

Coterie + MAGIC NEW YORK I

Informe Feria

Fecha 21-23 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

1. Perfil de la feria	4
1.1. Ficha técnica	4
2. Descripción y evolución de la feria	5
2.1. Organización del evento	5
2.2. Participación internacional	7
2.3. Participación española	8
3. Tendencias y novedades presentadas	10
4. Valoración	12
4.1. Comentarios de las empresas	12
5. Recomendaciones	14
6. Anexos	16
6.1. Direcciones de interés	16
6.2. Planos de la feria	17
6.3. Fotografías de la feria	19

1. Perfil de la feria

1.1 Ficha técnica

COTERIE + MAGIC NY

Fechas de celebración del evento	21 – 23 de febrero de 2023 Presentación de las Colecciones Otoño-invierno 2023/2024
Fechas de la próxima edición	19-21 de septiembre de 2023
Frecuencia	Bianual (normalmente en febrero y septiembre)
Lugar de celebración	Javits Center 445 11th Avenue – New York, NY 10001
Horario de la feria	Martes 21 y miércoles 22: de 9:00h a 18:00h Jueves 23: de 9:00h a 16:00h
Precios de entrada	<u>Para expositores:</u> Gratuita. El registro puede hacerse a través de internet o en el recinto ferial. El acceso está reservado al público profesional.
Precios del espacio	COTERIE: entre 78,95 USD y 69,95 USD por pie cuadrado MAGIC: entre 62,95 USD y 43,45 USD por pie cuadrado
Sectores y productos representados	Confección de moda y calzado, accesorios y productos de belleza. <u>Consumidor:</u> mujer <u>Precio:</u> medio-alto, alto.
Medios de transporte	Autobús: líneas M34, M50, M12, M11 y M42 (24 horas). Metro: la parada más cercana es la 34th Street en la línea 7.
Nº de expositores	COTERIE: alrededor de 850; MAGIC: alrededor de 350.
Nº de visitantes	Alrededor de 15.000 visitantes
Tipo de visitantes	Compradores, agentes, prensa y otros profesionales del sector.
Restricciones por Covid-19	Sin restricciones.

2. Descripción y evolución de la feria

Las ferias Coterie y Magic regresaron al centro de convenciones de Nueva York **Jacob Javits Center** del 21 al 23 de febrero de 2023. Ambas ferias tienen lugar simultáneamente dos veces al año para que las diferentes marcas presenten sus colecciones correspondientes a las temporadas de primavera/verano —presentada en la edición de septiembre— y la de otoño/invierno— presentada en la edición de febrero. La duración de la feria es de tres días; los horarios del primer y segundo día son de 9.00 a 18.00 y el último día de la feria es de 9.00 a 16.00 horas.

COTERIE New York está destinada a indumentaria/vestimenta, calzado y accesorios de mujer. Situada en el tercer piso del pabellón ferial, los productos expuestos en esta feria van desde precios asequibles que se sitúan entre el segmento medio-alto y hasta productos de lujo y segmento premium. Participan tanto marcas grandes y medianas, así como diseñadores emergentes de los Estados Unidos e internacionales que deseen promocionar y comercializar sus productos en este mercado.

Por otra parte, en el primer piso del Javits Center, durante los mismos días y con el mismo horario, desde la edición de septiembre de 2021 tiene lugar paralelamente **MAGIC New York** (celebrada hasta entonces tradicionalmente en Las Vegas). Esta feria presenta colecciones de precio medio y moda pronta. Al igual que en Coterie, en este espacio se pueden encontrar, fundamentalmente, colecciones de confección textil, accesorios, calzado, confección infantil y ropa deportiva.

La próxima edición de COTERIE New York tendrá lugar del 19 al 21 de septiembre de 2023, en la misma ubicación.

2.1 Organización del evento

El evento está organizado por *Informa Markets Fashion*, la empresa más importante en organización de ferias comerciales de moda en Estados Unidos. **Esta feria es la que reúne al número más elevado de expositores del sector de la moda, el calzado y los accesorios en todo el territorio estadounidense**, pero esta empresa también se encarga de la planificación de otros eventos del sector en Estados Unidos, como *Destination Miami* (orientada a la moda de verano), *Project* (en Las Vegas y Nueva York; moda masculina) y *MAGIC* (en Nashville y Las Vegas).

