atlantashoemarket.com/exhibitor-information/>

Para más información sobre la distribución de las distintas secciones que componen la feria, consultar los distintos planos del espacio en el Anexo 6.2.

Respecto a la organización, cabe añadir que se ofrece **desayuno completo y totalmente gratis** los tres días de duración del evento, tanto para expositores como para visitantes. El desayuno se presentaba en la primera planta del Cobb Galleria Center con diversos tipos de pasteles, muffins, bagels o cruasanes, que se pueden acompañar con zumo de naranja, té o café. Para la comida, se disponía en una sala un buffet libre por 9\$: la oferta era variada: pasta, patatas y carne asada, ensalada y postre. Además, existían opciones adicionales en las inmediaciones de las instalaciones como *Starbucks*, *Subway* y otros restaurantes locales.

## 2.2 Participación española

**Treinta empresas españolas participaron en el evento.** Esta actividad no está incluida en el plan sectorial de apoyo de ICEX, debido al bajo coste de participación. Aun así, una cantidad de empresas españolas similar a la de las últimas ediciones contó con stand propio durante la feria. A continuación, las encontramos clasificadas por categoría, espacio y stand dentro del evento:

FIGURA 2: LISTA DE EMPRESAS ESPAÑOLAS EXPOSITORAS

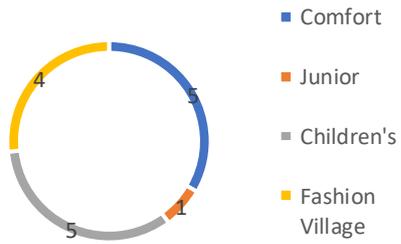
Empresa	Categoría	Nº de stand
<b>Bibi Lou</b>	Fashion Collection (John Williams Ballroom)	2512-2514
<b>Brenda Zaro</b>	Fashion Collection (John Williams Ballroom)	2105-2119 2204-2218
<b>Calzados Hergar SA</b>	Comfort (Main Hall)	649-651
<b>Camper</b>	Fashion Collection (John Williams Ballroom)	2607-2608
<b>Chie Mihara</b>	Fashion Village (Main Hall)	451-453
<b>Cienta</b>	Children's (Main Hall)	117-119-121
<b>Conguitos</b>	Children's (Main Hall)	120
<b>Coqueta</b>	Children's (Main Hall)	112-114-116-118
<b>Dorking</b>	Comfort (Main Hall)	1226-1228
<b>El naturalista</b>	Fashion Collection (John Williams Ballroom)	2101-2200-2201
<b>Flojos</b>	Junior (Main Hall)	216-218-220
<b>Fluchos</b>	Comfort (Main Hall)	1222-1224
<b>Flabelus</b>	Fashion Village (Main Hall)	336
<b>Gaimo</b>	Fashion Village (Main Hall)	452-454

<b>Homers</b>	Fashion Collection (John Williams Ballroom)	2322-2323
<b>Kanna</b>	Fashion Collection (John Williams Ballroom)	2604-2605-2606
<b>Lola Cruz</b>	Fashion Collection (John Williams Ballroom)	2512-2514
<b>LOLA&amp;LO</b>	Fashion Village	447-449
<b>Lola relola</b>	Comfort (Main Hall)	556
<b>Maria Catalán</b>	Children's (Main Hall)	120
<b>Pablosky</b>	Children's (Main Hall)	120
<b>Paula Urban</b>	Fashion Collection (John Williams Ballroom)	2604-2605-2606
<b>Pedro Antón</b>	Fashion Collection (John Williams Ballroom)	2604-2605-2606
<b>Piesanto</b>	Fashion Collection (John Williams Ballroom)	1900
<b>Pikolinos</b>	Comfort (Main Hall)	1137-1139 1236-1238
<b>Toni Pons</b>	Fashion Collection (John Williams Ballroom)	1909-1911-1913-2008- 2010-2012-2014
<b>Ramón Tenza</b>	Fashion Collection (John Williams Ballroom)	2219
<b>Unisa</b>	Fashionada Meeting rooms	Room 103
<b>Victoria Shoes</b>	Fashion Collection (John Williams Ballroom)	2629-2630
<b>Wonders</b>	Fashion Collection (John Williams Ballroom)	1909-1911-1913-2008- 2010-2012-2014

