# PUNTO MODA

**NÚMERO 304** · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

## Tendam bate expectativas en el primer semestre de 2021, crece un 65% en ventas y adelanta en un año la recuperación de los niveles prepandemia

## Kiabi abre su primera franquicia en España

## Arranca KMO Moda, la feria de productores de cercanía

ENCUENTRANOS EN

# KM 0DA

## KILOMETRO 0 MODA

FERIA DE PRODUCTORES DE CERCANIA

FERIA DE PRODUCTORES TEXTILES DE PROXIMIDAD, ESPECIALIZADOS CON CAPACIDAD PRODUCTIVA PARA DESARROLLAR PRENDA ACABADA Y/O COMPLEMENTOS TEXTILES , QUE DESARROLLAN SU ACTIVIDAD EN TERRITORIO ESPAÑOL.

**3 & 4 NOVIEMBRE 2020**

**MIÉRCOLES Y JUEVES**

**MADRID**
**PALACIO DE SANTOÑA**
**C/ HUERTAS, 13**
**MADRID**

**MIÉRCOLES DE 12H A 18H**
**JUEVES DE 10H A 17H**

**ACCESO GRATUITO PARA VISITANTES PROFESIONALES DE LA MODA, PREVIA INSCRIPCIÓN**

Inscripciones
www.km0moda.org

Organiza:

FEDECON · agrupación española del género de punto

Colaboran:

MODAESPAÑA www.modaespana.org · IFEMA MADRID · MOMAD · Modacc · IGUALADA FASHION LAB

PuntoModa 1 Q. Noviembre'21
Periodicidad: quincenal

**Nuestra Portada:**
AISY DANCE

**PuntoModa**
**Consejo de Dirección:**
José Antonio Blanco
Carmiña Verdejo
essl@edicionessibila.com

**Redacción:**
José Antonio Blanco - Elena Sisó

**Departamento Comercial:**
essl@edicionessibila.com

**Administración:**
essl@edicionessibila.com

**Edita:**
Edicions Sibil-la, S.L.
Diputación, 180, 1C - 08011 Barcelona
Tel. +34 932 265 151
essl@edicionessibila.com
www.edicionessibila.com

ISSN 2564-8993

La revista PuntoModa no se hace responsable de las opiniones expresadas por nuestros colaboradores y/o lectores.



## Un informe elaborado por AITEX y MODACC analiza los sectores textil, confección, y cuero como punto de partida para reactivarlos a través del proyecto europeo CRE@CTIVE, financiado a través de la convocatoria ENI CBC MED

En el marco del proyecto europeo CRE@CTIVE, el centro tecnológico AITEX y el Clúster catalán de la moda MODACC junto con la colaboración del Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial – IVACE, han llevado a cabo un estudio sobre el estado de salud de los sectores tradicionales del textil, cuero, calzado y confección en la cuenca mediterránea.

Concretamente en España, estas industrias suponen un 2,8% del PIB nacional, representan el 4,2% de la ocupación total y pagan más de 6.000 millones de euros en impuestos cada año. Además, exportan el 8,9% del total que se fabrica en España y atraen un 13% del total del turismo de compras mundial. Sin embargo, el estudio demuestra que en los últimos diez años el número de empresas ha ido disminuyendo (un 12% menos) y las que han cerrado son mayoritariamente Pymes.

## El sector de la moda en Cataluña factura más de 14.500 millones de euros y emplea a más de 64.500 personas

El sector de la moda en Cataluña ha generado una facturación agregada de 14.500 millones de euros y emplea a más de 64.500 personas, según concluye el estudio "Nueva Industria: Nuevos servicios de valor añadido en las cadenas de valor industriales. El caso de la moda en Cataluña" del Departamento de Empresa y Trabajo de la Generalitat de Catalunya y elaborado por el Cluster Development. Estos datos incluyen a las empresas del sector textil tradicional pero también un buen número que hace treinta años no se habrían considerado del sector manufacturero.

El estudio destaca, en primer lugar, la presencia de más de 160 empresas que siguen una estrategia de marca e integración en el retail, con un volumen de negocio superior a los 10.500 millones de euros y un crecimiento medio en los últimos años superior al 4, 5% anual.

En segundo lugar, la cadena productiva sigue siendo una parte relevante del sector, pero con un posicionamiento mucho más especializado. Por una parte, más de 300 proveedores productivos (sobre todo de tejidos, pero también algunas empresas de hilaturas y de tintes y acabados) que son los que han podido seguir compitiendo en el mercado por diseño o por capacidades de innovación o especialización del producto que ofrecen.

Por otro lado, destacan los gestores de la producción y el diseño, quienes, aunque cerca de 30, concentran un volumen de negocio de casi 700 millones de euros y con un ritmo de crecimiento medio superior al 6,5 % anual.

## El Triángulo de la Moda celebra la II Entrega de los Premios del Triángulo de la Moda con la presencia del Alcalde de Madrid

Los premiados de este año han sido el Excmo Alcalde de Madrid, José Luis Martínez-Almeida, en representación del Ayuntamiento de Madrid; Julia González, directora de las ferias de moda y estilo de vida de IFEMA Madrid; Jesús María Montes-Fernández, director del programa de TVE Flash Moda; y Flora González, presentadora de informativos Telecinco.

