

FERIA ETHICAL FASHION SHOW 2012

I Ficha Técnica – ETHICAL FASHION SHOW

Ámbito:	Internacional
Fecha:	del 06 al 09 de Setiembre
Edición:	10ma Edición y 5ta que participa PROMPERU
Frecuencia:	Semestral
Lugar:	Carrousel du Louvre
Horario:	Jueves: 05:00 – 23:00 Viernes – Domingo : 10:00 – 19:00
Organizador:	Messe Frankfurt France S.A.S http://www.messefrankfurt.com/frankfurt/en.html
Carácter:	Profesional y Acceso al Público previo pago
Tipo de visitantes:	Detallistas, tiendas multimarca, oficinas de compra, agentes importadores y público en general.
Precios sin contar el IVA (19.60%):	Precio del metro cuadrado 335 Euros (Metraje mínimo 6m2)

El stand incluye las paredes y mobiliario básico de acuerdo al tipo de producto y metraje.
Fecha de la próxima edición: Del 19 al 21 de Enero, 2013

II Aspectos Generales

El Comercio Justo es un movimiento social organizado, con enfoque basado en el mercado, que tiene como objetivo ayudar a productores y promover la sostenibilidad. El movimiento promueve el pago de los salarios y precios justos, vela por el bienestar de los trabajadores y se centra en la protección del medio ambiente. La intención estratégica del Comercio Justo es trabajar con productores y trabajadores excluidos o marginados, con el fin de ayudarlos a avanzar hacia la autosuficiencia económica y la estabilidad. También tiene como objetivo permitirlos a que se conviertan en grandes actores en sus propias organizaciones, así como desempeñar un papel más amplio en el comercio internacional.

El estándar del Sistema de Gestión de Comercio Justo Sustentable ha sido desarrollado para proveer una ruta creíble al mercado a través de la etiqueta de Comercio Justo de los productos, después de la certificación de la organización concerniente. Organizaciones de comercio son certificadas por un organismo independiente de verificación tercerizada, para garantizar que sus cadenas de producción siguen los estándares de Comercio Justo y los Códigos de Prácticas de Comercio Justo. Después de la certificación la organización tiene la opción de etiquetar sus productos y servicios como "de Comercio Justo". Es una garantía de la adherencia de una organización a los Principios de Comercio Justo en todas sus transacciones comerciales. El estándar específicamente se enfoca en el sistema de gestión de la organización con el fin de que los principios y las prácticas de Comercio Justo sean sostenibles dentro de ella. La etiqueta en el producto aprueba el hecho de que la organización que lo produce se adhiere a los Principios y Practicas del Comercio Justo.

En los últimos años, en forma creciente, los clientes buscan empresas que tengan implementadas como mínimo buenas prácticas en la organización, que expresen no solamente un compromiso en el momento de las negociaciones sino que se manifiesten y concreten en las prácticas de todos los miembros de la organización, en los aspectos productivos, logísticos, comerciales; así como que evidencien signos de respeto a los temas medioambientales y de responsabilidad social.

Últimamente ha venido creciendo las transacciones del denominado "Comercio Justo", Los compradores extranjeros no sólo esperan buenos productos, sino tiempos de respuesta oportunos, el cumplimiento de las especificaciones pactadas y el respeto a los códigos de conducta.



El Sistema Comercio Justo o Comercio Ético es una iniciativa para crear canales comerciales innovadores, dentro de los cuales la relación entre las partes se orienta al logro del desarrollo sustentable y sostenible de la oferta.

A la fecha existen organizaciones de comercio justo en Europa, Canadá, Estados Unidos, Japón y se calculan más de 3.000 tiendas denominadas "solidarias". También es considerable la participación en la red de las diferentes organizaciones religiosas. La aparición de los Sellos identificatorios ha dado un gran impulso al sistema. La primera marca de calidad Comercio Justo fue en Holanda en 1988. A partir de ese ejemplo, surgieron varias iniciativas de "Etiquetado Justo". En 1997, varias de ellas se organizaron formando la Fairtrade Labelling Organizations International (FLO - Organización Internacional de Etiquetado Justo).

III Prácticas de Comercio Justo en el Perú

El Perú no es ajeno a estas iniciativas, es por ello que muchas organizaciones promueven estas prácticas de comercio responsable; como es el caso de Promperu, que se suma mediante la puesta en marcha del proyecto "Buenas Prácticas de Comercio Justo", proyecto que se viene desarrollando desde el año 2009 y cuyo objetivo fue el de diseñar e implementar un sistema de Comercio Justo en el Perú en la cadena textil y confecciones, impulsando de esta manera la promoción de la oferta exportable peruana en nichos de mercado especializados, con pymes del sector que trabajan en concordancia con los estándares del Fair trade.