Además, se muestra un gráfico con la ubicación asignada a las empresas españolas en el evento. Es la organización la encargada de gestionar la ubicación de las empresas participantes según diversos criterios: la existencia de sinergias con el resto de las marcas seleccionadas, el segmento de precio, la calidad del diseño y los materiales, el posicionamiento de marca y, por último, el consumidor final. En el gráfico circular de la derecha, se muestra el espacio en el que fueron ubicadas; en el de la izquierda, la categoría según la cual se las clasificó.

**FIGURA 3: UBICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EXPOSITORAS**

*Clasificación*



*Ubicación*



Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la página web oficial del evento.  
<https://atlantashoemarket.com/>

### 3. Tendencias y novedades presentadas

Según el director de ventas de la empresa *Ecco*, Keith McMahon, **multitud de compradores recibieron pedidos para la temporada de primavera/verano**, aprovechando su stock y gestionando los envíos y tiempos de entrega lo más rápidamente posible. Según él, este es un claro aviso de que las marcas expositoras deben llegar a estas fechas con un inventario que pueda atender las necesidades de última hora para la temporada estival. Además, entre las tendencias presentadas, aprovechando que la marca celebra su 60 aniversario este año y para demostrar su gran capacidad de adaptación a los tiempos, presenta en este evento una colección de sus diseños más ecológicos hasta la fecha. El lanzamiento de estas líneas de calzado está programado para abril en las tiendas *Nordstrom* y *Ecco*, seguido de una distribución más amplia durante 2024.



*Estands de Ecco y DieHard durante el evento*

Esa misma estrategia se está aplicando en *Only Partners LLC*, una empresa de calzado con sede en Nueva Jersey que el mes pasado añadió a su cartera las licencias para la venta de las líneas *Soft Comfort* y *Enjoiya*. La directora comercial de este importador, Angela Paterson, afirma que se recogieron multitud de pedidos de última hora de parte de sus socios minoristas que acuden a esta feria, por lo que hay que anticiparse a esta posibilidad, ya que **es contraproducente que se deje de vender producto por problemas de inventario**, o por no hacer una selección previa de artículos clave que presentar.

En relación con el lanzamiento de productos novedosos, *MukLuks* lanza su primera colección de botas fabricadas íntegramente en cuero para el otoño de 2023. La colección se fabrica en la India y se venderá al por menor por menos de 200 dólares. Mientras tanto, la marca también ha introducido nuevos diseños en su programa principal de botas, y continúa viendo una fuerte demanda de sus pantuflas y calcetas.

Dada la importancia que los compradores de esta feria dan a la comodidad (pues la edad media de los asistentes como compradores es bastante más elevada a la de otros eventos de características similares) empresas como *Callaghan* presentan su nueva línea de calzado diseñado y maquetado haciendo uso de las últimas tecnologías para conseguir un zapato altamente adaptable al pie; cabe hacer mención también de las novedosas suelas para todo tipo de calzado lanzadas por *AirFeet*.

La directora ejecutiva del evento, Laura Conwell-O'Brien, habla de un aumento de la participación de alrededor de un 28%, con hasta 75 marcas que exponen por primera vez. Para dar cabida a los nuevos expositores, Atlanta Shoe Market ha agregado una nueva sección. Esta temporada verá, por primera vez, un área llamada ***The Fashion Village***, ubicada en el noreste del salón principal y creada *ad hoc* para acomodar a las 30 nuevas marcas de moda internacionales. Varias de las marcas españolas fueron emplazadas en esta nueva ubicación, con menos tráfico al tratarse de un concepto nuevo que los compradores no están acostumbrados a manejar y aún no contemplan en su itinerario. Sin embargo, organizadores del evento aseguran que incrementarán la promoción de esta nueva área para la siguiente edición.

