

Estudio de Mercado

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Londres

El mercado de la moda joven en el Reino Unido

The logo for ICEX, consisting of the letters 'ICEX' in white, bold, sans-serif font, centered within a solid red square.

ICEX

El mercado de la moda joven en el Reino Unido

Este estudio ha sido realizado por Anna Carbonell
bajo la supervisión de la Oficina Económica y
Comercial de la Embajada de España en Londres

Mayo 2006

ÍNDICE

I. CONCLUSIONES	4
II. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	6
3. Glosario.....	8
III. OFERTA	9
1. Tamaño del mercado.....	9
2. Producción local	10
3. Importaciones.....	12
4. España como país proveedor.....	14
IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	17
1. Tendencias generales del consumo.....	17
2. Análisis del comportamiento del consumidor.....	20
V. ANÁLISIS DEL COMERCIO	23
1. Forma de entrada al mercado.....	23
2. Segmentación del mercado	25
3. Tendencias de la distribución	27
4. Promoción y Publicidad	36
VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	39
VII. PRINCIPALES ZONAS COMERCIALES EN EL REINO UNIDO	41
1. Londres.....	41
2. Otras ciudades británicas.....	47
VIII. ANEXOS	57
1. Informes de ferias	57
2. Tallaje y etiquetado	59
3. Direcciones y contactos de interés	62
4. Direcciones de tiendas multimarca	63

I. CONCLUSIONES

Este estudio está centrado en el mercado de moda joven británico, tanto en el de confección como en el de calzado dirigidos a este público. La complejidad y diversidad de este mercado, que engloba a consumidores desde los 15 hasta los 35 años de edad, hace que se distingan en él diversos nichos de mercado muy diferentes el uno del otro.

La solidez internacional de la libra esterlina y la importancia que tiene la moda para los jóvenes británicos hace que este mercado se presente muy atractivo para las marcas. Pero este mercado a la par que atractivo es también complejo, dado que se trata de un mercado muy maduro y saturado de marcas, con un ambiente muy competitivo, unas tendencias que cambian rápidamente y unos consumidores muy bien informados que son cada vez menos fieles a una marca y que miran varias opciones antes de decidirse a comprar una prenda en concreto.

Las grandes cadenas de moda rápida situadas en las *high street* británicas son el principal destino de compra de los jóvenes de este país. En ellas encuentran una gran variedad de oferta a precios bajos, ya que la deflación que ha acompañado al mercado de la confección británico en los últimos años ha afectado también al mercado de la moda joven. Además estas cadenas, como Zara, H&M o Topshop, renuevan su oferta varias veces durante la temporada, respondiendo rápidamente a las nuevas tendencias de la moda.

Los principales perjudicados por esto son las tiendas y cadenas independientes multimarca. En una batalla constante para hacerse con el mismo portfolio de marcas y con la misma base de consumidores, estas tiendas independientes parece que no están haciendo lo suficiente para diferenciarse las unas de las otras y poder atraer a un mayor número de compradores. El principal problema es que la mayoría de ellas ofrecen las mismas marcas (Firetrap, G-Star, Replay, Diesel, etc.), por lo que el comprador pierde todo incentivo de entrar siempre en la misma tienda.

Esta situación presenta una oportunidad para la entrada de nuevas marcas al mercado, ya que con ellas las tiendas independientes podrán conseguir esta diferenciación que persiguen y necesitan. Esta necesidad de encontrar nuevas marcas ha sido detectada también por To Be Confirmed, la principal feria de moda joven del Reino Unido, que en su edición de verano de 2006 ha casi doblado el espacio dedicado a su sección Up & Coming, dedicada a nuevas marcas y diseñadores.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Así pues, el mercado parece abierto a la entrada de nuevas marcas. Mientras que las marcas provenientes del norte de Europa parecen ser las que tienen un mayor éxito en este mercado, debido a las similitudes climáticas y físicas entre los consumidores de estos países y los británicos, esto presenta asimismo una oportunidad para las marcas de moda joven españolas. La clave para su éxito en este mercado, muy diferente al español y a los del resto de países mediterráneos, pasa por la adaptación del producto a las necesidades del mercado británico y por que éste sea de calidad y tenga una fuerte identidad y personalidad propias que le hagan diferenciarse y destacar sobre el resto de marcas presentes en el mercado.

II. DEFINICION DEL SECTOR

El mercado de la moda joven no tiene unos límites muy bien definidos. En él podemos diferenciar varios sectores, como el de la moda urbana (urbanwear), ropa vaquera, *sportswear*, jóvenes diseñadores alternativos, moda *urban-chic* y confección masculina y femenina de tendencia. En este estudio se incluye también el calzado juvenil y de tendencia y el calzado deportivo (básicamente *sneakers*).

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Este documento se centra en el mercado de prendas de vestir exteriores tanto masculinas como femeninas, así como en el de calzado, enfocados a un consumidor joven en Reino Unido. Se han excluido las prendas de confección masculina y femenina en piel, las prendas de ropa interior, las prendas dedicadas al baño y los sectores de calcetería y el resto de accesorios de vestir.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

La actual nomenclatura combinada utilizada para clasificar los bienes que se intercambian dentro de la Unión Europea no diferencia las prendas según su estilo o a la franja de edad a la que se dirijan. Es por esto que los datos de importación y exportación analizados incluyen prendas exteriores de vestir para mujeres y hombres de otras edades y también para niños y niñas, a pesar de que los mercados de confección destinados a estos grupos no sean objeto de este estudio. Lo mismo sucede con la clasificación arancelaria del calzado, la cual lo clasifica según el material en que está fabricado y no en función de su estilo o del público al que está dirigido.

Las partidas arancelarias incluidas en este estudio son las siguientes:

Capítulo 61: prendas y complementos de vestir de punto.

6101 - Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares de punto para hombres y niños.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

6102 - Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares de punto para mujeres o niñas.

6103 - Trajes ambos o ternos, conjuntos, chaquetas sacos, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos calzones y shorts (excepto los de baño) de punto, para hombres o niños.

6104 - Trajes sastre, conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones peto, pantalones cortos y shorts (excepto los de baño) de punto para mujeres o niñas.

6105 - Camisas de punto para hombres o niños.

6106 - Camisas, blusas y blusas camiseras de punto, para mujeres o niñas.

6109 - T-shirts y camisetas, de punto.

6110 - Suéteres (jerseys), pullovers, cardigans y chalecos de punto.

Capítulo 62: prendas y complementos de vestir excepto los de punto.

6201 - Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., para hombres o niños.

6202 - Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares para mujeres o niñas.

6203 - Trajes ambos o ternos, conjuntos, chaquetas sacos, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos calzones y shorts (excepto los de baño) para hombres o niños.

6204 - Trajes sastre, conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones peto, pantalones cortos y shorts (excepto los de baño) para mujeres o niñas.

6205 - Camisas para hombres o niños.

6206 - Camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas.

Capítulo 64: calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos.

6401 - Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera.

6402 - Calzado con suela y parte superior de caucho o plástico (excepto calzado perteneciente a la partida 6401)

6403 - Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural

6404 - Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

6405 - Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de materia distinto del caucho, el plástico, el cuero natural o las materias textiles; calzado con suela de cuero natural o regenerado y parte superior de materia distinto del cuero natural o las materias textiles; calzado con suela de madera.

3. GLOSARIO

- High Street* Principal calle comercial existente en la mayoría de ciudades británica en la que se encuentran las principales cadenas de ropa, calzado y accesorios, así como bancos y otros establecimientos comerciales. En ciudades muy grandes, como Londres, existen varias *high street*.
- Variety Store* Tipo de establecimiento parecido al gran almacén pero de menor tamaño y con una oferta de productos algo menos extensa. La *variety store* británica por excelencia es Marks & Spencer.
- Fashion Outlets* Grandes superficies comerciales situadas habitualmente a las afueras de los núcleos urbanos, en las que se vende ropa de diseñador o de las grandes marcas a precios bastante reducidos, bien porque se trata de modelos de temporadas pasadas o bien de modelos con pequeñas taras.
- Streetwear* Término utilizado para describir a la moda urbana, cómoda e informal que lleva un gran número de jóvenes, sobretodo los jóvenes de ciudad.
- Concept Store* Espacio que es utilizado más como *showroom* que como tienda. Muchas de las principales marcas de moda joven tienen *Concept Stores* en Londres, que utilizan no sólo como tiendas sino también como espacio para lanzar nuevas colecciones o para exponer sus productos de forma permanente.

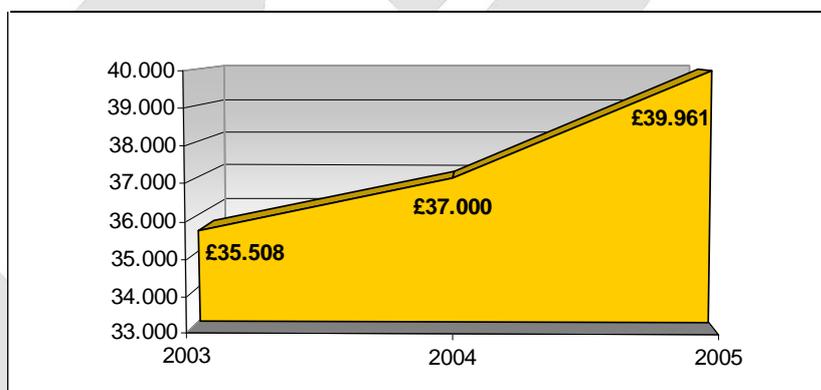
III. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

Resulta muy difícil conocer el valor del mercado de moda joven británico, ya que no tiene unos límites bien definidos. Si tomamos el mercado de confección británico en general, éste alcanzó los £39.961 millones de valor en 2005. Esto supone un crecimiento del 8% respecto al año anterior, mucho más acentuado que el 4,2% que creció entre 2003 y 2004.

VALOR DEL MERCADO DE LA CONFECCIÓN EN EL REINO UNIDO

(millones de libras)



Fuente: Mintel

Este crecimiento es principalmente crecimiento en volumen y no en valor. El mercado británico de confección está viviendo en los últimos años un período de deflación, debido principalmente al aumento de productos a precios muy bajos llegados de China y a la entrada en él de las cadenas de descuento y supermercados, los cuales ofrecen moda a precios verdaderamente agresivos.

Centrándonos en el mercado británico de la moda joven, esta deflación también ha afectado a los segmentos medio y medio-bajo del mercado, afectando principalmente a la moda joven que se vende en mercadillos, en las principales grandes cadenas de las high-street y en las cadenas de descuento. Por otro lado, la juventud británica de hoy goza de un mayor poder adquisitivo, ya que muchos tienen trabajos de media jornada o ya de

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

jornada completa a partir de los 16 años, lo que les permite destinar la mayor parte de este dinero a ir de compras, lo cual para muchos se ha convertido en una actividad social.

Uno de los segmentos del mercado de moda joven, el de la moda vaquera, ha experimentado un espectacular crecimiento desde el año 2000 según un estudio realizado por Mintel. En 2004 se vendieron 71 millones de vaqueros en el Reino Unido, un 54% más que en el año 2000 y se estimó que esta cifra alcanzaría las 75 millones de unidades en 2005. Este crecimiento se debe principalmente a un aumento de la popularidad de los vaqueros como prenda de moda y a la gran variedad de diseños, diferentes colores, lavados, con bordados, con pedrería, etc.

En el mercado británico del calzado ha sucedido algo parecido. Las cadenas de descuento y los supermercados han incrementado su presencia en éste, compitiendo por hacerse con un nicho de mercado formado por un número cada vez mayor de consumidores que buscan precio antes que calidad. Por otro lado, como se trata de un mercado muy polarizado, existe también un creciente número de consumidores del segmento más alto dispuestos a pagar un extra por un producto de marca y con un alto componente de diseño.

Una clara muestra de esta situación es la caída del precio medio del par de zapatos, que era de £21,55 en el año 2000 y se estima que en 2005 se sitúe en £20,37. Asimismo, entre 2000 y 2004 el mercado británico del calzado cayó un 5% en valor, situándose en los 1.920 millones de libras. Un estudio realizado por Mintel augura una ligera recuperación en 2005, valorando el mercado en 1.940 millones de libras.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

El incremento de las importaciones provenientes de países con mano de obra barata, mayoritariamente de China, ha supuesto un duro golpe para las industrias de confección y de calzado británicas. Mientras que en los años 80 el sector textil británico daba empleo a casi 500.000 personas, hoy en día esta cifra se ha reducido hasta menos de 140.000. Los niveles de producción de estas industrias han bajado considerablemente como es de esperar, pero se mantienen en el país algunas empresas que fabrican prendas de confección muy especializadas o fabricantes de bienes de lujo, que son fabricados en el Reino Unido para ser exportados a otros países desarrollados para abastecer a sus segmentos de población más altos.

El índice de producción de la industria que elabora la Office for National Statistics (ONS) refleja claramente este descenso de la producción local:

ÍNDICE DE PRODUCCIÓN DE LA INDUSTRIA PARA TEXTILES, ROPA Y PIEL

(%)

Año	Índice
2001	108,1
2002	100
2003	98,1
2004	87,5

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

2005

85,6

Fuente: ONS

En el pasado, la cadena de distribución estrella Marks and Spencer apoyaba fuertemente la industria nacional británica y se congratulaba de comprar sólo a fabricantes británicos. Sin embargo, M&S no pudo contra sus competidores de la *high street*, quienes se permitían bajar agresivamente los precios gracias a importaciones de países de mano de obra barata, por lo que finalmente decidió sumarse a ellos e importar de terceros países, sacudiendo fuertemente la industria nacional con una oleada de cierres de plantas y pérdidas de empleo. En el sector calzado, fue C&J Clark Ltd., más conocido como Clarks, la última gran empresa de calzado británica que tuvo que acabar por cerrar sus plantas de producción locales y trasladarlas primero a Portugal y finalmente a Asia. Todas las grandes empresas de confección y calzado británicas que han llevado a cabo una integración vertical de su negocio (desde el diseño y fabricación hasta la comercialización de sus modelos) han acabado optando por trasladar la parte de la fabricación a países con mano de obra barata. Algunas de estas empresas son Next PLC (una de las tres principales cadenas minoristas en el Reino Unido), Topshop, Burton, Dorothy Perkins y Bhs (pertenecientes al importante grupo Arcadia Group Ltd.) entre otras.

Centrándonos en la producción nacional de moda joven y urbana y de calzado joven y deportivo, a falta de datos específicos que la cuantifiquen, detallamos a continuación algunas de las principales marcas británicas de moda y calzado joven más conocidas internacionalmente.

PEPE JEANS LONDON

www.pepejeans.com

Tel. 0044 (0) 20 7313 38 00

Moda vaquera y moda urbana

TED BAKER LONDON

www.tedbaker.co.uk

Tel. 0044 (0) 20 7255 48 00

Moda joven más clásica

GOLA

www.golaclassics.com

Tel. 0044 (0) 17 0621 25 12

Calzado deportivo

THOMAS BURBERRY

www.thomashurberry.com

BEN SHERMAN

www.bensherman.co.uk

Tel. 0044 (0) 28 3832 41 21

Sportswear

FRED PERRY

www.fredperry.com

Tel. 0044 (0) 20 7632 28 12

Moda joven y *sportswear*.

3. IMPORTACIONES¹

Total importaciones de confección británicas en 2005: £8.467,50 millones

Total importaciones de confección británicas en 2004: £7.964,32 millones

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE PRENDAS

EXTERIORES BRITÁNICAS (millones £)



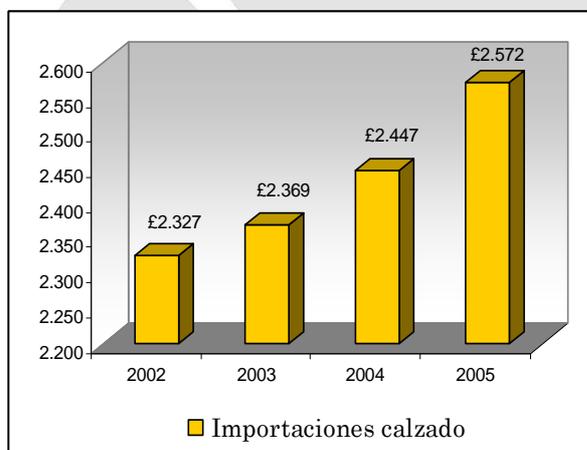
Tal y como se observa en este gráfico, las importaciones británicas de prendas exteriores, tanto masculinas como femeninas, no dejan de aumentar año tras año. Su aumento en 2005 respecto al año anterior fue del 6,32%, mucho mayor que el 1,91% que aumentaron en 2004. Entre 2002 y 2005, el aumento total del período ha sido del 15,24%, lo que denota la importancia que tienen las importaciones en este sector, procedentes la gran mayoría de países asiáticos que producen a costes muy bajos.

Total importaciones británicas de calzado en 2005: £2.572,07 millones

Total importaciones británicas de calzado en 2004: £2.447,48 millones

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES BRITÁNICAS

DE CALZADO (millones £)



La situación es similar en el sector del calzado. Las importaciones aumentaron en 2005 un 5,09% y ya lo habían hecho en un 3,31% el año anterior. El principal motor de este aumento son las importaciones provenientes de China, que aumentaron en 2005 un 68,07% respecto al año anterior. Esto fue debido a la eliminación de las cuotas a la importación de calzado de piel proveniente de China que dictó la Unión Europea en 2005, lo que permitió que calzado chino entrara masivamente en el mercado a precios muy bajos. En los últimos 4 años, las importaciones

¹ Sólo se incluyen las partidas arancelarias detalladas anteriormente. Fuente: World Trade Atlas

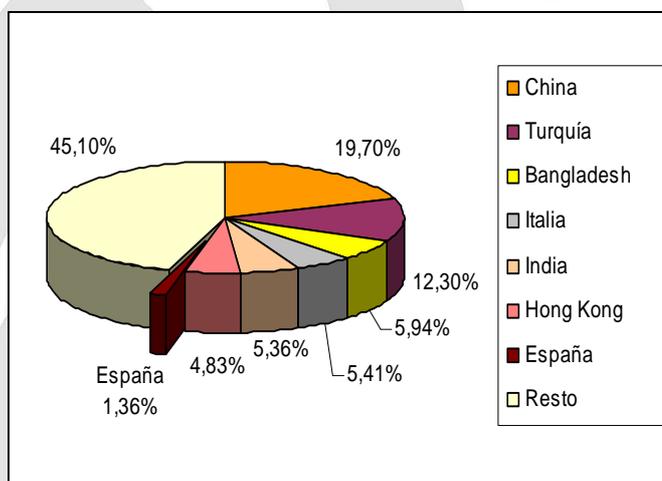
EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

El principal país proveedor del Reino Unido, tanto para las prendas de confección exterior masculinas y femeninas como para el calzado es China, país que ocupa el primer lugar como proveedor en 9 de las 14 partidas arancelarias de prendas exteriores de confección analizadas y en el 100% de las partidas arancelarias de calzado. Los gráficos y datos siguientes muestran claramente el poder que tiene China como proveedor británico en estos dos sectores.