Este proyecto desarrolló un trabajo con 60 pymes ubicadas en Lima y Regiones (Arequipa, Puno, Junín y Ayacucho), quienes implementaron mecanismos y procesos que evidencien sus prácticas de comercio Justo. Actualmente se viene desarrollando el programa con 30 de estas empresas de Lima, Arequipa, Puno y Junín; quienes presentaron los mejores avances durante el proceso inicial y que busca alcanzar la certificación de Buenas Prácticas de comercio Justo.

III Participación en la feria

Con el apoyo de PROMPERÚ y la Cámara de Comercio de Lima a través del proyecto Al Invest IV un grupo de empresas peruanas participaron por quinta vez en la feria Ethical Fashion Show Paris, feria especializada en el segmento de comercio justo enfocado al mundo de la moda que incluye prendas de vestir, accesorios, joyería, calzado; la cual se realizó del 06 al 09 de setiembre del 2012 en la ciudad de Paris, Francia.

La Feria Ethical Fashion Show es una de las ferias más importantes en el rubro de Industria de la vestimenta, especializada en la promoción de empresas que realizan Prácticas de Comercio Justo, Responsabilidad Social y Cuidado del Medio Ambiente. Es un referente en cuanto a moda ética y sostenible, que integra los aspectos económicos, humanos y medioambientales. Esta feria reúne a diseñadores preocupados por el medio ambiente y las habilidades de las culturas desde el estilo elegante y sofisticado al estilo más tradicional. Bajo este concepto se viene desarrollando desde el 2004, su creadora es Isabelle Quehe, quien fundó esta sociedad que posteriormente fue adquirida por el operador ferial almenan Messe Frankfurt, quienes desde hace dos años vienen organizando la feria con el soporte en el área creativa de Isabelle Quehe. El Ethical Fashion Show se realiza tanto en París como en Berlín, dos veces al año.

Expositores







Como parte de los requisitos, el expositor debe de comprobar que cumple con los conceptos del comercio justo a través de un cuestionario que luego es evaluado por el operador ferial:

Cuestionario

http://www.ethicalfashionshow.com/efs3/cariboost_files/QUESTIONNAIRE_20EFS2012.pdf

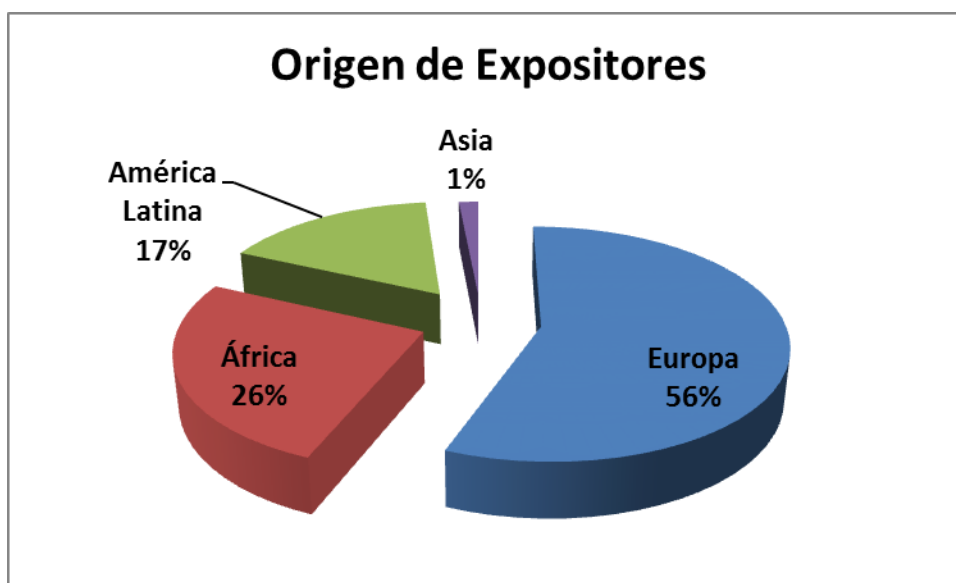


El expositor es evaluado bajo los siguientes criterios:

Materiales Orgánicos	Materiales Naturales	Reciclaje	Proyectos Sociales	Comercio Equitable	Know - How
					

La feria presenta la moda en su conjunto bajo el concepto de comercio justo: Prendas de vestir, Joyería, Bijoutería, Accesorios, calzado, etc.