## 4. Valoración

La principal característica propia de esta feria es que los compradores son, en su gran mayoría, estadounidenses. Suelen estar localizados en la región sureste de Estados Unidos (Texas, Georgia, Florida, Carolina del Sur, Carolina del Norte, Luisiana, entre otros) y gran cantidad de empresas acuden a esta feria para afianzar y fidelizar a toda su clientela de esta región. Además, se trata de una feria adecuada para entrar al mercado estadounidense por diversos motivos. En primer lugar, es **asequible**, la **solicitud y organización son sencillas**, no es una feria excesivamente saturada en la que la participación pueda ser contraproducente para marcas sin un fuerte posicionamiento de mercado.

Esta feria es un evento altamente **especializado**. Los compradores acuden al stand, normalmente con cita previa, habiendo visto el catálogo de antemano (si se les ha facilitado por email) y teniendo en mente una idea de la selección que van a hacer, el *price point* del producto, la fecha de entrega estimada, el medio de pago y pedido mínimo con el que se trabaja y demás detalles. El evento es un acontecimiento de tracción nacional en el calendario de compras de los diseñadores de calzado estadounidenses y, más ampliamente, de toda Norteamérica. Acuden, especialmente, minoristas de calzado que compran para sus boutiques situadas en medianas y pequeñas ciudades de la región mencionada. Los distribuidores acuden, sobre todo, a *shows* situados en grandes ciudades, ejemplos de ello serían el Chicago Shoe Market, Coterie New York u OFFPrice Las Vegas.

La mayoría de las marcas participantes se sitúan en un **segmento de precio medio y alto**, sin llegar a considerarse productos de lujo. Se pudo comprobar que las marcas vendían sus productos en un rango de precio que rondaba los 250/350USD para venta al mayorista/minorista y 500/600USD como precio recomendado para venta final al público (PVP).

En esta edición, la respuesta a los estilos casual de la categoría *Comfort* fue un punto particularmente fuerte. La sección *Comfort*, que es a su vez la más amplia también en número de expositores, sigue siendo la categoría reina, aunque es un evento adecuado para encontrar calzado de prácticamente cualquier estilo: hombre, de mujer e infantil y calzado sport, urbano o de vestir o para trabajar.

**Se recomienda concertar citas con clientes potenciales previo al inicio del evento.** Al tratarse de un evento que no se celebra en una gran ciudad y debido a su gran nivel de especialización, se trata de una feria en la que la mayoría de las empresas internacionales participan a través de sus agentes en Estados Unidos.

## 4.1 Comentarios de las empresas.

Durante el desarrollo del evento, se tuvo tiempo para hablar con representantes de ventas de distintas empresas y captar una opinión de primera mano sobre cómo se estaba llevando a cabo el desarrollo del evento en términos de cantidad de pedidos, afluencia en los stands, tendencias más demandadas y predisposición de los compradores.

Laura Conwell-O'Brien, directora ejecutiva del evento afirma que la asistencia superó cifras anteriores a la pandemia y acudieron compradores provenientes de **42 estados y 11 países distintos**. Como curiosidad, añade que es la edición a la que más altos ejecutivos de empresa han acudido hasta ahora; incluso Steve Madden se acercó a visitar la feria.

Por otro lado, Marty Rose, distribuidor de *All Black Footwear*, afirma que la **facilidad y comodidad de los trámites para exponer** en la feria son la clave de su éxito. Además, a pesar de que las fechas de la feria de *Micam* en Italia se solapasen y ello tuviera cierto impacto en términos de afluencia de compradores exclusivos, los organizadores aun dan cuenta de cifras muy positivas de concurrencia. Informa de que la acogida de su nueva colección para la temporada Otoño 2023 fue muy positiva a juzgar por la gran cantidad de pedidos que se realizaron.