IMPORTACIONES DE PRENDAS EXTERIORES DE CONFECCIÓN POR PAÍSES (millones £)

País	2003	2004	2005
China	919,44	984,17	1.668,24
Turquía	942,39	960,12	1.041,72
Bangladesh	474,95	552,52	502,79
Italia	432,68	454,63	457,80
India	248,27	258,10	453,75
Hong Kong	554,94	478,19	408,67
España	77,91	90,58	115,47
Resto	4.164,36	4.186,01	3.819,08
Total	7.814,94	7.964,32	8.467,50

CUOTA DE LOS PRINCIPALES PAÍSES EN 2005



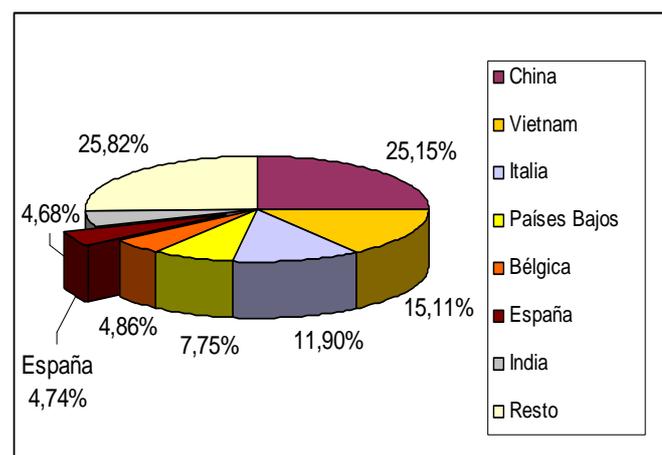
Fuente: World Trade Atlas

Como se observa, la cuota de mercado que reúne China como proveedor británico de prendas exteriores de confección es de cerca del 20% y sube hasta más del 25% en el caso del sector calzado.

IMPORTACIONES BRITÁNICAS DE CALZADO POR PAÍSES (millones £)

País	2003	2004	2005
China	339,65	390,80	656,82
Vietnam	368,52	420,19	394,54
Italia	358,47	348,78	310,79
Países Bajos	182,73	185,20	202,28
Bélgica	127,67	109,76	126,92
España	182,36	164,57	123,79
India	117,12	124,65	122,13
Resto	748,16	748,02	674,28
Total	2.424,67	2.491,97	2.611,55

CUOTA DE LOS PRINCIPALES PAÍSES DE CALZADO EN 2005



EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Los Países Bajos y Bélgica aparecen en el listado de principales proveedores debido a las reexportaciones de calzado deportivo originario de Asia que las grandes empresas distribuidoras realizan a través de grandes puertos comerciales como Rotterdam y Amberes. Por otro lado, también las importaciones de Vietnam se han visto perjudicadas tras la liberalización del comercio que hubo en 2005, ya que hasta entonces mucha de la producción de China llegaba a Europa a través de este país debido al sistema de cuotas que existía.

4. ESPAÑA COMO PAÍS PROVEEDOR²

En los últimos cinco años las exportaciones de prendas de confección de España hacia el Reino Unido no han dejado de aumentar, siendo el porcentaje de aumento en 2005 con respecto a 2003 del 48,2% y estando valoradas en 115,47 millones de libras. A pesar de este marcado índice de crecimiento, España sigue teniendo en 2005 una cuota de tan solo el 1,36% de las importaciones británicas, un poco mayor que el 1,14% de cuota que sostenía en 2004.

La partida arancelaria en la que España tiene una mejor cuota es la 6102, que corresponde a abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares de punto para mujeres o niñas. La cuota española para esta partida es del 17,66% y España ocupa el segundo lugar como proveedor británico sólo detrás de China. Otras partidas arancelarias en las que España también ocupa un puesto destacado como proveedor británico son la 6103, en la que con una cuota del 8,78% ocupa el tercer lugar después de Turquía y de China, y la 6104, en la que España exportó al Reino Unido prendas por valor de £16,89 millones y ocupa el quinto lugar como proveedor británico con una cuota del 4,77%.

Cerca del 70% de las importaciones británicas de prendas de confección provienen de países asiáticos. Se trata de países que no compiten con España como proveedores al Reino Unido, ya que exportan productos con un menor valor añadido y a precios muy bajos. Así pues, debemos comparar las exportaciones españolas de prendas exteriores de confección al Reino Unido con las del resto de países europeos.

EXPORTACIONES DE PRENDAS DE CONFECCIÓN EXTERIOR DE PAÍSES EUROPEOS AL REINO UNIDO

² Sólo se tienen en cuenta las partidas arancelarias detalladas al principio de este estudio.

Fuente: World Trade Atlas.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Países como Alemania, los Países Bajos o Dinamarca han ido aumentando paulatinamente sus exportaciones de prendas de confección al Reino Unido. Esto es en parte debido a que, por razones de similitudes en el clima (frío, lluvioso) y en su apariencia física (más altos, corpulentos y pálidos que los españoles), la moda de los países escandinavos y del norte de Europa suele tener una buena aceptación en el mercado británico.

Mientras que las exportaciones chinas de calzado al Reino Unido se han casi doblado en los últimos tres años debido a la eliminación de las cuotas comerciales por parte de la UE, las exportaciones españolas a este mercado se han reducido significativamente. En 2005, éstas últimas ascendían a £123,79 millones, lo que suponía un descenso del 24,78% respecto a las exportaciones españolas de calzado al Reino Unido el año anterior. Dado que el calzado que exporta España al Reino Unido es calzado de alta calidad, este descenso puede ser en parte debido al crecimiento en los últimos años de las ventas de calzado económico y de menor calidad en el mercado británico.

A pesar de esto, España sigue ocupando el sexto puesto como proveedor británico de calzado, con una cuota del 4,74%. En el siguiente cuadro aparecen el valor de las exportaciones de calzado y la cuota en el mercado británico de sus principales competidores europeos:

EXPORTACIONES DE CALZADO DE PAÍSES EUROPEOS AL REINO UNIDO

Países	2003		2004		2005	
	millones £	cuota	millones £	cuota	millones £	cuota
Italia	358,47	14,78%	348,78	14,00%	310,79	11,90%
Países Bajos	182,73	7,54%	185,20	7,43%	202,28	7,75%
Bélgica	127,67	5,27%	109,76	4,40%	126,92	4,86%
España	182,36	7,52%	164,57	6,60%	123,79	4,74%
Portugal	193,85	8,00%	163,93	6,58%	121,83	4,67%
Alemania	71,92	2,97%	80,28	3,22%	89,12	3,41%
Francia	54,71	2,26%	60,91	2,44%	60,93	2,33%
Irlanda	20,53	0,85%	20,55	0,83%	24,48	0,94%
Dinamarca	12,90	0,53%	13,52	0,54%	7,43	0,29%
Grecia			35,28			0,42%

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Tal y como se observa en esta tabla, España es en la actualidad el cuarto proveedor europeo de calzado del Reino Unido. Italia es, con una cuota del 11,90% y unas exportaciones que suman el valor de £310,79 millones, más del doble del valor de las españolas, el principal proveedor europeo de calzado para el Reino Unido. Le siguen los Países Bajos con una cuota del 7,75% y Bélgica, que con una cuota del 4.86% se sitúa por primera vez por delante de España como proveedor británico de calzado. Sin embargo, como ya se ha apuntado anteriormente, la aparición de los Países Bajos y de Bélgica como segundo y tercer proveedor respectivamente, es debida exclusivamente a las reexportaciones de calzado deportivo que se hacen desde los principales puertos comerciales de estos países, calzado que proviene de Asia y no de su industria nacional.

IV • ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1 Cambios en la pirámide de edad

Los compradores del tipo de moda del que es objeto este estudio, son los jóvenes británicos de entre 15 y 35 años, divididos en distintas categorías según su edad y poder adquisitivo. Así pues, vamos a centrarnos en los cambios en la pirámide de edad de este grupo de población en concreto.

Entre 2004 y 2009 el número de jóvenes británicos entre 15 y 24 años va a aumentar un 4,1%, de 7,63 millones a 7,94 millones. Sin embargo a partir de ese momento y durante los 15 años próximos (de 2009 hasta 2014) este grupo de edad va a reducirse en un 3,2%, debido a los bajos índices de natalidad registrados durante los años 90.

POBLACIÓN JOVEN EN EL REINO UNIDO

(miles)

Edad	2004	2009	2014	2019	Variación 2019/2004
15-19	3.878	3.894	3.626	3.398	-12,38%
20-24	3.749	4.046	4.063	3.795	1,23%
25-29	3.645	3.923	4.220	4.238	16,27%
30-34	4.294	3.738	4.015	4.312	0,42%
Total población	59.613	60.598	61.682	62.808	5,36%

Fuente: Verdict
Research

Como bien se observa en esta tabla, en el corto plazo va a haber un aumento de población en estos tres grupos de edad (con la única excepción del grupo de 30 a 34 años), lo que va a beneficiar a las cadenas y tiendas de moda dirigidas a este público.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

1.2 Factores económicos

La oficina nacional de estadística británica (ONS) publica las cifras sobre los índices de consumo de la población repartido entre los diferentes sectores:

DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA DISPONIBLE POR SECTORES EN EL REINO UNIDO

(millones de libras)

Año	2003	2004	2005	Variación 05/03
Gasto a precios corrientes	697.764	731.517	758.455	8,70%
Consumo a precios corrientes (excluido turismo)				
Comida y bebidas no alcohólicas	62.729	64.420	66.313	5,71%
Alcohol y tabaco	27.316	27.787	28.196	3,22%
Ropa y calzado	41.374	43.835	44.608	7,82%
Vivienda	127.816	135.142	142.760	11,69%
Agua, electricidad y combustibles	42.853	45.853	46.925	9,50%
Salud	11.654	12.572	13.099	12,40%
Transporte	103.596	107.996	111.443	7,57%
Comunicaciones	15.595	16.589	17.508	12,27%
Ocio y Cultura	86.146	91.666	93.956	9,07%
Educación	9.540	9.950	10.323	8,21%
Restaurantes y Hoteles	78.174	81.817	86.481	10,63%
Otros	78.813	81.849	84.313	6,98%

Fuente: ONS

Como se observa, la renta destinada por los británicos a ropa y calzado ha crecido en los últimos tres años en menor proporción que el consumo en general, lo que es debido principalmente a la deflación que ha acompañado al sector en este período.

En un estudio realizado por Verdict Research, se analiza el comportamiento de los consumidores de edades comprendidas entre los 15 y 24 años. Según el estudio, este grupo, a pesar de tener ingresos menores, destina aproximadamente la misma cantidad de libras al año a comprar ropa que el resto de la población británica, en concreto £536/año frente a las £549/año que destina el resto de la población. Y en el caso de la compra de calzado, este grupo gasta anualmente un 12% más que el resto de la población. Efectivamente, a pesar de disponer por lo general de unos ingresos menores que el resto de la población, este grupo suele tener menos gastos derivados del hogar o la familia, y pueden tener en consecuencia una renta disponible mayor.

GASTO ANUAL EN ROPA Y CALZADO DE LOS JÓVENES BRITÁNICOS ENTRE 15 Y 24 AÑOS

(millones £ / £ al año)

Sector	Gasto total anual	Gasto por persona
Ropa	4.038	536

Fuente: Verdict

1.3 Tendencias socio-culturales

Hay una serie de tendencias socio-culturales que afectan al poder adquisitivo y a los hábitos de consumo de los jóvenes británicos de hoy en día:

Los niños crecen antes

A pesar de que este estudio se centra en los jóvenes de entre 15 y 24 años, no se puede ignorar al grupo que forman los “jóvenes” de entre 9 y 14 años. Este grupo empieza a adoptar un comportamiento de jóvenes adultos a una edad cada vez más temprana, debido a que están expuestos a programas televisivos y películas que están orientadas a los adultos y también a que en casa se les da responsabilidades y se les anima a tomar decisiones desde más pequeños. Esto tiene un claro efecto en la industria de moda infantil británica: mientras el grupo de edad de entre 5 y 14 años ha crecido un 9.3% en la última década, la industria de confección infantil lo ha hecho a un ritmo de sólo el 1% o 2% en los últimos años. Como consecuencia, las marcas de confección de moda joven han detectado esta oportunidad y se empiezan a dirigir cada vez más al grupo de edad de “jóvenes” a partir de los 12 años.

Empiezan antes a trabajar

Muchos de los jóvenes de entre 15 y 19 años tienen trabajos de media jornada (como canguro, en tiendas, etc.) o ya de jornada completa a partir de los 16 años, por lo que algunos en edades bastante tempranas disponen de su propio dinero. Para estos jóvenes, el ir de compras es una actividad social y de ocio que realizan con el grupo de amigos, y a la que destinan la mayor parte de este dinero. Muchos de ellos, cuando alcanzan los 16 años de edad, se han convertido ya en compradores independientes, con una identidad y estilo propios muy marcados.

Se casan más tarde

Hay una tendencia cada vez mayor entre los jóvenes británicos de casarse cada vez más tarde. La mayoría de los jóvenes optan bien por mudarse a vivir solos o bien por permanecer más tiempo en casa de los padres. Esto es debido a que muchos de ellos dan prioridad a seguir estudiando o a probar diversos trabajos antes de asentarse definitivamente. Así pues, al tener menores gastos y responsabilidades, gozan de una mayor renta disponible que destinan en gran medida a comprar ropa y calzado, tal y como se detalla en el siguiente apartado.

DINKs (Double Income No Kids)

Es cada vez mayor en la sociedad la existencia de parejas jóvenes de entre 30 y 35 años, casadas o no, en las que ambas partes disfrutan de un trabajo con un buen salario, y que deciden no tener hijos. Se trata entonces de unidades familiares con dos sueldos y pocos gastos, y que destinan la mayor parte de sus ingresos al ocio: cine, teatro, salir con amigos, vacaciones, etc. Asimismo, suelen ser parejas con buen gusto y afición por la moda, por lo que suelen destinar una parte importante de sus ingresos a la compra de ropa y calzado de las principales marcas y diseñadores, sin preocuparse en exceso por su precio.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1 Tipología del consumidor

Dada la complejidad de fijar límites que acoten el mercado de moda joven, éste acoge a un grupo muy diverso de sectores y sub-sectores y en consecuencia también de consumidores.

Adolescentes de la *High street*

Se trata de jóvenes, generalmente de entre 14 y 19 años, para quienes ir de compras es una actividad social que repiten cada fin de semana con el grupo de amigos. Se pasean principalmente por las grandes cadenas de las *high street* y como gozan de mucho tiempo libre pueden ver todas las tiendas antes de decidirse por una prenda en concreto, por lo que no se suelen mostrar fieles a una sola tienda. Este grupo compra principalmente en las cadenas que ofrecen ropa con un alto componente en moda y a un precio económico (H&M, Topshop, New Look, Zara, Mango etc.) por lo que pueden permitirse comprar una prenda cada semana.

Cazadores de descuentos

Se trata de un grupo que está al corriente de las modas, pero el precio tiene más importancia para ellos que la moda. Suelen esperar a las rebajas para comprar, o en caso contrario lo hacen en las cadenas de descuento, como Primark y Matalan, supermercados, como Tesco o Asda, o buscan ofertas y descuentos especiales en las cadenas de la *high street* enfocadas a un segmento más bajo, como por ejemplo Bhs.

Fashion victims

Se trata de jóvenes que quieren ser los primeros en llevar la última prenda de moda, sin prestar atención en si lo que llevan les queda bien o no. Tienden a mezclar estilos o exagerarlos y suelen llevar varias marcas de diseñador a la vez.

Adictos a las marcas

Son consumidores que sólo quieren llevar marcas. Pueden ser bien jóvenes de más avanzada edad, de 25 a 35 años, que tienen un trabajo y pocos gastos, o adolescentes de clase social más alta. Éstos se dirigirán principalmente a los grandes almacenes, como Selfridges o Harvey Nichols, donde encontrarán una gran selección de las marcas más actuales, o a las zonas de la ciudad en las que se concentran las tiendas propias de las principales marcas y diseñadores.

2.2 Entendiendo al joven consumidor británico

Socializar es una de las prioridades de los jóvenes de hoy en día y, en consecuencia, la ropa y la moda en general se han convertido en temas de vital importancia para ellos. De hecho los jóvenes británicos ven en la moda una forma de expresar su propia identidad e individualidad. Ir de compras se ha convertido para los jóvenes británicos en una actividad social, que realizan de forma habitual (muchas veces cada fin de semana) y en compañía de los amigos.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

La abundancia y riqueza de los medios de comunicación existentes en el país y también Internet, hacen que estos jóvenes reciban continuamente influencias internacionales de nuevas modas y nuevos productos. Las imágenes que estos medios aportan de estrellas del cine o de cantantes que adoptan estas nuevas tendencias, hacen que los jóvenes les vean como modelos a seguir para conseguir el look moderno que buscan. Y es que los jóvenes británicos son efectivamente consumidores innovadores: prueban productos nuevos y adoptan las nuevas modas y tendencias mucho antes que los jóvenes del resto de países europeos.