En esta edición se pudo apreciar que el número de expositores disminuyó en relación a otros años, y sobretodo que la delegación de países extranjeros fue menor. Principalmente los expositores fueron de Francia (32 marcas), otro aspecto importante que se observó fue que la delegación africana era la más numerosa (17 marcas). En relación a los expositores de Latinoamérica, la más numerosa fue la peruana, contrariamente a otros años que se veía a delegaciones de Brasil, Bolivia más numerosas.



Participantes

El número de visitantes fue menor que la edición anterior, el operador no ha informado un número exacto de visitantes, cabe resaltar que el acceso es tanto para profesionales como público en general.

V Participación Peruana en la feria

Esta es la quinta participación peruana en esta feria, para lo que se contó con el apoyo del proyecto All Invest IV y la Cámara de Comercio. Se contó con la participación de 08 empresas, cabe resaltar que el joven diseñador Giancarlo Gallo tuvo un stand libre ya que fue premiado por el operador ferial.

Nº	Nombre de la Empresa	Ciudad	Tamaño	Proyecto de BPCJ
1	ECO VALLEY WILDLIFE S.A.C	Lima	Pequeña	Participa del Proyecto de Buenas Prácticas de Comercio Justo – BPCJ
2	CITE TEXTIL CAMELIDOS HUANCVELICA	Huancavelica	Pequeña	Realiza Prácticas de Comercio Justo por propia iniciativa
3	VELAVERA EIRL	Arequipa	Pequeña	Realiza Prácticas de Comercio Justo por propia iniciativa
4	MOVIMIENTO MANUELA RAMOS	Lima	Pequeña	Realiza Prácticas de Comercio Justo por propia iniciativa
5	GC PERUVIAN DESIGN SAC	Lima	Pequeña	Realiza Prácticas de Comercio Justo por propia iniciativa
6	GIANCARLO GALLO	Lima	Pequeña	Realiza Prácticas de Comercio Justo por propia iniciativa
7	FASHION LINE S.R.L	Lima	Pequeña	Realiza Prácticas de Comercio Justo por propia iniciativa
8	KNITTING COLLECTION S.AC	Lima	Pequeña	Realiza Prácticas de Comercio Justo por propia iniciativa

Se realizaron trabajos previos de promoción de la participación peruana entre la base de compradores

Mailing Pre- Convocatoria

Peru Moda
ou Ethical Fashion Show
Du 06 au 09 Septembre, 2012
Au Carrousel du Louvre, Paris

Save the date
Marques péruviennes équitables présenteront: Vêtements et accessoires en Alpaga et coton Pima pour femmes et enfants, Jouets et plus.

Ne manquez cette opportunité d'apprécier les techniques ancestrales et la créativité péruvienne.

Pour s'informer sur le commerce équitable au Pérou.

Pour fixer un rendez-vous sur le salon, contactez-nous : ethicalfashionshow@perumoda.com

peru

CCL **AI-INVEST** **ALONDESTIV** **prom. peru**



Mailing Convocatoria



Peru Moda
AU ETHICAL FASHION SHOW

Du 06 au 09 septembre, 2012
Paris – France

Venez et découvrez ce que le Pérou vous offre
Carrousel du Louvre
99 Rue du Rivoli
75001 Paris

- CITE HUANCVELICA STAND D02
www.citehuancavelica.com
- GIANCARLO GALLO STAND F05
www.giancarlogallo.net
- GLENY CASTRO STAND E03
www.glenycastro.com.pe
- MANUELA RAMOS F03
www.casadelamujerartesana.com
- PERU KNITS STAND E07
www.peruknits.com
- SHE LINE STAND E02
www.sheperu.com
- QAYTU STAND D04
www.qaytu.com
- VELAVERA STAND E04
www.velavera.com

● Pour fixer un rendez-vous sur le salon, contactez-nous:
ethicalfashionshow@perumoda.com