Kevin Bosco, presidente de *Bos. & Co.*, distribuidores de *Fly London*, *Asportuguesas*, *Ambitious* y *Softinos* en Estados Unidos, afirma que Atlanta fue una feria muy exitosa para su agrupación de marcas, con tres días muy productivos. Este representante de ventas ve potencialidad de crecimiento en el evento y agrega que a pesar de las dificultades experimentadas en los últimos años, la industria se está restaurando con normalidad y rapidez, y ya encontramos diseñadores y minoristas atendiendo presencialmente a los *shows*, en búsqueda de las tendencias más novedosas para para la campaña Otoño/Invierno 2023. Bosco señala que, de entre sus marcas patrocinadas, *Asportuguesas* y *Ambitious*, en particular, recibieron una fuerte respuesta. Como principal motivo, da énfasis a los relatos de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa que respaldan ambas marcas, a la vez que mantienen un estilo casual pero elegante.

Robyn Shreiber, fundador de *Beautiisoles*, también resume su segunda vez como expositor en Atlanta como un éxito rotundo. "A pesar de que nuestra ubicación no era la idónea, porque estábamos en el pasillo entre *Fashion Village* y el *Main Hall*, pudimos interceptar multitud de compradores, que quedaron muy impresionados con nuestra línea, especialmente con nuestras llamativas botas". El ejecutivo agrega, como dato interesante, que algunos compradores estaban bastante más predispuestos a hacer pedidos en el acto que durante la última edición.

Esta edición, a juzgar por los testimonios de las empresas asistentes, ha sido una buena ocasión para todos aquellos que contaran en sus expositores con productos de “compra por impulso”, ya que se han cerrado muchos pedidos in situ, tal y como se ha mencionado. Contar en el expositor con sandalias de colores llamativos (sí, incluso en las colecciones presentadas para Otoño/invierno) es una estrategia atractiva porque atrae tráfico al stand y puede resultar en pedidos inesperados de última hora.

## 5. Recomendaciones

Si bien la organización y participación en esta feria es bastante sencilla, como se ha mencionado anteriormente, sí es necesaria una cierta preparación por parte de las empresas, que deben tener en cuenta que conseguir clientes en el mercado estadounidense no es una tarea sencilla. Por ello, se exponen a continuación algunas recomendaciones que las empresas potencialmente participantes pueden seguir para planificar su asistencia:

- **Ponerse previamente en contacto con compradores que asistan en persona:** este aspecto es fundamental, ya que no solo es necesario contactar a compradores que vayan a asistir, sino también que el perfil de dichos compradores se ajuste adecuadamente a la marca, lo cual requiere una preparación previa de recolección y contrastación de información sobre los asistentes.
- **Enviar las muestras de producto con margen de tiempo y la documentación aduanera en orden.**
- **Acompañar la exposición del producto de otros documentos esenciales para la labor comercial en el stand:**
  - Listado de precios al desembarque (*landed*) en USD, (se debe tener en cuenta que esto es el equivalente a lo que en Europa conocemos como DAP).
  - *Lookbook*
  - *Linesheets*
  - *Color cards*
  - *Tarjetas de visita*
  - *Elementos decorativos de la marca en el stand*
- **Adaptar las formas de pago y los plazos de envío al mercado estadounidense:** se recomienda evitar formas de pago documentarias, ya que no son habituales en Estados Unidos y su clasificación riesgo-país tampoco lo requiere. Las formas más habituales son la transferencia bancaria y/o otras pasarelas de pago como *PayPal* o *Wirepay*. En cuanto a las fechas de entrega, para la edición de febrero, colecciones que se venderán en otoño/invierno de ese año, se recomienda una fecha de entrega no más tardía que mediados del mes de julio.
- **Realizar una campaña en redes sociales:** se recomienda realizar publicaciones antes, durante y después del evento, compartir publicaciones relacionadas con su celebración, y que hayan sido publicadas por la organización del Atlanta Shoe market o ICEX.
- Elegir un **alojamiento cercano a la feria**, en lugar de en el centro de Atlanta. El acceso desde el centro de la ciudad lleva 1 hora y media en transporte público o media hora en coche.