Además de estas modas y tendencias que llegan de los medios de comunicación, en el Reino Unido, a diferencia del resto de Europa, la “moda de la calle” juega también un rol muy importante en este mercado. Los bares, discotecas, clubs y demás sitios en los que los jóvenes se reúnen son lugares de inspiración para muchos diseñadores y estilistas, que se empapan de los estilos y formas de vestir de estos jóvenes y los integran en sus creaciones.

Hábitos de compra

Según un estudio realizado por Verdict Research, los dos sectores de la economía británica con mayor participación de consumidores jóvenes son el de la ropa y el del calzado, seguidos por el de la electrónica.

Según este estudio, los consumidores jóvenes compran más ropa que cualquier otro grupo de edad. 4 de cada 5 jóvenes de edades entre los 15 y 24 años aseguran comprar ropa de forma regular, lo que supone un 80,6% de este grupo. Este porcentaje, a pesar de ser el más bajo de los últimos 5 años, sigue siendo mayor que en el resto de edades.

En el caso del calzado, el porcentaje de jóvenes compradores en busca de calzado apenas ha variado desde 2001, aunque en 2005 descendió sensiblemente al 70,5%.

Factores que influyen en la selección de una tienda en concreto

En el cuadro siguiente se muestran los porcentajes de jóvenes de entre 15 y 24 años que mencionaron estos factores como motivo de selección y lealtad a una tienda de ropa o calzado concreta.

FACTORES DE LEALTAD A UNA TIENDA

Factor	Ropa	Calzado
Variedad	70,20%	67,60%
Precio	41,30%	33,60%
Calidad	23,90%	18,20%
Servicio	4,20%	5%

Fuente: Verdict

Los jóvenes son un grupo que en general tienen el precio muy presente a la hora de comprar cualquier producto. Sin embargo, según el estudio realizado por Verdict Research, los dos sectores en los que el factor precio parece tener menor importancia como factor decisivo para ir a comprar a un establecimiento u otro, son el de ropa y el de calzado.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

El estudio constata que, en estos dos sectores, la variedad de producto que ofrece el establecimiento es para los jóvenes más importante que el precio. El joven consumidor británico dispone de un gran abanico de tiendas entre las que elegir y de mucho tiempo libre para buscar, entre todas, aquélla que tenga más variedad y las mejores ofertas. A pesar de que el precio no es lo que más les importa, la amplitud y diversidad de tiendas minoristas que hay en el Reino Unido hacen que este grupo de consumidores no compre lo primero que encuentra, si no que busque también las mejores ofertas. Así pues, un 70,2% de los jóvenes británicos señalan la variedad de la oferta de un establecimiento como factor clave para seguir comprando en él.

Sin embargo, la variedad no lo es todo. El diseño del producto y que vaya acuerdo con la última moda son también aspectos claves para este grupo de edad. Por eso, algunas cadenas minoristas que figuran entre las empresas líderes en el mercado de confección femenino como Marks & Spencer o Bhs, que tienen a su vez sub-marcas destinadas a un público más joven, no tienen el mismo éxito entre este grupo, ya que sus productos no están tan inspirados en las últimas tendencias como los de otras grandes cadenas como Topshop, New Look o Faith.

En el caso del calzado, el factor precio es mencionado en sólo un 33,6% de las ocasiones. Esto puede ser debido principalmente a que el ciclo de vida del calzado suele ser más largo que el de la ropa y, en consecuencia, no importa pagar un poco más por un par de zapato o deportivas que gusten.

En ambos sectores (ropa y calzado) la calidad de los productos y el servicio ofrecido por el personal del establecimiento parecen tener para los jóvenes de entre 15 y 24 años menor importancia que para el resto de grupos de edad.

V • ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. FORMA DE ENTRADA AL MERCADO

1.1 Agentes comerciales

Es la forma de entrada más recomendable dentro de los segmentos medio/alto y alto. Normalmente los agentes representan a un máximo de cuatro o cinco empresas, bien sean fabricantes de productos o gamas complementarias que se dirijan al mismo perfil de cliente. El grueso de sus ventas se dirige a las tiendas independientes multi-marca, aunque también trabajan grandes almacenes.

La elección de un buen agente es primordial. Éste debe conocer muy bien el sector al que la empresa se dirige y disponer de una buena lista de contactos comerciales. Es igualmente importante que la empresa española escuche atentamente a las recomendaciones que su agente le haga, principalmente en lo referente a posibles necesidades de adaptación del producto al mercado británico, para que éste tenga así un éxito mayor.

La comisión del agente comercial suele oscilar en torno al 12 %, aunque puede alcanzar hasta el 15%. A menudo se exige una cantidad fija de entrada si las funciones del agente incluyen marketing y relaciones públicas. La comisión se abona bien cuando se envía la factura o cuando se efectúa el pago de la misma. En algunas ocasiones, se reparten las comisiones en pagos mensuales.

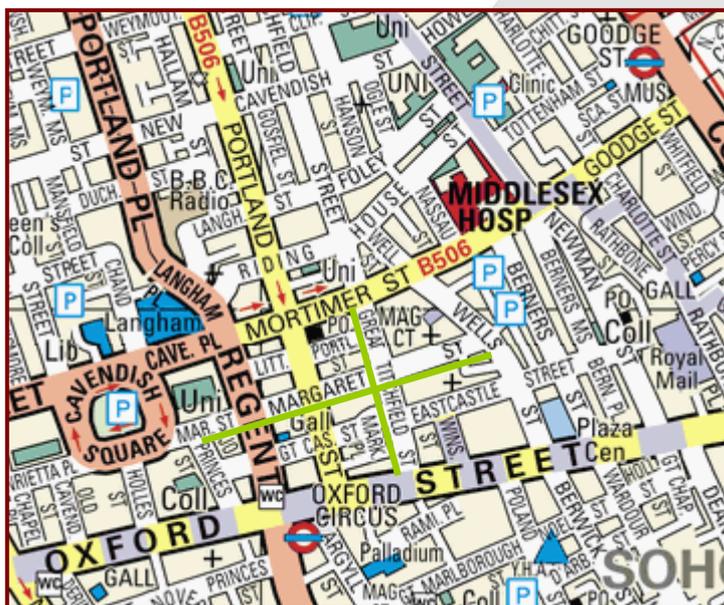
La legislación que regula esta modalidad de distribución es “The Commercial Agents (Council Directive) Regulations”, basada en la directiva comunitaria de 1993 y vigente en Reino Unido desde 1994. Esta normativa se aplica a toda clase de acuerdos de representación comercial, sean escritos o verbales. Información completa (en inglés) sobre esta directiva se pueden encontrar en la página web de la *Office of Public Sector Information*, concretamente pinchando en el link siguiente: http://www.opsi.gov.uk/si/si1993/Uksi_19933053_en_1.htm

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

1.2 Importador distribuidor

Es una figura útil para aquellos productos de segmento medio y medio-bajo con una relación calidad-precio muy competitiva, dado que los elevados márgenes que se aplican encarecen notablemente el producto.

En Londres, un gran número de mayoristas de confección se concentran en las calles Margaret Street, Great Titchfield Street y toda la zona de Upper Regent Street.



1.3 Exclusividad nacional o regional

Es frecuente que los agentes cubran todo el territorio nacional cuando su base está en Londres. También es habitual que los agentes se agrupen, o trabajen como sub-agentes, en zonas regionales.

A efectos de distribución, Reino Unido suele dividirse en seis zonas:

- Londres y el sudeste de Inglaterra
- Gales y el sudoeste de Inglaterra
- Noreste de Inglaterra,
- Noroeste de Inglaterra,
- Escocia
- Irlanda del Norte.

1.4 Medios y plazos de pago

Los medios de pago más usuales son transferencia o cheque bancario. Los plazos de pago suelen ser de 30 o 60 días a partir de la emisión de la factura, y pueden ofrecerse descuentos de alrededor del 2.5% o 3% si se realiza el pago antes de 30 días, o del 4% si es antes de 10 días. También pueden especificarse cláusulas que penalicen el pago retrasado

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

que consisten normalmente en cobrar intereses a partir de la fecha de vencimiento del pago.

Tan solo los proveedores con marcas conocidas pueden exigir pago contra factura pro forma cuando trabajan con un nuevo cliente. Por su parte, los clientes con capacidad de negociación bien por su prestigio o por tener un elevado volumen de compra, pueden exigir a un nuevo proveedor que el primer pedido se efectúe con la fórmula *sale or return*, es decir, con derecho a devolver la mercancía no vendida en un determinado plazo.

2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El mercado de moda joven británico es un mercado muy maduro, muy competitivo y saturado de marcas. Al tratarse también de un mercado conceptualmente muy amplio, encontramos en él una multitud de nichos de mercado muy diferenciados entre ellos. A continuación se describen algunos:

Ropa *Vintage*

El fenómeno de la ropa *vintage* ha tomado mucha importancia en los últimos años en el Reino Unido. Un número cada vez mayor de jóvenes británicas se visten con blusas, accesorios y estampados que emulan a aquéllos de mediados del siglo XX.

Se trata de ropa en la mayoría de casos de segunda mano, piezas únicas que se venden en mercadillos y en tiendas especializadas en estos productos. En Londres, en un principio estas tiendas se concentraban sobretodo en la zona de Portobello Road, pero en la actualidad se encuentran por toda la ciudad, sobretodo en los barrios más bohemios y vanguardistas como, por ejemplo, en el centro comercial de Kingly Court situado en Carnaby Street. Este fenómeno, sin embargo, no es exclusivo de la capital británica. Hoy en día todas las principales ciudades del país cuentan con una zona comercial con una buena selección de tiendas de ropa *vintage*.

Ropa Orgánica

Los consumidores británicos, sobretodo los más jóvenes, están cada vez más concienciados con el medio ambiente. Son cada vez más conscientes del impacto negativo que la producción textil puede tener en el medio ambiente y están empezando a buscar alternativas más ecológicas.

Así pues, son varias las empresas de moda, entre las que se encuentran empresas del tamaño de Marks & Spencer o la cadena de moda para jóvenes Top Shop, que han lanzado las primeras prendas “feel-good” o “eco-friendly” elaboradas con tejidos orgánicos y bajo las premisas del comercio justo. Con la puesta a la venta de estas nuevas líneas, las marcas pretenden responder a la creciente demanda del consumidor británico de productos que respeten el medio ambiente y sean más respetuosos con la salud.

Así pues, empiezan a aparecer ya las primeras marcas de moda joven de ropa orgánica o de ropa producida bajo las premisas del comercio justo, y una estuvo incluso presente en To Be Confirmed, una feria del sector de moda joven que se celebra en Londres. En el sector calzado ocurre lo mismo y la demanda de calzado ecológico es cada vez mayor. Existe en Londres incluso una cadena de calzado con 6 tiendas en la ciudad, llamada The

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Natural Shoe Store, que vende exclusivamente marcas de calzado ecológico, entre ellas una marca española.

Fast Fashion

La idea original de Zara de renovar sus colecciones asiduamente y varias veces por temporada, ha sido plenamente adoptada e incluso mejorada por las principales cadenas de moda británicas, de tal forma que cada semana la tienda recibe nueva mercancía. Esto hace que muchos jóvenes se paseen semanalmente por las *high street* británicas en las que se encuentran estas cadenas, pudiendo encontrar siempre una oferta renovada que se adapta constantemente a las últimas tendencias de la moda.

Esto suponía una clara amenaza para las tiendas independientes, quienes tradicionalmente recibían la mercancía de sus proveedores sólo dos veces al año, para la temporada de primavera/verano y la de otoño/invierno. En consecuencia, estos empezaron a pedir a las marcas que comercializaban que empezaran a desarrollar colecciones para la mitad de la temporada (*in-season collections*) y que entregaran los pedidos a más corto plazo. La mayoría de las marcas ya se han adaptado a este nuevo sistema, lo que permite a las pequeñas tiendas independientes gozar de una mayor flexibilidad para adaptarse a posibles cambios durante la temporada (debidos por ejemplo a condiciones meteorológicas cambiantes) y a tomar menos riesgos en los pedidos a largo plazo que se hacen antes del inicio de ésta.

Según datos que ofrece Taylor Nelson Sofres Fashion Trak (TNS), las ventas de moda tipo *Fast fashion* crecieron un 11% durante los doce meses anteriores a marzo de 2005. TNS incluye a las siguientes cadenas en esta categoría: H&M, Zara, Topshop, Topman, New Look, Miss Selfridge, Mango, la cadena de descuento Primark, y los supermercados Asda y Tesco. Estos tres últimos sin embargo tienen éxito principalmente entre los consumidores del grupo de edad de entre 45 y 65 años y no tanto entre los jóvenes.

Ropa punk y gótica

Las tribus urbanas son un fenómeno en el Reino Unido. Se caracterizan por unos lugares comunes de reunión, una música común y, por supuesto, una forma de vestir común. Una de las tribus urbanas más arraigadas en el Reino Unido son los punks y los góticos, grupo que alimenta a toda una industria que satisface sus necesidades.

La principal zona de la capital británica que reúne la mayoría de tiendas y mercadillos con ropa dedicada a este público es Candel Town. En ella se encuentran una gran variedad de comercios que venden ropa, accesorios y calzado muy especializados para este nicho de mercado.

Tal es la importancia de estas tribus, que en el año 2000 se detectó la falta de una feria comercial que atendiera a los nichos de mercado que forman la ropa punk, cyber, heavy metal y gótica, por lo que se creó la feria London Edge, en la que se expone ropa dirigida a estos grupos urbanos.

Ropa de diseño

Desde la incorporación de la mujer al mundo laboral y su mayor independencia económica, las ventas de ropa de diseño en el Reino Unido no han cesado de aumentar. A pesar de su elevado precio, el prestigio del diseñador y la calidad y la diferenciación de su

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

producto seguirán llamando la atención de su principal grupo objetivo, aquéllos que tienen un buen sueldo y están en la etapa anterior a la de formar una familia.

Según una investigación que llevó a cabo Mintel en 2003, el 56% de las mujeres y el 51% de los hombres habían comprado ropa de diseño en los 12 meses anteriores a la encuesta. La compra se dio fundamentalmente entre los grupos de edades comprendidas entre los 15 y los 44 años, cayendo significativamente en grupos de edades más avanzadas.

El principal canal de distribución para la ropa de diseño son los grandes almacenes y las tiendas independientes. Los grandes almacenes son los que se han centrado en atraer las compras de los consumidores más jóvenes dentro de esta categoría, ofreciendo una amplia selección de las principales marcas del momento. Los fashion outlets situados en las afueras de las ciudades van a tomar asimismo una mayor importancia en la venta de estos productos, ya que los consumidores, sin querer renunciar a la alta calidad de la ropa de diseño, están también preocupados por el precio.

En este mercado también existe la figura del joven diseñador, que se está haciendo cada vez más popular. Estos jóvenes diseñadores empiezan normalmente a vender sus diseños, que suelen ser diferentes e innovadores, en puestos en populares mercadillos londinenses, como el de Portobello o el de Spitafields, o por todo el país en pequeñas tiendas especializadas en vender ropa de nuevos diseñadores, tanto locales como internacionales.

Ropa de deporte

El deporte es una parte muy importante de la vida de los jóvenes. En consecuencia, muchas de las prendas deportivas se han incorporado a la moda de la calle británica. Claro ejemplo de ello son las zapatillas deportivas, que actualmente tienen un lugar indiscutible en la indumentaria del día a día de cualquier joven de ciudad. Otro ejemplo es la expansión que ha tenido en los últimos años la estética surfera o *skater*, con jóvenes de todo el mundo vistiendo prendas anchas y holgadas como hacen los practicantes de estos deportes.

En el Reino Unido, la distribución de la ropa de deporte es un poco diferente a la del resto. Existen tres principales fabricantes mundiales de ropa deportiva, que son Nike, Adidas y Reebok, pero estos, aunque sí que tienen algunas tiendas propias, no han desarrollado la estructura de integración vertical tanto como lo han hecho otros fabricantes de moda joven, tales como Zara, Mango, Diesel, O'Neil, etc. La distribución de ropa deportiva se hace principalmente a través de tres cadenas de deporte que tienen, entre las tres, más de 1.200 establecimientos repartidos por todo el país. Éstas son, por orden de importancia, JJB Sports, JD Sports y Blacks Leisure.

3. TENDENCIAS DE LA DISTRIBUCIÓN

Según un estudio realizado por Key Note, existen en el Reino Unido hasta doce tipos de establecimientos minoristas para la distribución de ropa y calzado, lo que da una pista de la complejidad y tamaño de este mercado. Algunos de estos son los grandes almacenes, las tiendas independientes, las grandes cadenas de moda rápida, las cadenas multimarca, los

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

variety stores, los *fashion outlets*, las tiendas propias, los mercadillos, las cadenas de descuento y los supermercados.

El cuadro siguiente nos muestra el porcentaje de personas, dentro de cada grupo de edad, que dijeron utilizar uno de los siguientes canales de distribución para la compra de ropa y calzado en 2005.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN UTILIZADOS PARA LA COMPRA DE ROPA Y CALZADO EN 2005, POR EDAD

(%)

Canal de Distribución	Grupo de Edad							
	Todos	16-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Grandes Almacenes	87	73	97	89	95	87	83	82
Supermercados	68	54	67	79	72	71	63	57
Tiendas Independientes	67	69	68	70	72	76	63	52
Tiendas de Deporte	63	79	67	80	81	70	47	27
Cadenas de Moda	62	70	91	82	75	59	47	31
Cadenas de Descuento	50	44	49	56	49	57	50	38
Designer Outlets	47	64	78	61	52	49	40	19
Mercadillos	36	26	29	39	36	38	37	33
Internet	34	55	60	50	49	34	16	4

Fuente: Key Note

Así pues, se observa que los tres canales de distribución más utilizados por los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 y 34 años son, por este orden, los grandes almacenes, las cadenas de moda y las tiendas de deporte. Les siguen las tiendas independientes de carácter local, que son el destino de compra de compradores un poco más mayores, entre 35 y 54 años, principalmente. Los *fashion outlets* o *designer outlets* son más usado por los jóvenes de entre 16 y 34 años que por el resto de grupos de edad, ya que son estos jóvenes los que están más interesados por la moda y no les importa pagar un poco más por una pieza de diseño. Este canal de distribución es, de hecho, más utilizado por los jóvenes que otros canales que ofrecen moda a precios mucho más asequibles, como los supermercados o las cadenas de descuento.