Luis Miguel Obaygi / FFP



Presentación



VELA VERA



SHE LINE





QAYTU



PERU KNITS



MANUELA RAMOS



GLENY CASTRO

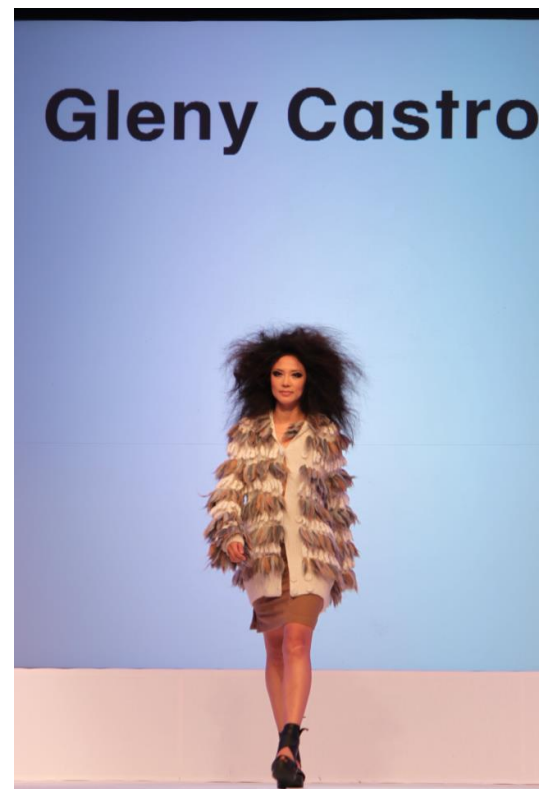


CITE HUANCVELICA



GIANCARLO GALLO

Desfile de marcas



Desfile Marca Perú – Giancarlo Gallo



La alpaca reina en el Salón de París, gracias a diseñadores peruanos

Por Ana María Echeverría (AFP) – 09/09/2012

PARÍS — Suave, cálida, fina, noble: la alpaca es la estrella del Salón de la Moda Ética de París, de la mano de diseñadores andinos como los peruanos Giancarlo Gallo y Henry Vela, que con esa fibra han fabricado creaciones que buscan lanzar al mercado internacional.

Mientras Nueva York inaugura este domingo la ronda de Semanas de la Moda para la primavera verano 2013, en un gran salón de exposiciones contiguo al museo del Louvre, Gallo y Vela, junto con otros diseñadores "ecológicos" venidos de los cinco continentes, presentan sus creaciones, responden a periodistas, dialogan con compradores.

"La alpaca se está abriendo espacio en el mundo de la moda porque los compradores europeos más exclusivos están buscando materias nuevas", explicó a la AFP Vela, de 37 años.

"Nos ayuda también que desde hace un tiempo la imagen del cashmere está perdiendo prestigio, se ha banalizado. Y cuando los compradores descubren la alpaca, que es también suave, agradable al tacto, y más exclusiva que el cashmere, pues quieren más", afirmó el creador, que lanzó hace cinco años su línea Vela Vera.

La consultora Rosario Pajuelo, que trabaja en la promoción de diseñadores peruanos en el extranjero, coincide en que la alpaca "le está haciendo cada vez más la competencia al cashmere, cuya imagen se ha degradado".

"Ahora se pueden encontrar prendas de cashmere hasta en los supermercados", dice, señalando que el centro de la producción mundial de alpaca (un 95%) está en Arequipa y Puno, cuyos tejedores manejan tradiciones de producción textil que tienen más de 3.000 años.

"Dominamos las técnicas de los tejidos, el hilo, el teñido, el uso de los colores. Respetamos el trabajo artesanal, el medio ambiente, no usamos tintes prohibidos en la Unión Europea.

Por eso el alpaca es un producto nicho de Perú", explicó, indicando que "así como la gastronomía peruana es ahora reconocida en el mundo entero, así será con la moda".

Para Vela, que creció en Arequipa y estudió diseño en París, el desafío es "darle un nuevo aire" a la alpaca, trabajándola con nuevas técnicas, diseños, colores, para llegar al exigente mercado internacional, el único que puede pagar la alpaca.

"Para llegar a ese mercado hay que salirse de lo étnico, darle la prioridad a la calidad", dice, notando que en Perú "la gente no compra productos fabricados cien por ciento con alpaca porque son muy caros".

Vela, que lleva cinco años abriéndose poco a poco camino en Europa, admite que es un camino "muy arduo", y que el mercado de la alpaca sigue siendo "muy confidencial".

"He ido de puerta en puerta, de boutique en boutique, explicando a la gente lo que es la alpaca. Ahora ya tengo puntos de venta en París y otras ciudades de Francia, en Alemania, en Suiza, en Dinamarca".

Su meta es, además de abrirle espacio a la alpaca y a su marca -"lo que contribuye a abrirle campo también a otros diseñadores andinos", desarrollar su trabajo con comunidades de tejedores en Perú.

"Voy a pueblos lejanos, recluto a gente, les enseño nuevas técnicas, creo talleres. También voy a prisiones, les enseño, producen para nosotros", dijo Vela, que advirtió sobre algo que considera una creciente amenaza, venida de Oriente.

"Productores chinos han comenzado a comprar alpaca en Perú, que mezclan con acrílicos, y que venden como alpaca, aunque sólo utilizan un 20% o 30% de esa fibra. Y como tienen una fuerza de comunicación muy fuerte, pues eso puede dañarnos mucho".

