

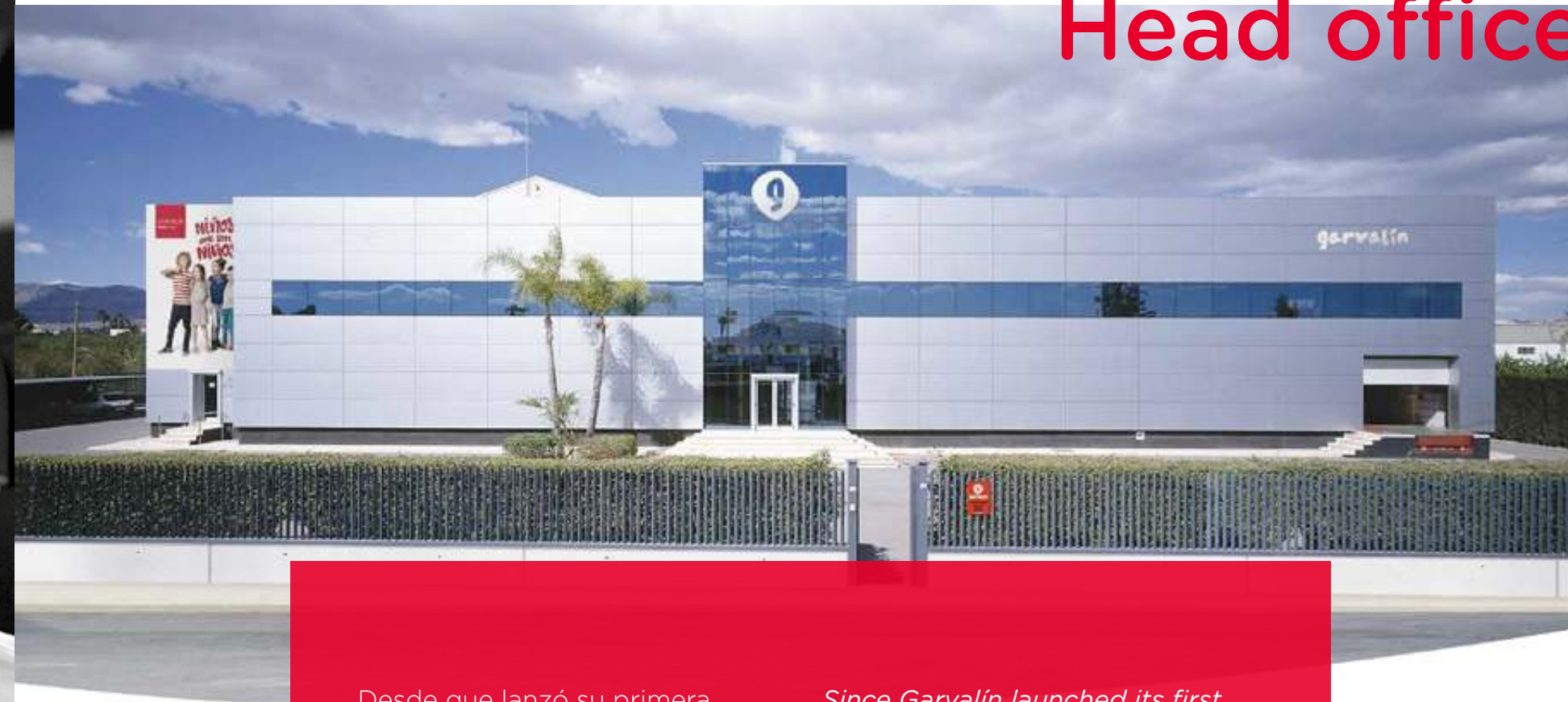


AGATHA RUIZ DE LA PRADA
SHOES

La compañía
The Company



Sede central Head office



Desde que lanzó su primera colección en 1968, la empresa Garvalín ocupa un lugar destacado en el panorama del calzado infantil.

Tiene su sede central en la ciudad de Elche (Alicante), en una región históricamente dedicada a la industria zapatera.

Since Garvalín launched its first collection in 1968, it has occupied a prominent place in children's footwear.

The company's head office is in the town of Elche, Alicante, a region that is historically linked to the shoe-making industry.



MICAM 87°
MILANO

Participa activamente en el prestigio del sector, tanto por su fuerte implantación en el mercado español, como por su amplia presencia internacional.

Su solidez empresarial y solvencia profesional acreditan a Garvalín como referente del sector.

Asimismo, estamos presentes en las más representativas ferias del sector a nivel internacional.

Thanks to its solid foothold in the Spanish market and widespread international presence, Garvalín plays an active role in the prestige of the sector.

We are regular exhibitors at the sector's main international trade fairs.

La capacidad de producción de Garvalín supera el 1.800.000 de pares al año, con más de 300 nuevos modelos por temporada, distribuidos a más de 2.000 puntos de venta en más de 40 países del mundo.