## La Federación de Industrias del Calzado Español (FICE) celebra la suspensión definitiva de los aranceles en Estados Unidos

Según informan fuentes de la patronal española del sector, Fice, en un comunicado, esto implica una suspensión definitiva de la propuesta de subida de aranceles del 25% a 12 partidas arancelarias de calzado, y de otros productos españoles que también estaban afectados.

El acuerdo firmado el 8 de octubre en la OCDE ha facilitado alcanzar una solución decisiva para todos los implicados. Según la declaración conjunta, los países europeos que ya tenían la tasa digital pueden mantenerla hasta 2023. En esta fecha se comprometen a adoptar el acuerdo de fiscalidad digital alcanzado en la OCDE.

El Gobierno de Estados Unidos propuso esta subida de aranceles el 26 de marzo de 2021 ya que en el marco de la investigación 301 de la Tasa Digital consideraba que el Impuesto a Determinados Servicios Digitales de España supone un agravio para las empresas estadounidenses.

El 2 de junio de 2021 Estados Unidos confirmaba la medida, pero la ponía inmediatamente en suspenso por un periodo de 180 días, es decir, hasta el 29 de noviembre de 2021.

# Tendam bate expectativas en el primer semestre de 2021, crece un 65% en ventas y adelanta en un año la recuperación de los niveles prepandemia

Tendam Brands, la sociedad dominante de Tendam, uno de los principales grupos omnicanal de Europa en el sector de moda especializada, anuncia hoy sus resultados para el período comprendido entre el 1 de marzo y el 31 de agosto de 2021, que se corresponde con el primer semestre de su ejercicio fiscal 2021/22.

Jaume Miquel, presidente y consejero delegado de Tendam destacó: "El primer semestre del ejercicio ha superado nuestras expectativas. Todas las marcas y canales han tenido un comportamiento muy positivo destacando el crecimiento online con un +34,5%, dato especialmente relevante cuando en el año de pandemia el canal digital tuvo un crecimiento remarcable debido a las limitaciones operativas del canal físico". En el período reportado los ingresos totales de Tendam registraron 515 millones de euros, 202,6 millones de euros más que en el mismo período del año 2020, alcanzando el 92% de la cifra de ventas del primer semestre de 2019. A superficie comparable, las ventas se incrementaron en un 19,4% versus marzo-agosto de 2020, solo un 1,7% por debajo del mismo semestre de 2019.

Entre marzo y agosto de 2021 las ventas digitales de Tendam se incrementaron en un 34,5% con respecto a 2020 (+84,5% vs. 2019) representando el 16% de las ventas en España (el 13% de las ventas totales de Tendam). Por marcas, destaca el crecimiento del negocio digital de Cortefiel y Pedro del Hierro (+61%) y Springfield (+39%).

El porfolio de marcas propias de Tendam continúa con un robusto crecimiento. Así, entre marzo y agosto de 2021, Cortefiel y Pedro del Hierro y la marca de outlet Fifty experimentaron los mayores crecimientos con respecto al primer semestre de 2020 (+75,1% y +77,2%, respectivamente). Springfield y Women'secret crecieron a tasas del +56% y +55,2% versus al ejercicio anterior. Tanto Women'secret como Fifty registraron en la primera mitad de 2021 ingresos superiores a las del período comparable en 2019.

Las nuevas marcas lanzadas desde marzo (Hoss Intropia, Slowlove y High Spirits) se han comportado por encima de lo previsto y registrarán ya EBITDA positivo en su primer año.

# Nuevo atelier de Irene Toledano en la Rambla Catalunya de Barcelona

Irene Toledano inaugura nuevo atelier en plena Rambla de Catalunya de Barcelona, un lugar acogedor en el que ha querido recrear el espíritu del atelier clásico de alta costura.

Allí la novia se siente acogida, escuchada y cuidada, participando muy activamente en cada paso de la creación del vestido único que llevará el día de la celebración.

# Kiabi abre su primera franquicia en España

El pasado 28 de octubre abrió la primera franquicia de Kiabi en nuestro país y la firma francesa sigue implementando nuevos formatos en 2021 que consoliden el peso de la marca en el mercado español. Nuestro país es el segundo mercado más importante después de Francia, teniendo todos los factores a favor para seguir fortaleciéndose y ganar peso dentro del sector retail de moda a nivel nacional.

MADE IN PORTUGAL,
NATURALLY...

# NATURALLY FLEXIBLE

COME & SEE

Cofinanciado por
COMPETE 2020
PORTUGAL 2020
UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

# Tous abre en Artz Pedregal (México)

Esta nueva tienda es la más grande en América Latina y contempla el nuevo concepto de la firma joyera.

La tienda cuenta con 200 m2 y se ubica dentro del centro comercial Artz Pedregal, que confirma la apuesta de la marca por las localizaciones prime.

# C&A celebra 30 años en Portugal

Tras el lanzamiento de su nueva estrategia de sostenibilidad hasta 2028, que se basa en tres objetivos clave -Unir e inspirar, Renovar y restaurar, Innovar y liderar- y que ha reforzado el compromiso de la marca con el medio ambiente, la marca también destaca los principios básicos que aplica a su negocio, intrínsecamente ligados con los fuertes mensajes de inclusión y diversidad presentes en sus colecciones.