3.1 La *High street*

Las *high street* británicas suelen ser el principal destino de compra de los jóvenes británicos. En ellas pueden encontrar una oferta muy amplia y constantemente renovada de prendas a la última moda. Y todo esto a precios más o menos asequibles que se adaptan a prácticamente cada bolsillo.

A falta de datos que informen cuantitativamente sobre las tendencias de la distribución del mercado de moda joven en concreto, a continuación se muestra una tabla en la que aparecen los establecimientos que son más visitados por los jóvenes compradores para la compra de ropa. En concreto, nos presenta qué porcentaje de los jóvenes de edades comprendidas entre los 15 y los 24 años, visitan de forma regular estas tiendas cuando van de compras.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

TIENDAS VISITADAS POR LOS JÓVENES PARA COMPRAR ROPA

Tienda	2001	2002	2003	2004	2005
Next	34%	32,2%	30,4%	33,9%	28,7%
River Island	29%	24,9%	22,3%	26,3%	22,6%
Topshop	22,3%	26,1%	23,9%	21,3%	20,8%
New Look	23,3%	22,5%	22,3%	23,3%	20,1%
JJB	--	20,4%	21%	19%	17,2%
Gap	21,4%	22,8%	18,2%	18,5%	15%
JD Sports	--	17,3%	14,3%	18,7%	14,4%
Topman	18,1%	15,1%	14,8%	16,2%	13,3%
Dorothy Perkins	14%	12,5%	12,7%	14,4%	13,2%

Fuente: Verdict

La cadena Next mantiene pues en 2005 su puesto como tienda minorista más visitada por los jóvenes: un 28,7% la visitan cuando van de compras, y un 7% de éstos afirman que es la tienda en la que principalmente compran. En este último año ha perdido, sin embargo, ventaja sobre el siguiente clasificado, River Island. Esto se debe a la expansión que recientemente llevó a cabo Next, introduciendo líneas de producto destinadas a un público más mayor, lo cual no fue bien recibido por los jóvenes británicos a los que, por norma general, no les gusta ir a comprar a la misma tienda en la que lo hacen sus padres.

River Island, Topshop y New Look, tres cadenas que ofrecen *fast fashion* a precios competitivos son de las más visitadas por estos jóvenes. Las tres lo son en más de un 20% de las ocasiones, a pesar que su tasa de penetración ha bajado en los últimos cuatro años, debido que los jóvenes son cada vez menos fieles a una tienda y les gusta más comparar entre todas antes de decidirse a comprar. Por otro lado, JJB y JD Sports, cadenas de ropa de deporte, están también entre los nueve minoristas más visitados, lo que denota importancia que tiene la ropa de deporte en el vestuario del joven británico.

Un estudio de Verdict Research analizó qué tiendas de ropa concentraban la mayor proporción de compradores jóvenes (número de compradores de entre 15 y 24 años sobre el número total de compradores). La ganadora fue USC (www.usc.co.uk), una cadena multimarca con 60 tiendas repartidas por todo el país que comercializa las principales marcas de moda joven. La decoración de sus tiendas y su personal moderno y juvenil son dos de los factores claves para su éxito. Le siguen otras tiendas multimarca, como Envy, y otras grandes cadenas de la *high street*, como Miss Selfridge, Morgan, Warehouse y Kookai. El gran perdedor en capacidad de atraer a compradores de entre 15 y 24 años es Marks & Spencer. A pesar de su liderazgo en el sector de confección femenina, M&S no consigue atraer a un público más joven. Su línea de producto más juvenil, Per Una, ha atraído de cierto modo a más compradores jóvenes, pero rara vez de menos de 25 años.

En el caso del calzado, la creciente popularidad de las zapatillas deportivas de marca entre los jóvenes queda claramente manifestada en la siguiente tabla.

TIENDAS VISITADAS POR LOS JÓVENES PARA COMPRAR CALZADO

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Tienda	2001	2002	2003	2004	2005
JJB	--	25,5%	23,9%	23,6%	24,2%
JD Sports	--	17,6%	19%	18%	20%
Foot Locker	--	9,8%	10,8%	9,5%	13,7%
All Sports	--	15,1%	12,6%	13,4%	11,5%
River Island	11,5%	11,4%	11,6%	13,2%	10,5%
Next	15,5%	11,1%	10,9%	11,3%	10%
New Look	6,8%	6%	7,3%	8,2%	10%
Faith	6,9%	9,6%	6,5%	9,3%	10%
Barrats	11,6%	10,7%	12%	8,7%	8,2%
Clarks	3,9%	6,1%	6,3%	6,6%	6,6%
Schuh	2,2%	5,9%	5,2%	6,2%	5,9%

Fuente: Verdict Research

Las cuatro primeras tiendas que los jóvenes de entre 15 y 24 años afirman visitar de forma regular cuando quieren comprar calzado, JJB, JD Sports, Foot Locker y All Sports, son tiendas de ropa y calzado deportivo. Todas ellas ofrecen una amplia selección de zapatillas deportivas de marca, que son muy populares entre los jóvenes de este grupo de edad, quienes las usan como calzado informal de a diario.

Dado que el mercado británico de calzado es un mercado muy fragmentado, esto es, con una gran cantidad de cadenas de calzado de tamaño similar que compiten por los mismos compradores, no hay ningún minorista (exceptuando los cuatro mencionados anteriormente) que domine claramente frente a los demás. Vemos que en la tabla anterior aparece también la empresa Clarks, a pesar de que su oferta, más bien clásica, no está dirigida a los jóvenes de este grupo. Esto es debido al gran número de tiendas que la empresa tiene por todo el país, mucho mayor al de cualquier otro especialista en calzado británico. De hecho, de todas las empresas listadas en la tabla anterior, Clarks es la única que es visitada por los jóvenes en menor proporción que por el resto de la población.

Según Verdict Research, las tiendas que presentan una mayor proporción de jóvenes (número de compradores de entre 15 y 24 años sobre el número total de compradores) para la compra de calzado son, por este orden, Miss Selfridge, USC, Topshop, Foot Locker, Topman, Faith, Shellys y All Sports. Tres de ellas pertenecen al grupo Arcadia, dueño de varias cadenas de moda, todas ellas dirigidas al público más joven.

3.2 Tiendas Independientes Multimarca

En los últimos años, las tiendas independientes se han visto duramente afectadas por el auge de las cadenas de *fast fashion* de las *high street* y por las cadenas multimarca especializadas en moda joven, como USC, Urban Outfitters o Envy, que muchas veces comercializan las mismas marcas. La clave para su supervivencia sigue estando clara: la atención al cliente. El ofrecerle a éste una atención personalizada, muy diferente a la que reciben en la *high street*, es vital para asegurar que el cliente vuelva.

La segunda clave para su éxito es la diferenciación. La oferta de moda de las tiendas independientes es diferente a la oferta estandarizada que ofrecen las grandes cadenas de

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

moda y presentan así al cliente la posibilidad de crear su propio estilo. Según una encuesta llevada a cabo por Mintel, las mujeres británicas están cada vez más interesadas en ser diferentes y crear su propio estilo: un 36% señalaban estar más interesadas en crear su propio estilo, que en la moda. Sólo un 25% de las encuestadas, las más jóvenes sin embargo (entre 15 y 34 años), dijo estar más interesada en la moda.

Así pues, es en este canal de distribución en el que se hallan las mejores oportunidades para las marcas españolas de segmento medio-alto. A pesar de la dureza del mercado, las tiendas independientes ganaron un 1,6% de cuota de mercado en el último semestre de 2004 y son las que aportan variedad y vitalidad al mercado de la moda joven británico. Algunas de las principales marcas de moda joven, como Levi's, contribuyen a esta diferenciación de los independientes vendiendo algunas de sus líneas de producto, como Levi's Blue Label, sólo a través de éstos. Del mismo modo, el apoyo de los independientes a las marcas que distribuyen es fundamental para ayudar a la construcción de una imagen de marca y su desarrollo en el país.

Expertos en este mercado aseguran que la entrada precipitada de una marca en él sólo puede acabar en una rápida salida del mismo, por lo que recomiendan aspirar a unas 50 cuentas de clientes en los primeros tres años. La complejidad del mercado de moda joven británico implica que sean necesarios algunos años de lento crecimiento para poder tener una presencia a largo plazo en él. Las marcas españolas deben aportar productos con una identidad claramente definida, que destaquen por sí solos y las tiendas independientes de moda joven son la mejor forma de hacerlos llegar hasta el público.

La forma de trabajar con estos independientes puede ser un poco diferente a la forma en que se trabaja con las tiendas en España. Las cantidades para pedidos mínimos suelen ser bastante bajas en el Reino Unido y las condiciones de pago a proveedores suelen ser flexibles. Los plazos de entrega de mercancías son más cortos que en España y hay entregas de mercancía nueva varias veces durante la temporada. La empresa española debe ser capaz de responder a todo esto y de adaptarse al comprador y a sus necesidades para ganarse la lealtad de las tiendas independientes a su marca. Finalmente, la contratación de un agente comercial angloparlante, con base en el Reino Unido y que conozca bien el mercado para hacer de nexo entre la empresa española y las tiendas independientes es más que recomendable.

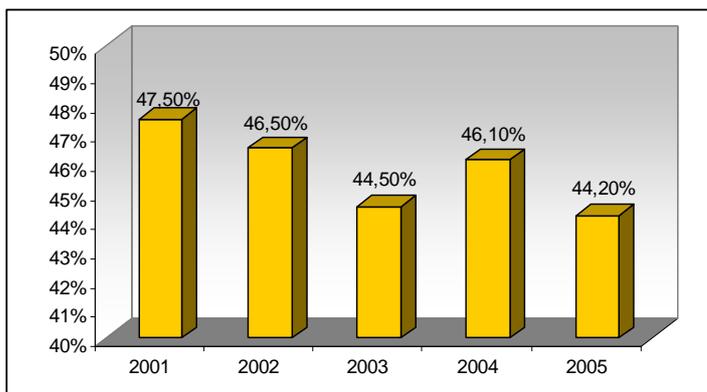
3.3 Grandes Almacenes

Según un estudio llevado a cabo por Verdict Research cada vez un menor número de compradores se dirige a un gran almacén para comprar ropa. A pesar de que un 44,2% de los compradores de ropa lo hizo en un gran almacén en 2005, este porcentaje se reduce año tras año. Por otro lado, el estudio constata que los compradores que más tienden a comprar ropa en este canal de distribución son los de los grupos de edad de a partir de los 35 años.

COMPRADORES DE ROPA QUE LA COMPRAN EN UN GRAN ALMACÉN

(%)

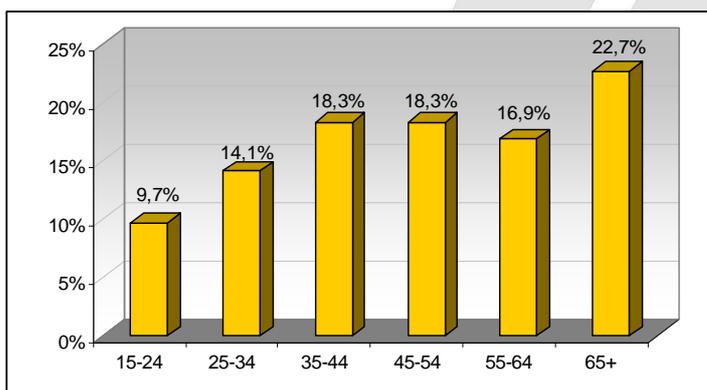
EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO



La alta fragmentación del mercado de la confección británico y la deflación que le ha acompañado en los últimos años han perjudicado a los grandes almacenes, a favor de los supermercados y las cadenas de descuento. Los grandes almacenes están, de hecho, perdiendo al grupo de consumidores más sensibles al

COMPRADORES QUE EN 2005 COMPRARON ROPA EN LOS GRANDES ALMACENES, POR EDAD

(%)



Dentro del grupo de jóvenes compradores, los chicos de entre 15 y 24 años compran más en los grandes almacenes que las chicas, porque son compradores que suelen ir tras las principales marcas de moda joven y los grandes almacenes, con su repertorio de marcas, satisfacen esta demanda de forma accesible y que hace que la

De los principales grandes almacenes de segmento medio, medio-alto y alto del país, **Debenhams** es el que tienen una mayor cuota de compradores de ropa, que son mayoritariamente jóvenes de entre 25 y 34 años. Debenhams es sin embargo un gran almacén de segmento medio, y no vende ninguna de las principales marcas de moda joven, sino marcas propias y tiene también concesiones de algunas de las cadenas de moda de las *high street*, como Morgan, Jane Norman o Dorothy Perkins.

En el segmento medio-alto, hay tres principales cadenas de grandes almacenes a nivel nacional: Fenwicks, John Lewis y House of Fraser. **Fenwicks** es una empresa familiar, con 10 tiendas en todo el país, y que, a pesar de que sus clientes son principalmente de entre 35 y 44 años de edad, ha llevado a cabo en los últimos años un cambio de orientación para atraer a más consumidores jóvenes. **John Lewis**, con sus 26 tiendas, es el segundo gran almacén con mayor cuota de compradores de ropa. Su grupo de edad mayoritario de compradores de ropa es el de gente entre 45 y 54 años, por lo que la empresa ha llevado a cabo planes para modernizar su oferta de moda. Aunque no tiene un departamento de moda joven claramente separado, distribuye ya un buen número de principales marcas, como FCUK, Levi's, Lois, Ted Baker o Roxy para chicas, y Ralph Lauren o Gant para chicos. Asimismo, cuenta en su cartera de marcas con algunas de las marcas de vaqueros de segmento más alto para chicas, como 7 For All Mankind o Citizens of Humanity, y con Yves Saint Laurent para los chicos. Por último, **House of Fraser**, la cuarta cadena de

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

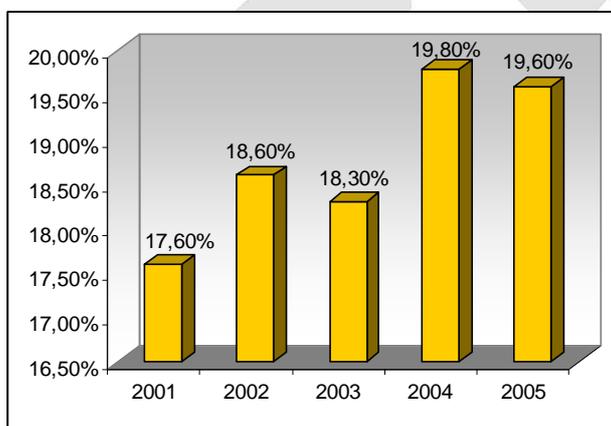
grandes almacenes más grande del país, cuenta con compradores de ropa mayoritariamente jóvenes, y es el único gran almacén que no perdió cuota de compradores de ropa en 2005. Dispone de una amplia oferta de moda joven, tanto para chico como para chica, que cuenta con las principales marcas de segmento medio-alto y alto, como Replay, Miss Sixty, Fornarina, Diesel, Calvin Klein, Ted Baker, Hugo Boss, G-Star, Hobbs, Religion, Tommy Hilfiger, etc. En su tienda en Oxford Street, en Londres, la moda joven para chicas cuenta incluso con una planta entera con ropa, accesorios y calzado orientados a este grupo.

Finalmente, en el segmento más alto del mercado, tres son las cadenas de grandes almacenes principales: **Harrods**, **Harvey Nichols** y **Selfridges**. Todos ellos cuentan con una amplia selección de las mejores marcas de diseñadores. Dentro de la moda joven, centrándonos en los vaqueros, en 2004 Selfridges distribuía un total de 30 marcas de vaqueros, Harvey Nichols 21 y Harrods 20. Estos grandes almacenes funcionan de tres maneras posibles: con secciones multimarca administradas por el gran almacén, con concesiones (siguiendo el esquema de shops in shops) o vendiendo marca blanca.

Según muestra el mismo estudio de Verdict Research, las ventas de calzado de los grandes almacenes sin embargo, han seguido otra tendencia en los últimos años.

COMPRADORES DE CALZADO QUE LO COMPRAN EN UN GRAN ALMACÉN

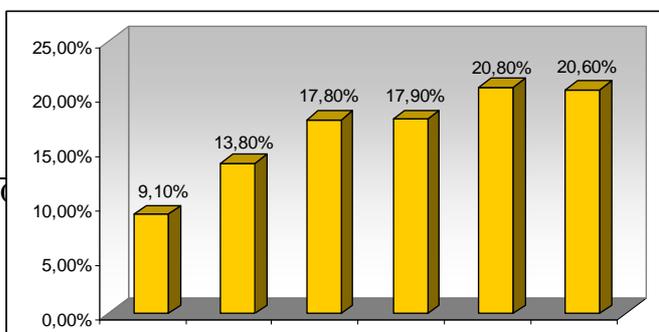
(%)



Este gráfico muestra qué porcentaje de compradores utilizan un gran almacén para la compra de calzado. A pesar de que en 2005 ha habido un pequeño descenso en este porcentaje con respecto a 2004, éste sigue siendo mayor que a principios de siglo. Este incremento de los últimos años es en parte debido a que algunos grandes almacenes, como John Lewis, Harvey Nichols y House of Fraser han visto crecer sus ventas en calzado. La calidad de su oferta en las principales marcas actuales de calzado ha sido básica para que se haya

COMPRADORES QUE EN 2005 COMPRARON CALZADO EN LOS GRANDES ALMACENES, POR EDAD

(%)



En este gráfico se observa que los jóvenes son, con bastante diferencia, el grupo de edad que menos compra calzado en los grandes almacenes. Una parte importante del calzado que utilizan estos jóvenes son las zapatillas deportivas, que adquieren principalmente en las grandes cadenas de ropa de deporte, ya que disponen de

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Las secciones de calzado de muchos de estos grandes almacenes funcionan a través de concesiones que llevan algunas de las cadenas de calzado más importantes del país. Por ejemplo, la cadena de calzado Kurt Geiger lleva las concesiones de Selfridges y Harrods, el grupo de Office Holdings es el encargado de la concesión de Harvey Nichols, y en Fenwicks las concesiones son de LK Bennett y de Kurt Geiger.

