

Barcelona Wedding Summit II edición
EL NEGOCIO DE LA MODA NUPCIAL
Claves y procesos de un sector en evolución

Nota de prensa, Barcelona 21 de marzo de 2017.

Barcelona Wedding Summit en su segunda edición celebrada hoy ha reunido a más de 160 participantes entre empresarios y profesionales de la moda nupcial, en el Pabellón de San Rafael del Recinto Modernista de Sant Pau, para analizar los principales retos y transformaciones de un sector que mueve hasta 1.300 millones de euros en España. Organizado por Wedding Media International y el salón Barcelona Bridal Fashion Week.

En la apertura de esta segunda edición **Rosa Oliva**, directora de WMI, ha destacado la misión que impulsa a WMI, que con sus 25 años de experiencia sigue aportando valor al mundo nupcial y por otro lado **Estermaria Laruccia**, directora de BBFW ha valorado la iniciativa de WMI y ha subrayado la importancia del conocimiento para avanzar en el sector. El *Secretari General del departament d'Empresa i Competitivitat de la Generalitat*, **Joan Aregio**, en la introducción de este acto ha mencionado a Barcelona como líder europea del sector de la moda, señalando que en Catalunya el sector de la moda y el textil supone casi un 8% del PIB, por debajo del turismo que supone un 12%. Este dato corrobora que el sector nupcial es un sector puntero y de vital importancia para la economía.

Ha abierto las ponencias **Jordi Rosàs**, responsable de planificación y estrategia en & Rosàs, con "**De ser la marca deseada a ser la marca escogida**". El fundador de la agencia creativa &Rosàs se ha mostrado convencido de que la clave del éxito se basa en la confianza entre el anunciante y la agencia.

Luis Lara, *senior advisor* en KPMG, donde impulsa la división de moda especializado en el desarrollo internacional de empresas, quien ha elaborado recientemente un estudio "**Global Fashion Drivers**", en el que analiza la internacionalización, las operaciones corporativas y la apuesta por la tecnología, que impulsan el negocio de la moda, ha citado a México, Colombia y Perú, como mercados en expansión.

Joan Estrada que ha trabajado con firmas como Chloé, Marc Jacobs, o Calvin Klein ha remarcado la importancia de la puesta en escena en el mundo de la moda y **Iván Meza** vicepresidente de la agencia de marketing de Nueva York Group 868 Inc., ha analizado los mercados norteamericanos y su potencial para las marcas españolas.

La mesa redonda sobre "**Relevo generacional: cómo heredar la experiencia**", ha contado con firmas como **Raimon Bundó** con más de 50 años en el sector, pioneros en el concepto *prêt-à-couture* en el diseño nupcial y disponen de más de 200 puntos de venta en 20 países, **Isabel Sanchis**, que cuenta con

presencia en más de 40 países del mundo y **Yolan Cris**, que se encuentra en un gran momento de expansión nacional e internacional tras haber vestido a Lady Gaga y Beyoncé. Todas ellas han debatido sobre las claves del negocio familiar en el sector nupcial, donde la tradición y la intuición de muchos años de profesión ahora son la base para la transformación del negocio que pasa por la formación y la internacionalización.

Ha cerrado la jornada **Luis Sans** presidente de la exclusiva *boutique* de lujo Santa Eulalia, fundada en 1843 y una de las más emblemáticas de Barcelona, con una exposición de la actual situación de la moda ante el lujo, quien ha resaltado el peligro que supone competir en precio. Según Sans, hay que tener volumen y eficacia para estar a la altura de las exigencias del sector lujo.



Rosa Oliva, Joan Aregio, Estermaria Laruccia

<http://www.barcelonaweddingsummit.com/>
@bweddingsummit
#BWS2017

Wedding Media International es una editorial con más de 24 años de experiencia dedicados al sector nupcial. Esta amplia trayectoria ha llevado al grupo a una total especialización y liderazgo. Su actividad principal es la difusión tanto en el canal *offline* (revistas en papel y eventos) como en el *online* (webs, redes sociales y revistas digitales). Actualmente cuentan con oficinas en España, Portugal, México y Brasil, países en los que suman seis revistas nupciales consolidadas y siete webs con una importante difusión internacional.

NP, media partner de la segunda edición Barcelona Wedding Summit y revista del grupo WMI, lanza su primer número en el año 2000 pero no es hasta 2015 cuando se reinventa por completo: **NP** se convierte definitivamente en la revista más exclusiva del sector nupcial internacional, destinada tanto a novias como a profesionales. Publicada en una edición bilingüe (español e inglés) y distribuida en toda Europa y América, recoge las últimas tendencias, colecciones, pasarelas y eventos del mundo nupcial. También posee su edición digital, www.np-magazine.com.

Otras revistas y webs del grupo:

En España, **Noivas España**, **Casar-se a Catalunya**, www.revistanovias.es,
www.casarseacatalunya.cat, www.webnovias.com

Portugal: **Noivas de Portugal**. Web: www.noivasdeportugal.com

México: **Noivas de México**. Web: www.noviasdepasarela.com.mx

Brasil: **Noivas de Passerelle**. Web: www.noivasdepasserelle.com.br

MEDIA PARTNER:

modaes.es

Para más información:

Carme Vallabriga – carme@tasmaniacg.es

TASMANIA COMUNICACIÓN

Rambla Catalunya, 135 1º 2ª - 08008 Barcelona

Tel. 605244405

www.tasmaniacg.com

