



Director:

Juan Pérez Fdez.

Secretaría:

Concepción Masnou

Colaboradores

Félix Balbas

F. Martí

Ana Villo

Jordi Gimenez

Fotografías:

J. Pérez Fernandez

Publicidad

Juan Pérez

Conxita Masnou

Redacción

Publicidad, Dpto. Comercial
y Administración:

SISMESU S.L.



Vizcaya 372, 5º2ª, esc. izq.
08027 Barcelona (Spain)

Telf. 93 487 73 71

Fax 93 488 24 71

e-mail: decero@ono.com

www.noticiasdeelcalzado.com

Edita: Decero Publicitaria S.L.

D.L.B. 7.433/1985
Printed in Spain

EL PIE MAS DELICADO

El calzado es una pieza importante en el vestuario del niño, cumpliendo diferentes funciones en su etapa de crecimiento, por eso es importante saber elegir el calzado adecuado en cada una de esas etapas, acudiendo ante cualquier duda al consejo de su pediatra.

El pie del lactante de 6 a 8 meses debe permanecer descalzo a fin de desarrollar la sensibilidad de ese pequeño pie, cumpliendo el calzado simplemente la función de abrigo siendo en todo caso del tipo de zapato guante, debiendo ser muy flexible en todos los sentidos y de tamaño suficiente para no presionar ninguna parte del pie, sin suela ni contrafuerte, pudiendo simplemente ser sustituido por unos calcetines o unos patucos cuyos cordones no presionen los tobillos del bebé.

Al inicio del gateo el niño necesita un calzado que le proteja del frío y de los golpes y rozaduras. La suela debe ser flexible de unos 3 mm de grosor con protecciones o refuerzos en talón y en la puntera para la protección de las uñas.

Cuando el niño empieza a andar, las suelas del calzado deben ser flexibles y que se adapten a la planta del pie al caminar, con firmes contrafuertes laterales, el calzado debe ser ligero dejando libre el tobillo para una mejor movilidad de la articulación, debiendo ser de material poroso para permitir la transpiración y evaporación de la humedad.

Los zapatos deben ser planos, las suelas con talón elevado tienden a forzar el arco del pie, los zapatos no deben estrecharse en la punta del pie sino tener una forma cadangular, con espacio suficiente para que los dedos no estén apretados, la adherencia de la suela debe ser la justa que evite resbalones pero que no frene el pie, el calzado debe ser siempre ligero, de abrigo en invierno y fresco en verano, siendo mejor que el calzado sea siempre algo más holgado que ajustado. El niño empieza a apreciar formas y colores, por lo que el calzado debe ser de apariencia vistosa y agradable. Es aconsejable cambiar los zapatos antes de que los dedos hagan presión contra la puntera, siendo esto necesario en los primeros meses de vida, cada 1 ó 2 meses.

MAS DE 150 MILLONES DE PERSONAS EN EL MUNDO CALZARON ZAPATOS ESPAÑOLES

Las exportaciones de calzado español en el 2014 han alcanzado la cifra record de 2.640,5 millones de euros (154,2 millones de pares), estos datos representan un aumento del 17% en valor y del 14% en pares respecto a 2013. El precio medio de exportación aumento un 2,2%.

La UE es el principal comprador de calzado español, con un crecimiento del 20% en valor y un 16 % en volumen Francia, Italia, Alemania, Reino Unido y Portugal encabezan el listado de los principales destinos, de un total cercano a los 180 países Las exportaciones a destinos extracomunitarios, 24% del total aumentaron un 8% en valor, destacando el crecimiento registrado en Estados Unidos y Asia (Japón, China, Corea del Sur o Hong Kong). Por el contrario, se resienten las ventas a Rusia, debido en gran medida a la devaluación del rublo, a la bajada de precios de las materias primas y al conflicto político.

Las exportaciones a los países del continente Europeo representan el 81% de la exportación total en términos de valor y aumentan un 18%. El 9% de la exportación de calzado se dirige al continente Americano con un aumento del 9%. Asia supone el 7% del total y presenta una tasa de crecimiento en valor del 10%. Teniendo en cuenta que Asia representa el 60% de la población mundial, es importante seguir reforzando la presencia española en esta área del mundo con gran potencial de crecimiento.

Las ventas a África representan un 2% del total, con un crecimiento del 18%, y por último el 1% de las exportaciones se dirigen a países de Oceanía, con un crecimiento del 23%.