# Mr. Blue inaugura su primer outlet en Getafe The Style Outlets

Mr. Blue ha inaugurado en el centro de Getafe su primera tienda outlet en España que además se ha convertido en su punto de venta más grande en el país con 118 m2.

# Lili Sidonio prevé más de 10 nuevos corners en El Corte Inglés

Con una imagen totalmente renovada, la marca contará con espacios de hasta 60 m2 con personal propio para presentar sus colecciones cada nueva temporada y transmitir toda la esencia y filosofía de la marca en las principales ciudades del país.

# Sebago: un nuevo punto de venta en Madrid

La tienda está ubicada en el número 84 de la calle Serrano, en pleno barrio de Salamanca. El local, de 120 m2 se presenta con una nueva imagen que refleja la renovación en las colecciones para hombre y mujer.

# CYRANA: primera tienda insignia en Oviedo

La tienda de 40 m2 ubicada en pleno centro de la ciudad se caracteriza por su enfoque vanguardista, sostenible y moderno.

# Day/Night Serum Ampollas

## Ampollas concentradas de Day Serum y de Night Serum

- Serum de día antienvejecimiento con alta concentración en Colágeno Marino y Ácido hialurónico, de textura suave y ligera.
- Contribuye a alisar el relieve cutáneo minimizando las arrugas y líneas de expresión.
- Serum de noche antienvejecimiento con alta concentración en Colágeno Marino y Ácido hialurónico, de textura suave y ligera.
- Formulado especialmente para restablecer las funciones vitales cutáneas durante la noche.

CM

www.colmarinecosmetics.com

# 080 Barcelona Fashion Octubre 2021

## Lebor Gabala

Lebor Gabala ha participado en la edición digital de la semana de la moda de Barcelona, 080 Barcelona Fashion, presentando su propuesta California Dreamin' PV22 en formato digital show y en una retransmisión en streaming a través de la página web de la pasarela.

## Antonio Marcial

Cruel and Soft, la nueva colección de Antonio Marcia muestra las emociones oscuras del ser humano. El joven diseñador ha presentado esta colección, en la que reflexiona sobre la violencia.

## Lola Casademunt by Maite

La estética "western" llevada a las urbes más cosmopolitas es la inspiración para la colección de LOLA CASADEMUNT BY MAITE para la próxima primavera-verano 2022, que la firma ha presentado en la tercera edición digital de 080 Barcelona Fashion.

## Custo Barcelona

Custo Barcelona ha llevado hasta el Espai XC Corberó su colección para este invierno con un mensaje firme de autoafirmación personal para resistir y superar situaciones difíciles.

## EÑAUT

BOST, cinco en euskera, está inspirada en los flyschs: conjuntos rocosos de las costas del norte compuestas por capas, alternando materias duras y blandas, que reflejan la historia del planeta y descubren su evolución.

## Escorpion

Escorpion rompe con los estereotipos exponiendo una colección que responde a las necesidades actuales del ser humano, alabando así la diversidad de este; no se trata de ser todos iguales, porque no lo somos, sino de enriquecerse con las diferencias y sentirse incluido en la pluralidad.

sontress SLIM
naturalmente
LINIA ACC CON TEJIDO
ALTA DENSIDAD FORTE
ACTIVE TECHNOLOGIC
ANTICELULITICO
ADELGAZANTE
REDUCTOR
sontress SLIM
SIEMPRE
GUAPA
SIEMPRE ACTIVA
SIEMPRE SANA
www.sontress.com

# GUESS Originals x Anna Nicole Smith con Sydney Sweeney

GUESS Originals se toma un momento para celebrar la vida y la herencia de una de las modelos más icónicas no sólo de GUESS, sino de la industria de la moda en su conjunto: Anna Nicole Smith. La colección de 32 piezas para hombre y mujer estará disponible a partir del 7 de octubre de 2021

# Gant se asocia con Diemme en una segunda colaboración que incluye apparel

GANT se asocia con Diemme por segunda vez para crear una colección de calzado y ropa unisex de edición limitada; siendo ésta la primera vez que Diemme hace apparel.

# VOGANA: María G. De Jaime nos propone un look ideal para los eventos de otoño

Los eventos y las bodas están de vuelta y todas estamos en busca de ideas de looks que nos saquen de un apuro en cualquier situación.

La influencer María G. de Jaime nos propone un 'total look' Voganacompuesto de una chaqueta color berenjena confeccionada en Crepé con remates de volantes y cuello mao y un pantalón a juego de talle alto.

Un look perfecto para triunfar.

# El gigante de la moda Nupcial, Bridal Collective, apuesta por nuestro mercado

BRIDAL COLLECTIV, un concepto revolucionario e innovador que aglutina algunas de las grandes marcas internacionales más potentes del mercado nupcial: ENZOANI, ÉLYSÉE, BADGLEY

apparelsourcing PARIS
avantex PARIS
leatherworld PARIS
TEXWORLD PARIS

TEXWORLD EVOLUTION
PARIS

# Partner-up para el suministro de la moda

7-9 Febrero 2022
Paris Le Bourget, Francia

www.texworldevolution-paris.com

messe frankfurt

# Colmarine Cosmetics: la importancia de una proteína como el colágeno marino para la piel

El colágeno es una proteína que producen todos los seres humanos. Se encarga de mejorar la salud cardiovascular, ayudar con la movilidad y también mejorar la salud de la piel. Esta proteína también es utilizada en cremas faciales y otro tipo de cosméticos. Tiene poderosos efectos para prevenir arrugas, manchas y otras imperfecciones en la piel.

