
Modaes

Tendencias

La semana de la moda de Berlín cierra su última edición tras la marcha del patrocinador

Mercedes-Benz y la estadounidense IMG, los organizadores de la pasarela de Berlín, se separan tras diez años de su acuerdo debido a diferencias en el formato que debía seguir el evento. La empresa norteamericana quiere abrirla al público y enfocarla más al consumidor.

Modaes
10 jul 2017 - 18:29

La semana de la moda de Berlín cierra su última edición mientras sus organizadores se

Image not found of type unknown
Incertidumbre en la pasarela de Berlín. **Mercedes-Benz** e **IMG**, principales organizadores de la semana de la moda de la capital alemana, han decidido separarse tras diez años de colaboración en la organización del evento. El pasado marzo, la estadounidense anunció su intención de abrir la pasarela al público y enfocarla al consumidor.

Recientemente, el fabricante alemán de automóviles se convirtió en uno de los socios oficiales del **Fashion Council Germany**, algo que muchos interpretaron como una antesala de la ruptura con la pasarela berlinesa, según WWD. La compañía, no obstante, aunque no ha concretado ningún formato en particular, ha comunicado su intención de reforzarse en el área de moda con nuevos actos y acciones en el país.

El organizador ferial **IMG**, por su parte, quiere reorientar el certamen hacia la música, la moda y el retail con miras de convertir la capital alemana en un epicentro del diseño independiente. En este sentido, el evento estaría más abierto al público y enfocada al consumidor.

Las fechas de la próxima edición de la pasarela berlinesa también podrían modificarse y coincidir con el festival Lolapalooza, previsto para los días 9 y 10 de septiembre, y acercarse a la nueva edición del **Bread&Butter**, que organiza Zalando, prevista del 1 al 3 del noveno mes del año.