Con sólo 25 años, el diseñador Giancarlo Gallo -que nació en la sierra de Perú pero tras la muerte de su padre se fue a vivir a Lima con su abuela, que fue quien le enseñó costura-, es otro enamorado de la alpaca, sobre todo de la baby alpaca.

"Soy un gran admirador de los tejidos y los espectaculares bordados artesanales peruanos", afirmó Gallo, que tras ganar hace tres años el concurso de Jóvenes Creadores al Mundo en Perú empezó a trabajar con artesanos de Ayacucho y Huancavelica, cuyos tejidos en alpaca y bordados fusiona con tejidos como seda, en abrigos y trajes que presentó en una pasarela en París.

"Mi gran inspiración es Perú, pero también mi vida misma. Detrás de mis creaciones está mi espíritu, mi alma. Cada prenda que presento tiene una mano artesanal que la ha elaborado, una historia que contar", explicó Gallo.

La madrina de la octava edición de este salón de moda, que cierra el lunes sus puertas, es la argentina Ludmila Pagliero, bailarina estrella de la Ópera de París, que confió a la AFP su identificación con los valores de la moda ética.

"Es importante entender que con cada prenda que nos ponemos podemos ayudar a destruir o a conservar el planeta", confió Pagliero.

Copyright © 2012 AFP. Todos los derechos reservados.



**Artículo publicado en el Diario El Comercio del Perú.
*La Moda peruana conjugó con la Moda ética en París.***

Xavier Castillo

Paris.- El Ethical Fashion Show, la inevitable cita de la moda ética en Francia, es un abanico abierto hacia la moda en París, la edición 2012 que acaba de culminar con éxito, fue inaugurada el último jueves 6 de setiembre en el Carrousel del Louvre, contiguo al célebre museo, por su fundadora y Directora, la Señora Isabelle Quéhé acompañada por la rutilante bailarina « Estrella » de la Opera de París, Mademoiselle Ludmila Pagliero, de origen argentino y madrina del evento, quien luego de un breve pero alentador discurso, lo dio por inaugurado, dando paso a cuatro días de ricas actividades ligadas a la Moda ética y sostenible que da la oportunidad a diseñadores como a productores de poder exponer sus propias creaciones producidas con materiales nobles y naturales, bajo un estricto respeto por la ecología y sobretodo valorando el trabajo de todos los que participan en la elaboración de una prenda, venidos de muchos países de los cuatro rincones del globo.

Así, en esta larga y diversa paleta fashion, pudieron presentarse poco más de ocho marcas peruanas, entre los que destacaban los diseñadores Gleny Castro, Giancarlo Gallo, Henry Vela y los sombreros Karol Castillo, la ONG Manuela Ramos, las marcas « Cité Huancavelica », « Perú Knits » y « She Line » entre otros, quienes demostraron, no solo en las pasarelas, el « savoir-faire » del Perú en materia de moda, utilizando su fuerza de creatividad con materiales de bandera como son la Alpaca y el algodón Pima que conjugan armoniosamente en sus originales creaciones.

El joven diseñador Giancarlo Gallo, por ejemplo, quien luego de ganar el concurso « jóvenes creadores al mundo » en Lima, fue invitado para exponer y realizar un desfile estelar en el que demostró una vez más su innegable talento, poniendo en la escena una colección delicada y muy femenina compuesto de vestidos, faldas, pantalones, chompas y abrigos, elaborados en un finísimo tejido de punto en Alpaca y Baby Alpaca de su propia región, de Ayacucho y de Huancavelica que combinados con seda y también algodón dan como resultado, diseños sofisticados y sorprendentes, de colores suaves en el que predominan el rosado en armoniosa combinación con el crema, todos ornados con plumas é impresionantes bordados realizados por artesanos andinos, desechando la idea que tienen muchos de esta lana, de que es puramente étnica, ahora ya lo saben, también es « glamour ». Gallo cerró su pasarela acompañado de la modelo peruana Carmen Mora, dando el toque auténtico al



fashion show, el público abarrotado en hemiciclo ovacionó al creador que encuentra su fuente de inspiración en el Perú profundo y en su propia alma.

Cada diseñador pudo mostrar a profesionales de la moda y a un público ávido de novedades, sus propias creaciones ; Gleny Castro, la excelentísima y confirmada diseñadora, mostró sus bellas creaciones en Alpaca, elaboradas con minuciosos y delicados puntos hasta gruesos nudos tejidos a palillo y lazos de lana que penden de la prenda como si fueran gotas de agua, dando un resultado más que sorprendente, agradable y abrigador, originales cuellos y capuchas terminados en pompones o en mechales de alpaca en colores naturales puestos en cascada, dándole un aspecto mágico a su obra.