Este incremento interanual del 2,5% es superior al registrado por la zona euro en su conjunto (+1,8%) y por la Unión Europea (+1,3%). Entre las principales economías de la Unión Europea crecieron también las exportaciones de Alemania (3,9%) e Italia (2,0%), mientras que cayeron las de Francia (-0,2%) y las de Reino Unido (-11,1%). Fuera de la Unión Europea, las exportaciones de los Estados Unidos aumentaron un 2,8% interanual y las de Japón un 4,8%.

Por último indicar que la industria italiana del calzado presenta en 2014 un crecimiento del 3% en valor con una caída del 1,4% en pares.

El sector presenta un superávit comercial de 230,6 millones de euros.

Las empresas continúan realizando un gran esfuerzo en contención de precios y ajustando márgenes para seguir ofreciendo en los mercados internacionales un producto altamente competitivo de máxima calidad y diseño.

Por mercados:

- Francia, con el 22% de la cuota total de exportación, lidera el ranking de destinos del calzado español con 577 millones de euros por 34,3 millones de pares. Es un dato impactante para un país de 66 millones de habitantes. Las exportaciones presentan un comportamiento muy positivo con unos crecimientos del 21% en valor y del 13% en pares.

- Italia, segundo comprador de calzado español, las exportaciones han crecido un 13% en valor (265 millones €) y un 24% en volumen (19 millones de pares).

- En Alemania, tercer mercado, las exportaciones han crecido un 13,5% en valor (235 millones €) y un 3,2% en volumen (11 millones de pares). Es importante señalar que el precio medio de exportación a este mercado aumenta un 10%.

- En cuarto lugar se sitúa el Reino Unido donde las exportaciones crecen significativamente en un 19% tanto en pares (8 millones) como en valor (204 millones €).

- Descienden las ventas a Portugal (-0,4% en valor y -13% en pares).

- Estados Unidos. Primer destino de nuestras exportaciones fuera de la UE y sexto en el ranking mundial, presenta un aumento del 13% en valor (145 millones €) y del 7% en pares (3,5 millones de pares). El precio medio de exportación es el segundo más elevado con 41,7€/par.

Canadá también presenta un buen crecimiento del 13% tanto en volumen como en valor.

- Las ventas a Bélgica, séptimo comprador, reflejan también un fuerte aumento (40% en valor y 22% en pares) con 121 millones de euros y 5,6 millones de pares.

- Los Países Bajos, octavo mercado, presentan un comportamiento alcista con crecimientos del 27% en volumen (2,6 millones de pares) y 12% en valor (64 millones €).

- Polonia se sitúa en novena posición, con fuertes crecimientos del 53% en valor (62 millones €) y 44% en volumen (3,6 millones de pares).

- Llama también la atención el crecimiento de las exportaciones a Grecia, décimo comprador de calzado español (+24% en valor y +12% en pares).

- En Japón, primer país comprador de calzado español en Asia (y onceavo a nivel mundial), las exportaciones continúan creciendo (30% en volumen y 8% en valor).

- México ocupa el puesto doce. Las exportaciones aumentan un 4% tanto en pares como en valor.

- China se sitúa ya en el puesto número trece del ranking (40 millones €) con unos incrementos del 15% en pares y 8% en valor. Sigue destacando el alto valor del precio medio de exportación a este mercado (36,4€/par).

- Rusia cae al puesto catorce del ranking. Después de varios años de fuerte crecimiento, se constata un cambio de tendencia. Las exportaciones sólo suben un 2,6% en pares y caen un 5,5% en valor. Preocupa la devaluación del rublo, la caída de precios de materias primas y la situación política en este país.

- Mercados emergentes. Se han registrado aumentos de las exportaciones en valor en:

- o Oriente Próximo: Emiratos Árabes (+10%), Israel (+24%) o Kuwait (+15%).
- o Extremo Oriente: Corea del Sur (+48%), Hong Kong (+20%) o Taiwán (+19%) o Sudamérica: Colombia (+22%)

- Las exportaciones a la UE (28 miembros) representan el 76% del total de la facturación exterior.

Las exportaciones durante 2014 han ascendido a 120 millones de pares por valor de 2.015 millones de euros.

Estos datos representan unos crecimientos del 16% en pares y del 20% en valor. Tasas de crecimiento superiores al resto de países extracomunitarios.

PITTI IMMAGINE BIMBO^{80ª}

Pitti i Bimbo 80 envía señales de confianza para la moda infantil.