# Ralph's Club, la nueva fragancia masculina de Ralph Lauren Fragrances

La mejor noche de nuestras vidas, así define Ralph Lauren Fragrances su nueva fragancia masculina, Ralph's Club, creada para fomentar el espíritu de unidad entre las personas.

# El champú Shikakai de Gaura ayuda a combatir la dermatitis seborreica gracias a su formulación e ingredientes activos

El champú sólido Shikakai se trata de uno de los productos más vendidos de Gaura y está indicado para tratar la dermatitis seborreica. Pensado para cabello grasos y mixtos, con olor a canela y lemongrass, mejora el aspecto del cabello de forma natural mientras que le aporta limpieza, sedosidad y vigor.

# Las sustancias activas de Ringana refuerzan el poder del microbioma, ayudando a alcanzar un equilibrio físico y mental

Una nueva dimensión del bienestar. Los dos potentes complejos de sustancias activas de RINGANA, NBC10 y NBC7, aprovechan el poder del microbioma ayudando a quien los ingiere a alcanzar un equilibrio físico y mental integral, además de una piel bonita.

# TE PRESENTAMOS TU ESPACIO SHOWROOM

## Ven a exponer tus colecciones en el centro de Barcelona

# ESPAIS | COACB

ESPACIOS SHOWROOMS EN EL EDIFICIO COACB

- Desde 15 m² hasta 300 m²
- Opción de aparcamiento diurno
- Conserjería y recepción paquetería
- Desinfección diaria y protocolo sanitario

**A partir de 174€/ quincena**
**(espacio de 15 m²)**

**EDIFICIO COACB**

Casp, 130
08013 · Barcelona
Tel. 93 231 94 12

www.coacb.com
espais@coacb.com

# Arcadio Domínguez busca incidir en las emociones a través de la colorterapia de sus prendas

Su nueva colección Arcadinas Colors Collector es "pura emoción", como describe el propio diseñador canario. Sin duda, una colección muy meditada y personal. El diseñador canario amplía sus carcterísticos negro y blanco y abre la paleta de color al rosa, verde, naranja, rojo, azul.... para experimentar cómo incidir sobre el estado de ánimo de las personas a través de la colorterapia.

# Lucy Hale x Hunkemöller: una colección que muestra a una mujer segura y empoderada

Es una colección diseñada para que te sientas segura de ti misma, fuerte, sexy y empoderada. Con estilos románticos, que combinan maravillosamente el terciopelo y encaje, en colores muy personales para Lucy como azul turquesa y tonos rosas pálidos. Esta colección se lanza en tallas que van de la 70A a la 90G y de la 2XS a la 3XL.

# Renata lo más visual de Andres Sarda

Realizada solo en negro, esta colección a base de transparencias está compuesta por el encaje elástico leavers sobre la base de tul invisible en color nude que se encuentra en toda la pieza, aportando comodidad y potenciando el efecto contraste de la serie.

# TRIUMPH presenta sus nuevos diseños y colores de la línea Florale para esta temporada

Florale by Triumph, es una colección de lencería elegante, que está disponible en copas D+, lo que garantiza a las clientas una amplia cartera de diferentes diseños.

La calidad premium, el diseño cuidado y el confort encapsulan la colección Florale AW21 de Triumph.

# Gran Canaria Swim Week by Moda Cálida 2021

Gran Canaria Swim Week by Moda Cálida ha clausurado su 25º aniversario con 100.000 usuarios web y 5.250 visitantes presenciales.

El calendario de este año ha incluido, del 21 al 23 de octubre, los desfiles de 38 diseñadores y marcas. De ellos, 17 son canarios, 10 nacionales, 6 internacionales y 5 marcas de moda baño infantil.

El evento ha vuelto a estar coorganizado por tercer año consecutivo por el Cabildo de Gran Canaria e IFEMA MADRID.

El popular actor turco Kerem Bürsin, embajador de Gran Canaria Swim Week by Moda Cálida, ha asistido al evento además de visitar diferentes enclaves turísticos de la isla.

Vevas ha recibido el Premio a la Mejor Colección Emergente, patrocinado por ISEM Fashion Business School. El Premio a la Mejor Colección Sostenible, patrocinado por Nylstar y Cyl Moda Íntima, ha sido otorgado a la diseñadora Elena Morales; y Gonzales ha recibido el Premio L'Oréal a la Mejor Colección.

Esta edición ha contado con un programa de compradores, nacionales e internacionales, de gran calidad que ha reforzado el objetivo de profesionalización e internacionalización de la pasarela.

