**SIMOF se transforma con un formato más internacional y repartido durante todo el año**

● La nueva estrategia es una apuesta firme por el sector y su internacionalización.

* La principal novedad es que SIMOF pasa a convertirse en semana, en vez de salón.
* La venta de entradas para la edición 2023, que se celebra del 26 al 29 de enero, estará disponible a partir del 6 de diciembre.

Sevilla, 2 de diciembre de 2022. La 28º edición de la Semana Internacional de la Moda Flamenca (SIMOF), que organiza Sevilla City Office en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla (Fibes) junto a la agencia Doble Erre, se celebrará del 26 al 29 de enero. Este viernes, en las oficinas de Sevilla City Office de Marqués de Contadero, se ha presentado la nueva estrategia y marca.

En la presentación han intervenido el teniente de alcalde delegado del área de Economía, Comercio y Turismo, **Francisco Páez**; el director gerente de Sevilla City Office, **Antonio Jiménez** y la directora de la agencia Doble Erre, **Raquel Revuelta**, quien ha adelantado algunas novedades de esta edición y ha anunciado que la venta de entradas estará disponible a partir del 6 de diciembre.

En su intervención, Jiménez ha hecho hincapié en el posicionamiento que ya disfruta SIMOF como una cita de moda referente en el ámbito nacional y ha explicado que la renovada imagen se ha desarrollado a partir de “la nueva marca ciudad de Sevilla, asociada a un nuevo relato que describe una urbe de contrastes, donde lo más famoso y conocido sirve como instrumento para el descubrimiento de facetas ocultas, desde una mirada mucho más amplia, rica y compleja que, mientras busca las raíces y la herencia, descubre la vanguardia y la innovación.”

El evento principal, programado para finales de enero, será el pistoletazo de salida de una serie de novedades que se realizarán a lo largo del año. Esto incluye una difusión más amplia e internacional y más visibilidad en todos los ámbitos de la creación (música, danza, jóvenes creadores,…), además de una continuada presencia en los medios de comunicación durante los doce meses.

El director gerente de Sevilla City Office ha añadido que “la nueva marca de SIMOF no puede ser una mera renovación estética, debe reflejar esa amplitud de visión que tiene el evento, esa ambición, y debe adoptar los valores de la ciudad, su personalidad y sus retos. Es una apuesta firme por el sector y su internacionalización”

El logotipo se ha estilizado buscando simplificar y modernizar su concepto. Se ha diseñado una marca madre, que tendrá un uso más general. Igualmente, también se ha añadido una versión más versátil a las nuevas identidades que SIMOF tendrá cada año. Esta edición, por ejemplo, está inspirada en “innovación y vanguardia”. Esto dependerá de la línea que siga la siguiente muestra. La filosofía se centra en ponerse un vestido nuevo cada año, ir mutando igual que lo hace la moda.

A su vez, el teniente de alcalde delegado del área de Economía, Comercio y Turismo, Francisco Páez ha destacado el talento local y ha expresado que además del encanto turístico de Sevilla, de su patrimonio, de sus tradiciones y de su trepidante vida social, es también “una ciudad en la que el emprendimiento es el motor, una ciudad en la que crecer profesionalmente, una ciudad con infraestructuras para los negocios y la ciencia, una ciudad en la que construir proyectos empresariales innovadores”.

Por su parte, también ha añadido, en referencia a Fibes como motor económico local, que “el turismo congresual genera un efecto multiplicador en áreas como la hostelería, el comercio o la logística, además de dinamizar e incentivar el desarrollo sostenible del tejido local relacionado con la temática del evento en cuestión, o sectores económicos de gran proyección en nuestra ciudad, como el sector de la moda, y en concreto de la moda flamenca.”

Por su parte, la directora de la agencia Doble Erre y coorganizadora de SIMOF, Raquel Revuelta, ha hecho una reflexión sobre el ritmo acelerado con el que suceden los cambios en la sociedad y en este contexto ha añadido que hay que ser “conscientes y responsables para adaptarse. Esta es una realidad que inevitablemente tiene que afectar también a SIMOF. Esta renovación sirve para acercarnos a los cánones internacionales de la industria, siendo más flexibles, frescos e innovadores. Esta nueva puesta en escena es un manifiesto sobre la capacidad de una moda históricamente tradicional, como es la moda flamenca, para seguir transformándose y atraer cada vez a más mercados”.

El traje de flamenca es una de nuestras señas de identidad en el sector de la moda, precisamente porque se renueva cada año. “Desde que nace hasta hoy ha sufrido cambios, primero más lentamente y luego con SIMOF, que fue la revolución, de manera vertiginosa”, ha afirmado Revuelta, quien ha añadido: “Tenemos que ir al compás que marca este sector y por eso consideramos necesario hacer una renovación desde las entrañas y lanzar ese mensaje de ilusión y de no bajar la guardia, y siempre estar actualizados al compás de los tiempos, de lo que precisa y necesita la industria de la moda flamenca y de la sociedad en general”.

En 2022, SIMOF celebró 57 desfiles en los que se lucieron más de 1.700 vestidos sobre la pasarela. En los 10.000 metros cuadrados de espacio expositivo se instalaron más de 100 expositores y 139 firmas ofrecieron sus creaciones. Recibió 50.000 visitantes, contó con 250 medios acreditados de todo el mundo, y el impacto en prensa alcanzó una valoración económica de 12 millones de euros, así como decenas de miles de seguidores en las redes sociales.

Estas cifras podrían ampliarse en la presente edición, hasta alcanzar totales espectaculares de éxito y proyección. Es por ello que SIMOF es un espacio único e imprescindible para el sector, además de un evento icónico y estratégico para la ciudad de Sevilla, ya consolidado y reconocido.

Como ha sucedido en otras ediciones, Andalucía Exportación e Inversión Extranjera (Extenda), organizará encuentros comerciales entre empresas locales e inversores internacionales, con el fin de llevar a otros países la moda sevillana. También, para promocionar y difundir las creaciones de jóvenes diseñadores de Andalucía, se ha renovado esta edición el certamen de noveles.

SIMOF no es ajeno al impacto medioambiental que tiene la moda, por eso se realizará una mesa sostenible que profundizará en el compromiso social que tiene el sector. La Semana Internacional de la Moda Flamenca no se limita solo a la creatividad en los trajes, también tiene lugar el diseño de la cartelería, por eso, se premiará al mejor cartel de la colección.