Por su parte el diseñador arequipeño, Henry Vela que trabaja entre el Perú y Europa, creó su propia marca « VelaVera » hace cinco años, sorprende a cada visitante con coloridos y modernos diseños elaborados esencialmente en la finísima fibra de Baby Alpaca de muy alta calidez de su propia región, alpaquera por antonomasia, donde trabaja con tejedores reclutados por él mismo

Los gestores por la parte peruana fueron, « PromPerú », representada por Sandra Flores, especialista en prendas de tejido plano, la marca « Perú », la Cámara de Comercio de Lima (Programa Al Invest IV) y la Señora Rosario Pajuelo, experta en la materia, quien vino especialmente a París para asesorar y promocionar a los diseñadores peruanos como solo ella lo sabe hacer, acompañados de un equipo de apoyo, conformado por peruanos residentes en Francia. La gente que los encontró, se fue más que satisfecha, feliz ! pero sobretodo reconocida de la loable labor de los peruanos en este rubro que como su gastronomía se está construyendo un sitio en el mundo.

Luces Moda

La moda peruana se luce en la pasarela ética

El Ethical Fashion Week de París mostró lo último de la moda que respeta la ecología. Se presentaron 8 diseñadores peruanos.

XAVIER CASTILLO

El Ethical Fashion Show es un abanico abierto de la moda en París. La edición 2012 fue inaugurada en el Carrousel del Louvre, por su fundadora y directora, Isabelle Quéhé, acompañada por la rutilante bailarina Ludmila Pagliero, de la Ópera de París,

de origen argentino y madrina del evento, quien luego de un breve pero alentador discurso inauguró la pasarela. París vivió cuatro días de ricas actividades ligadas a la moda ética y sostenible, la cual da la oportunidad tanto a diseñadores como a productores de exponer sus propias creaciones producidas con materiales nobles y naturales, bajo un estricto respeto por la ecología y sobre todo valorando el trabajo de todos los que participan en la elaboración de una prenda.

Venidos de muchos países de los cuatro rincones del globo, pudieron presentarse ocho marcas peruanas, entre las que

destacaron los diseñadores Gleny Castro, Giancarlo Gallo, Henry Vela y los sombreros Karol Castillo. También estuvieron la ONG Manuela Ramos y las marcas Cité Huancavelica, Perú Knitsy She Line que demostraron el 'savoir-faire' del Perú utilizando su creatividad con la alpaca y el algodón pima.

Luego de ganar el concurso Jóvenes Creadores al Mundo en Lima, Giancarlo Gallo demostró su innegable talento con diseños sofisticados y sorprendentes, de colores suaves como el rosa. Gleny Castro mostró sus creaciones en elaboradas prendas con minuciosos y delicados



Moda ética. Los diseños de Giancarlo Gallo (izquierda) y Gleny Castro (derecha) llevaron la alpaca peruana a la importante pasarela parisina.

puntos, primorosos bordados y gruesos nudos tejidos.

Por su parte, el diseñador Henry Vela creó su propia marca VelaVera para sorprender con coloridos y modernos diseños elaborados esencialmente en baby alpaca por tejedores reclutados por él mismo en recónditos pueblos de Arequipa. Todos coinciden en que la alpaca es poco o mal conocida en el mundo. Por esta razón, cada vez más el Perú participa en diversas actividades con el fin de hacerla conocer.

Entidades como Prom-Perú, la Cámara de Comercio de Lima y la señora Rosario Pajuelo, que fue asesora comercial del Perú en Francia, apoyó a los diseñadores peruanos. Sin duda fue una muestra de la loable labor de nuestros compatriotas en este rubro que, como nuestra gastronomía, se está construyendo un sitio en el mundo.

Artículo publicado por el Diario Correo del Perú.-

Pilcomayo celebró

En el marco de las celebraciones por sus 68 aniversario, la municipalidad distrital de Pilcomayo llevó a cabo ayer diversas actividades que buscan revalorar las costumbres ancestrales de la siembra y la gastronomía. Ayer se realizó el concurso de arado y manejo de la yunta, con la participación de agricultores de Chongos Alto, Chongos Bajo, Huamancaca Chico, Tres de Diciembre, Chupaca y Pilcomayo. Los tres primeros puestos se hicieron mercedores respectivamente de un toro, mochilas de fumigar y sacos de urea. Del mismo modo, hubo concurso del Alwish Lulo, donde cocineras hicieron gala del uso de los mejores ingredientes para hacerse mercedoras de sacos de arroz y viveres. ■