3.4 Cadenas de descuento y supermercados

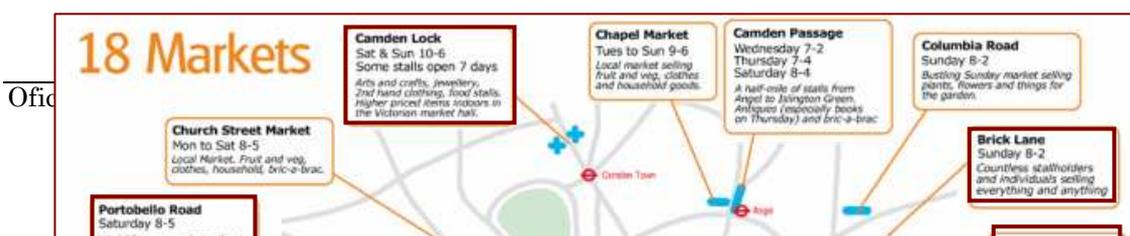
Los establecimientos que ofrecen moda para los segmentos más bajos del mercado, es decir, las cadenas de descuento (como TK Maxx, Matalan y Primark) y los supermercados (como Asda, con su marca de ropa George y Tesco), continúan siendo los canales de distribución con mayor crecimiento en el mercado de la confección y generaron unas ventas de ropa por valor de £2.000 millones en 2004. La cadena de descuento Matalan, incrementó su número de líneas de ropa de moda para primavera 2006, ya que sus ventas de este tipo de productos (la cadena tiene también otras líneas de confección más básicas) aumentaron un 0,3% en las diez últimas semanas de 2005.

Estos canales de distribución, sin embargo, no acaban de tener éxito entre los más jóvenes, quines pueden comprar ropa igualmente barata y mucho más moderna en muchas de las cadenas de la *high street*.

3.5 Mercadillos

Londres es una ciudad mundialmente conocida por sus mercadillos, que son visitados cada fin de semana por una multitud de turistas de todos los orígenes. Muchos de estos mercadillos se especializan de algún modo en satisfacer a algunos de los nichos de mercado descritos anteriormente. De esta forma, el mercadillo de Camden Lock ofrece una gran variedad de ropa y accesorios de estética gótica y punk, además de ropa con un alto componente en moda para el público más general. En Portobello Road se comercializan en cambio muchas antigüedades y ropa *vintage*, y es también el lugar en el que jóvenes y nuevos diseñadores empiezan sus carreras vendiendo en él sus primeras creaciones. Finalmente, en los tres mercadillos de East London (Spitalfields, Brick Lane y Petticoat Market) se vende ropa de todo tipo, desde ropa *vintage* a ropa con diseños de inspiración asiática. En todos estos mercadillos londinenses hay, junto a su selección de ropa y calzado, también puestos con comida de toda clase, libros, muebles y accesorios para el hogar, etc.

El mapa siguiente sitúa los principales mercadillos londinenses:



3.6 Internet

A pesar de que Internet sigue siendo el canal de distribución menos usado por los británicos para la compra de confección y calzado, debido a lo poco extendido que está entre los grupos de edades más avanzadas, los jóvenes sí que lo usan con mayor frecuencia. Y es de prever que la tendencia sea a usar este canal de distribución cada vez más.

La mayoría de cadenas de moda y marcas de moda joven británicas disponen de una tienda on-line a través de su página web, a través de la cual el comprador tiene acceso a todos sus modelos. Muchas veces, estas empresas ofrecen incluso descuentos especiales sólo para los compradores que utilizan este canal de distribución. Existen igualmente, páginas web dedicadas a la venta online de ropa y calzado de varias marcas. Algunas de las principales son:

www.asos.com

www.ilovejeans.com

www.urbanindustry.co.uk

www.gigiandtom.co.uk

www.netaporter.com

www.vivaladiva.com (calzado)

www.sheactive.co.uk (ropa de deporte)

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

4. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Entre septiembre 2004 y septiembre 2005, 93,1 millones de libras fueron gastadas en publicitar ropa y calzado en los principales medios de comunicación británicos, cantidad ligeramente superior a la del año anterior, que fue de 92,2 millones de libras.

GASTO EN PUBLICIDAD DE LOS SECTORES DE CONFECCIÓN Y CALZADO

(miles £)

Confección	2004	2005	Variación
Confección femenina	20.816	21.281	2,20%
Ropa de deporte	16.171	12.553	-22,40%
Confección masculina	7.210	8.512	18,10%
Vaqueros	5.466	7.791	42,50%

Calzado	2004	2005	Variación
Calzado en general	19.052	17.282	-9,30%
Calzado deportivo	12.080	13.331	10,40%

Comparado con otros sectores, como el de las bebidas por ejemplo, confección y calzado no son dos sectores que destaquen por un elevado gasto en publicidad. Esto es debido a la alta fragmentación de estos mercados, fragmentación entre un elevado número de productos, estilos, fabricantes, canales de distribución y diseñadores, lo que lleva a que en él se hagan cientos de pequeñas campañas de publicidad en lugar de pocas y más grandes.

Sin embargo, una buena comunicación de la marca y de las propuestas de moda se convierte en una herramienta esencial para entrar en un mercado muy marquista, como es el Reino Unido. En este sentido se han definido tres herramientas que pueden resultar de utilidad para la empresa exportadora española: publicidad indirecta, publicidad directa y promoción a través de presencia en ferias sectoriales. Estas herramientas no son las únicas, pero sin embargo sí que pueden resultar útiles para las empresas españolas que intentan asentarse en este mercado.

4.1 Publicidad indirecta

La figura de la agencia de comunicación está muy introducida en Reino Unido. Aquellos operadores económicos que tienen una marca, ya sean cadenas de tiendas, fabricantes o diseñadores, contratan agencias de comunicación que se encargan de conseguir impactos de sus productos en los medios. El trabajo de la agencia de comunicación es establecer relaciones con los periodistas y estilistas para que estos incluyan sus productos en sus secciones de moda.

Se trata de una publicidad indirecta que resulta muy beneficiosa para la empresa, ya que los productos aparecen como parte de los contenidos de la revista. Es decir, no son identificados como “publicidad” sino como “información”. En definitiva, se convierten en una recomendación del medio.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

El principal soporte en el que aparece este tipo de publicidad dirigida a los jóvenes son las revistas del consumidor. Las revistas de adolescentes de moda líderes en el Reino Unido son Bliss, Sugar y Mizz. Sin embargo, es una realidad en este país el que las niñas cada vez “crecen antes”, por lo que también empiezan a comprar a edades cada vez más tempranas, revistas que están dirigidas a un público más adulto, como pueden ser Elle, Vogue, Marie Claire, Glamour o Cosmopolitan, por lo que dos de éstas acabaron publicando una versión para adolescentes de su revista: Cosmogirl y Ellegirl. Así pues, encontramos una gran cantidad de publicidad indirecta de productos de moda joven en estas revistas de moda y estilo para mujeres. Estas revistas incluyen secciones bajo el título de “Must have”, en las que, junto a la prenda o artículo mostrado, aparece también su precio, marca y dirección del punto de venta. Finalmente, destacar también que hay algunas revistas de estilo dirigidas al público joven en general, como The Face, Staff y Arena, y que son leídas por un público principalmente masculino.

Una buena agencia de comunicación puede lograr muchas inserciones en prensa y revistas. Sin embargo, es necesario señalar que hay una relación directa entre publicidad directa e indirecta. Aunque esta relación no es tan fuerte en Reino Unido como en el mercado estadounidense, sí que es cierto que revistas y periódicos están más dispuestos a incluir en sus páginas de información, aquellos productos de empresas que pagan regularmente por páginas de publicidad en sus ediciones.

4.2 Publicidad directa

La mayor parte de publicidad directa en este sector es la que hacen las grandes marcas de diseñador a través de revistas del consumidor principalmente. Estas marcas, que van dirigidas al segmento más alto, optan normalmente por una combinación de publicidad directa en los medios más destacados y publicidad exterior en vallas, paradas de autobuses, cabinas, etc. Se trata de marcas como Louis Vuitton, Channel, Dior o Gucci que, a menudo, comercializan otros productos además de prendas de confección como perfumes, marroquinería, accesorios etc. También marcas de moda joven del segmento medio alto, como Miss Sixty o Fornarina, tienen una presencia importante en las páginas de publicidad de las revistas de moda y estilo más importantes.

En el segmento medio, son las grandes cadenas de distribución las que se encargan de hacer publicidad directa de sus productos, en la mayor parte de los casos, con marca blanca. Estas cadenas utilizan especialmente la publicidad exterior. Este es el caso de cadenas con gran presencia en Reino Unido como Topshop, H&M o la española, Mango. Esta última, fue la empresa de confección con un mayor gasto destinado a publicidad en el Reino Unido en 2004.

Sin embargo, hay que destacar que la publicidad directa es especialmente cara en Reino Unido y es necesario realizar una inversión muy importante para conseguir resultados. La revista Vogue, por ejemplo, cobra 22.000 libras por una página de publicidad, y el Sunday Express (edición de fin de semana del Daily Express) cobra 27.000 libras por página de publicidad. Estas tarifas suelen ser negociables.



VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Con las llegadas de las grandes cadenas españolas de moda Zara y Mango a las *high street* británicas, la moda española se hizo conocida entre los ingleses. Éstos la consideran una moda juvenil, de buena calidad, con mucho diseño y estilo a unos precios razonables.

Esta clara asociación, sin embargo, ocurre únicamente con esta presencia española en la *high street*. En las marcas de moda joven que se distribuyen en tiendas independientes, los compradores se fijan en un producto por el diseño y la calidad del producto en sí, sin prestar atención a su país de origen.

Así pues, para tener éxito internacionalmente y en el mercado británico en particular, es fundamental que la marca tome una orientación global. Es decir, que el nombre de la marca, sus diseños y colores sean tan válidos en España como en otro país. Es en consecuencia de gran importancia que el nombre de la marca sea de fácil pronunciación para los ingleses. Del mismo modo, los colores llamativos que se llevan no sólo en España, sino también en otros países mediterráneos como Italia o Grecia, no encajan del mismo modo en la apariencia física de los británicos, quienes son de por sí mucho más pálidos. Este es el motivo principal por el cual marcas que tienen mucho éxito en países como España, Italia y Grecia, fracasan en el Reino Unido. Y por este mismo motivo gozan de mayor popularidad entre los británicos las marcas de moda joven escandinavas.

Las diferencias de tallaje entre las colecciones españolas y las británicas presentan también un problema para el éxito de las primeras en este país. Los ingleses son por norma general más altos y más robustos que los españoles, por lo que el tallaje español resulta insuficiente para satisfacer toda la demanda de tallas británica. Las diferencias climáticas son también otro factor a tener en cuenta. El clima más frío del Reino Unido obliga a utilizar tejidos más pesados y estilos que abriguen más. Es por lo tanto importante que las marcas españolas tengan en cuenta estas diferencias y que adapten su producto para que se ajuste perfectamente a las necesidades de este mercado.

Así pues, el mensaje que lanzan los expertos en el sector es claro: una colección española nunca encajará al 100% en el mercado británico. Es necesario, en consecuencia, que la marca española haga todo lo que pueda para encajar en él. Deberá cambiar los tejidos, tallas, patrones, colores, hacerla más moderna, cambiar las etiquetas en euros por etiquetas en libras esterlinas, etc. e intentar que los valores de la marca no se vean

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

perjudicados por ello. Las marcas deben aprovechar la reputación de buena calidad con la que cuenta la moda española para añadir valor a la prenda, añadiendo por ejemplo botones, bordados, bolsillos, apliques, etc.

VII. PRINCIPALES ZONAS COMERCIALES EN EL REINO UNIDO

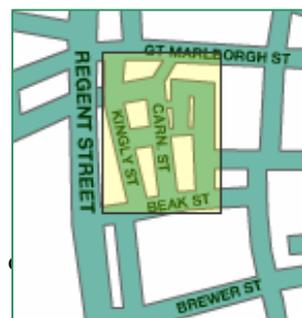
1. LONDRES³

Londres es una ciudad muy cosmopolita en la que se mezclan una gran cantidad de gentes, culturas y estilos, desde el más clásico al más alternativo. A continuación se describen brevemente los principales barrios y zonas comerciales de la ciudad que destacan por la amplia oferta de moda joven que presentan y se adjunta un listado de las principales tiendas multimarca de la zona.

1.1 Carnaby Street

Se trata de una de las zonas comerciales más famosas de la capital británica. En esta calle peatonal, junto con el resto de calles de la zona, encontramos tiendas de las principales marcas de moda joven del momento, así como pequeñas tiendas independientes que ofrecen una selección variada de marcas, lo que la hace una zona ideal para chequear las últimas tendencias en moda vaquera y urbana. En Carnaby Street encontramos tiendas con la moda más comercial, desde las **marcas de moda joven** más establecidas, como Miss Sixty, Ben Sherman, Fornarina, Lee Jeans y Diesel, hasta las principales **marcas de ropa deportiva**, como son Quiksilver, Roxy, O'Neill, Vans y Puma. En lo que a **calzado deportivo** se refiere, se encuentran también en esta calle una tienda de Converse y un establecimiento de la importante cadena británica de calzado deportivo Size? y otro de la de calzado juvenil Office.

Si lo que se busca son artículos más exclusivos y diferentes, no es necesario ir muy lejos. En las calles cercanas, como Broadwick Street, Ganton Street, Newburgh Street y Marlborough Court se encuentran un elevado número de tiendas independientes multimarca, con ropa de estilos muy variados: desde ropa hip-hop y *skater*, a tiendas con colecciones de nuevos diseñadores locales e internacionales,



³ Los datos de contacto de todas las tiendas que aparecen citadas en este el Anexo.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

pasando por tiendas especialistas en vaqueros y en moda urbana de segmento más alto. En Newburgh Street encontramos también #6 Adidas, espacio que es utilizado más como showroom que como tienda y en la que se exponen modelos de ediciones limitadas y las últimas colecciones. En la misma calle está también Cinch, una boutique de ropa vaquera propiedad de Levi's. En la pequeña calle de Foubert's Place se encuentra un tienda de la marca española Camper.

Información completa sobre la zona comercial de Carnaby Street la encontramos en la página web www.carnaby.co.uk, que ofrece mapas de la zona con todas sus tiendas (http://www.carnaby.co.uk/carnaby_map.pdf).

Tienda	Estilos y Marcas
X-Large	Estilos: hip-hop y skate. Marcas: 555 Soul.
The Lineal Eye	Ropa de pequeños diseñadores: Ebru Erkon, Bless, Sophie-Ann Back.
Behave	Estilo: ropa informal de punto y vaqueros de segmento alto. Marcas: WE.
Beyond the Valey	Ropa de jóvenes diseñadores de escuelas de moda locales.
Skate of Mind	Estilo: <i>skater</i> . Marcas: Zoo York, Enjoi, DC.
Size?	Calzado deportivo. Marcas: Adidas, Converse, Evisu, K-Swiss, Fila, Nike, Puma, Kickers, etc.
Office	Calzado de tendencia para hombre y mujer. Marcas: Kickers, Timberland, Firetrap, CAT, Havaianas, Converse, Adidas, Birkenstock, etc.
Slammin Kicks	Calzado deportivo, especializado en marcas poco conocidas que importa de todo el mundo.

Kingly Court

Kingly Court es un centro comercial de tres pisos al aire libre situado en el centro de la zona comercial de Carnaby Street. En él están idealmente ubicados un gran número de comerciantes independientes que nos ofrecen la moda urbana más única y alternativa. Desde boutiques de **jóvenes diseñadores** de varias nacionalidades, como Our Shop o Akino, hasta tiendas **vintage** como Sam Semberg y Marshmallow Mountain, pasando por un gran número de tiendas de **accesorios y joyas vintage**. La planta baja de Kingly Court es la escogida por algunas de las grandes marcas de ropa vaquera para abrir sus *concept stores*, grandes tiendas que sirven tanto de espacio comercial como de showroom, este es el caso por ejemplo de Ben Sherman, Vans, Puma, Henri Loyd y Mambo.

Tienda	Estilos y Marcas
Marshmallow Mountain	Ropa <i>vintage</i> de mujer. Bolsos, calzado y joyas vintage traídas del R.U., Europa y EE.UU.
Sam Greenberg	Ropa y accesorios <i>vintage</i> de hombre y mujer.
Cult	Ropa urbana de chico y chica. Marcas: Golddigga, Carhartt, Fenchurch, Addict, etc.
Red Sparrow	Estilo: ropa de pequeños diseñadores, como Lauren Vidal y otros diseñadores del Reino Unido.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

1.2 Covent Garden – Seven Dials

Covent Garden y sus cercanas calles que forman la zona comercial de Seven Dials ofrecen moda para casi todos los gustos. Mientras que en las calles más cercanas a Covent Garden encontramos muchas de las grandes cadenas de la *high street*, como H&M, FCUK, Accessorize, Monsoon y Oasis entre otras, la zona de Seven Dials es el destino de compras perfecto para aquéllos que busquen una moda diferente a la de la High Street, ya que sus tiendas y boutiques de moda ofrecen la moda joven de más tendencia. Las calles que la forman son las siguientes: Earlham Street, Monmouth Street, Shelton Street, Mercer Street, Shorts Gardens, Neal Street y Shaftesbury Avenue. En la página web www.sevendials.co.uk se da información completa sobre esta zona comercial, incluido un mapa completo con todas sus tiendas (http://www.sevendials.co.uk/seven_dials_map.cfm).