En el caso de **buscar un agente** para que lleve la marca y asista en representación a esta feria en lo sucesivo, es recomendable poner un anuncio de vacante por correo a través de la asociación que organiza la feria. Además, en el caso de este evento, es especialmente interesante contratar a un agente que haya participado en ediciones anteriores, ya que **la localización del expositor depende de los puntos que tenga acumulados la marca (o su agente)**.

Por último, se recomienda encarecidamente reforzar la presencia en Estados Unidos asistiendo a las ediciones sucesivas del Atlanta Shoe Market y otras ferias de calzado y confección. Los compradores preguntan recurrentemente a qué otros eventos del sector se ha asistido o se va a asistir, ya que la mera comparecencia es un indicador de firmeza y solidez de marca.

Se facilitan a continuación las ferias de calzado de mayor interés en el territorio estadounidense:

#### FERIAS DEL SECTOR

Nombre de la feria	Localización	Ediciones al año	Próxima edición	Web
Chicago Shoe Market	Embassy Suites, Chicago	2	26 y 27 de julio de 2023	<a href="https://chicagoshoemarket.com/">https://chicagoshoemarket.com/</a>
Designers and Agents NY	Starrett-Lehigh Building, Nueva York	1	17, 18 y 19 de septiembre de 2023	<a href="https://designersandagents.com/">https://designersandagents.com/</a>
Coterie NY	Javitts Convention Centre, Nueva York	2	19, 20 y 21 de septiembre de 2023	<a href="https://coteriefashionevents.com/">https://coteriefashionevents.com/</a>
MAGIC NY	Javitts Convention Centre, New York		19, 20 y 21 de septiembre de 2023	
Designers and Agents LA	New Mart Building, LA	2	9, 10 y 11 de octubre de 2023	<a href="https://designersandagents.com/">https://designersandagents.com/</a>
FSNYE (FFANY)	Warwick Hotel, New York	4	6, 7 y 8 de junio de 2023	<a href="https://fsnye.com/">https://fsnye.com/</a>
Dallas Apparel & Accessories Market	Dallas Market Centre	5	21, 22, 23 y 24 de marzo de 2023	<a href="https://dallasmarketcenter.com/">https://dallasmarketcenter.com/</a>

Fuente: elaboración propia

## 6. Anexos

### 6.1 Direcciones de interés

#### OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN NUEVA YORK

The Chrysler Building

405 Lexington Ave, 47 FL

New York, NY 10174

Tel: +1 (212) 661 4959

Fax: +1 (212) 972 2494

Consejero Comercial: Bruno Fernández Scrimieri ([nuevayork@comercio.mineco.es](mailto:nuevayork@comercio.mineco.es))

Director de Hábitat: Carlos Galtier del Val ([cgaltier@comercio.mineco.es](mailto:cgaltier@comercio.mineco.es))

#### THE ATLANTA SHOE MARKET

2 Galleria Pkwy SE

Atlanta, GA 30339, Estados Unidos

<https://atlantashoemarket.com/>

#### SOUTHEASTERN SHOE TRAVELERS ASSOCIATION (SESTA)

953 Harmony Road, Suite 106

Eatonton, GA 31024

Teléfono: +1 (706) 923 - 0580

Fax: +1 (706) 923 - 0520

[sest@plantationcable.net](mailto:sest@plantationcable.net)