CORREO

DISEÑADORES DE HUANCAYO Y HUANCAMELICA SE LUCEN EN EUROPA

Alpaca está de moda en París

Francia. Del centro del país para todo el mundo. En el salón Ethical Fashion Show de París se dieron cita los mejores exponentes de la moda, donde estuvieron diseñadores de Huancayo y Huancavelica, quienes mostraron lo último en prendas confeccionadas de alpaca. En la cita estuvieron Gleny Castro, Giancarlo Gallo, Manuela Ramos y el huancaino Vela Vera, quienes se rodearon de grandes diseñadores como Quaytú, Knitting, SheLine, entre otras figuras del modelaje. Este evento se realizó del 6 al 9 de setiembre en el famoso Carrousel del Louvre en París, donde está el museo Louvre y donde participaron diseñadores de

Asia, África y Europa. Sin duda, la alpaca conquistó los gustos de esta parte del mundo por su gran calidad y es la más solicitada en el mundo de la moda. Uno de los culpables de esto es el huancaino Vela Vera, quien es uno de los creadores de estas ropas. Incluso, la materia prima es llevada de Huancayo a Europa para la elaboración de las prendas de vestir. **MARCA PERÚ.** La gestión para que la "Marca Perú" se extienda por Europa está a cargo de Sandra Flores de Prom Perú. Ella, al igual que otros peruanos están conquistando el "viago contigente" con lo mejor de nuestro

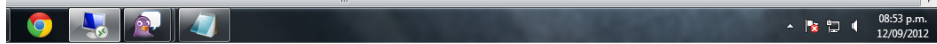


Modelos lucieron lo mejor de la alpaca.

país. Y si primero fue la comida, ahora con la producción de vestidos elaborados de alpaca, un material de primera que pone al Perú en ojos de todos. ■

JUAN PALACIOS

HUANCAYO



Artículo publicado por el Diario La Primera del Perú.-

LUCEN DISEÑOS EN ALPACA Y ALGODÓN PIMA"

Desde su creación en 2004, Ethical Fashion Show (EFS) ha suscitado el interés de los profesionales, diseñadores de la moda quienes presentan una nueva visión basada en la investigación de las materias, la valorización de las técnicas y el saber hacer artesanal de excelencia, todo lo que conduzca a la concepción de una moda ética, que tenga sentido y responsabilidad ecológica. Desde entonces EFS, año tras año, viene mostrando el talento de los creadores de la moda ética que les ha permitido un reconocimiento y presencia internacional.



El concepto de ética que se maneja en este salón está asociado a “equitable” (comercio justo) y “étnico”, a la procedencia y calidad de la materia prima, al respeto y al desarrollo de las industrias innovadoras y éticas.

Últimamente, la tendencia de la moda ética interesa y atrae a más personas. Así, en Francia, el 60 % de los consumidores piensa que es necesario respetar el medio ambiente y la calidad social de la producción.

Peruano en salón EFS

La décima edición del salón de EFS se desarrolló del 7 al 9 de setiembre de este año en el Carrousel de Louvre de París, en el que participaron 8 exponentes peruanos de un total de 50 creadores y diseñadores de diversos países, entre franceses, africanos, sudamericanos y más. Estuvieron presentes tres creadores peruanos: Gleny Castro, Henry Vela Vera y el joven diseñador Giancarlo Gallo, cuyos modelos vanguardistas, elaborados en fina lana de alpaca y en algodón pima fueron ovacionados en la pasarela del salón.

La organización no gubernamental Manuela Ramos, que trabajan con la Casa de la Mujer Artesana dePuno, mostró las prendas y accesorios elaborados por las mujeres aimaras y quechuas. Henry Vela, único de los tres que reside en París, expuso su nueva creación en fibra de alpaca y algodón pima. Él, al igual que miembros de Manuela Ramos, capacita y trabaja con los tejedores artesanos de Arequipa. Estuvieron también Qaytu ; Perú Knits, de los hermanos Vargas, que trabajan con los tejedores de Huancayo; CITE de Huancavelica, que trabaja por el mejoramiento de la lana de los camélidos en Puno, y, finalmente, She Line, que elabora accesorios de lana de alpaca y algodón pima. **Pequeñas grandes marcas**

La presencia de esta delegación en París fue posible gracias a la intervención de PromPerú y la Cámara de Comercio de Lima. Para la mayoría fue LA PRIMERA vez y para otros no, como fuere la experiencia fue válida.

No solo hubo exposición de ropas y accesorios. También se desarrollaron mesas redondas sobre asuntos esenciales de la moda, sobre la investigación, innovación y asociación sobre las materias primas y tejidos. En esta perspectiva, la participación de nuestros diseñadores y creadores no solo ha sido el “glamour” y la fantasía de los modelos, sino también la valorización por las materias primas, en especial por la alpaca y el algodón pima, cuya promoción debería apoyarse más.