Arcadio Domínguez

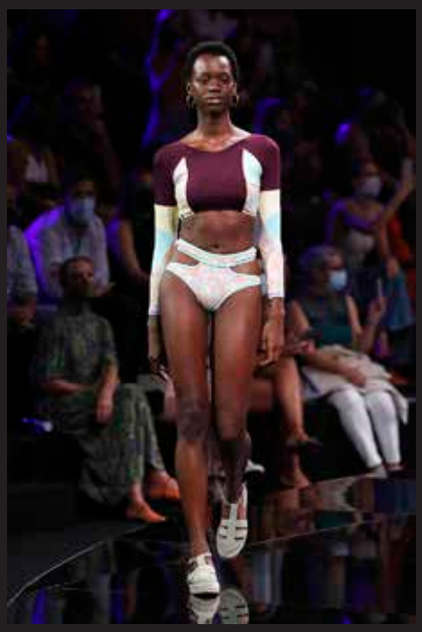
Aurelia Gil

Carlos San Juan

Chela Clo

Como la Trucha al Trucho

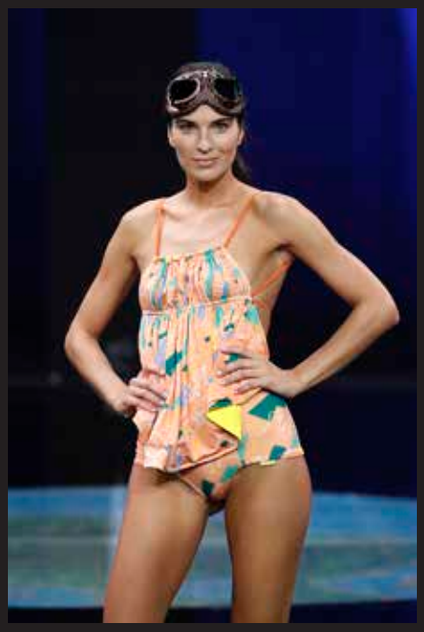
Diazar



Elena Morales

Gonzales

Laut



Libérrimo

Maldito Sweet

Núria González

Palmas

Román Peralta

Rubén Rodríguez

Suharz

Vevas

Ágatha Ruiz de la Prada

Alawa

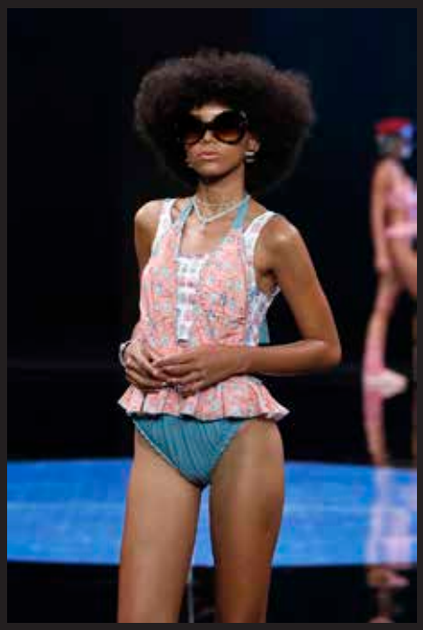
All That She Loves

Bloomers

Bo Star

Bohodot

Mama Maria



Como un pez en el Agua

Dolores Cortés

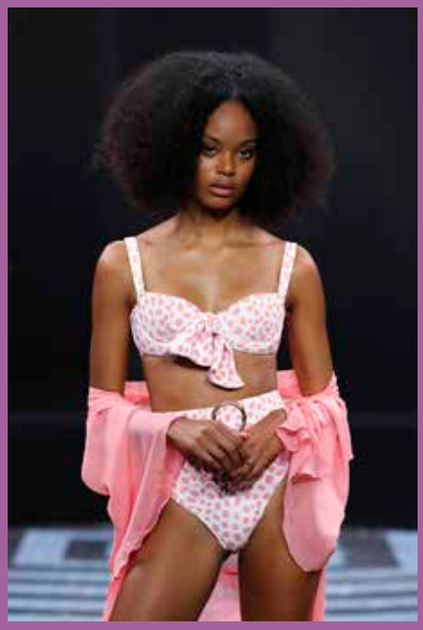
Oye Swimwear

Melissa Odabash

Guillermina Baeza

Miss Bikini Luxe

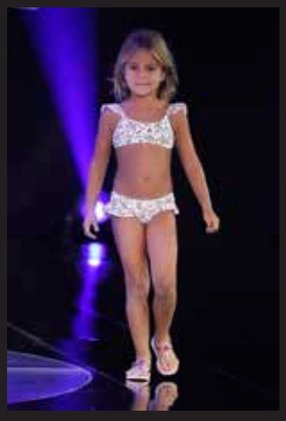
TCN



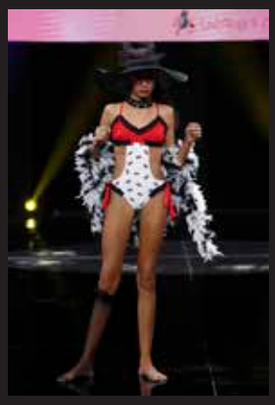
Alexandra Miró

# Gran Canaria Swim Week Kids

El Barquito de Papel



Mini Bohodot



LadyBugs's Cris

Guillermina Kids

DC Kids

# AISY DANCE: ropa de danza sofisticada y sostenible made in Spain

Aisy Dance apuesta por la sostenibilidad y por una producción responsable. Sus prendas se diseñan y fabrican en Tenerife en un taller local. Como marca asociada al proyecto ECONYL®, utiliza tejidos fabricados con nylon regenerado, producido a partir de redes de pesca y otros residuos rescatados de océanos y vertederos de todo el mundo.

# They/Them: la nueva película de Patagonia explora el tema de la identidad de género y del outdoor

Patagonia presenta They/Them, un documental de 70 minutos sobre la historia de Lor Sabourin, climber, guía y coach que se identifica como transgender y usa los pronombres "they"/ "them" para autodefinirse.