Los stands están distribuidos en dos plantas distintas del Javits Center; y, a su vez, cada planta está dividida en secciones. En el Anexo 6.2. se pueden consultar los planos de ambas ferias.

La configuración de los stands se puede modificar a voluntad de los expositores, ya que hay varias opciones distintas de distribución. Se muestran a continuación las más populares entre las empresas españolas participantes, así como los precios correspondientes a una de las opciones:

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

En dólares estadounidenses

Feria	Tipo de espacio	Precio	
COTERIE	Stand 100 pies ² (9 m ²) 10'x10'	8.155 USD	*Las esquinas tienen un precio superior: 500 USD por cada esquina.
	Stand 200 pies ² (18 m ²) 10'x20'	15.790 USD	
MAGIC	Stand 100 pies ² (9 m ²) 10'x10'	6.295 USD	*Las esquinas tienen un precio superior: 350 USD por cada esquina
	Stand 200 pies ² (18 m ²) 10'x20'	10.599 USD	
AMBAS	Tasa de participación correspondiente a toda persona que pertenezca al stand: 150 USD		
AMBAS	Tasa de participación correspondiente al seguro (<i>Insurance participation fee</i>): 300 USD El coste de un stand de 100 pies cuadrados incluye la participación de una marca (cualquier otra marca supone 1 000 USD adicionales)		

Fuente: elaboración propia a partir de la información obtenida en la página web oficial.

Como se ha expuesto anteriormente, en **Coterie** se presentan colecciones de rango de precio medio-alto, entre cuyos expositores —situados en la tercera planta del Javits center— se pueden encontrar principalmente las siguientes categorías:

- Confección textil de mujer, accesorios, belleza.
- Calzado (hay un área específicamente para calzado) para mujer, hombre y niño.
- Colecciones contemporáneas

Por otra parte, **MAGIC** —situada en la tercera planta— ofrece:

- Colecciones de precio medio
- Confección textil, accesorios, confección infantil y ropa deportiva.
- Calzado (hay un área específicamente para calzado) para mujer y hombre.