Cada día se constata que la creatividad y el compromiso de las pequeñas marcas inspiran a las grandes estructuras que siguen su ejemplo, así como las iniciativas ecorresponsables se multiplican a través del universo de la moda.

El objetivo de Ethical Fashion Show ha sido demostrar y participar una visión positiva y activa de la moda del futuro. La diversidad de los enfoques y las ideas nuevas han sido el motor de este décimo salón.

Gloria Cáceres

Desde París



VI Conclusiones

El segmento de Comercio Justo es una tendencia de mercado y que es necesario poder atender; ésta es la quinta edición en la que se participa en Ethical Fashion Show, y si bien es cierto la feria se dirige exclusivamente para el segmento de comercio justo, es importante destacar que la feria ha sufrido varios cambios, se pudo notar la mejora en cuanto a la organización logística ya que el operador ahora es la Messe Frankfurt, uno de los operadores más importantes en cuanto a ferias comerciales, y definitivamente una garantía en cuanto a organización, sin embargo la feria anteriormente tenía una sola edición, ahora son dos veces al año y se hace una versión también en Berlín. Esto ha originado que la feria tenga una menor cantidad de expositores; por informes anteriores, se tenía conocimiento que habían otras delegaciones país, como es el caso de Brasil, Bolivia, Alemania, etc., ahora la única delegación país fue Perú. Otro punto importante fue el flujo de compradores profesionales, se sintió una baja importante en cuanto a número, sin embargo como la actividad se trabajó en conjunto con la Cámara de Comercio de Lima, se contrató a una consultora con quién trabajamos el flujo de visitantes, la oferta principalmente fue dirigida a la alpaca, y se convocó a compradores especializados, con boutiques en París y en las regiones; y ésta acción pudo generarles a los expositores contactos potenciales.

A través de las presentaciones en los desfiles, se promocionó la fibra de alpaca con una colección de Giancarlo Gallo, que pudo mostrar el diseño peruano y el potencial de la fibra de alpaca, previamente al desfile se difundió el video de comercio justo, que explicaba el trabajo de los artesanos hasta el confeccionar prendas como las mostradas en el desfile. Con esta participación, se ha podido explicar las ventajas de la fibra de alpaca, y diseñadores y compradores invitados por Promperu y CCL se muestran más abiertos en usar la alpaca en sus colecciones.

Fue importante el tener citas adicionales a las entrevistas generadas en la feria, las empresas tuvieron citas con Cacharel, importante marca mundial, que dentro del abanico mostrado por las empresas, se mostró interesada en prendas para niños y bebés. Luego tuvieron cita con la empresa Berenice con 07 boutiques en París, y más de 20 en Provincias, además de tener boutiques en el extranjero. Producto de las reuniones, se realizarán las cotizaciones. Disponemos de un acercamiento con compradores potenciales para Perú Moda, el ver la oferta en París es un paso para que ellos puedan tener confianza en producir en el país. Resultado de esto, uno de ellos asistió al evento Centro Exporta, dio un seminario dentro del marco del evento, y tuvo reuniones con empresas de Huancayo, Huancavelica, Cusco y Ayacucho.

VII Recomendaciones

Es importante buscar nuevos mercados para este segmento de comercio justo tan importante, el mercado Alemán o el nórdico valora este concepto y sí lo asocia a un tema de moda, pero es importante ir de la mano con una campaña de difusión de la industria y sus ventajas.

Se recomienda que para cada participación en ferias, se realicen las coordinaciones para garantizar el flujo de visitantes, lo cual es valorado por los exportadores, en situaciones particulares y por efectos de la crisis, la feria muchas veces no puede garantizar ello, sin embargo el hacer un trabajo previo directamente ayuda a que las empresas puedan generar negocios, así también aporta valor al servicio presentado por Promperu, la generación de citas o actividades adicionales fuera del marco de la feria.

El mercado francés a pesar de la crisis, es importante, y se recomienda continuar el trabajo ya ganado en Francia, a través de misiones de compradores a Lima, o publicaciones en medios, y el estar con alguna pasarela como anteriormente se tuvo en la feria Pret a Porter, que permitió hacer conocida a la alpaca en París y replicar ello al resto de Europa. Esto serviría también para entrar hacia otros mercados, considerando que París es la capital de la moda, se debe destacar que varios diseñadores franceses ya están vendiendo sus colecciones en el mercado asiático.

Se recomienda también continuar con las sinergias con gremios como la Cámara de Comercio de Lima a fin de complementar fuerzas y brindar un mejor servicio a las empresas participantes.