La principal calle comercial de esta zona, es la calle peatonal de Neal Street. En ella encontramos tiendas de las grandes marcas, como Guess, Miss Sixty, Diesel, Pepe Jeans London, Birkenstock o Energy, las principales cadenas de calzado joven del país, como Office, Foot Locker, Sole, Offspring o Focus e incluso alguna de las grandes cadenas de la *high street* como Mango.

La calle de Floral Street, en Covent Garden, es también una de las calles comerciales más importante de la zona con una buena selección de tiendas de moda joven. En ella encontramos, entre otras, una tienda de la marca británica Paul Smith, una tienda de la marca de moda joven Full Circle y una de la española Camper. Floral Street fue también la calle en la que la marca catalana Armand Basi abrió su primera tienda.

Estas son algunas de las tiendas multimarca que se encuentran en Seven Dials:

Tienda	Estilos y Marcas
Urban Outfitters	Cadena de moda joven y urbana. Venden marca propia y también otras marcas.
Apleetree	Tienda especializada en ropa y accesorios funky.
Dar & Dar	Ropa de diseñador de hombre y mujer. Marcas: Custo Barcelona, L'homme invisible, Paul & Joe.
Koh Samui	Principales marcas de diseñadores, tanto diseñadores ya consagrados como nuevos talentos: Chloe, Balenciaga, Missoni, Temperley, Miu Miu, Eley Kishimoto, Seven, Dries Van Noten, Stella McCartney, Marc by Marc Jacobs, Buddhist Punk, Clements Ribeiro, Veronique Branquinho, Earl Jean, Juicy Couture, etc.
Duffer of St. George	Moda urbana de nuevos diseñadores para chico. Incluye en su oferta ropa y accesorios de las marcas Etro, Santoni, 6876, Trickers y Evisu.
Alphabet	Tienda especializada en marcas de camisetas así como en ropa moderna y vintage. Marcas: 2 Sick Bastards, Anon, Kontakt, Lee Jeans, Chunk, Worn By, Supreme Being, TT By Tardeo y muchas otras nuevas marcas independientes.
Offspring	Zapatillas deportivas. Modelos clásicos y también las últimas novedades. Marcas: Nike, Adidas, etc.
Urban Chaos	Ropa y calzado de deporte, sobretodo de estética <i>skater</i> y otros deportes extremos. Marcas de ropa: Volcom, Atticus, Grn Aplee Tree, Zoo York y Element. Marcas de calzado: Es, Globe Osiris, Etnies, Gola y Vans.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

1.3 Camden Town

La zona de Camden es mundialmente conocida por sus mercadillos y su amplia oferta de moda joven, que abarca una gran variedad de nichos de mercado tanto para confección como calzado. La principal calle comercial une las estaciones de metro de Chalk Farm y de Camden Town. En esta calle, que cambia de nombre –primero se llama Chalk Farm Road y después Camden High Street–, es en la que se encuentran la mayoría de tiendas. A pesar de que hay algunas tiendas de confección, la mayoría de la oferta de ropa se encuentra en los puestos de los varios mercadillos, por lo que en esta calle predominan las tiendas de calzado joven, que ofrecen las principales marcas del momento, como Gola, Converse, Vans y Merrel entre otras. La página web www.camdenlock.net facilita alguna información sobre el barrio de Camden Town, como el mapa con todos sus mercadillos que se encuentra bajo el siguiente vínculo: <http://www.camdenlock.net/camdenmap/cmap.html>.

Estas son algunas de las tiendas de ropa y calzado que encontramos en Chalk Farm Road y Camden High Street:

Tienda	Estilos y Marcas
Scorpion	Tienen dos tiendas en Camden de calzado un poco underground pero con una gran selección de la marca Gola. Otras marcas: Underground England, Walk, entre otras.
Sheldon	Calzado juvenil. Marcas: Rocket Dog, Converse, Adidas, Replay, Merrel, Fly London. Marcas españolas de calzado: Gios Eppo, Sancho Boots, Buffalo.
Re.hab	Tienda con las principales marcas de ropa de moda joven y una pequeña selección de calzado. Marcas de ropa: Diesel, Energy, Miss Sixty, Firetrap, Custo Barcelona, 55DSL. Marcas de calzado: Converse, Diesel, Koh Samui.
4 Feet	Cadena con 7 tiendas de calzado en Londres. Vende las principales marcas de calzado joven con alto componente en moda. Marcas de calzado español: El Dantés, Mustang, Mohino, El Naturalista, Art. Otras marcas: Merrel, Kickers, Hush Puppies, Fly London, Converse, Sugar, Bronx, Gola, Caterpillar, Vans, etc.
Seven	Tienda de calzado con pequeña selección de ropa (camisetas básicamente). Marcas de calzado: Sancho Boots, Hush Puppies, Rocket Dog, Pure, Blu, Gola, etc.
Offspring	Cadena del grupo Office Holdings que vende calzado deportivo.

1.4 East London

El este de Londres es la nueva zona de moda para los jóvenes alternativos de la ciudad. Ofrece una amplia oferta gastronómica, musical, cultural y también de moda. Todas las tiendas de la zona están orientadas al público joven, con un énfasis especial en los estilos *funky*, retro y diseños más alternativos e innovadores. Muchas de las principales marcas de moda joven se inspiran en prendas que encuentran en las pequeñas boutiques de East London.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

La primera zona a destacar dentro de East London es la de Brick Lane y Dray Walk. En estas dos calles hay un gran número de tiendas que ofrecen *streetwear* y ropa *vintage* a buenos precios, en los que se pueden adquirir piezas únicas. La zona de Brick Lane es principalmente conocida por su mercadillo de los domingos, que abre de 8h a 14h, y en el que se pueden adquirir una gran variedad de cosas, desde electrodomésticos a botas de piel y a piezas únicas de estudiantes de diseño que venden en los puestos del mercadillo sus primeras creaciones. Más información sobre esta calle de Londres está disponible en www.visitbricklane.com.

Tiendas en Brick Lane

Mendoza	Ropa <i>vintage</i> y también nueva para hombre y mujer.
The Laden Showroom	Piezas únicas de nuevos diseñadores británicos contemporáneos.
The Lazy Ones	Ropa <i>vintage</i> y también algunos diseños nuevos.

La pequeña calle de Cheshire Street merece también la pena de ser visitada. Las tiendas de esta calle están dirigidas a un segmento algo más alto que las de Brick Lane: la mayoría de ellas son boutiques y venden prendas algo más caras, pero con un alto componente en diseño.

Tiendas en Cheshire Street

Primitif	Selección de piezas <i>vintage</i> de segmento alto y ropa de diseñador de temporadas pasadas.
The Shop	Ropa <i>vintage</i> .

La pequeña zona de Spitalfields ha tomado un gran impulso gracias a su famoso mercadillo de los viernes y domingos, en el que se vende una gran variedad y diversidad de ropa y accesorios. A parte del mercadillo, en la calle Commercial Street se encuentran una buena mezcla de boutiques contemporáneas, pubs, restaurantes y galerías de arte. Algunas establecidas marcas, como la británica All Saints o la conocida marca de calzado Timberland, han escogido esta zona del este de Londres para abrir sus *showrooms* o *concept stores*. Más información sobre Spitalfields se encuentra en la web www.visitspitalfields.com.

Tiendas en Spitalfields

Frockbrockers	Piezas de final de temporada de diseñadores, y otros artículos nuevos y también <i>vintage</i> .
Commercial Street	
Appletree	Concesiones de nuevos diseñadores.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

La última zona a destacar de East London es la de Shoreditch y Hoxton. La ausencia en este barrio de una *high street* como tal, hace que sus tiendas sean diferentes e innovadoras y se crea una atmósfera de compra muy diferente a la del centro de Londres.

Pocas de las principales cadenas de moda tienen tiendas en esta zona. Una de las primeras en abrir una fue American Apparel, lo que puede servir de precedente para que otras de las marcas de moda joven más establecidas decidan también abrir una tienda en esta zona de la ciudad.

Tiendas en Shoreditch y Hoxton

Bread & Money Whitecross Street	Ropa informal, deportiva y <i>streetwear</i> . Marcas: Stüssy, Silas, Lee y MHI.
The Hoxton Boutique Hoxton Square	Selección de diseñadores jóvenes e innovadores: Eley Kishimoto; Carlota Joakina y Robert Cary Williams.
Start Rivington Street	Tienda de estética rock'n'roll con una buena selección de ropa y accesorios. Marcas: Comme des Garçons, Bella Freud, John Smedley, Miu Miu, Rag and Bone y Cavalli.
No.One Shoreditch High Street	Cafetería y a la vez tienda de ropa. Marcas: Kirsty McIver, FrostFrench, Karen Walker, Pure Evil, Worn-by y Irregular Choice.

1.5 Islington

A pesar de ser una zona que queda un poco apartada de las calles más transitadas de la capital británica, Islington ofrece una buena selección de tiendas de moda, anticuarios, bares y restaurantes. Hay tres principales calles comerciales en Islington: Upper Street, Cross Street y Camden Passage.

Upper Street es la calle que une las paradas de metro de Angel y Highbury & Islington y en la que hay varias tiendas multimarca, de ropa *vintage* y de interiores. En esta calle encontramos también N1, un centro comercial con algunas de las cadenas de las *high street*, como Oasis, FCUK, Mambo y Benetton.

Tiendas Multimarca en Upper Street

Diverse 286 Upper St. (Hombre)	Ropa de diseñadores contemporáneos: John Smedley, Maharishi, Ally Capellino, Sara Berman y una buena selección de marcas urbanas.
294 Upper St. (Mujer)	
Gotham Angels 271 Upper Street	Ropa de mujer moderna y contemporánea.

Cross Street cuenta con una serie de tiendas pequeñas especializadas en moda o interiores.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Tiendas Multimarca en Cross Street

Clusaz
56 Cross Street

Marcas: New York Industrie, Adolfo Domínguez, Nicole Farhi y Full Circle.

Finalmente, Camden Passage, una pequeña calle paralela a Upper Street, cuenta con algunas de las mejores tiendas de ropa *vintage* de la capital británica.

2. OTRAS CIUDADES BRITÁNICAS

2.1 Brighton

Brighton es una pequeña ciudad situada en la costa sur del Reino Unido, a menos de una hora en tren desde Londres y que ofrece un ambiente de compras mucho más relajado y concentrado que el de la capital británica. En Brighton las tiendas abren de 9.00h a 18.00h de lunes a sábado y algunas de 12.00h a 16.00h también los domingos.



Esta ciudad se puede dividir en cuatro zonas comerciales y cada una de las cuales supone una experiencia única y diferente al visitante. En la **zona del centro** de la ciudad, que comprende también el centro comercial de Churchill Square, encontramos todas las grandes cadenas presentes en cualquier *high street* británica (Debenhams, Topshop, Marks & Spencer, etc.). La zona de **North Laine**, hacia el este, es el centro cultural de la ciudad, en el que encontramos además unas 300 tiendas independientes que destacan por su originalidad. **The Lanes** es el centro de un antiguo pueblo de pescadores y que alberga hoy un gran número de joyerías y anticuarios. Finalmente, **Kemp Town**, zona repleta de clubs, tiendas y librerías, se presenta como la zona ideal para comprar ropa urbana y *sportswear*.

A continuación se lista una serie de comercios multimarca que podemos encontrar en Brighton, según el tipo de ropa y estilo:

Tiendas Multimarca de Streetwear y Moda Urbana

Design lab	Streetwear.
Quontum	Estilo más extravagante. Marcas: Quontum (marca propia), Soochi, Fever, S'nob.
The M Store	Marcas urbanas, como Paul Franks y Mooks.
Chulo	Marcas de moda joven masculina, como por ejemplo, Criminal, Limehaus y Stardust.
USC	Principales marcas de moda joven: Diesel, Miss Sixty, Tommy, Replay, 55 DSL, Firetrap, Pepe, Mooks, Insight, Lacoste, Adidas, G-Star, etc.
Minky	Ropa de estilo para chicos y chicas. Marcas: desde Billy Bag hasta ropa de diseñadores japoneses.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Tiendas de Ropa *Vintage*

30a	Gran colección de ropa <i>vintage</i> . Aparece en el <i>Top50</i> de tiendas <i>vintage</i> del Reino Unido. Abre sólo de jueves a domingo.
To Be Worn Again	Es la tienda de ropa <i>vintage</i> más grande de Brighton.
Juju	Ofrece tanto ropa de segunda mano como <i>streetwear</i> y ropa de noche de chico y chica.

Tiendas Multimarca de *Sportswear*

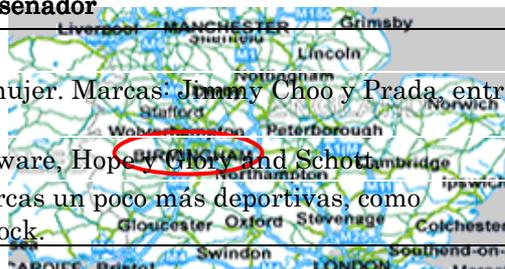
One4Five	Marcas de ropa del estilo <i>skater</i>
4Play	Marcas de ropa del estilo <i>skater</i>
Route One	Marcas de ropa del estilo <i>skater</i>
Surf and Ski	Marcas modernas de ropa de surf y snow, como Roxy y Quiksilver.
Offshore	Marcas modernas de ropa de surf y snow, como Roxy y Quiksilver.
Just Add Water	Marcas modernas de ropa de surf y snow, como Roxy y Quiksilver.

Tiendas Multimarca de Calzado

Offspring	Estilo: calzado deportivo chico y chica. Marcas: Camper, Nike, Adidas, Acupuncture.
Office	Calzado juvenil de hombre y de mujer. Marcas: Kickers, Timberland, Firetrap, CAT, Havaianas, Converse, Adidas, Birkenstock, etc.
Size?	Calzado deportivo. Marcas: Adidas, Converse, Evisu, K-Swiss, Lacoste, Fila, Nike, Puma, Kickers, etc.
Schuh	Marcas: Camper, Adidas, Converse, Vans, Kickers, Rocketdog, K-Swiss, etc.

Tiendas de Ropa de Diseñador

GOG	Ropa de diseñador.
Profile	Ropa de diseñador para hombre y mujer. Marcas: Jimmy Choo y Prada, entre otras.
East	Marcas: Duffer of St George, Northware, Hopewell, Gilly and Schott.
Badger	Marcas de diseñador y también marcas un poco más deportivas, como Hackett, Dockers, Evisu y Birkenstock.



2.2 Birmingham

En los últimos años Birmingham ha reforzado su puesto como segunda ciudad más importante del Reino Unido y ofrece en la actualidad un amplio abanico de marcas para los compradores con más estilo.

Se pueden destacar cuatro principales zonas o centros comerciales en Birmingham, cada uno de los cuales presenta una oferta de moda bien diferente. El renovado centro comercial **The Bullring** fue inaugurado el 4 de septiembre de 2004 y en él encontramos las

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

tiendas y marcas más contemporáneas. Su renovación y reapertura trajeron a la ciudad una serie de establecimientos clave, como lo son Selfridges, Debenhams, Nike, Zara, Topshop y Topman, Mango, Miss Sixty y la cadena de calzado juvenil Office, y ha dado la oportunidad de adquirir ciertas marcas que hasta ahora no se vendían en la ciudad, como Prada Sport, Viviente Westwood, Maharishi, Agent Provocateur y Love Kylie. Información completa sobre este centro comercial y todas sus tiendas se encuentra en www.bullring.co.uk, de las que destacamos las siguientes tiendas multimarca:

The Bullring
Birmingham B5 4BU
Tel. +44 (0) 121 632 1500
www.bullring.co.uk

Bank	Marcas: French Connection, Hooch, Firetrap, Ted Baker, Bench, etc.
Life	Ropa de diseñador de ropa casual, vaquera, calzado y accesorios. Marcas: Prada Sport, Burberry, Fake Genius, Evisu, Armani Jeans, etc.
USC	Principales marcas de moda joven: Diesel, Tommy, Miss Sixty, Full Circle, Replay, 55 DSL, Firetrap, Rare, Mooks, Pepe, Lacoste, Adidas, Stark, G-star, etc.
Scotts	Marcas: Henri Lloyd, Ted Baker, Hackett, Base, Full Circle, Firetrap, Schott, Fred Perry, Puma Footwear, Miss Sixty Footwear, etc.
Republic	Marcas: Diesel, FCUK, Bench, Hooch, Gstar, Levis, Boxfresh, Jack and Jones y Golddigga. También tienen su marca propia Republic.
JD Sports	Ropa deportiva y casual y calzado deportivo. Marcas: Nike, Adidas, Reebok, Fred Perry, Lacoste y Ben Sherman.
Eltex	Marcas de diseñador: Versace, D&G, Wheels & Dollbaby, Cavalli y Moschino. Marcas de moda urbana: Paul & Shark, Aquascutum, Lacoste & Henry Lloyd.
Cult	Principales marcas de moda joven y urbana: Skunkfunk, Addict, Alpha, Bench, Carhartt, Lee, Converse, Gola, Goldigga, Lou La La!, Levis, Religión, Vans, etc.
Selfridges	Grandes almacenes con las mejores marcas de ropa de hombre y de mujer.
Sole	Cadena de calzado de marcas de diseñador y también calzado deportivo y urbano. Marcas: D&G, Versace, Evisu, Dirk Bikkembergs, Adidas, Oliver Sweeney, Camper, Diesel.
Schuh	Calzado juvenil. Marcas: Camper, Adidas, Converse, Vans, Kickers, Rocketdog, K-Swiss, etc.
Office	Calzado juvenil de hombre y de mujer. Marcas: Kickers, Timberland, Firetrap, CAT, Adidas, Havaianas, Converse, Birkenstock, etc.
Footlocker	Calzado deportivo.
Barratts	Calzado a la última moda. Ofrecen modelos de su marca propia y también de las siguientes: Kickers, Caterpillar, Hush Puppies, Wrangler, Lee, Rockwood, Saxone, Comme il Faut, etc.