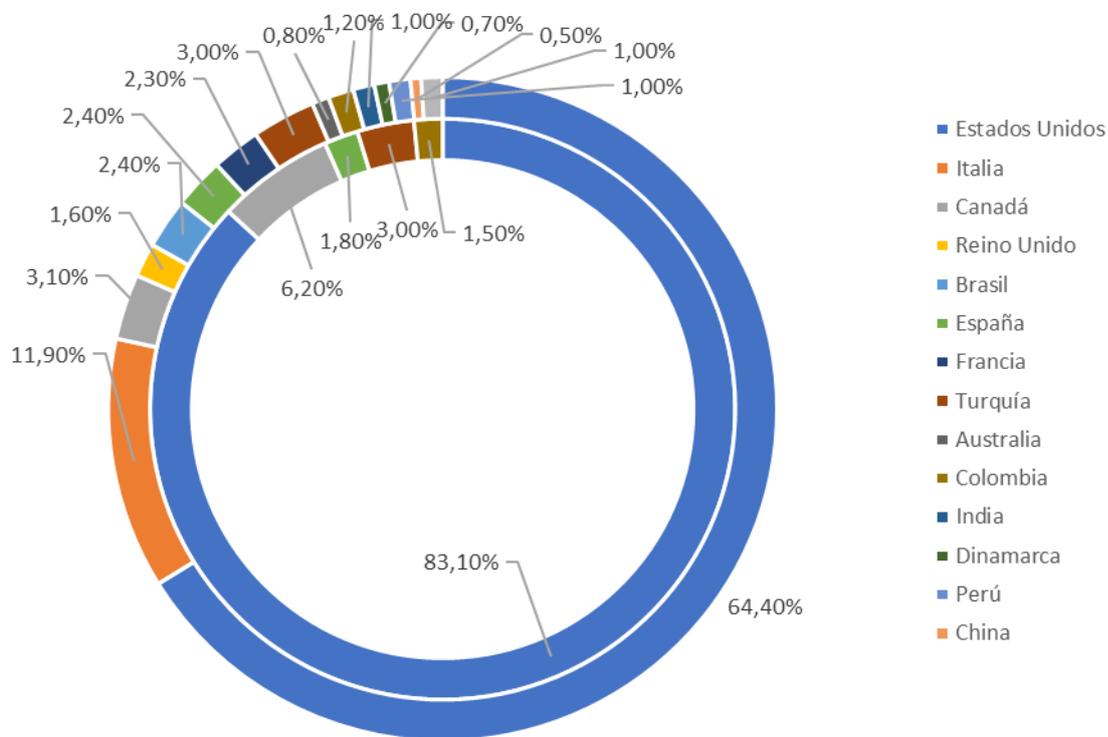
2.2 Participación internacional

Del total de empresas que estuvieron presentes en Coterie, las estadounidenses eran las más abundantes, pero también hubo una elevada presencia de marcas europeas, asiáticas e hispanoamericanas. La mayoría de las empresas se dedican al sector de la confección, aunque también había marcas de accesorios y de calzado (que cuentan con su propio espacio de exposición dentro de la feria).

A continuación, se ofrece un gráfico con la procedencia de los países participantes en el evento:

FIGURA 2: PROCEDENCIA DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES

COTERIE (anillo exterior) y MAGIC (anillo interior)



2.3 Participación española

Veintiséis empresas españolas participaron en el evento. Algunas de ellas asistieron a la feria en el marco de la participación agrupada con apoyo de FICE (Federación de Industrias del Calzado Español) o de AEGP (Asociación Española del Género de Punto).

A continuación, las encontramos clasificadas por categoría, feria y número de stand dentro del evento:

FIGURA 3: EMPRESAS ESPAÑOLAS EXPOSITORAS EN COTERIE Y MAGIC

Nombre, categoría, número de stand y feria en la que participaron

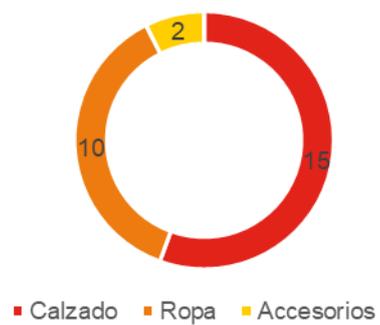
Empresa	Categoría	Nº de stand	Feria
Amambaih	Calzado	5514	COTERIE
Chie Mihara	Calzado	5413	COTERIE
Flabelus	Calzado	5209	COTERIE
Homers	Calzado	5313	COTERIE
Lola Cruz	Calzado	5106	COTERIE
Lola&Lo	Calzado	5207	COTERIE
Paloma Barceló	Calzado	5302	COTERIE
Pretty Ballerinas	Calzado	5512	COTERIE
Paula Urban	Calzado	920	MAGIC
Pedro Antón	Calzado	920	MAGIC
Pons Quintana	Calzado	920	MAGIC
Toral	Calzado	5304	COTERIE
Pla	Calzado	5516	COTERIE
Victoria	Calzado	934	MAGIC
Soruka	Calzado y accesorios	618	MAGIC
Santacana Madrid	Accesorios	5265	COTERIE
Aldomartins	Confección	6335	COTERIE
Ams Pure	Confección	6335	COTERIE
Bariloche-Tinta	Confección	7559	COTERIE
Compañía Fantástica	Confección	7658	COTERIE

Maison Hotel	Confección	6559	COTERIE
Masavi	Confección	6241	COTERIE
T.ba	Confección	6258	COTERIE
Vilagallo	Confección	6440	COTERIE
Wild Pony	Confección	7661	COTERIE
Q2	Confección	1311	MAGIC

Además, se muestra abajo un gráfico circular que ilustra en qué proporción estaban repartidas sectorialmente las empresas arriba mencionadas.