6.2 Planos de la feria

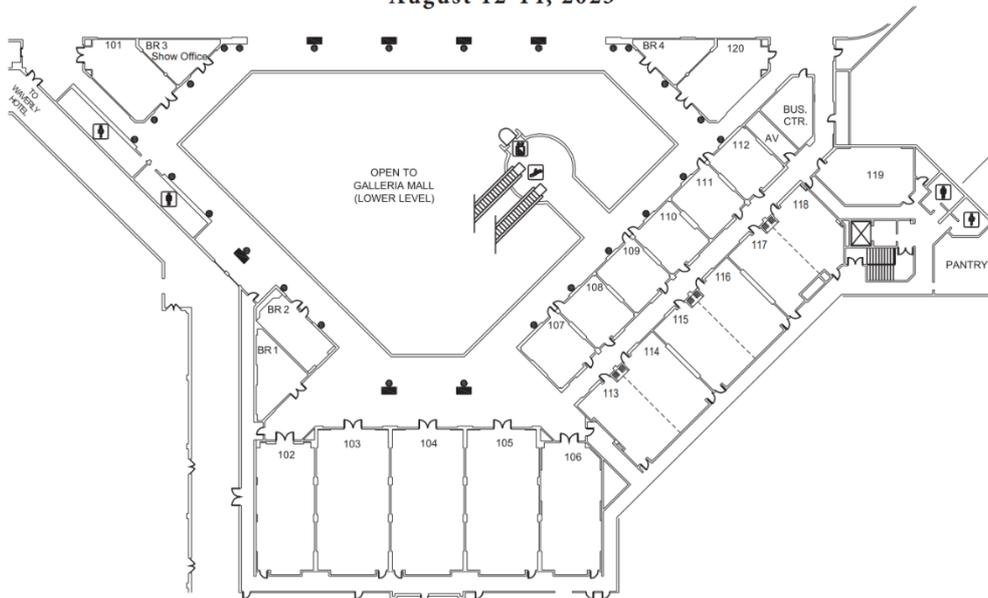
February 18-20, 2023

COBB GALLERIA CENTRE - MAIN HALL  
ATLANTA, GA



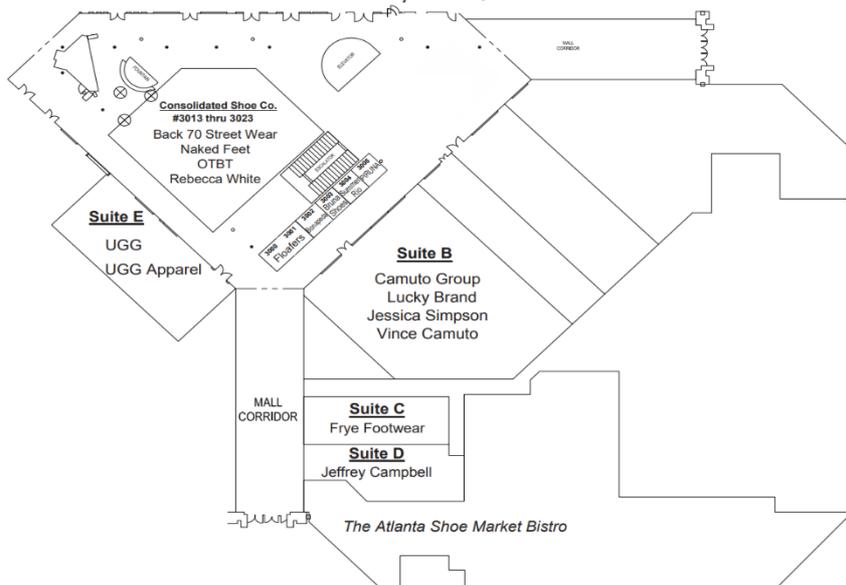
### FASHIONADA MEETING ROOMS COBB GALLERIA CENTRE

August 12-14, 2023



### THE ATLANTA SHOE MARKET THE SHOE COURT

COBB GALLERIA CENTRE - MALL LEVEL  
February 18-20, 2023





### 6.3 Fotografías de la feria



*Entrada Main Hall*



*Expositor de la empresa española Kanna (Fashion Collection, John A. Williams Ballroom)*



*Pasillo del salón John A. Williams Ballroom*



*Expositor J/SLIDES NYC*



*Pasillo Fashion Village*



*Expositor de la empresa MIA*



*Catálogos de la empresa española Flabelus*



*Expositor de la empresa española Gaimo*