The Mailbox es un sofisticado centro comercial abierto de lunes a domingo. En él, encontramos un pequeño Harvey Nichols (gran almacén con las mejores marcas) y tiendas de diseñadores, como Emporio Armani, DKNY, Jaeger, Hugo Boss y Descamps entre otros, así como una tienda de la marca de moda joven y urbana Fatface. En www.mailboxlife.com encontramos un listado completo con todas sus tiendas, entre ellas:

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

The Mailbox
Wharfside Street - Birmingham B1 1XL
Tel. +44 (0) 121 632 1000
www.mailboxlife.com

Harvey Nichols	Gran almacén que ofrece una selección de las mejores marcas de diseñador de ropa de mujer: D&G, Alexander Moqueen, Gucci, Sass & Bide, Juicy Couture, etc.
Emma Somerset	Ropa de diseñador. Marcas: Versace, Escada Sport, Wheels & Doll Baby, Jenny Packam, Betty Barclay y Joseph Ribkoff.

Cerca de The Bullring, encontramos la intersección de las calles **New Street** y **Corporation Street**, así como Temple Street y Lower Temple Street. En estas calles encontramos un gran número de tiendas con las mejores marcas de moda joven, algunas tiendas vintage y otras con ropa de los mejores diseñadores europeos y americanos. También encontramos en Cannon Street algunas de las tiendas de las high street británicas, como H&M, Oasis, Ted Baker, Kookaï, Morgan, New Look y JD Sports.

Tiendas multimarca en la zona de New Street / Corporation Street Temple Street / Lower Temple Street

Legends	Marcas: Miss Sixty, Roxy, David & Goliath, Hooch, O'Neil, 55DSL, Criminal, Zoo York, Clive, Billabong, etc.
Yoyo	Ropa vintage. Marcas: Emily Strange
Flannels	Ropa de los mejores diseñadores europeos y de estadounidenses.
Nicholl's	Ropa casual y formal de diseñador para hombre. Marcas: Versus, Just Cavalli, D&G, etc
JD Sports	Ropa deportiva y casual y calzado deportivo. Marcas: Nike, Adidas, Reebok, McKenzie, Fred Perry, Lacoste y Ben Sherman.
Size?	Calzado deportivo. Marcas: Adidas, Converse, Evisu, K-Swiss, Lacoste, Fila, Nike, Puma, Kickers, etc.

La última zona comercial a destacar de Birmingham es **The Custard Factory** (www.custardfactory.com). Se trata de un lugar repleto de jóvenes talentos creativos, en el que se les da la oportunidad a jóvenes diseñadores a abrir sus pequeñas tiendas e iniciarse en un entorno mucho menos competitivo que el de Londres.

The Custard Factory
Gibb Street – Digbeth
Tel. +44 (0) 121 244 7777
www.custardfactory.com

Covet	Ropa vintage y colecciones de ropa moderna y accesorios de diseñadores locales.
The Shop With No Name	Ropa urbana. Marcas exclusivas: Stussy, Silas, Obey, Modern Amusement, Swish NYC, Buttub, Bape y Unknown People entre otras

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

2.3 Glasgow

Glasgow hace unos años que de ser una ciudad gris e industrial para convertirse en un centro cultural cosmopolita y moderno, en el que numerosas tiendas de ropa con las últimas tendencias de diseño han abierto sus puertas últimamente.



En la zona centro de la ciudad destaca su calle más comercial, **Buchanan Street**, calle a la que la mayoría de habitantes de la ciudad acuden para hacer sus compras y en la que encontramos tiendas como Diesel, Jigsaw, Miss Sixty, Karen Millen y también los grandes almacenes House of Frasers, que ofrecen una buena selección tanto de marcas de la *high street* como de marcas más exclusivas de diseñador. **Princes Square**, en el número 48 de la misma Buchanan Street, es un centro comercial en el que encontramos las tiendas de segmento medio/alto de la *high street*, tales como FCUK, Whistles, Ted Baker o Hugo Boss.

Tiendas multimarca en Buchanan Street y Princes Square

Urban Outfitters	Principales marcas de moda joven y urbana.
USC	Principales marcas de moda joven.
House of Frasers	Marcas de la <i>high street</i> y también marcas de diseñador.
Pied-a-Terre	Calzado de diseñador de diseño contemporáneo para hombre y mujer.

El **West End** siempre ha sido la zona más moderna e innovadora de la ciudad, la cual cuenta con un gran número de pequeñas boutiques, tiendas de ropa de segunda mano y de ropa *vintage*.

Tiendas multimarca en West End

Moon	Ropa de diseñador: Cerruti, Lacroix, Betty Jackson y otros jóvenes diseñadores menos conocidos.
------	---

Finalmente, la zona de **The Merchant City** e **Ingram Street**, cercana al West End, se ha convertido también en una de las zonas más de moda de la ciudad, en la que se encuentran multitud de restaurantes, bares, tiendas de interiorismo y pequeñas boutiques independientes. Ingram Street también acoge al **Italian Center**, la zona de compras más exclusiva de Glasgow, en la que se hallan una tienda de Versace (la única en todo el país fuera de Londres), una de Armani y una de Ralph Lauren entre otras.

Tiendas multimarca en The Merchant City e Ingram Street

Cruise	Ropa de diseñador de hombre y de mujer (Gucci, Prada, D&G, Armani, etc.) y ropa vaquera, con marcas como Stone Island, Prada Short, Maharishi, Fake London, Camper, etc.
Dr. Jives	Vende con exclusividad para Glasgow las siguientes marcas: Eley Kishimoto, Martin Margiela, Jo Gordon, Paul & Joe, A.P.C., Stussy, Silas, A-life, One True Saxon y YMC entre otras.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Tribal Junkie Marca propia y últimas marcas de moda urbana.

2.4 Manchester

Manchester es la capital de compras del noroeste del país y cuenta con una buena mezcla de estilos, desde ropa de diseño y de últimas tendencias a estilos más retro y *underground*.



Los grandes almacenes de segmento alto Selfridges y Harvey Nichols satisfacen la demanda de los consumidores que buscan marcas de diseño. Están situados en la zona centro de la ciudad, conocida como Millennium Quarter y les rodean un gran número de tiendas independientes.

Otra importante zona comercial de Manchester es el nuevo complejo llamado Triangle, en la que encontraremos muchas de las marcas y cadenas más actuales como Ted Baker, O'Neill y Karen Millen entre otras. La zona de King Street alberga a la mayoría de tiendas de diseñadores del segmento más alto, como Vivienne Westwood, DKNY, Tommy Hilfiger o Giorgio Armani. Al final de esta misma calle es donde están las tiendas orientadas a un público más joven, tanto tiendas propias de las principales marcas, como Diesel, como algunas de las cadenas de moda de la *high street*, como Kookaï, Next, Monsoon u Oasis.

El Northern Quarter se ha convertido en la parte bohemia de la ciudad. A lo largo de las calles Church Street, Tib Street y Oldham Street se alinean un gran número de tiendas de ropa alternativa, cafés y tiendas de discos y es en esta zona en la que se concentra el mayor número de tiendas de ropa *vintage* de Manchester.

Tiendas multimarca en Manchester

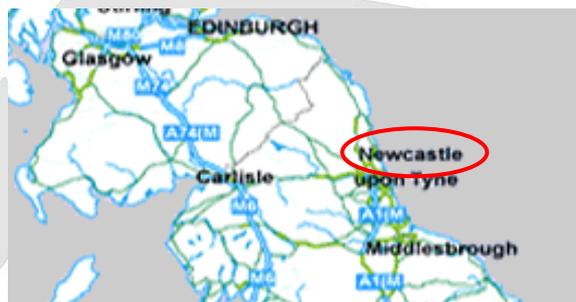
Versa	Ropa casual para chica. Marcas: Pepe Jeans, Freesoul y Combo Bella.
Ran	Calzado. Marcas: Adidas, Neet, Spring Court y Marc Jacobs.
Pastiche	Tienda juvenil que vende Diesel, Fornarina, Gsus y Replay.
Oi Polloi	Importaciones europeas de <i>casualwear</i> .
Exit	Ropa <i>skater</i> .
Aspecto	Ropa <i>streetwear</i> para chico. Marcas: Buffer, Patagonia y Stüssy.
Geese	Ropa de tendencia. Marcas para chica: Eley Kishimoto, Pringle, E Pure. Marcas para chico: Red Dot, Modern Amusement, Jeda, B Read y Leftfield
Afflecks Palace	Ropa de discoteca, retro y <i>streetwear</i> .

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

A pesar de que esta guía se centra en los establecimientos del centro de la ciudad de Manchester, destacar también que existe un gran centro comercial en las afueras de ésta, llamado The Trafford Center. Información completa sobre este centro comercial se encuentra en la página web www.traffordcentre.co.uk.

2.5 Newcastle

Esta ciudad con un pasado industrial ha sido renovada en gran medida. Cuenta con una pequeña zona comercial en el centro de la ciudad en la que se encuentran las principales cadenas de moda, y al norte de éste es donde se encuentran la mayoría de tiendas independientes multimarca.



Eldon Square y Eldon Garden son dos centros comerciales adyacentes muy céntricos, que hospedan un total de 150 tiendas, incluidos los grandes almacenes Fenwicks y John Lewis. Mientras que Eldon Square está orientado a los consumidores del segmento medio, con tiendas como Miss Selfridges o Morgan, Eldon Garden se dirige al segmento más alto del mercado y cuenta con varias tiendas de diseñador.

La principal calle comercial de Newcastle, su *high street*, es Northumberland Street, que cuenta con establecimientos como Zara, H&M, Topshop, Kookai, Oasis y Reiss entre otras. Finalmente, en Cloth Market es donde encontraremos un buen número de mercadillos y tiendas de ropa y accesorios *vintage* y de anticuarios.

Tiendas Multimarca en Newcastle

Leaf	Boutique multimarca para hombre y mujer.
Maverick	<i>Streetwear</i> . Marcas: Stussy y Vans.
Union	Muy frecuentada por estudiantes. Marcas: 55DSL, Carhartt, Buffer St. George y One True Saxon.
Triple S	Ropa <i>skater</i> .
Office	Calzado juvenil y de tendencia.
Aspecto	<i>Streetwear</i> .

2.6 Nottingham

Esta ciudad británica atrae cerca de dos millones de compradores cada año, lo que lo hace un atractivo destino para marcas y vendedores.



EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

La mayoría de grandes marcas y grandes almacenes ingleses (como John Lewis y House of Fraser) están en el Victoria Shopping Centre. En Market Square es donde encontraremos muchas de las marcas de la high street, como Topshop y H&M.

Las tiendas y boutiques dirigidas al segmento más alto de la población están concentradas en la zona de Bridlesmith Gate, en la que se encuentran tiendas propias de Zara, Ted Baker, Diesel y Reiss además de algunas tiendas multimarca. Esta calle también ofrece una buena selección de tiendas de calzado.

La zona comercial más alternativa de la ciudad es la que se encuentra en el distrito de The Lace Market, un antiguo mercado de encajes que hoy alberga a tiendas independientes, galerías y tradicionales pubs. Destaca por su número de tiendas de moda joven, la zona de Hockley, dentro de este mercado.

Tiendas multimarca en Nottingham

Victoria Centre	Shopping	Centro comercial con las principales marcas y grandes almacenes británicos.
Limeys		Marcas de segmento alto: Armani, Burberry, G-Star y Evisu.
Sole		Calzado extravagante
Office		Calzado juvenil y deportivo.
Jones the Bootmaker		Calzado moderno.
Milli Ltd.		Marcas de diseñador: Miu Miu, Dries Van Noten y Luella Bartley.
Boxer		Marcas: Marshall Artist, Lee Vintage, Buddhist Punk y Burro.
Brother2Brother		Marcas: Alexander McQueen, Dries Van Noten, Camper, Fake London, Sharp Eye.
Ark		<i>Streetwear</i> , muy frecuentado por estudiantes. Marcas: Carhartt entre otras.
HSC		Ropa <i>skater</i> . Marcas: Stussy, Zoo York, Fenchurch y Silas.
Wild		Marcas: Upper Playground, 55DSL.

2.7 Edimburgo

La clásica y conservadora ciudad de Edimburgo cuenta con una buena selección de tiendas destinadas al segmento más alto y al segmento medio del mercado y es también conocida por su buena selección de tiendas de ropa *vintage* y ropa de segunda mano.

La *high street* de la capital escocesa es Princes Street. Esta calle incluye un gran número de tiendas dirigidas al segmento medio del mercado y algunas de las principales cadenas de moda como Zara, H&M, Monsoon, The Original Levi's Store y Office entre otras. El centro



EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

comercial subterráneo de Princes Mall alberga alguna de las principales cadenas de moda del segmento medio: Kookaï, Oasis, New Look, Quicksilver, Benetton y Warehouse.

En la calle de George Street, paralela a Princes Street, se encuentran todas las tiendas de diseñador y otras boutiques dirigidas al segmento más alto del mercado. St. Andrew Square alberga también más tiendas de diseñadores, además de un Harvey Nichols, una de las cadenas de grandes almacenes de segmento alto más importantes del país. Finalmente, en la zona de Victoria Street es donde se encuentran las tiendas independientes más modernas y diferentes de la ciudad.

Tiendas multimarca en Edimburgo

Office	Calzado juvenil.
Cruise Jeans	Marcas de diseñador, como por ejemplo, Dolce & Gabbana
HarveyNichols	Grandes almacenes de segmento alto con las principales marcas.
Cult Clothing	Cadena de moda joven con una gran selección de marcas de chico y chica, como Paul Frank, Akedemi y Carhartt entre otros.
Odd One Out	Marcas de moda joven <i>underground</i> , como Silas, Zoo Cork, Upper Playground, Lady Soul, MHI y Maggie.
Swish	Moda joven para chicas. Marcas: Gsus Industries, Freesoul y Rude.
Godiva	Ropa y accesorios <i>vintage</i> para hombre y mujer, y también pequeña selección de ropa de jóvenes diseñadores locales.

2.8 Leeds

El hecho de que la mayoría de los habitantes de Leeds sean amantes de las marcas influye en la selección de tiendas que encontramos en esta ciudad, siendo la mayoría de ellas tiendas de marcas de moda del segmento más alto y tiendas de las marcas de *streetwear* más alternativas.



En la zona de Briggate se mezclan marcas de segmento medio con las tiendas de segmento más alto. Los grandes almacenes House of Fraser y Harvey Nichols y las cadenas de calzado Dune y Jones the Bootmaker compiten en esta calle con las cadenas de la *high street* Zara, H&M y Topshop.

El edificio de Corn Exchange, en Call Lane, está compuesto por tres plantas de tiendas de moda, de música y de artículos para el hogar. Información completa sobre este complejo comercial se puede encontrar en la página web www.cornx.net.

Tiendas multimarca en Leeds

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Office	Calzado juvenil.
Ark	Moda joven y accesorios
Exit	Ropa <i>skater</i> . Marcas: Zoo York, Superlovers y Birdhouse.
Chimp	Marcas de ropa <i>underground</i> : Stüssy, Destroy y JPG.
Accent	Moda joven para chicas. Marcas: Miss Sixty y Diesel entre otras. Tiene además una selección de calzado deportivo para chica.
Size Gallery	Ropa y calzado deportivo.

2.9 Liverpool

El alto número de estudiantes que vive en Liverpool hace que esta ciudad tenga una apariencia juvenil y exuberante. La principal zona comercial es la centrada en las calles Bold Street y Church Street, en el centro de la ciudad. En Bold Street encontramos las principales cadenas de moda joven, como Topshop, H&M, Gap, Warehouse, Kookaï y FCUK. Estas cadenas a pie de calle compiten con dos centros comerciales que hay también en el centro de la ciudad, St. Johns Precint y Clayton Square, este último alberga a tiendas de marcas de segmento medio como Benetton.



En el centro comercial de Cavern Walks, en Mathew Street, encontramos un gran número de tiendas multimarca y otras tiendas de diseñadores de segmento alto. Por otro lado, la zona comercial más alternativa de la ciudad es The Palace, en Slater Street, en el que hay un gran número de pequeñas tiendas independientes de ropa dirigidas a *skaters*, *punks* y góticos.

Tiendas multimarca en Liverpool

Cavern Designer Shopping Centre	Centro comercial de segmento alto.
Drome Women	Principales marcas de moda joven como Miss Sixty, Fornarina y Michiko Koshino.
Wade Smith	Marcas de diseñador: Gucci, Prada, Burberry, Paul Smith y Diesel.

VIII. ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

1.1 Pure Womenswear

Pure Womenswear es la feria más representativa de confección mujer para las colecciones contemporáneas de prêt à porter de segmento medio y alto. Aunque aglutina expositores de todo el mundo, atrae fundamentalmente compradores británicos y es un evento fundamentalmente comercial.

Formalmente la feria está dividida en seis secciones de la siguiente forma: PURE ELAN (moda contemporánea, colecciones para la mujer moderna), PURE VISION (marcas de diseño, centradas en la originalidad), PURE SPIRIT (moda joven que mezcla diseño y creatividad), PURE LIFE (moda informal y ropa de fin de semana), PURE IMPULSE (colecciones muy modernas e informales), PURE ACCESORIES, (joyería, bolsos, pashminas, calzado y sombreros). La sección de accesorios ha experimentado un notable crecimiento durante las últimas ediciones, reflejando la tendencia que existe en las boutiques británicas a completar su oferta con otros productos alternativos como zapatos, marroquinería, bisutería, pañuelos etc.

Varias marcas de la moda joven más clásica exponen también en esta feria. Por ejemplo, en la edición de febrero de 2006 participaron marcas como Naf Naf, Superga, Golddigga o Esprit.

Esta feria se beneficia de una extensa cobertura en prensa al estar organizada por el grupo EMAP, quien publica prácticamente todas las revistas sectoriales de confección.