FIGURA 4: CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EXPOSITORAS

Por sector



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

3. Tendencias y novedades presentadas

Courtney Bradarich, vicepresidenta de COTERIE, afirma que durante esta edición se ha mejorado la sección *Edit*. Dicha sección expone una increíble variedad de colecciones internacionales cuidadosamente seleccionadas por el equipo organizador y que durante esta edición albergó marcas como Colombo, Moo, Woolrich, Meimei, MicheleLopriore, Seventy Venezia, Fedeli, European Culture, T Milano y HNST.

La organización se ha asegurado de que la selección de marcas expositoras sea de primer nivel. En conjunto, COTERIE contó con **una sólida línea de marcas internacionales** (alrededor del 30% eran marcas internacionales) procedentes de Corea, Italia, Francia o España, tales como *Maxime Simoens, Asepsi, Maiami, Tara Jarmon, SUNCOO Paris, Serpui, SAND Copenhagen* o CeliaB.

Además, como novedad a destacar, **la presente edición ha introducido un nuevo espacio** centrado en una cartera de diseñadores que representan la “nueva era de COTERIE”. Este espacio, llamado *GALLERY*, exhibió a numerosos diseñadores altamente aclamados por poseer puntos de vista exigentes y perspicaces, tales como Simon Miller, Lelet NY, Naya Rea, Jennifer Fisher Jewelry, Reike Nen, Haus Label, Mozhdéh Matin, 3JUN o Jason Wu Handbags, entre otros. Los organizadores definen *GALLERY* como un nuevo concepto que ofrece un escaparate centrado en el intercambio de perspectivas dentro una comunidad de diseñadores con ideas afines, cuyo propósito es nutrir y promover las oportunidades para toda una selección de diseñadores destacados.

Karina Trofimova, propietaria de Haus Agency y Haus Label, expresa ante los medios su emoción ante la celebración de COTERIE. Afirma que cree firmemente en el poder de la comunidad y la colaboración. Asegura confiar plenamente en el conocimiento comercial del equipo de COTERIE junto con su habilidad para captar el talento emergente para dar como resultado un evento muy especial.

Entre los elementos que marcaron el carácter diferenciador del evento destacan **la sostenibilidad y la experiencia tecnológica inmersiva**; esta última a través de una colaboración con *Arcadia Earth*, que puso a disposición de los asistentes soluciones concretas que tenían como objetivo alcanzar ejemplos modelo de economías circulares en la industria de la moda. Esta actividad se llevó a cabo a través de unos dispositivos interactivos de realidad aumentada cuya pantalla guiaba a los asistentes a través de las 6 etapas de la circularidad: priorizar el uso de telas sostenibles, crear para durar, cuidar el proceso productivo, acercarse al comercio minorista de manera diferente, reutilizar, reparar, rehacer y reciclar.

Adicionalmente, se celebraron diversos seminarios especializados, entre los que destacaron los siguientes:

- **Material Innovations that Matter**, presentado por Valentino Vettorri, fundador de *Arcadia Earth*. Durante esta sesión se volvió a poner el foco en la sostenibilidad y la exhaustiva revisión de los procesos productivos.
- **Fashions Next Wave Driving Circularity**, sesión desarrollada por las ponentes Lucie Brigham, directora de la Oficina de las Naciones Unidas para las Asociaciones, Karla Magruder, fundadora de Accelerating Circularity y Constanza Gomez, cofundadora de Sortile. Se destacaron los cambios más modernos que han transformado las prácticas comerciales tradicionales y que han dado paso a procesos económicos alternativos.

- **Celebrating Black Figures in Fashion**, presentada por *The Daily Front Row*, y en el que se destacaba la figura de personas africanas o afrodescendiente y su contribución al mundo de la moda y el diseño.

Cada actividad del evento se centró en los pilares integrales que definen COTERIE: **la comunidad, la inclusividad, la sostenibilidad, la tecnología**, y cómo estos conceptos se entrelazan con la moda.

4. Valoración

COTERIE y MAGIC se han convertido en las ferias de moda más grandes de la ciudad de Nueva York y la edición de septiembre tiene lugar paralelamente con otras actividades que se celebran con motivo de la semana de la moda de la ciudad.