Estos datos, que van modificándose al alza cada año, implican la existencia de una amplia organización que posibilita tal crecimiento y un equipo humano que mejora cada día en experiencia y calidad.

Garvalín manufactures more than 1.8 million pairs of shoes each year. Over 300 new styles are launched each season and distributed to more than 2000 points of sale in over 40 countries worldwide.

These figures, which grow on a yearly basis, are due to the existence of a far-reaching organisation that encourages such growth and a team committed to improving in expertise and quality day after day.



Taller de
trabajo
Workshop

Marcas Brands

La empresa Garvalín ofrece a sus clientes una amplia gama de productos a través de sus tres marcas: Garvalín, Biomecanics y Agatha Ruiz de la Prada.

Esta diversificación en la oferta proporciona una respuesta adaptada a los diferentes públicos en un entorno global cada vez más exigente.

Garvalín offers its customers a broad range of products through its three brands: Garvalín, Biomecanics and Agatha Ruiz de la Prada.

This diversification in its offer meets the individual needs of different types of customers in an ever more demanding global setting.



garvalín

Garvalín desarrolla una propuesta versátil y contemporánea. Globalmente, pretende ofrecer un primer zapato, es decir un “todoterreno”, de calidad, que combine con cualquier indumentaria y satisfaga múltiples necesidades.

Garvalín designs versatile contemporary collections. The company's general mission is to offer a multi-purpose and quality shoe that can be worn with a variety of clothing and meets numerous needs.

niños
que son
niños

KIDS are KIDS

biomecanics®
NATURAL GROWING

Calza a tus hijos con responsabilidad

— Choose your kids' shoes responsibly —



Siempre interesada en innovar y satisfacer los requerimientos específicos del pie que crece, la empresa inicia un proyecto de investigación con el Instituto de Biomecánica de Valencia y nace, en 1996, Biomecanics, cuya misión prioritaria es la ergonomía para un alto confort.

In line with its objective to innovate and meet the specific needs of growing feet, Garvalín undertook a research project with the Biomechanics Institute of Valencia, which led to Biomecanics in 1996, a range prioritising ergonomics for the utmost in comfort.

Developed by
Biomechanics Institute of Valencia



Collaborates with the
Spanish Association of Paediatrics



AGATHA RUIZ DE LA PRADA SHOES

Las propuestas nacidas de la inspirada unión de fantasía de Agatha Ruiz de la Prada y el buen hacer de Garvalín, están llenas de optimismo y vitalidad. Colecciones muy diferenciadas y personales, donde el color y la libertad en las mezclas destacan en cualquier escenario.

The styles resulting from the inspired joining together of Agatha Ruiz de la Prada's fantasy designs and Garvalín's high-quality manufacturing are bursting with optimism and vitality. These collections stand out from the crowd thanks to their striking colour combinations.



Ambiente Garvalín Garvalín Space

Garvalín ha diseñado desde hace años una estrategia global que va aplicando gradualmente en un doble sentido. Por una parte, ampliando los mercados internacionales mediante variadas acciones comerciales y de marketing (publicidad de producto, imagen de marca, presencia en ferias, acuerdos con distribuidores, showrooms y corners), con presencia actualmente en más de 40 países de los cinco continentes.

Por otra, desarrollando un proceso de globalización en las áreas de producción, buscando siempre en origen los materiales y la fabricación más idóneos para conseguir llevar a nuestros clientes el mejor producto, en las mejores condiciones.

En los últimos dos años la empresa ha creado nuevas tiendas y corners propios personalizados para el Grupo Garvalín en distintas partes del mundo: Francia, Italia, Reino Unido, Túnez, Libia y por supuesto España entre otros.

Para ello se propone el “Ambiente Garvalín”. Se trata de un espacio expositivo con carácter lúdico y colorista generado a través de tres manchas del color de cada marca que conviven en perfecta armonía de gamas y que, sobre una base blanca, crean un contraste de gran impacto.



Garvalín has spent years devising a global strategy that is rolled out step by step in two ways. First, by seeking wider coverage of international markets through a variety of sales and marketing activities (product advertising, brand image, presence at trade fairs, agreements with distributors, showrooms and corners), the company is now present in over 40 countries across the five continents.

Secondly, a process of globalisation is being undertaken in the areas of production in which material is always obtained at source and the most appropriate manufacturing is carried out to enable the best product to be delivered at the best price to our customers.

In the past two years the company has opened new stores and corners that are customized for the Garvalín group in numerous parts of the world: France, Italy, UK, Tunisia, Libya and, of course, Spain, amongst others.

For this purpose we offer we have the “Garvalín Space”. This is an informal and brightly coloured space for displays, which comprises three splashes of colour from each brand, which combine perfectly with the ranges and are very striking against a white backdrop.

Communication Marketing

El aspecto de la comunicación es fundamental para dar a conocer todo aquello que hacemos y para que el producto sea visto con el mejor de los soportes.

