

¡FELIZ AÑO NUEVO!

Querido Lector,

Esta es una edición muy especial. Damos a conocer tendencias importantes avanzándonos a la temporada, mostramos tiendas maravillosas que inspirarán tu creatividad sobre cómo actualizar y mejorar la tuya, y hemos incluido un especial extenso sobre Footwear. Sin embargo, no es esto lo que hace esta edición tan especial, ya que nos hemos preocupado en traer todos estos temas durante más de una década. Lo que hace tan especial esta edición es el hecho que estamos orgullosos de ser socios mediáticos de **WeAr London Select**, un nuevo y revolucionario trade show B2B de moda y calzado, teniendo lugar del 9 al 10 de enero en el icónico Old Billingsgate en Londres. (www.wearselectlondon.com).

La visión del show es conectar marcas con minoristas de manera innovadora. Marcas cuidadosamente seleccionadas que mostrarán un máximo de 35 prendas clave en un espacio de stands abiertos, para permitir a los compradores ver de golpe su ADN. De esta manera, los compradores podrán finalmente encontrar marcas nuevas e interesantes de todo el mundo sin tener que revisar miles de marcas en extensas superficies, mostrando cada una de ellas cientos de artículos.

Mientras que el objetivo de muchos organizadores de este tipo de eventos es vender tanto espacio como sea posible, nuestro énfasis se centra en servir a la industria con la visión innovadora de WeAr Select, ya que nos gusta el lema "menos es más". Es por eso que se podrá encontrar información y primeras impresiones sobre el único evento en este formato. Por supuesto, otros formatos como Pitti Uomo, Premium, Tranoi o Coterie, por nombrar algunos, son eventos de asistencia obligatoria para cada profesional y por eso los recomendamos. Tenemos muchas ganas de ver qué encontraremos y ver qué nos traerá la nueva temporada.

Una cosa es cierta: a pesar de las numerosas quejas de la industria sobre estos tiempos difíciles, debido a Zara y similares, existen muchos ejemplos de marcas y minoristas altamente rentables en todos los países. Consiste en una visión: creatividad real, un producto único, amor por el detalle y moda en general y, comunicar estos valores al consumidor. Con esta edición, intentamos ayudar a informar sobre esos valores a nivel global tanto a minoristas como a marcas.

La moda no morirá nunca, la gente siempre intentará expresarse y ser felices destinando dinero en ello. Actualmente las posibilidades no son locales sino globales. Nuestra industria es divertida y contiene grandes oportunidades para los valientes y trabajadores, pero no para los que siguen la corriente o son poco profesionales.

Déjanos conocer tu visión y concepto de éxito y nos encantará compartirlo con nuestra familia – tú y nuestros lectores.

Disfruta de la lectura y os deseamos un feliz y próspero año nuevo.

Cordialmente,
Klaus Vogel
Editor y publicador