Las empresas suelen acabar satisfechas con el resultado de su participación. De hecho, por norma general, **aproximadamente el 80% de las empresas españolas que participaron en ediciones anteriores repiten**. Se trata de un evento que otorga muchísima visibilidad a los participantes, pues es un acontecimiento de tracción nacional en el calendario de compras de los diseñadores de moda de toda Norteamérica. A esta feria asisten compradores de todo tipo: desde minoristas que compran para sus boutiques situadas en medianas y pequeñas ciudades hasta grandes distribuidores. No obstante, en el caso de las empresas que ofrecen productos para subsegmentos muy específicos, se recomienda localizar y concertar citas a potenciales compradores que vayan a asistir presencialmente al evento, pues la oferta de producto y su heterogeneidad es tal que, por lo general, dichos potenciales compradores no pasarán de forma casual frente al stand. A empresas que aún no cuenten con una presencia sólida en EE. UU., o no cuenten con un canal de distribución en el país, se les recomienda la participación en ferias cuyo coste de participación no sea tan elevado y la oferta de producto tan abundante.

Los compradores son, en su mayoría, estadounidenses. **Suelen estar localizados en la región Este de Estados Unidos** (Massachusetts, New Jersey, Florida, etc.) y gran cantidad de empresas acuden a esta feria para afianzar y fidelizar a toda su clientela de esta región. Aun con ello, se ha de tener en cuenta que COTERIE + MAGIC no es una feria regional, sino el probablemente mayor evento de moda celebrado a nivel nacional, por lo que también viajarán profesionales desde otras regiones, principalmente California. COTERIE se enfoca en marcas contemporáneas y premium, pues la mayoría de las marcas se sitúan en un **segmento de precio medio y alto** y MAGIC presenta marcas cuyos precios se acercan más a los **precios medios o del mercado masivo**. Por lo tanto, es fundamental que el producto ofertado por las empresas encaje con el público americano y, además, se encuentre en una localización adecuada dentro de la feria. **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

El evento estuvo marcado por una preocupación generalizada derivada del **aumento repentino de los precios de los fletes de transporte** que se ha vivido recientemente en ferias como *Atlanta Shoe Market* o *Micam*, a pesar de que dichos precios parecían estar empezando a estabilizarse.

Sin embargo, la responsable de ventas globales de Cougar Shoes, Janelle LeBlanc, señala que el poder adquisitivo sigue siendo alto a pesar de la incertidumbre sobre los inicios de una posible recesión, y que, en la mayoría de los casos, las tarifas de flete se han nivelado, lo que nos ha ofrecido la capacidad de mitigar costos sin la necesidad de trasladar esta subida de precios a los clientes finales.

LeBlanc expresa que, en el caso específico de su marca, **su principal problema han sido irregularidades en la cadena de suministro** sufridas en los últimos años, y el hecho de estar enfrentándose a **un invierno excesivamente templado**. Señala que han estado vendiendo bien sus productos pensados para lluvia, pero no tanto las prendas pensadas para pleno invierno.

En contraposición a esto, los problemas de inventario que afectan a las marcas de calzado más grandes representan una oportunidad para las marcas más pequeñas, como la empresa de calzado con sede en Queens, Lilith NYC. Su representante de ventas, Sarah Sukumaran, afirmó ante el medio *Footwear News* que muchos minoristas están buscando marcas independientes para llenar sus estantes con nuevos productos esta temporada, con lo que estos problemas de suministro son una buena noticia para ellos.

Algo similar ocurre con la marca española de zapatos Victoria. Si bien la marca no ha informado de ningún problema de abastecimiento o relativa a los envíos, sí que aprecia un gran interés por parte de los compradores. Juan Sevilla, agente de ventas internacionales para la marca, afirma que han abierto multitud de nuevos clientes desde que empezó a trabajar en el evento de Nueva York estas últimas semanas.