Datos de Contacto

Organizadores: Emap Retail

Tel: 020 72897649

Website: www.purewomenswear.co.uk

Contacto expositores: Lucie Davis

Contacto compradores: Danielle Wright

Número de visitantes: 10.000 visitantes

1.2 To Be Confirmed

To Be Confirmed (TBC) es una feria enfocada al mercado británico de moda joven. A pesar de su carácter básicamente nacional, la edición de este año contaba con un buen número de expositores internacionales, sobretodo estadounidenses, del norte de Europa y también una marca española. TBC ha celebrado este año su quinta edición, en la que se exponían un gran número de marcas de vaqueros, calzado deportivo, ropa casual, deportiva y urbana. En la edición de febrero de 2006 se introdujo incluso una nueva sección llamada PROFILE, en la que se exponían colecciones de jóvenes diseñadores británicos, con el objetivo de dar una oportunidad a estos jóvenes creadores.

Es la tercera vez que se celebra esta feria en el recinto londinense de Tobacco Dock, recinto que se encuentra cerca de Shoreditch y Hoxton, dos de las principales áreas de moda joven de la capital británica.

Datos de contacto

Website: www.tbc-fao.com

Dirección organizadores: To Be Confirmed
Studio 101
118 Commercial Street
London E1 6NF

Teléfonos de contacto: +44 (0) 20 7247 7642
+44 (0) 20 7377 1312

Email de contacto: mark@brandprogression.co.uk

Número de visitantes: 9.500 visitantes

1.3 London Edge y London Central

Londonedge celebró su primera edición en el año 2000, como respuesta a la falta de una feria comercial que atendiera a los nichos de mercado que forman la ropa punk, techno, cyber, heavy metal y gótica entre otros. Paralelamente a Londonedge, la organización lanzó Londoncentral, otra feria dirigida a un segmento de ropa más urbana y de streetwear en su versión más juvenil. Así pues, mientras que Londonedge representa el lado más "oscuro" de esta moda, Londoncentral abastece a los nichos surf, hippie, hip hop y skate.

Datos de Contacto

Organizadores: London Edge Ltd

Tel: +44 (0) 1162 898 249

Website: www.londonedge.com

Email: info@londonedge.com

2. TALLAJE Y ETIQUETADO

2.1 Tallaje

El actual sistema de tallas británico data de los años 50, fecha en la que se realizó el último estudio oficial de ámbito nacional.

La correspondencia entre las tallas inglesas y las españolas para las prendas de moda joven puede verse en la siguiente tabla:

TABLA DE CORRESPONDENCIA DE TALLAS

Talla británica	Talla española
4	34
6	36
8	38
10	40
12	42
14	44
16	46
18	48

Fuente: propia

Este sistema de tallas, aun siendo el más habitual, no es de utilización obligatoria. También es frecuente la clasificación Extra Small (talla extra pequeña, equivalente a las tallas 4-6), Small (talla pequeña, equivalente a las tallas 6-8), Medium (mediana, equivalente a las tallas 10-12), Large (grande, equivalente a las tallas 14-16) y Extra Large (extra grande, equivalente a las tallas 18-20).

Sin embargo, la no obligatoriedad de utilizar un sistema de tallas únicas crea cierta confusión entre las británicas. Una investigación demostró que a las británicas les gustaría contar con una estandarización de las tallas de ropa. Actualmente la misma talla puede ser muy distinta de un fabricante a otro.

En el caso de los productos españoles, varios detallistas señalan que las tallas españolas suelen resultar demasiado pequeñas para las mujeres británicas, de compleción más fuerte. Algunos detallistas británicos, optan así, por comprar una talla más por encima de sus previsiones cuando se trata de productos españoles.

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

2.2 Etiquetado

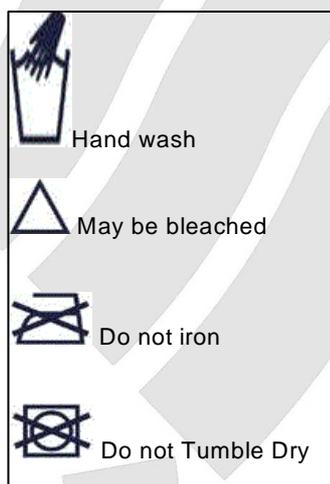
Talla

La talla de la prenda, acompañada o no de las medidas de referencia, debe aparecer de forma clara en la etiqueta, bien en una etiqueta cosida a la prenda o colgando de la misma.

Cuidado de la prenda

En Reino Unido se utiliza el sistema de códigos internaciones International Textile Care Labelling Code. Además de los cinco símbolos establecidos, en la etiqueta puede aparecer texto explicativo utilizado conjuntamente con los símbolos. Se recomienda que las instrucciones aparezcan en una etiqueta cosida a la prenda.

Ejemplo de etiqueta de cuidado de la prenda:



Composición de la prenda

La composición de la prenda debe aparecer obligatoriamente en la etiqueta, de forma clara y legible.

Debe aparecer el porcentaje de las diferentes materias que compongan la prenda. Si el porcentaje de una determinada fibra es inferior al 30% (en peso) de la composición de la prenda, no es necesaria su mención a no ser que se trate del material del forro o del principal material de una parte de la prenda (por ejemplo, un vestido en el que el cuerpo y la falda estén fabricados con diferentes materiales).

Cuando el producto consista en dos o más prendas que se vendan conjuntamente y tengan la misma composición, se puede indicar la composición una sola vez.

Los términos “100%”, “pure” o “all” pueden utilizarse solamente si la prenda está compuesta íntegramente de un solo material. De forma similar, los términos “fleece wool” y “virgin wool” pueden utilizarse solamente si la prenda está compuesta exclusivamente de lana virgen que no haya sido sometida a transformación o que no haya sido utilizada

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

en un proceso de fabricación. En el caso de que exista mezcla de varias fibras, podrán utilizarse estos términos cuando este tipo de lana suponga más del 25% de la mezcla.

Cuando una prenda esté compuesta al menos en un 85% por un tipo de fibra, debe aparecer el nombre de la fibra junto con su porcentaje (puede utilizarse el término “minimum”) y el resto de fibras en orden de mayor a menor importancia con su porcentaje correspondiente.

Cuando ninguna fibra suponga el 85% de la composición de la prenda, debe aparecer la más abundante en primer lugar, junto con su porcentaje. El resto de fibras aparecerán en orden de mayor a menor importancia, con o sin sus porcentajes. Las fibras que supongan menos del 10% de la composición de la prenda pueden aparecer como “other fibres” haciéndose constar su porcentaje. Si se indica el porcentaje de una fibra que suponga menos del 10% de la composición de la prenda, el porcentaje del resto de fibras deberá indicarse también.

Ejemplo de una etiqueta para chaqueta:

SIZE	16
60% cotton	
35% lycra	
5% other fibres	

Resistencia al fuego

Los camisones, pijamas, batas y albornoces deben llevar obligatoriamente una etiqueta indicando si son resistentes al fuego. Si la prenda ha sido tratada químicamente para hacerla resistente al fuego debe indicarse, incluyendo instrucciones de lavado con el texto 'DO NOT WASH AT MORE THAN 50°C. CHECK SUITABILITY OF WASHING AGENT.

Las etiquetas indicativas de la resistencia al fuego deben ser permanentes y visibles. El texto obligatorio, junto con las instrucciones de lavado si proceden, puede aparecer en la misma etiqueta donde se indica la talla o en etiqueta aparte, siempre cosida a la prenda.

Ejemplos:

Etiqueta obligatoria para prendas no resistentes al fuego. Tamaño mínimo de letra: 10 pt.

KEEP AWAY FROM FIRE (en letras rojas)

Etiquetas para prendas resistentes al fuego, es obligatorio uno de los siguientes formatos

- 'LOW FLAMMABILITY TO BS 5722'
- 'LOW FLAMMABILITY TO BS 5722' y '**KEEP AWAY FROM FIRE**'
- '**KEEP AWAY FROM FIRE**'

3. DIRECCIONES Y CONTACTOS DE INTERÉS

Asociaciones

British Fashion Council
5 Portland Place
London
United Kingdom-W1B 1PW
Tel: +44 (0) 2076367788
Fax: +44 (0) 207636 7515

Association of Supplier to the British Clothing Industry
Unit 5, 25 Square Road
Halifax, West Yorkshire
United Kingdom HX1 1QG
Tel: +44 (0) 1422 354666
Fax: +44 (0) 1422 381184
E-mail: info@asbci.co.uk
Web-site: www.asbci.co.uk

The International Fashion Federation
55 Conduit Street
London W1S 2YE
Tel: +44 (0) 20 8699 1221
Fax: +44 (0) 20 8699 1221
E-mail: info@theiff.com
Web-site: www.theiff.com

The British Retail Consortium
2nd floor, 21 Dartmouth Street
London SW1H 9BP
Tel: +44 (0) 20 7854 8900
Fax: +44 (0) 20 7854 8901
Web-site: www.brc.org.uk

Revistas

Drapers Record
33-39 Bowling Green Lane
London EC1R ODA
Tel: +44 (0) 20 7812 3760
Fax: +44(0) 20 7812 3760

WomenswearBuyer

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

RAS Publishing Ltd
The Old Town Hall
Lewisham Road, Slaithwaite
Huddersfield, HD7 5AL
Tel: +44 (0) 1484 846069
Fax: +44 (0) 1484 846232

4. DIRECCIONES DE TIENDAS MULTIMARCA

Carnaby Street

X-Large

74 Broadwick Street
Tel. +44 (0) 7711 306 920
1322

The Lineal Eye

49 Broadwick Street
Tel. +44 (0) 20 7434 2567

Behave

2 Ganton Street
Tel. +44 (0) 20 7439

Beyond the Valley

2 Newburgh Street
Street
Tel. +44 (0) 20 7437 7338
4016

Skate of Mind

4 Marlborough Court
Tel. +44 (0) 20 7434 0295

Size?

33/34 Carnaby
Tel. +44 (0) 20 7287

www.beyondthevale.com

www.jdsports.co.uk

Office

16 Carnaby Street
Tel. +44 (0) 20 7434 2530
www.officeholdings.co.uk

Slammin Kicks

37 Beak Street
Tel. +44 (0) 7439 0180
www.slamminkicks.com

Kingly Court

Marshmallow Mountain

Unit G.5 – Kingly Court
Kingly Court
Tel. +44 (0) 20 7434 9498
7734 6644

Sam Greenberg

Unit 1.7 – Kingly Court
Tel. +44 (0) 20 7287 8474

Cult

Unit 1.2 –
Tel. +44 (0) 20

www.marshmallowmountain.com
www.cult.co.uk

www.samgreenberggrnwl.co.uk

Red Sparrow

Unit 2.13 – Kingly Court
Tel. +44 (0) 20 7287 8565

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Seven Dials

Urban Outfitters

42-56 Earlham Street
Street

Tel. +44 (0) 20 7759 6390
7240 7577

www.urbanoutfitters.com
dar&dar48@hotmail.com

Appletree

62 Neal Street

Tel. +44 (0) 20 7379 5944

Dar & Dar

53 Monmouth

Tel. +44 (0) 20

Alphabet

39 Monmouth Street
Monmouth Street

Tel. +44 (0) 20 7379 3850
7240 4280

www.alphabetcoventgarden.co.uk

Duffer of St George

29 Shorts Gardens

Tel. +44 (0) 20 7379 4660

www.thedufferofstgeorge.com

Koh Samui

65-67

Tel. +44 (0) 20

Offspring

60 Neal Street

Tel. +44 (0) 20 7497 2463

www.offspring.co.uk

Urban Chaos

Unit 26 Thomas Neal's Centre

Tel. +44 (0) 7836 9060

www.urban-chaos.co.uk

Camden Town

Scorpion Shoes

269 Camden High Street
Street

Tel. +44 (0) 20 7284 4944

Sheldon (UK) Ltd.

13 Chalk Farm Road

Tel. +44 (0) 20 7485 0414

Re.hab

Camden High

4 Feet

249 Camden High Street
Street

Tel. oficinas centrales:
1688

+44 (0) 20 7729 0962

www.4feetshoes.com

Offspring

221 Camden High Street

Tel. +44 (0) 20 7267 9873

www.officeholdigs.com

Seven

214 Camden High

Tel. +44 (0) 20 7284

Brighton

30a

30a Upper St James' Street
Road

To Be Worn Again

24a Sydney Street

Juju

24 Gloucesterer

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Kemp Town

51 Providence Place

Design Lab

18-19 Duke Street

Quontum

3 Nile Street

The M Store

37 West Street

Chulo

106 St James' Street
Street

Kemp Town

USC

72-73 Churchill Square

Tel. +44 (0) 1273 733 457

www.usc.co.uk

Minky

32 Sydney

COG

24 East Street (ropa mujer)
Gardens

1-2 Regents Arcade (ropa hombre)

Profile

3-5, 25-27 Dukes Lane

East

25 Kensington

North Lane

Badger

26 Bond Street
Street

One40Five

27 Sydney Street

4Play

1 Sydney

Route One

3 Bond Street
Street

www.routeone.co.uk

Surf and Ski

1-2 Regent Street

Offshore

14 Dukes

Just Add Water

13 North Street
Street

www.officeholdings.co.uk

Offspring

25 Duke Street

www.offspring.co.uk

Office

5 Cranbourne

Size?

Unit 2, 32 North Street

www.jdsports.co.uk

Schuh

Unit 35, Churchill Square

www.schuhstore.co.uk

Birmingham

Bank

The Bullring

Tel. +44 (0) 121 643 1088
643 2770

Life

Unit MSU4 Eastern Hall
Upper Level 3, The Bullring

Tel. +44 (0) 121 643 5453

USC

The Bullring

Tel. +44 (0) 121

www.usc.co.uk

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Scotts

The Bullring
Tel. +44 (0) 121 643 2808
616 1230

jdports.co.uk

Eltex

Link Upper West
Mall Level 3, The Bullring
Tel. +44
www.selfridges.co.uk

Sole

The Bullring
www.sole.co.uk
616 2708

www.officeholdings.co.uk

Footlocker

The Bullring
Tel. +44 (0) 121 632 6435
616 6000
www.footlocker.co.uk
www.harveynichols.com

Emma Somerset

The Mailbox
Tel. +44 (0) 121 643 2260

Flannels

14 Lower Temple Street
Corporation Street
The
www.jdsports.co.uk

Size? Name

Lower Temple Street
www.jdsports.co.uk
Factory
224 7350

Republic

The Bullring
Tel. +44 (0) 121 643 8374

Cult

The Bullring
www.cult.co.uk
(0) 121

Schuh

The Bullring
Tel. +44 (0) 121 643 9308
www.schuhstore.co.uk

Barrats

The Bullring
Tel. +44 (0) 121 643 0772

Legends

Unit 1 Caxton Gate
New Street

Nicholl's

10 Navigation Street
Burlington

Covet

The Old Reception
The Custard Factory
Tel. +44 (0) 7939 427 580
covet@dropseven.co.uk

JD Sports

The Bullring
Tel. +44 (0) 121
www

Selfridges

Upper Mall East
The Bullring
633 9889

Office

The Bullring
Tel. +44 (0) 121

Harvey Nichols

The Mailbox
Tel. +44 (0) 121

Yoyo

Ethel Street

JD Sports

11-13
Arcade

The Shop With No

14 Gibb Terrace
The Custard
Tel. +44 (0) 121

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

www.noreturns.com

Glasgow

Urban Outfitters

157 Buchanan Street
Street

www.urbanoutfitters.co.uk
870 160 7243

www.houseoffraser.co.uk

USC

Units 6/7 71-77 Buchanan St.

Tel. +44 (0) 141 221 4560

www.usc.co.uk

House of Fraser

45 Buchanan

Tel. +44 (0)

Pied-a-Terre

First Floor – Princess Square
Lane

Tel. +44 (0) 141 221 0463

Cruise

223 y 180 Ingram Street

Tel. +44 (0) 141 572 3232

Tel. +44 (0) 141 229 0000 (Cruise Jeans)

Moon

10 Ruthven

Dr. Jives

111 Candleriggs

Tel. +44 (0) 141 552 5451

www.drjives.com

Tribal Junkie

Merchant City

Manchester

Versa

19 Royal Exchange Arcade
Street

Ran

8 St. Ann's Arcade

Pastiche

7-9 Old Bank

Oi Polloi

Oldham Street
Street

834 4878

Exit

41-43 Oldham Street

Aspecto

85-87 Bridge

Tel. +44 (0) 161

Geese

74 Bridge Street

Afflecks Palace

52 Church Street

Tel. +44 (0) 161 834 2039

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Newcastle

Leaf

38-40 Pilgrim Street

Maverick

29-31 High Bridge

Union

69 Grey Street
23 High Bridge

Triple S

97 Grey Street
Street

Office

9 Great Sutton Street

www.officeholdings.co.uk

Aspecto

146 Grainger

Nottingham

Victoria Shopping Centre

222 Victoria centre
Gate

Limeys

58 Bridlesmith Gate

Sole

32 Bridlesmith

Office

54 Bridlesmith Gate
www.officeholdings.co.uk

Jones the Bootmaker

43 Bridlesmith Gate
www.jonesbootmaker.com

Milli Ltd.

The Frontage
Queens Street

Boxer

13-15 King Johns Arcade
Gate
Bridlesmith Gate

Brother2Brother

12 Heathcoat Street

Ark

11 St. Peter's

HSC

29 Goosegate, Hockley

Wild

4-6 Broad Street, Hockley

Edimburgo

EL MERCADO DE LA MODA JOVEN EN EL REINO UNIDO

Office

Princes Street
Andrew Square

www.harveynichols.com

Cruise Jeans

George Street

Harvey Nichols

32-34 St

Cult Clothing

7-9 North Bridge

Odd One Cut

16 Victoria Street

www.officeholdings.co.uk

Godiva

54 West Port

Swish

22-24 Victoria Street Street

Leeds

Office

89 Briggate
Exchange

www.officeholdings.co.uk

Ark

Corn Exchange

Exit

Corn

Chimp

Thorntons Arcade

Accent

Queens Arcade

Size Gallery

Vicar Lane

Liverpool

Cavern Designer Shopping Center Women

Mathew Street
Cavern Walks

Tel. +44 (0) 151 236 9082

Wade Smith

Kansas Building, Mathew St.

Drome

Cavern Quarter
