FASHION TREND TOUR SEÜL



Índex

01
Necessitat detectada

02
Objectius del projecte

03
Destinataris del projecte

04
Programa d'accions a realitzar

05
Cronograma

06
Costos del projecte

01 Necessitat detectada

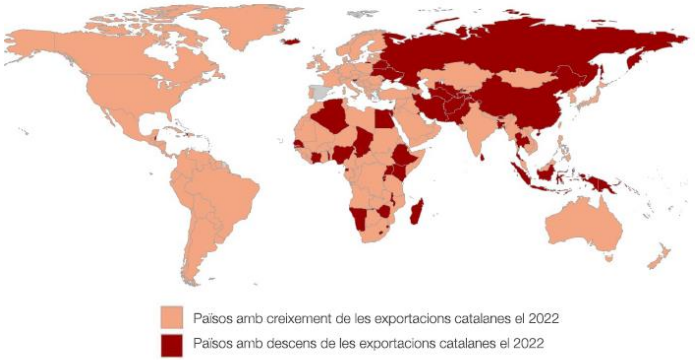
Incrementar la presència a Asia

Segons l'informe de perspectives de la moda catalana 2023, només un 15% de les marques de Moda han venut a Àsia durant l'any 2022.

Segons dades d'ACCIÓ, Àsia concentra únicament el 7,2% del total d'exportacions catalanes i és una regió objectiu per créixer durant els propers anys.

Els mercats asiàtics són destí indispensable per fer créixer les exportacions de moda catalana durant els pròxims anys. És necessari fer accions de formació, promoció i comercials que contribueixen a aquest objectiu.

Variació de les exportacions catalanes per països (2021-2022)



Font: ACCIÓ a partir d'ICEX-ESTACOM (dades provisionals)

REGIÓ	Pes s. total 2022
UE-27	60,7%
Resta d'Europa	12,9%
Àsia	7,2%
Amèrica Llatina	6,0%
Àfrica	4,7%
Amèrica del Nord	4,2%
Orient Mitjà	2,7%
Oceania	0,6%
Altres*	1,0%

Corea del Sud, oportunitat per a la moda catalana

Seül, porta d'entrada a la moda



Seül, capital de Corea del Sud, és una de les grans capitals asiàtiques, destí de referència per nous conceptes de marca, espai i producte.

La ciutat permet veure diferents aproximacions de marques i retailers de moda, evidenciant com Seül és la principal ciutat del món dels que ha aconseguit una convivència perfecta entre la moda on i off line.

La capacitat de Seül de ser creadora de tendències de cultura popular i bellesa ens ajuda a evidenciar com aquest destí fa conviure diferents generacions, punts de vista i preferències estètiques.

Es tracta d'un mercat de 52 milions d'habitants que consumeixen anualment 25.000 milions de dòlars en productes de moda i que aprecien la qualitat i el disseny.

02 Objectius de la proposta

Inspiració

Conèixer nous continguts i estímuls que permetin la inspiració de conceptes innovadors aplicables als productes i/o Serveis de les marques de moda catalanes.

Coneixement del mercat

Apropar-nos al mercat de moda de Seül per entendre millor als segments de consumidor, els canals de venda de productes de moda i la cadena de valor del negoci al país.

Comercial

Assolir connexions comercials a Seül que puguin permetre l'accés de marques catalanes al mercat de moda de Corea del Sud.

03 Destinataris del projecte



Negoci

Directius de pimes de moda de Catalunya, responsables de desenvolupament de negoci.



Disseny

Responsables de disseny interessats en la inspiració que ofereix Seül.

Formació

Centres de coneixement de la indústria de la moda interessada a aprendre innovacions punta de llança en el sector.

04 Programa d'accions

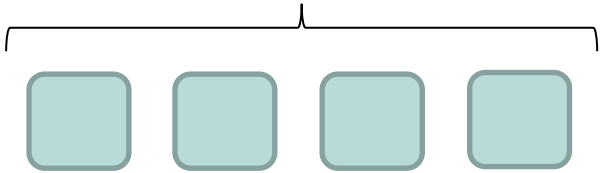
Trend Tour Seül

El TREND TOUR SEÜL pretén ajudar als participants a adquirir coneixement sobre el mercat de la moda a Corea del Sud i inspirar-los conceptes innovadors que dissenyadors i marques puguin aplicar als seus negocis. Aquesta acció s'estructura mitjançant les activitats que detallem a continuació:

ABANS DE L'ABORDATGE		DURANT L'ABORDATGE	DESPRÉS DE L'ABORDATGE
1	2	3	4
KICK OFF	CONCEPTES CLAU, ITINERARI i SESSIÓ INSPIRACIONAL	SAFARI KOREA	SESSIONS 121
Sessió de kick off per definir i consensuar els objectius principals, lenfocament de continguts, format i el programa del safari.	Definició dels conceptes clau a treballar durant el tour i la proposta i el desenvolupament de l'itinerari. Sessió inspiracional amb els participants per a donar a conèixer l'itinerari i els principis per a la construcció de conceptes estratègics.	Celebració del safari. Sessió introductòria conjunta per compartir l'enfocament, l'itinerari i posar en context la ciutat en relació amb els objectius i l'activitat.	1 setmana després de l'abordatge, es duran a terme sessions one to one amb les empreses/institucions participants (un màxim de 8) per compartir els resultats i acabar de definir els conceptes creats durant l'abordatge.

05 Cronograma

Trend Tour Seül



Preparació

Setembre – Octubre 2023

Mesos previs (preparació)

Trend Tour: 27 – 29 Novembre'23

Per aquelles empreses que facin agenda comercial:

30 de Novembre i 1 de Desembre'23

Seguiment

Mesos posteriors

06 Costos del projecte



Pressupost Estimat

Concepte de despesa	Despesa	Ajut	Cost Final
1. Viatge (avió)	1.800 €	0 €	1.800 €
2. Hotel (grup)	650 €	0 €	650 €
3. Trend Tour	1.800 €	1.425 €	375 €
4. Agenda Comercial	1.750 €	1.250 €	500 €
Cost total estimat per participant			3.325 €

Pressupost estimat en data 30/08/23

Gràcies

Co-Organitzen:

amb la col·laboració de:

Carrer de Milà i Fontanals, 14-26

08012, Barcelona

Contactes:

Cristina Susín . csusin@modacc.cat

David Garcia - dgarcia@modacc.cat