Un documental dedicado al deporte, la inclusión y la diversidad.

# La tercera colección de A.G.E. by Morteza Vaseghi de Colmar ya está en las tiendas

Bajo la dirección creativa de Vaseghi, Colmar A.G.E. se enriquece con formas orgánicas que podrían traducir una visión avanzada de la coexistencia holística entre los seres humanos y la naturaleza.

# Santa Cruz y Puma se unen para una colección impulsada por ilustraciones gráficas

La marca deportiva PUMA y la marca de skateboard de California Santa Cruz unen fuerzas en el lanzamiento de una colección completa que eleva los diseños clásicos de PUMA con la estética del mundo skater de Santa Cruz.

La colección PUMA x SANTA CRUZ está inspirada en las criaturas fantásticas de Santa Cruz en una paleta de colores brillantes y llamativos.

ESPECIALISTAS EN

# ZAPATILLAS URBANAS

**Foot on Mars**

sneaker store

@FootOnMars

www.footonmars.com

# Porronet: colección FW 21/22 "Partners in Crime"

Descubre a las protagonistas de Porronet de esta temporada en una historia sobre moda. Dos mujeres que rompen su pasado para poder vivir la vida que desean: una vida Porronet.

No te pierdas todas las novedades que Porronet ha preparado para esta colección y descubre lo mejor del calzado español gracias a esta marca y a sus chicas en nueva sección de su eshop Life Moment.

# Geox O/I: todo empieza con una respiración

Para el lanzamiento de la colección Otoño Invierno 2021, GEOX sigue con su trayectoria de comunicación orientada a dar un significado simbólico a la tecnología que la ha hecho famosa en todo el mundo: la respiración.

Una evocadora campaña multitemática relata diferentes momentos de la vida cotidiana que todos hemos vivido al menos una vez.

# Refresh: las sneakers que debes tener en tu armario este invierno

Un must have de la marca que arrasa temporada tras temporada y es que, las sneakers son un fondo de armario imprescindible al que no nos podemos resistir.

Para el próximo otoño-invierno 2021, la marca apuesta por variedad de diseños: básicos, de caña alta, con cuñas, con plataforma, y de estilo fitness.

# Calzados Pitillos hombre otoño-invierno

Calzados Pitillos lanza su colección de calzado para el otoño-invierno 21/22 reforzándose en los valores que ha cultivado en sus más de tres décadas de existencia: Confort máximo, diseños funcionales y un estilo muy actual para hombre, en una combinación única que conjuga la última tecnología puntera en producción de zapatos con un detallado trabajo artesano, hecho cuidadosamente a mano y en España.

# Mascaró Black & White otoño-invierno 2021-2022

El blanco abandona el verano para ser junto al infalible negro el nuevo color de fondo de armario del invierno. Colores básicos y versátiles para cualquier estilo de mujer y con los que siempre se acierta a la hora de completar el look más chic.

Mascaró propone una línea de botas y botines que se tiñen de estos dos tonos primarios, convirtiendo el color en absoluto protagonista, y a los que Mascaró añade un toque diferencial de inspiración retro con las puntas y los tacones cuadrados. Un guiño al pasado con la colección más actual.

## Hogan presenta en Milan Fashion Week su "Traditional" Hogan 3-R

HOGAN celebra el lanzamiento de "TRADITIONAL" a través del video titulado "(Not) A Traditional Love Letter", con un mensaje dirigido a todos los habitantes de nuestro planeta, interesados en el medioambiente.

## Los zapatos perfectos de cordones masculinos son de PIKOLINOS

PIKOLINOS incluye dentro de su colección para este invierno multitud de diseños acordonados, y todos ellos con el sello de calidad y comodidad que caracteriza a la marca sin abandonar por ello las tendencias.

## Wonders: dale un toque atrevido a tus looks con los modelos bicolor

Wonders presenta estos dos modelos bicolor como opción perfecta para la nueva temporada.

Uno de ellos, mocasín de inspiración masculina, con detalle de hebilla metalizada, una gran lengüeta y punta cuadrada al igual que el otro modelo.

trabajamos en Digital

Únete al impulso digital
Curso de digitalización aplicada al sector productivo

Solicita tu plaza

#TrabajamosenDigital
trabajamosendigitalcepyme.es/fedecon

- Tecnologías habilitadoras digitales
- Alfabetización digital
- Comunicación y colaboración
- Creación de contenidos digitales
- Seguridad en la red
- Resolución de problemas

Gobierno de España · Ministerio de Educación y Formación Profesional · AxFP Alianza por la Formación Profesional · Unión Europea NextGenerationEU · CEPYME · FEDECON Federación Española de Empresas de la Confección

Proyecto financiado por el Ministerio de Educación y Formación Profesional - U.E. - Next Generation

# Elisabetta Franchi lanza su nueva colección Dune Collection

Elisabetta Franchi desvela una nueva gama de accesorios femeninos con un diseño artesanal cuyas formas elegantes, líneas suaves y detalles técnicos pretenden un concepto de sastrería más extendido.

# Chaumet presenta un nuevo capítulo en la historia de su colección Bee My Love

Destacan una innovación excepcional: la Taille Impératrice, que confiere a los diamantes un brillo y un fuego extraordinarios. Radiantes y atrevidos, están diseñados para mezclarse libre y fácilmente con las piezas emblemáticas de la colección.