La 80ª edición de Pitti Bimbo (Florence, 22-24 enero de 2015) cerró sus puertas en la Fortezza da Basso en medio de un sentimiento generalizado de satisfacción, por la calidad de los compradores y por las colecciones presentadas por las 450 marcas verdaderas estrellas del espectáculo.

Las cifras de asistencia finales nos dicen que 4.300 compradores italianos llegaron a Pitti Bimbo, sólo un poco menos de 4.500 en la última edición de invierno. Señal importante, ya que viene junto con un repunte del gasto interno para la ropa de los niños que habían sido disminuyendo durante varias temporadas, hubo un ligero descenso, un total de 2.400 compradores procedían del extranjero en comparación con 2700 hace un año. La mayor parte de esto se puede atribuir a la caída de más del 40% en el número de compradores rusos, y un menor número de compradores procedentes de Ucrania. Disminuciones considerables y previsibles fueron parcialmente compensadas por la positiva evolución de las partes de Turquía (+ 13%) - ahora en el tercer lugar entre los mercados clave - por el Japón (+ 14% en el número de minoristas), China (+ 24%), Grecia (+ 16%), Hong Kong (+ 45%), Emiratos Arabes (+40% Libano (+ 32%) y de la mayor parte del Oriente Medio y de la India (que duplicó su número de compradores); y por supuesto, las cifras confirman que Francia, Estados Unidos y Corea del Sur siguen siendo y siempre mercados clave.

En general, aproximadamente 6.700 compradores (en comparación con los casi 7.200 en la pasada edición de invierno) llegaron a la feria, y el número total de visitantes alcanzó un máximo de 10.000.

La próxima cita con 81ª Pitti Bimbo será el 25-27 de junio 2015



FANNICE



PHILIPP PLEN



BRANDJAM



FUNFUN



ILGUFO



YCLU



ILGUFO



FUNFUN



SARABANDA



PITTI
IMMAGINE
BIMBO

FUNFUN



YCLU



PHILIPP PLEIN



MISSGRANT



YCLU



FUNFUN



SARABANDA

PITTI
IMMAGINE
BIMBO



YCLU



FUNFUN



ILGUFO



YCLU



SARABANDA



YCLU



PHILIPP PLEIN



YCLU



YCLU

PITTI
IMMAGINE
BIMBO



YCLU



SARABANDA



ILGUFO

theMICAM , cerró su edición de febrero con un registró de 32.112 visitantes, de ellos 15.697 extranjeros, con la participación de 1.516 expositores 629 de ellos de países extranjeros que presentaron las tendencias de moda para la temporada otoño/invierno 2015/16.

El salón mostró una vez más su capacidad de atraer a los operadores internacionales y ser un acontecimiento importante para el calzado tendencias de la moda. Se consiguieron señales positivas de los compradores italianos que visitaron el evento para finalizar sus contratos superando su asistencia a los de países extranjeros cosa que desde septiembre del 2011 no había ocurrido La situación del mercados ruso en grandes dificultades, llevó a un fuerte caída de visitantes rusos y ucranianos, reduciendose casi a la mitad.

Importante la presencia delegaciones procedentes del sudeste asiático y aumento de visitantes procedentes de España (país que se confirma en el primer lugar entre los visitantes del evento) y Portugal .

Además de la dificultad de algunos mercados internacionales, sin duda, el evento se vio afectada por algunas superposiciones y cambio de las fechas de otros eventos de moda.

theMICAM trabajará en sinergia con las otras ferias y eventos importantes de la moda para armonizar la calendario internacional.

La cita con la próxima edición de theMICAM es del 1 al 4 de septiembre de 2015.

theMICAM



PRIMIGI



MOSCHINO



NENS

NATURINO





IGICO



DECHICS



NATURINO



IGICO



NENS

TITANITOS



FIMI OCUPA EL 100% DE SU SUPERFICIE EXPOSITIVA

La Feria Internacional de la Moda Infantil y Juvenil celebró su 80ª edición, del 17 al 19 de Febrero, mejorando las expectativas mas exigentes.

El certamen pionero y único internacional que se celebra en España es hoy una plataforma referente a nivel internacional donde se dan a conocer las últimas tendencias de la moda infantil



Un total de 370 marcas procedentes de 20 países presentaron su oferta comercial donde el sector del calzado infantil tuvo una selecta representación con firmas como OcaLoca, Xti kids, Lois, Mayoral, Conguitos, Leon Shoes, Tinny, Lealelo, 3Pommes, Art, Bobux, Agilis, Chipie, Catimini, y El Naturalista entre otras.