En cuanto a la impresión obtenida por los organizadores de la feria, Kelly Helfman, presidenta de *Informa Markets Fashion*, expresó que **el ambiente general en la feria fue optimista**. Durante su entrevista con *Footwear News* afirma: “Por supuesto, todos somos realistas con lo que está sucediendo con la economía en este momento, pero en general la gente está emocionada de regresar a este tipo de eventos tras la pandemia y está aprendiendo nuevas formas de gestionar su negocio para adaptarla a los tiempos”.

Merece la pena destacar que, durante esta entrevista, Helfman hizo notar que **los compradores han cambiado la forma en la que adquieren producto**. Asegura que ha recibido información de multitud de marcas que afirmaban que los responsables de compra de las grandes distribuidoras ya **no realizan pedidos por cantidades tan considerables como antes**, sino que se mantienen en un plano más conservador; ello también está llevando a los vendedores a modificar sus estrategias de ventas hacia una mayor diversificación de su negocio, buscando flujos que proporcionen ingresos adicionales como alternativa a los grandes distribuidores.

5. Recomendaciones

Las empresas 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 sólo 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 oficial del evento.

Se ofrece a continuación una relación de las ferias más destacadas y/o populares del sector:

FIGURA 5: FERIAS RELACIONADAS CON EL SECTOR

Nombre de la feria	Localización	Ediciones al año	Próxima edición	Web
Designers and Agents NY	Starrett-Lehigh Building, Nueva York	1	17,18 y 19 de septiembre de 2023	https://designersandagents.com/
Coterie NY	Javits Convention Center, Nueva York	2	19, 20 y 21 de septiembre de 2023	https://coteriefashionevents.com/
MAGIC NY	Javits Convention Centre, New York	2	19, 20 y 21 de septiembre de 2023	https://coteriefashionevents.com/

Designers and Agents LA	New Mart Building, LA	2	9, 10 y 11 de octubre de 2023	https://designersandagents.com/
JCK LAS VEGAS	The Venetian Hotel, Las Vegas	1	2, 3, 4 y 5 de junio de 2023	https://lasvegas.jckonline.com/
Dallas Apparel & Accessories Market	Dallas Market Centre	5	21, 22, 23 y 24 de marzo de 2023	https://dallasmarketcenter.com/

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)

COTERIE + MAGIC NEW YORK

Javits Center 445 11th Avenue
New York, NY 10001
Web:
<https://www.coteriefashionevents.com/ny/en/home.html> <https://www.magicfashionevents.com/ny/en/home.html>

6.2 Planos de la feria

PLANO COTERIE



PLANO MAGIC



LEVEL 1

6.3 Fotografías de la feria

Cartel de entrada a COTERIE



Estands de algunas marcas españolas expositoras en el evento COTERIE+MAGIC





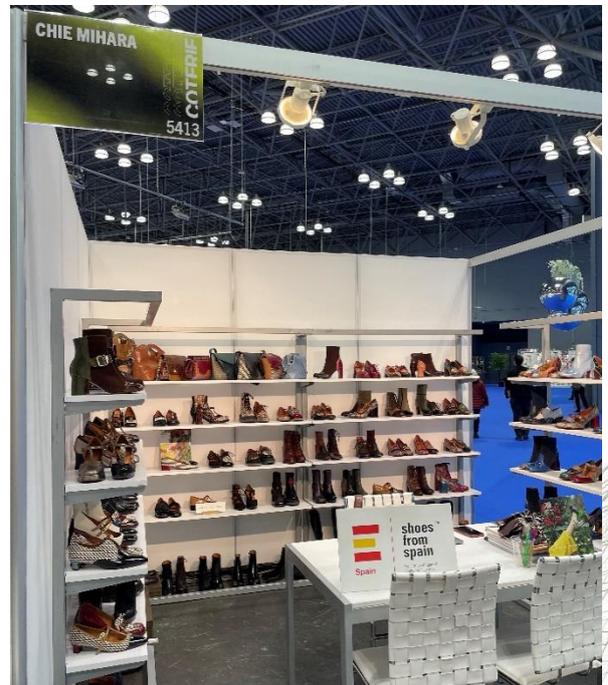
Estand de Lola&LO



Estand de Paloma Barceló



Estand de Soruka



Estand de Chie Mihara