# Jaeger-LeCoultre presenta el Reverso Tribute Minute Repeater

Este novedoso y exquisito reloj se presenta en una edición limitada de 10 piezas y reúne dos aspectos fundamentales que han definido a la Grande Maison durante gran parte de su historia: un savoir-faire excepcional en materia de relojes con sonería y la historia atemporal del Reverso.

# Longchamp: nuevo bolso de nailon reciclado, Le Pliage® Green

Universal. Colorido. Versátil. Personalizable. El bolso que es más que un bolso ahora es también algo más: sostenible. La nueva campaña de Le Pliage® coincide con el lanzamiento de Le Pliage® Green, que representa el colofón de los esfuerzos de Longchamp con el fin de aportar alternativas sostenibles para su tela de nailon duradera.

# The Field of Flowers: el escenario que ha acogido el nuevo bolso Re-Candy de Furla en la Semana de la moda de Milán

The Field of Flowers es la instalación especial que, imaginada por DE-YAN (estudio con base en Nueva York) y con grandes flores inflables de colores, asientos y tótems de exhibición, ha acogido el lanzamiento de la nueva colección cápsula sostenible de la marca.

# Ralph Lauren presenta el Welington Bag

Como parte de la presentación de su FW21 Luxury Collection, Ralph Lauren se complace en presentar el Wellington Bag. Inspirada en la perdurable pasión de Ralph Lauren por la tradición deportiva ecuestre, la colección incorpora los elegantes contornos del estribo, uno de los motivos más icónicos de Ralph Lauren. Decididamente ecléctica y a la vez refrescante, la exclusiva colección se compone de bolsos para mujer y hombre, zapatos, cinturones, pequeños artículos de cuero, relojes y joyas.

# Tous presenta Belinda Peregrín x Tous

Belinda Peregrín x TOUS logra captar la esencia de la colección "Magic Nature" con su toque más.

TOUS, la marca española de joyería y accesorios líder en el segmento de lujo asequible, se une por primera vez en México con su embajadora local Belinda Peregrín, para presentar una colaboración dentro del concepto de la colección Magic Nature.

# Why Hats, sombreros hechos a mano en España y personalizados hasta el último detalle

Why Hats convierte cada encargo en una grata experiencia, moldea sus sombreros a partir de fieltro de conejo o de castor, una vez consiguen la forma deseada tras moldearlos a mano con vapor son teñidos con espray de colores que con diferentes mezclas dan lugar a diversas tonalidades que hacen de cada diseño un sombrero único.

## La feria KMO Moda visualizará a los productores textiles de proximidad y empresas de servicios auxiliares

La Feria Kilómetro O Moda 'Feria de Productores y Servicios auxiliares de cercanía' se presenta como una gran oportunidad para el sector en nuestro país. Durante los días 3 y 4 de noviembre – de 15h a 19h y de 10h a 17h respectivamente – congregará a los productores textiles y las marcas en un encuentro que se espera sea fructífero para ambos colectivos.

El Palacio de Santoña acogerá la iniciativa organizada por FEDECON y AEGP, miembros de la Confederación ModaEspaña, que también colabora en el evento junto con IFEMA Madrid, MOMAD, MODACC, Igualada Fashion Lab y FITEX.

## La Asociación de Moda Sostenible de España AMSE celebrará la primera edición Fashion Road del 18 al 20 de noviembre

fashionroad
EL VIAJE DE LA MODA CONSCIENTE

Un número representativo de marcas consolidadas de Moda Sostenible llegarán desde diferentes lugares de España a Madrid, para presentar un Showroom expositivo y de venta de sus colecciones: Azul Marino Casi Negro – b.equality – Butback – Cruca – Cuco Shop – Ikaizen – La Sombra Del Gato – Luz de Nehca – Marabara – MASME – Modasosteniblemaytedelsaz – Ms Worker – Nice Hand – Paz León Moda Sostenible – Singular Sisters – Tochy&Pochy. Un comercio con valores que ofrece la oportunidad de conocer y probar una variedad de propuestas de moda, calzado y complementos que no dejarán indiferente a nadie.

Fashion Road se celebra como un evento que invita a moverse y formar parte del cambio. Presentará las colecciones a medios de comunicación. Al mismo tiempo brindará al público final la experiencia de conocer el trabajo que hay detrás de cada producto expuesto y su trazabilidad. Todo ello de la mano de sus creadores y creadoras.

## El Showroom Expopell cierra su XVII edición con más de 750 pedidos realizados

Los clientes que han visitado el Showroom han realizado más de 750 pedidos. Todos los expositores han confirmado estar satisfechos con la organización y el 70% de ellos asegura haber hecho nuevos clientes. El 95% afirma que participará en la próxima edición de 2022. El número de visitantes de esta edición ha subido ligeramente con respecto a ediciones anteriores.

## MOMAD recibe el premio Triángulo de la Moda

Julia González, directora de la feria MOMAD, ha recogido el galardón en un evento celebrado la semana pasada en el Palacio de los Duques de Santoña. En el mismo acto, ha sido premiado también el alcalde de Madrid, José Luis Martínez Almeida; el director del programa de Flash Moda en TVE, Jesús María Montes Fernández; y Flora González, presentadora de Informativos Telecinco.