Bajo esta premisa editamos, cada temporada, piezas de comunicación para apoyar nuestros productos en el punto de venta y ayudar a nuestro distribuidor en su tarea.

Displays, catálogos, expositores y demás elementos trascienden nuestra empresa y comunican nuestro producto allá donde haya un cliente.

The communications aspect is essential for showing everything we do and for displaying the product as successfully as possible.

In line with these criteria, we release communication tools each season to support our products at the point of sale and help our stockists in their task.

Displays, catalogues and other elements go beyond our company and communicate our product wherever there are customers.



CELEBRIDADES / CELEBRITIES

Un niño jamás debería ser un adulto en miniatura, por ello en nuestros eventos los niños siempre son los protagonistas. Celebrities como Sara Carbonero, Carolina Cerezuela, Carlos Moyá, Nicolás Colate, Samantha Vallejo-Nágera, Elena Furiase o Isabel Gemio se han convertido en importantes prescriptores y padrinos de nuestra marca Garvalín.

A child should never be an adult in miniature, that is why at our events children are always the protagonists. Celebrities such as Sara Carbonero, Carolina Cerezuela, Carlos Moyá, Nicolás Colate, Samantha Vallejo-Nágera, Elena Furiase or Isabel Gemio have become important prescribers of our brand Garvalín.



AUDIOVISUALES / SPOTS

Audiovisuales con miles de reproducciones y comentarios cuyo contenido es compartido en las redes sociales por los usuarios.

Audiovisual clips played thousands of times and comments whose content is shared on social networks by users.



INTERNET & RRSS / INTERNET & SOCIAL NETWORKS

Aumentamos nuestra presencia en páginas web, revistas, redes sociales y blogs con gran número de seguidores asegurándonos un mayor apoyo a la venta.

We have increased our presence on Web pages, magazines, social networks and blogs with a great number of followers which guarantees a promotion of our sales.



@verdeliss



@buscandoformaalasnubes



@maria_rodsant

CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN / ADVERTISING CAMPAIGNS IN THE MASS MEDIA

En medios convencionales como televisión, prensa y revistas como en medios digitales, consiguiendo una mayor notoriedad de marca mediante acciones publicitarias y de RRPP.

In conventional media, such as television, newspapers and magazines as in digital media, achieving greater brand awareness through advertising and PR campaigns.





Estamos presentes en los medios de comunicación.

Radio: Campaña Patrocinio sección "Jimeno y los niños" en el programa matinal "Javi y Mar" de Cadena 100. Con refuerzo de comunicación en La Web y Redes Sociales.
AUDIENCIA: Casi 2 millones de oyentes.
FACEBOOK: 687 K
TWITTER: 421 K

We are present in the Mass Media.

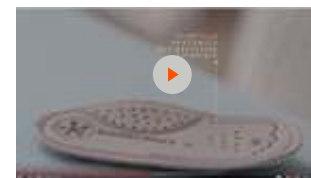
Radio: Sponsorship Campaign section "Jimeno and the children" on the morning programme "Javi and Mar" on the Cadena 100 channel.
With reinforcement of communication on the Web and Social Networks of Cadena 100.
AUDIENCE: Almost 2 million listeners.
FACEBOOK: 687 K
TWITTER: 421 K



AUDIOVISUALES:

Audiovisuales con miles de reproducciones y comentarios cuyo contenido es compartido en las redes sociales por los usuarios.

Audiovisuals clips played thousands of times and comments whose content is shared on social networks by users.



Revistas: Aumentamos nuestra presencia en revistas especializadas del sector bebé y niño, con gran número de seguidores entre los papás y mamás.

Magazines: We increased our presence in magazines, with a large number of followers among parents and mothers.



PRESCRIPTORES/INFLUENCERS

Aumentamos nuestra presencia en páginas Web, RRSS y blogs asegurándonos un mayor apoyo a la venta. Recomendados por pediatras, prescriptores de la marca y celebrities que eligen Biomecanics para calzar a sus hijos con responsabilidad convirtiéndose en importantes influencers.

We have increased our presence on Web pages, Social Networks and blogs ensuring greater support for sales. Recommended by paediatricians, Brand motivators and celebrities who choose Biomecanics footwear for their children making them important influencers.



@pilarrubio_oficial @tamara_gorro @mariazuritaborbon

INTERNET / RRSS

Biomecanics está presente en Internet y en diferentes redes sociales las cuales nos facilitan la comunicación directa con el usuario. Cada vez más fans y seguidores se unen a la marca a través de nuestros contenidos recomendándonos en sus redes sociales.

Biomecanics is visible on the Internet and on different social networks which facilitate direct communication with the user. More and more fans and followers join the brand through our content by recommending us on their social networks





AGATHA RUIZ DE LA PRADA
SHOES

International Shoes Garvalín S.L.
Partida Pla de Sant Josep, Pol- 1 - Nº150
P.O. Box 1500 - 03293 Elche, SPAIN.
ph: +34 966 655 023 fx: +34 966 630 379