FIMI se perfila como una plataforma de negocio y moda abierta a todas aquellas empresas –grandes y pequeñas– relacionadas con el universo de la infancia, centrada

en moda infantil, calzado y complementos. La convocatoria cambió sus fechas de celebración y abrió sus puertas del sábado 17 al lunes 19 de enero en el recinto ferial de la Casa de Campo de Madrid. Un cambio

de fechas que ha convertido a FIMI en la primera cita del circuito internacional de ferias de moda infantil.

BOBUX



LOIS



TINNY



BOBUX



BOBUX



3 POMMES



LOIS





LOIS



ART



LEALELO

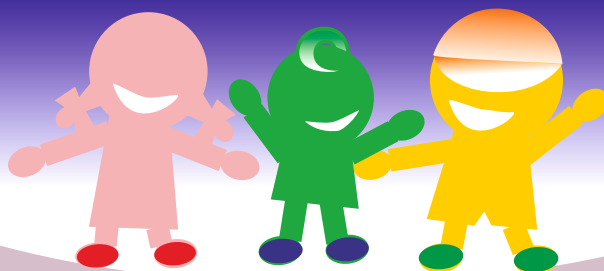


EL NATURALISTA



LEALELO

COLECCIONES OTOÑO-INVIERNO 15/16



MEDITERRANI FASHION
KIDS



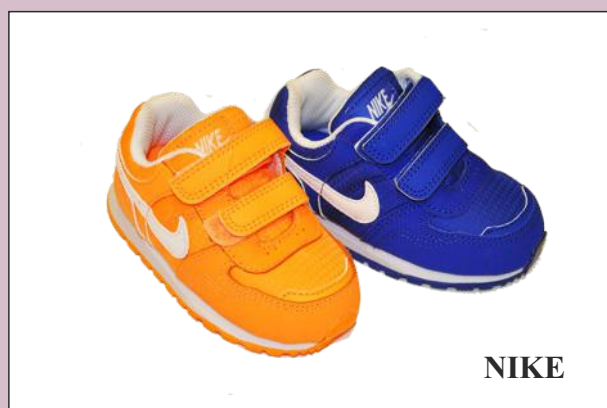
TIMBERLAD



GARVALIN



ARANCHA



NIKE

**Selección de calzado infantil y juvenil
para la temporada otoño/invierno 15/16,
presentada en Mediterrani Fashión Kids
por las mejores
firmas de calzado infantil**



KICKERS



GIOSEPPO



FILA



TWINKIE



MEDITERRANI FASHION
KIDS

FILA





UNISA



GIOSEPPO



BOBUX



PRIMIGI



CONVERSE

MEDITERRANI FASHION
KIDS

GIOSEPPO





PUCHITOS



SUPERGA



JOMA



TITANITOS



OCA LOCA



CHICCO



VICTORIA



TITANITOS



SKECHERS



JOMA



CHICCO



EB



LEVI'S



GARVALIN

83^a

**EXPORIVASC
HUH**

**Cierre con
aprobado la
edición de enero
2015**

Exporiva tiene su ADN dedicada a los mercados internacionales y su posición en el calendario ferial, es ideal especialmente para los compradores de grandes cadenas, así de los 1.331 expositores 984 fueron extranjeros, ocupando un área de exposición de 32.500 m², donde presentaron sus colecciones para la temporada otoño-invierno 15/16, recibiendo la visita de 12.552 profesionales, ligeramente inferior a la anterior edición. Pudimos apreciar una moderada y llevadera moda para la mujer, bastante sobria en general con un importante retorno a la clásica bota estilo casual y ecuestre, para el hombre tonos oscuros y estilo clásico, en el calzado junior estilos muy cómodos y deportivos de colorido moderado. La próxima edición de Exporivaschuh será del 13 al 16 de junio del 2015

exporivaschuh



ZAPY

DECHICS



DECHICS



ZAPY



DECHICS



DECHICS



HIJAP-INNOVA



CAÓTICO



Propuesta divertida y experimental. Diseño activista: reacción contra las estructuras sociales, políticas y ambientales. Cultura callejera y fusión global. Reutilización, re apropiación y ensamblaje para contrarrestar la cultura derrochadora. Una tendencia energética, apasionada, rebelde y exuberante.

Pieles comprometidas con la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente. Reciclaje. Nobucks y serrajes. Pielles blandas o terciadas. Mate y brillo. Tactos cálidos y fríos. Pelo sintético. Importancia del relieve y los estampados inspirados en las subculturas urbanas. Tejidos que combinan diversos tipos de hilo. Contrastes bicolor. Multitexturas. Punto a escala gigante. Técnicos deportivos que se mezclan con clásicos como el tartán o se tricotan con la lana. Lurex y jeans. Jacquard y vinilo. Piezas artísticas y divertidas. Experimentales, sostenibles y exuberantes. Inspiración urbana. Cultura callejera. Fusión y ensamblaje. Caos controlado. Mezclas extrañas de materias. Cierres de estilo deportivo. velcros, hebillas, cremalleras, elásticos y anillas. Cordones gruesos multitextura. Broches surrealistas.

14-0232TPX

13-4304TPX

17-1464TPX

13-2807TPX

18-1661TPX

16-3916TPX

19-1106TPX

18-3932TPX

18-5642TPX

17-2624TPX



PRIMARIO



Invierno helado, silencioso y tranquilo. Paisajes primarios. Mundo natural modificado. Seres híbridos. El hombre imita la naturaleza para crear un entorno tecno natural. Espíritu minimalista, puro y simple. Calidez y protección. Nómadas modernos.

Pieles bombeadas y flexibles. Cueros con flor graneada y acabado glossy. Tactos ásperos y craquelados. Superficies arrugadas. Opacidad y pastosidad. Perlados y transparencias. Antes. Superficies 3D que imitan a la naturaleza. Materiales doble cara. Pelo largo rizado. Tejidos cálidos y confortables. Mouton y lanas. El mundo natural es fuente de inspiración para las formas y materias de esta tendencia. Piezas simples, primarias, de una imperfección estudiada. Minerales, maderas, conchas y huesos. Cerámica, pasta vítrea y rocas volcánicas. Metal y espejo. Cristal y plástico. Adornos funcionales que se integran en el diseño mimetizándose o contrastando brutalmente. Placas y anillas. Cremalleras y hebillas.

11-0602TPX

13-3804TPX

14-4103TPX

16-5112TPX

13-1106TPX

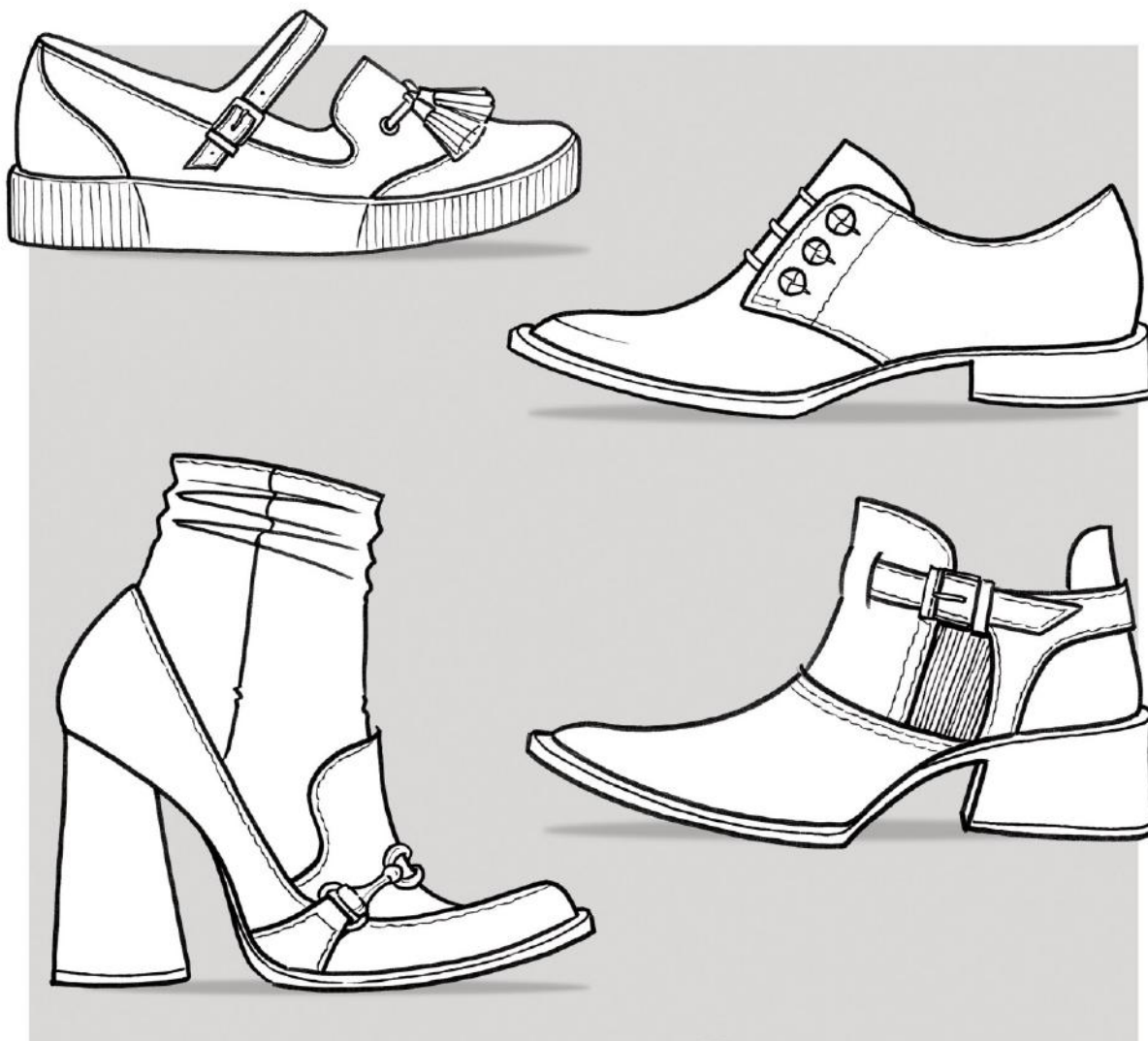
15-1516TPX

16-1407TPX

17-1417TPX

17-1500TPX

19-0712TPX



AUTÉNTICO



Ahora y antes. Lo clásico es moderno. Resurgimiento de la sastrería. Nueva generación de artesanos que mezcla tradición e innovación. Elegancia inquietante. Lo cotidiano se hace chic. Pasado con ritmo contemporáneo. Simplicidad lujosa y funcionalismo precioso.

Pieles con acabados vintage. Efectos naturales de limpiar y frotar con un paño. Encerados. Cuero vegetal y acabado anilina. Trenzados y perforados láser. Boxcalf y napas. Beceros y cabras. Tejidos clásicos de sastrería reinterpretados para conseguir una visión urbana y contemporánea. Tweeds y fieltros. Pañería inglesa. Tejidos compactos. Revisar la tradición con una visión contemporánea. Líneas simples y elegantes. Accesorios robustos y minimalistas. Hacer extraordinario lo cotidiano. Espíritu dandy. Funcionalismo precioso. Corchetes, hebillas, botones y estribos. Cuero, madera, baquelita, acero, hierro y cobre. Acabados lacados, superficies cromadas y pátinas que imprimen un carácter noble y clásico a los adornos.

14-0232TPX

13-3802TPX

14-1050TPX

11-4802TPX

12-0740TPX

18-1561TPX

18-2120TPX

19-0303TPX

19-3847TPX

19-1213TPX



MAGNÍFICO



Lujo oscuro y decadente llevado al exceso. Glamour tribal y urbano. Un caos intrincado, sobrecargado y brillante. Universo decorativo con destellos punk. Mezcla de influencias y combinaciones inesperadas (oriente, barroco, romanticismo y renacimiento) impregnadas por un espíritu cosmopolita y moderno.

Materiales lujosos y opulentos. Pielés lustrosas. Brillos oscuros. Oxidaciones. Charoles iridiscentes. Reflejos y destellos. Metalizados cobre u oro. Acabados barnizados o lacados. Relieves y grabados. Cabras, becerros, tafiletes y boxcalfs. Antes. Pelo de pony. Plumas. Tejidos barrocos. Denim couture. Efectos armadura o escama con plumas o lentejuelas. Tejidos joya. Seda, raso, terciopelo y lamé. Jacquards y tejidos tapiceros. Encaje y tul. Bordados. Los cuentos de hadas inspiran formas intrincadas, decoraciones maximalistas y acumulaciones de elementos dispares, creando piezas barrocas, caóticas y modernas. Influencias orientales, medievales, bizantinas y románticas. Piedras preciosas, accesorios brillantes, bordados vegetales, broches 3D, cadenas y botones joya. Hebillas XXL. Llaves antiguas.

14-0232TPX

13-3802TPX

14-1050TPX

11-4802TPX

12-0740TPX

18-1561TPX

18-2120TPX

19-0303TPX

19-3847TPX

19-1213TPX