## MFB continúa con su ronda de presentaciones de la V Edición del Concurso Nacional de diseño y confección en moda baño 2022

El Premio Nacional de moda baño 2022 sigue apostando por la formación y el talento del diseño hecho en España en colaboración con la Confederación de Empresas de la Moda de España.

## Gran Canaria Swim Week by Moda Cálida clausura su 25º aniversario con 100.000 usuarios web

Gran Canaria Swim Week by Moda Cálida ha clausurado este fin de semana pasado su edición 2021 bajo la coorganización del Cabildo de Gran Canaria e IFEMA MADRID por tercer año consecutivo. Durante las tres jornadas de desfiles, el evento ha recibido 5.250 visitantes, una cifra superior al aforo del año pasado, pero siempre dentro de las medidas de seguridad establecidas por las autoridades sanitarias.

## BabyKid Spain+FIMI ya cuentan con 227 marcas confirmadas

Un total de 207 marcas han confirmado ya su participación a este certamen, cuanto todavía quedan 3 meses para la celebración de la próxima edición de BabyKid Spain+FIMI, que tendrá lugar en Feria de Valencia, del 27 al 29 de enero de 2022.

Entre estas 207 marcas que participarán como expositoras, figuran firmas especializadas en moda infantil, teen, calzado, puericultura y productos afines.

El evento profesional más importante del sector en Europa abrirá sus puertas del 27 al 29 de enero de 2022 en Feria Valencia con una importante novedad, se celebrará de jueves a sábado.

## La 46ª Futurmoda atrae la visita de 4.000 visitantes y convoca su próxima edición para marzo de 2022

Una vez que han cerrado las puertas de la última edición del Salón Internacional de la Piel, los Componentes y la Maquinaria para el Calzado y la Marroquinería, el balance que se hace desde la Asociación Española de Empresas de Componentes para el Calzado (AEC), organizadora del evento, es positivo.

Los datos oficiales indican que cerca de 4.000 visitantes profesionales han accedido a la feria, de forma que se han superado los registros previos que se habían contabilizado, dado que esta última edición de FUTURMODA ha recibido clientes procedentes de España, Italia, Francia, Portugal, Reino Unido, Alemania, Bélgica, Polonia, Suecia, Noruega, Rusia, Israel y Estados Unidos.

## Salón Look concluye su vigésima tercera edición superando todas las previsiones

El Pabellón 12 de IFEMA MADRID del 22 al 24 de octubre, ha sido visitado por más de 29.000 profesionales de este sector para recibir formación, participar en los diferentes congresos o estar al tanto de las novedades y productos del mercado, así como los últimos avances en tecnología en las más de veinte actividades que han estado activas durante Salón Look 2021. De todas ellas, cabe destacar la gran afluencia de participación en las actividades organizadas por la feria en estética profesional que supera a la de la última edición, en 2019.

## Texworld Evolution Paris vuelve del 7 al 9 de febrero de 2022 y en julio... en el centro de Paris

La próxima edición de Texworld Evolution Paris vuelve del 7 al 9 de febrero de 2022 en el Parc des Expositions du

Bourget de París. Durante tres días, el evento volverá a reunir la oferta de los salones

**Apparel Sourcing Paris** para la prenda terminada;

**Avantex Paris** para nuevos materiales y procesos innovadores,

**Leatherworld Paris** dedicada al mercado del cuero y materiales afines, y

**Texworld Paris** para el abastecimiento textil,

Una amplia oferta concentrada en un mismo lugar, desde la materia prima hasta las prendas de marcas de moda, desde prêt-à-porter hasta lujo.

Este amplio panorama permite a los compradores tener una visión única con miras al futuro de las tendencias creativas parala temporada primavera-verano 2023.

## Siro Badon, avanza las fechas de una Micam de tres días en febrero y de cuatro en septiembre de 2022

MICAM Milano ha dado el pistoletazo de salida a su 93ª edición. Después de los buenos resultados del pasado mes de septiembre, en el que MICAM Milano ha conseguido registrar un éxito por encima de todas las expectativas iniciales, la exposición internacional del calzado se prepara para un nuevo desafío.

La próxima edición de MICAM Milano tendrá lugar del 20 al 22 de febrero de 2022 , con una duración concentrada en tres días y con el horario extendido hasta las 19.00 horas los dos primeros días del evento y hasta las 18.00 del tercer día. Según fuentes de la organización, MICAM Milano volverá a dar impulso al mercado gracias a su oferta completa y su fórmula consolidada: calzado para hombre, mujer y niños, con una amplia oferta capaz de satisfacer las expectativas de los compradores más exigentes.

# www.edicionessibila.com

## La mayor plataforma informativa de la MODA en España

### Diaria
Website: www.edicionessibila.com

### Semanal
Newsletter: todos los Lunes, Miércoles y Viernes

### Quincenal
PuntoModa Magazine

### Mensual
Prensapiel Magazine

### Trimestral
Textil y Moda Magazine

### HTML
Si quieres personalizamos tus envíos promocionales de email HTML (+40.000 direcciones de mail).

### Subscripción
Subscríbete enviando un mail a:
essl@edicionessibila.com

### Media Kit
Solicita nuestras tarifas de publicidad enviando un mail a:
essl@edicionessibila.com

Follow us: