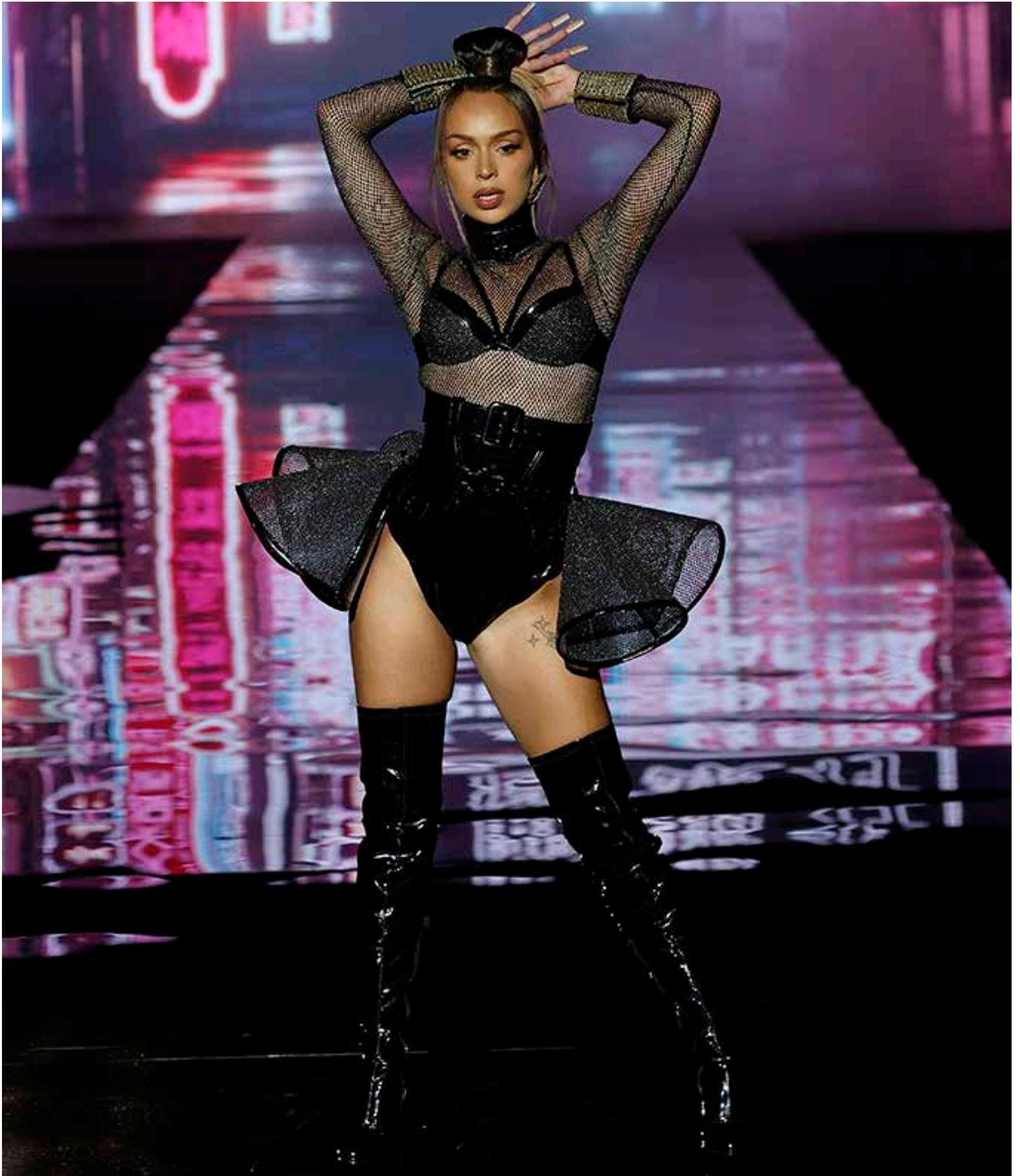


tym

Nº 261: OCTUBRE - NOVIEMBRE - DICIEMBRE 2021

Redacción, Administración y Publicidad:
Diputación, 180, 1º C
08011 Barcelona
Tel. 932 265 151
Edita: Edicions Sibila, S.L.
Precio 8 euros

textil y moda



Andres Sarda

Momad, el Salón Internacional de la moda, el calzado y los accesorios vuelve a la presencialidad en Ifema Madrid

El pasado 19 de septiembre cerró sus puertas en IFEMA MADRID la feria MOMAD, junto con los salones Intergift, Bisutex y MadridJoya. Entre todas ellas, contabilizando la asistencia de un total de 35.625 visitantes de 85 países, y registrando cifras muy similares a ediciones anteriores a la crisis sanitaria. Con ello, se confirma la confianza que los profesionales de la moda, la decoración, el regalo, la joyería y la bisutería y los complementos, han depositado en estas citas comerciales imprescindibles para recuperar el pulso comercial. Con un balance muy positivo, además de la gran afluencia de profesionales, los participantes han valorado especialmente, la calidad y el alto ritmo de intercambios comerciales que han logrado superar sus expectativas. Con esta convocatoria multisectorial, Madrid ha vuelto a convertirse en epicentro de la moda, la decoración, la bisutería y la joyería con la celebración simultánea de estos salones que han reunido la oferta de 1.100 empresas y marcas, mostrando las colecciones Otoño-Invierno 2021/22, especialmente orientadas a las campañas de Navidad y Reyes, y Primavera-Verano 2022. A ello se ha sumado la coincidencia con MBFWMadrid, lo que ha representado la ocupación total de 7 pabellones del Recinto Ferial de IFEMA MADRID y un contexto de presentación e información de novedades que ha generado grandes sinergias y oportunidades de negocio.

Julia González, toma el relevo a María José Sánchez -que pasa a dirigir nuevos proyectos de IFEMA MADRID-, para capitanear la dirección de Intergift, Bisutex y MadridJoya, situándose así al frente de los sectores de Moda, Belleza, Decoración y Estilo de Vida que organiza IFEMA MADRID.

Con una experiencia en el ámbito ferial de más de 25 años, Julia González liderará así la dirección de estos tres salones, que se suman a las que ya asumía: MOMAD en sus dos ediciones anuales, 1001Bodas, Salón Look y Salón Look Chile.



MBFWMadrid concluye con gran éxito su 74ª edición

Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, organizada por IFEMA MADRID con el apoyo del Ayuntamiento de Madrid, cierra su 74ª edición destacando la gran respuesta del público que ha seguido con interés los desfiles de las colecciones de los 37 diseñadores del calendario, y que ha vuelto a disfrutar de todas las activaciones y propuestas de las marcas participantes en el Cibelespacio. Una edición de la que han podido disfrutar 10.320 personas en vivo, además de las 172.630 páginas vistas en la plataforma online de MBFWMadrid.

La ciudad de Madrid ha sido el epicentro de la moda durante siete días en los que han convivido diferentes eventos dentro del calendario de MBFWMadrid, en formato ON y OFF.

Esta convocatoria de MBFWMadrid ha concluido con unas excelentes sensaciones, tal y como señala su directora, Nuria de Miguel, quien hace un balance muy satisfactorio de esta 74ª edición de MBFWMadrid: "nuestras expectativas se han visto superadas. Se ha desarrollado en un ambiente muy positivo y hemos tenido una gran respuesta en asistencia a los desfiles y al área del Cibelespacio. A ello hay que sumar el apoyo que nos han brindado las herramientas digitales, que nos han permitido ampliar la audiencia al evento exponencialmente. Sin duda, una gran edición".

La totalidad de los diseñadores consagrados participantes en MBFWMadrid procedían de distintos puntos de España. Un hecho que refuerza a esta pasarela como el gran acontecimiento de la moda de autor española. Esta edición ha contado con un diseñador de origen asturiano, tres llegados desde Cataluña, un gallego, ocho madrileños, un diseñador sevillano y dos diseñadoras valencianas.

En total, 25 creadores han presentado sus colecciones en la pasarela del Pabellón 14.1 de IFEMA MADRID. De ellos, 17 fueron creadores consagrados y 8 los jóvenes talentos Goodption, Morle, Karont, Temporal, 404 Studio, Montenegro, Delanovoa y Puzzle incluidos dentro de la plataforma de jóvenes creadores Allianz EGO.

Una edición, la número 74, en la que el diseñador Duyos se hizo con el premio L'Oréal Paris a la Mejor Colección y Nuria Rothschild con el galardón L'Oréal Paris a la Mejor Modelo.

A ellos se han sumado a lo largo de la semana los 12 creadores que, junto con la escuela universitaria ESNE y el Centro Superior de Diseño de Moda Madrid (CSDMM), han presentado sus colecciones en el Programa OFF de MBFWMadrid, que se ha desarrollado en diferentes localizaciones de la ciudad de Madrid o bien a través de vídeos emitidos en la plataforma web de MBFWMADRID.

Directora: Carmiña Verdejo
cverdejo@edicionessibila.com

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

Autoedición y diseño gráfico: ESSL®
Precio: 8 euros
D.L.B.: B-19766/94

Nuestras publicaciones:



Nuestra portada:



Andres Sarda

Un viaje sensorial y onírico que quiere homenajear la riqueza de la cultura asiática como fuente inagotable de inspiración. Diseños, tejidos, bordados y estampados propios en una ruta en tres paradas - pasado, presente y futuro - y unas compañeras de viaje muy especiales que nos invitan a conectar con las nuevas feminidades del siglo XXI. Más libres, más seguras, más desinhibidas, más conectadas con el cuerpo.

In the mood for love - Lencería

Celebrando la tradición oriental y dibujando un apasionante cuaderno de viaje con las nuevas propuestas de lencería de Núria Sardà, directora creativa de Andres Sarda. Encajes levers, sedas y tejidos en azules, rojos y colores vibrantes, se combinan con delicados estampados chinoiserie y bordados muy ligeros en una colección de prendas que invita a trascender el territorio de lo íntimo. Piezas versátiles para vestir cómo y cuando se desee, según el estado de ánimo, el momento o la ocasión.

Days of Being Wild

Xue Mao, diseñadora del equipo de Andres Sarda, sorprende con una inolvidable performance de pole dance que pone fin a nuestro viaje al pasado, para desde el presente, propulsarnos al futuro.

2046 - Baño

La modernidad asiática protagoniza una colección llena de energía y optimismo, nos invita a dejar el pasado atrás para vivir con intensidad lo que está por venir. Colores dopamínicos como el rosa, el naranja o el verde, texturas 3D y bordados de motivos geométricos conectan con el futuro: líquido y digital. Una arriesgada propuesta en la que los tejidos tecnológicos y sostenibles cobran un protagonismo especial.

Babykid Spain + Fimi se prepara para sorprender del 27 al 29 de enero de 2022



BABYKID SPAIN + FIMI, el evento profesional que aglutina en su escaparate la mayor oferta comercial del universo de la infancia, moda infantil y teen, calzado, puericultura y productos afines, abrirá sus puertas en Feria Valencia del 27 al 29 de enero.

El evento, coorganizado por ASEPRI y Feria Valencia, marca sus fechas en el calendario de grandes citas internacionales especializadas en el universo de la infancia con el objetivo, en su segunda edición, de crecer en oferta y mantener su liderazgo tras la buena acogida de su estreno en la que participaron un total de 350 marcas nacionales e internacionales y más de 6.000 compradores procedentes de 12 países.

Babykid Spain + FIMI mantiene su objetivo de plantear un escenario en el que las marcas participantes y puntos de venta sean los protagonistas. Así inicia su comercialización

transmitiendo ilusión y sumando. Además de transporte y paseo; mobiliario y decoración; puericultura ligera y técnica; iniciación, desarrollo y juguetes; canastilla y textiles; moda infantil y teen; calzado; complementos y productos afines y parafarmacia, abre su escaparate a nuevos sectores relacionados con el universo de la infancia.

080 Barcelona Fashion se celebrará en formato digital a finales de octubre y tendrá como escenario el Espacio XC, obra del escultor catalán Xavier Corberó

La próxima edición de 080 Barcelona Fashion -plataforma de moda que impulsa el Departament d'Empresa i Treball, a través del Consorcio del Comerç, Artesanía i Moda (CCAM)- se celebrará la semana del 25 de octubre.

En esta nueva edición, la organización vuelve a apostar por el formato 100% digital, con la emisión de contenidos de moda en streaming a lo largo de la semana a través del canal 080TV, abriendo el evento a todos los públicos, que podrán seguir las presentaciones de las colecciones desde un frontrow virtual.

Con el propósito de poner en valor a escenarios excepcionales, la 28ª edición de la 080 Barcelona Fashion se celebrará en un espacio inédito, el Espacio XC, obra del escultor catalán Xavier Corberó. Se trata de un espectacular proyecto de formas y volúmenes a los que dedicó sus últimos años. Todo el conjunto de viviendas y la misma calle de Montserrat de Esplugues de Llobregat fueron rehabilitados o creados por el artista desde el 1968, donde han estado invitando numerosos artistas nacionales e internacionales. La impresionante construcción de 4.500 metros cuadrados refleja a la perfección el espíritu e intención del artista, la integración del arte a la naturaleza y la creación de espacios poéticos y mágicos.

A lo largo de su trayectoria, el escultor Xavier Corberó (1935-2017) expuso en diferentes países europeos, en los Estados Unidos y el Japón. Algunas de sus obras se pueden ver en el MOMA (NYC), en Stedelijk, museo de Amsterdam o en Victoria and Albert Museum de Londres. También destacó por su participación en los Juegos Olímpicos de Barcelona, diseñando las medallas olímpicas, entre otros. En 1992, fue distinguido con la Cruz de Sant Jordi de la Generalitat de Catalunya.

El Departament d'Empresa i Treball, a través del CCAM, impulsa 080 Barcelona Fashion, que representa la plataforma de moda de Catalunya de referencia en el sur de Europa. Con dos ediciones al año, es un evento totalmente comprometido con la innovación, la creatividad y la sostenibilidad.

Una plataforma de moda abierta, plural, multidisciplinar e internacional que, a través de la diversidad de los creadores y marcas de moda que participan, proyecta a nivel global nuestra industria y creatividad, y convierte Barcelona en un polo de talento y creatividad. Así mismo, 080 Barcelona Fashion quiere contribuir a potenciar la cultura de la moda y su vinculación con el campo de las industrias culturales y creativas y acercar la moda a todos los públicos.

Barcelona Bridal Fashion Week enciende los focos sobre la moda nupcial en una noche de gala

Bajo el lema "The new beginning" Barcelona Bridal Fashion Week ilumina la industria de la moda nupcial en una noche de gala que reunirá las firmas, prescriptores y operadores del sector. El acto, que cuenta con la colaboración del Departament d'Empresa i Treball de la Generalitat de Catalunya, marcará asimismo el estreno de una serie de actividades y encuentros diseñados con el objetivo de promocionar las marcas y contribuir a la reactivación del mercado.

BBFW prepara 'un nuevo inicio' tras un periodo especialmente difícil para la industria bridal organizando una gala que tendrá lugar el 14 de octubre en Montjuïc. El evento incluirá la presentación de los diseños más destacados de unas 20 marcas nacionales e internacionales y se complementará con espectáculos de arte y música.

Estermaria Laruccia, directora de BBFW, afirma que "Después de tanta incertidumbre volvemos a poner el foco sobre la industria bridal para impulsar la difusión de todo el talento y el trabajo desplegados estos últimos meses. Para nosotros es muy emocionante encontrarnos otra vez y poder vivir este momento en Barcelona gracias al esfuerzo de las firmas y a la colaboración del Departament d'Empresa i Treball para, juntos, potenciar un sector clave e infundir de nuevo ilusión para el futuro".

La pasarela Gran Canaria Swim Week by Moda Cálida celebra su 25º aniversario consolidada como el gran referente internacional de moda baño

El Cabildo de Gran Canaria ha presentado en el marco de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, la próxima edición de Gran Canaria Swim Week by Moda Cálida, que se celebrará del 21 al 24 de octubre en el recinto de Expomeloneras en Maspalomas (Gran Canaria).

El compromiso del Cabildo de Gran Canaria con la industria de la moda y el diseño ha permitido dar continuidad a lo largo de 25 años a Gran Canaria Swim Week By Moda Cálida, único evento en Europa en su categoría, y consolidar su posición como referente internacional en moda baño; un objetivo que ha ido reforzándose en los últimos años como uno de los grandes baluartes del Cabildo de Gran Canaria. Así esta nueva convocatoria será una edición especial enmarcada en la celebración de su 25º Aniversario, cuyo principal compromiso sigue siendo impulsar internacionalmente la pasarela y reforzar su posición como cita clave en su género dentro del circuito de pasarelas europeas. Junto a ello, el reto también de impulsar la profesionalización de la pasarela, incorporando a su programa nombres de reconocido prestigio del diseño canario, nacional e internacional.

Gran Canaria Swim Week by Moda Cálida reunirá en esta edición a cerca de 40 diseñadores y marcas, de las que 11 son Canarias -de Gran Canaria y otras islas del archipiélago-; 10 de la península, y 6 internacionales. Próximamente se dará a conocer el calendario completo de participantes de esta edición 2021, entre los que está confirmada la incorporación, entre otros, de diseñadores de reconocido prestigio como Aurelia Gil, Palmas, Guillermina Baeza, Ágatha Ruiz de la Prada o Melisa Odabash, entre otros.

Kerem Bürsin, la cara más internacional de la GCSW by MC Precisamente para llevar la marca GCSW por todo el mundo y reforzar la imagen internacional de Gran Canaria como destino turístico, la pasarela contará en esta edición con la presencia como embajador del exitoso actor turco Kerem Bürsin, protagonista de la serie Love is in the Air, que contribuirá a promocionar la Isla y el diseño de la moda baño.

La presentación del evento en Madrid ha corrido a cargo de Minerva Alonso Santana, consejera de Industria, Comercio y Artesanía del Cabildo de Gran Canaria, junto a Eduardo López-Puertas, director general de IFEMA MADRID, y Nuria de Miguel, directora de Gran Canaria Swim Week by Moda Cálida.

En el transcurso del acto, la Consejera del Cabildo de Gran Canaria ha destacado que "estamos muy orgullosos de la trascendencia que representa para esta pasarela haber logrado mantener la ambición de ganar espacio en el mercado internacional, dando protagonismo y visibilidad a la moda de baño y a los grandes diseñadores que han ayudado a consolidar Gran Canaria Swim Week como una cita de referencia en el calendario internacional." Asimismo, ha señalado que "esta edición en la que celebramos el 25º Aniversario de la pasarela constituye un hito en su trayectoria y un nuevo punto de inflexión en la proyección de la pasarela". Por ello, -añadió- esta edición será una edición clave para el proyecto Moda Cálida, impulsado por el Cabildo de Gran Canaria, desde el que hemos canalizado a lo largo de estos 25 años nuestra proyección internacional, nuestra capacidad emprendedora y nuestro potencial turístico a través de la moda".

PANORAMA

ÉL Y ELLA INVIERNO 2021-2022

Fay

El estampado de leopardo es un clásico entre los clásicos y este otoño ruge con fuerza en todo tipo de outfits. FAY nos presenta esta temporada sus prendas con estampado animal print perfectas para crear tus mejores looks con estilo y elegancia para lucir en cualquier ocasión
¿Preparada para desatar tu instinto más salvaje de la mano de FAY?



Fred Perry

La camisa polo, el tartan, el estampado argyle o la parka cola de pez. Clásicos atemporales, símbolos del uniforme contracultural que sirven hoy para crear looks impecables para la próxima temporada.

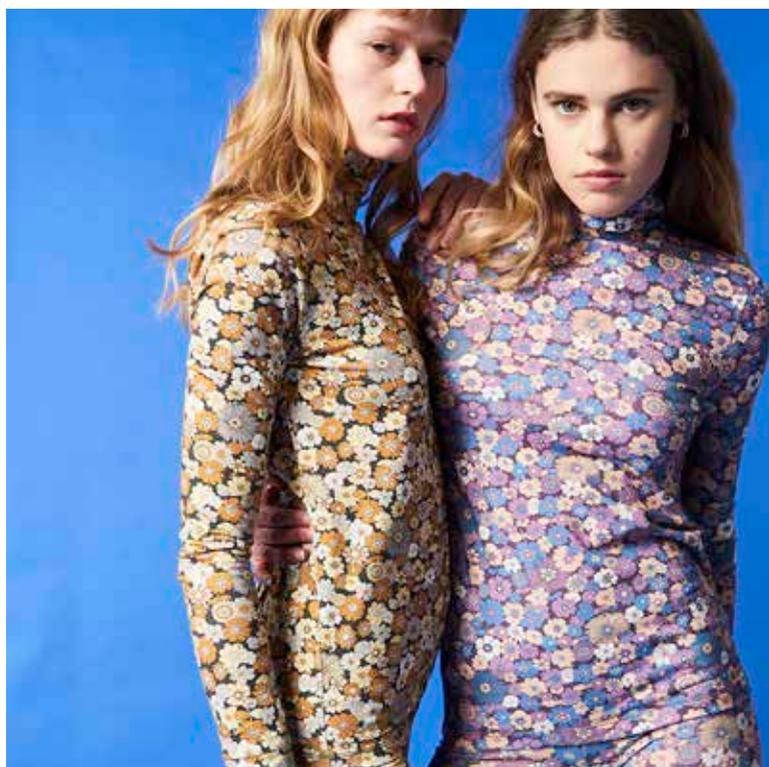
Empezando por el icono de la firma, la camisa polo, pieza clave para crear un look pulido al que se le añaden aquí nuevos matices estilísticos para renovar este clásico: nuevos colores, detalles en las tapetas, el cambio del botón por cuellos cremallera, todo ello sin perder la esencia del clásico Fred Perry.

Otra de las piezas clave es el jersey de cuello en V, marco perfecto para la camisa Fred Perry. Las prendas de punto hacen una gran referencia al archivo de la firma, inspirándose en la propia figura de Fred Perry y su original suéter de tenis el cual esta temporada se reinventa con un punto de canalé para un acabado sofisticado.



Antik Batik

La nueva colección Antony de Antik Batik parecerá que esté hecha a medida para ti, sin ningún tipo de duda te sentará como un guante. Porque son bonitos, cómodos, versátiles y con un toque hippie querrás llevar estos conjuntos tanto fuera como dentro de casa. En la "nueva normalidad" la comodidad se ha convertido en un requisito mínimo, aunque eso no significa que tengamos que renunciar al estilo y esta firma francesa nos lo ha demostrado. Con estos looks estarás preparada para tener un día todoterreno sin tener que sufrir.



Dockers

No importa lo que hagas. No importa dónde estés. Y, de ahora en adelante, tampoco importa si eres hombre o mujer. ¡Nosotros traemos el estilo, tú traes tu mejor versión! #Dockersgirl

Nada refleja el estilo de vida californiano mejor que los pantalones chinos que Dockers® lleva 35 años confeccionando. Desde 1986, Dockers® ha vestido al hombre para cada ocasión, siempre con comodidad y estilo. Durante años, la marca más representativa del modo de vida californiano ha ofrecido estilos sostenibles y casuales para ellos. En este aniversario, Dockers® quiere sorprenderos con una de las noticias más importantes desde su nacimiento, allá por 1986. ¡Presentamos la colección de moda Dockers® para mujer! Al fin, la emblemática marca californiana de moda masculina está disponible también para ELLAS.

La colección Dockers® para mujer es perfecta para looks informales de la cabeza a los pies. Estilos diferentes en combinaciones infinitas. Una cápsula de temporada de colores otoñales con vibra californiana con la que te podrás vestir para cada ocasión. La nueva colección para ellas está confeccionada con amor y de forma sostenible. Camisetas en algodón orgánico y el clásico pantalón chino Original en cáñamo algodónizado. Cálida y acogedora. Cómoda y agradable. Sencilla y atemporal. Esto es lo que caracteriza a la colección para mujer.



MO MAD

Salón Internacional de Textil,
Calzado y Accesorios

04-06
Feb

2022

Recinto Ferial
ifema.es



Guess

GUESS Originals vuelve con su última colección de temporada para el otoño, junto con las actualizaciones de su línea de ropa esencial, The GUESS Originals Kit Program. El programa sigue renovándose estacionalmente con piezas y colores básicos que presentan tejidos de primera calidad y diseños atemporales para hombres y mujeres. La cápsula GUESS Originals y el Programa Kit incluyen los estilos de denim más contemporáneos de la división de la marca.



La colección GUESS Originals de otoño se inspira en la temporada de vuelta al cole. La intención de la colección era crear un aspecto elevado que rindiera homenaje al atuendo clásico del campus. Utilizando auténticas piezas vintage de GUESS de los años 90, GUESS Originals ha desarrollado una línea con un trasfondo de siluetas deportivas universitarias como cardigans, chaquetas varsity y jerseys. La colección también inyecta gráficos universitarios clásicos, detalles, patrones y técnicas como las rayas del regimiento, los cuadros escoceses y los parches de chenilla/varsity para crear un ambiente moderno de preparación que permita a la gente expresar su propio estilo.

La colección KIT incluye prendas esenciales para el día a día que se han mantenido en colecciones anteriores, pero que se han renovado con nuevos colores de temporada. Todos los modelos de la colección GUESS Originals se combinan con los estilos principales que se ofrecen en el Kit Program. Cada silueta incluida en el programa hace hincapié en el denim de primera calidad y en los estilos heredados de los archivos de diseño de la marca.



Salsa

La firma portuguesa nos sorprende en su última colección con una selección de prendas para crear los looks más molones de este otoño. Una temporada más, los monos y petos en tejido denim cobran especial protagonismo.

Thais Amich



Thais Amich es una marca de moda española slow sostenible, atemporal, versátil y de fabricación nacional con colecciones cápsula, versátiles, bonitas y auténticas, con unidades limitadas (entre 60-150uds) de cada modelo, únicas en el mundo que buscan un sentido más allá de la siguiente temporada. Los diseños de Thais Amich están pensados para ofrecerte una prenda de calidad, versátil y cómoda, que dure mucho tiempo y tenga un bajo impacto en el planeta. Cada prenda rompe con la producción masiva de prendas de usar y tirar, porque está diseñada para durar mucho, ser exclusiva y entrar en tu armario de esenciales. Las prendas están confeccionadas con 100% Viscosa sostenible procedente de bosques sostenibles

destinados a la producción textil (Certificado FSC), con el fin de buscar el menor impacto social, ético y medio ambiental.

Tanto la fabricación del tejido como su estampación cuentan con el Certificado STeP by OEKO-TEX, que no solo considera los aspectos individuales de sostenibilidad, sino que incluye un análisis y evaluación exhaustivos de las condiciones de producción.

La confección del 100% de las prendas se realiza en pequeños talleres de Toledo, minimizando así la huella de carbono y el coste medioambiental que supone el transporte por aire o mar. Así, se favorece la economía local y se asegura la transparencia y el trabajo digno.

Sus blusas, vestidos de manga larga y faldas largas en animal print y flores son 3 básicos que no te vas a querer quitar. Combínalas con prendas de punto, camisetas y abrigos este otoño. Son acierto seguro.

Polo Ralph Lauren

Ralph Lauren lanza su próxima colección en colaboración con la Major League Baseball (MLB). Con una distribución extremadamente limitada, la cápsula se diferencia exclusivamente de la colección inaugural de primavera y sigue contando con algunos de los equipos más emblemáticos del béisbol, como los Yankees y los Dodgers, e introduce a los Red Sox en el surtido.

Para el otoño, la nueva cápsula de edición limitada muestra una estética de diseño más direccional y moderna, incorporando una sensibilidad de moda de lujo con la comodidad cotidiana. La colección consiste en un surtido editado de productos exclusivos, que incluye chaquetas de béisbol de lana con piezas de cuero, sudaderas con capucha y joggers, así como un bolso de lona y cuero, todo ello en elegantes combinaciones de colores negro sobre negro de los Yankees, los Dodgers y los Red Sox.



Vogana

Vogana lanza #AlmaGemela, una colección dedicada a nuestro "otro yo".

Una colección invadida por la luz y el optimismo, que rinde homenaje a esa amiga, madre, hermana o abuela, que de una forma u otra nos han inspirado en algún momento de nuestras vidas.

En #AlmaGemela está muy presente la naturaleza y muestra de ello es la paleta de colores de sus tejidos: tonos tierra, ocre, azules y verdes que predominan en la colección.

Como novedad, encontramos prendas pensadas en mujeres trabajadoras, que buscan la comodidad, sin perder ese toque sofisticado que predomina en todas las prendas de Vogana, confeccionadas con estampados geométricos diseñados y desarrollados en exclusiva para Vogana. También incorpora en esta colección prendas de punto, un must have para nuestro armario de invierno.

Como no podían faltar, en esta primera parte de la colección FW21/22, reinventa los trajes de chaquetas, monos estampados de manga larga, petos acampanados de estilo vintage que nos transportan a los 70 y por supuesto vestidos con un sello "muy Vogana" para ser la invitada más cool. Básicos imprescindibles con tejidos únicos para nuestro día a día, cinturas marcadas y hombros con volumen para ser la #invitadaperfecta.

Una vez más, #AlmaGemela sigue apostando por el bien hacer y el cuidado de los materiales.

Una moda lenta y respetuosa made in Spain.



Roberto Verino

El diseñador Roberto Verino ha presentado su colección NOMADISMO URBANO FW21 a través de una original propuesta itinerante y descentralizada en seis escenarios públicos de la ciudad de Madrid y en momentos diferentes del día: Museo de esculturas al Aire libre de Castellana, Puente de Eduardo Dato, IED Innovation Lab, Calle General Ricardos en Carabanchel, Puente Monumental de Arganzuela y Madrid Río.

Seis activaciones que muestran la colección en diferentes marcos de Madrid a través de performances con modelos que tienen su punto de encuentro y continuidad tanto en las redes sociales y canales online de la marca, como en todas las

pantallas digitales de JCDecaux en la ciudad.

Esta propuesta, generada en colaboración con MCDM del Ayuntamiento de Madrid, está enmarcada dentro de su evento Madrid es Moda y se podrá ver también en los canales digitales de MBMFV. La colección se inspira en una sociedad nómada que vive en constante movimiento, transitando de lo físico a lo digital, de lo local a lo global y del interior al exterior. Una sociedad que apuesta, entre tanto frenetismo, por referentes atemporales que perduran toda una vida; "Creemos en las prendas icónicas que se atesoran, que cuentan una historia propia, que hablan de quienes somos y nos ayudan a conectar con nosotros mismos. Creemos en fondos de armario emocionales que hacen nuestro día a día mucho más feliz" Roberto Verino.

Una forma de hablarle a un consumidor mucho más libre que espera nuevas formas de presentar la moda. Una colección inspirada en los clásicos de la marca para que formen parte de los armarios emocionales de una generación actual que cree en la durabilidad como mejor forma de ayudar al planeta y busca, por encima del materialismo, la experiencia significativa.

Pinko

Con la nueva campaña Otoño / Invierno 2021, PINKO imagina un nuevo País de las Maravillas donde una Alicia de hoy, interpretada por la supermodelo estadounidense Lexi Boling, pasea por un parque de atracciones de la moda. Con una campaña fotografiada en un entorno tan sugerente, PINKO presenta su propia interpretación de la moda, que se muestra como un espacio creativo donde cada mujer puede expresarse y experimentar, escribiendo sus propias reglas sin límites.

Confiada y relajada, Lexi Boling se mueve por el parque de atracciones luciendo algunas de las piezas más icónicas de la colección PINKO Otoño / Invierno 2021.



Los contrastes definen sus looks, que van desde la elegancia de los años 70 de una capa camel con pantalones cortos de cintura alta y botas ecuestres hasta un par de pantalones cubiertos con lentejuelas, su actitud glamurosa contrasta con el look casual de una sudadera con logo y de las nuevas sneakers PINKO Love.

El denim desgastado combina a la perfección en los looks con chaquetas cortas, prendas de punto con adornos y el logo de PINKO, junto a los trajes de chaqueta con estampado tartán y blazers inspirados en los cardigan.

Micro tachuelas decoran las maxi camisas, así como los icónicos Love Bags de piel. Los modelos de sus bolsos Icon y Puff se presentan enriquecidos con el acolchado Chevron mientras que modelo Top Handle nos descubre líneas elegantes con un toque retro-chic.

A la luz del día y entre las sombras nocturnas, el estilo de la mujer PINKO acapara el centro de atención... aventurera y valiente, está lista para nuevas aventuras en la montaña rusa. Si primero le preocupa el vértigo, entonces no puede vivir sin él. PINKO está al lado de aquellas mujeres que quieren sentirse irresistibles e imparables.

Schiaparelli

"Durante dos años, he afirmado que no me interesaba la nostalgia. Esta temporada, en cambio, es por donde comencé. Me encontré a mi mismo preguntándome, una y otra vez, ¿qué ocurre si combinas un Manet, un Lacroix, un poco de los años 1980, de los 1880, lo alienígena, un poco de Ingres y mucho color? ¿Podría hacerlo? Y, ¿cómo sería?"

La respuesta es esto, mi cuarta colección de Alta Costura: The Matador. Una colección que rinde honor a la visión de Elsa pero no es esclava de ella. Si la anterior temporada se trató de la deconstrucción, de ir más allá de los límites de la Costura y sus reglas no escritas, esta temporada sentí la libertad para poder hacer algo intensa e indudablemente bello. Porque a veces, hay que rebelarse contra la belleza para poder regresar a ella.





TheCatbrandw

Un gato que sueña con crear colecciones de ropa para niños, una historia de superación que parte de un escenario con los talleres más exclusivos de París... Así nace TheCatBrandW, una marca infantil y el proyecto ilusionante de la periodista de moda Empar Prieto, quien tras una larga trayectoria dirigiendo revistas femeninas con SModa o Woman, emprende esta nueva aventura donde volcar conocimiento e imaginación. En ella se entremezclan valores como la consciencia por una moda más ética, producida de manera local y artesanal con materiales orgánicos, un storytelling diferente que tiene como protagonista la personalidad de un gato llamado W. Este, mascota familiar de Empar e imagen y diseñador de la marca, es quien inspira la imagen de cómic creado por el ilustrador y diseñador gráfico Angel Pérez, con historias que hablan de pasión por la moda, la realización de los sueños o la solidaridad.

Sfera

Los vestidos midi que nos ofrece Sfera para esta temporada de Otoño/Invierno, tiene una gran variedad de estampados y diseños. Este corte de vestido a parte de favorecer la figura y estilizar, te sirve para cualquier ocasión.



Replay

Lo looks de dos piezas que nos ofrece Replay para esta temporada de Otoño/Invierno combinan lo mejor de la comodidad y estilo. Prendas básicas y versátiles que sirven para cualquier momento u ocasión. Estas opciones que nos proponen no se resistirán a tener un hueco en el armario.



The Kooples

Llega el frío y con él, el punto. Sin duda, los cárdigans y los jerséis son nuestro mejor aliado para estas épocas, y The Kooples tiene los mejores. Con una gran versatilidad de formas, colores y estilos, combate el frío siguiendo las dos tendencias más esperadas de la temporada. Cede todo el protagonismo de tu look a las prendas superiores combinando los jerséis de punto con tus chaquetas o abrigos favoritos. Diviértete mezclando colores y texturas, creando conjuntos de color block... Las opciones son infinitas con los jerséis de The Kooples.





Day/Night Serum Ampollas

Ampollas concentradas de Day Serum y de Night Serum

- Serum de día antienvjecimiento 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 antienvjecimiento 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.



www.colmarinecosmetics.com

Les Georgettes

Les Georgettes presenta su nueva colección otoño-invierno 2021-2022: Metamorfosis. La nueva colección se nutre de la esencia misma de Les Georgettes, eje central de nuestra inspiración: la metamorfosis. Creativos y sorprendentes, los diseños ofrecen una nueva versión de los clásicos de Les Georgettes, al tiempo que proponen nuevas líneas impregnadas de originalidad. Desestructuradas, circulares o psicodélicas, estas creaciones asocian modernismo y elegancia. Déjate sorprender por sus interpretaciones gráficas centradas en tres temas clave: ilusiones gráficas, solsticio de invierno y despertar natural.



Juanjo Oliva

Juanjo Oliva diseña un delantal de cocina para la marca de patatas Princesa Amandine. Una edición de 1.000 delantales estampados en los que el diseñador transmite el ADN de la marca y potencia la imagen gráfica de Princesa Amandine. Moda y alimentación vuelven a darse la mano en un nuevo proyecto gracias a la firma de colaboración entre la Asociación Creadores de Moda de España (ACME) y la Asociación Princesa Amandine. Un proyecto en el que reconocidos diseñadores españoles crean piezas de menaje y hogar para sus clientes. Se trata de una campaña de promoción que nace con el propósito de incrementar su negocio en punto de venta.

Furla

Divertidos monederos, llaveros y fulares con ideales estampados florales, así como delicados relojes, complementarán cada uno de tus looks esta temporada.



Yalea

De Rigo, líder en el sector de las gafas, anuncia el nacimiento de su cuarta y nueva marca de la casa. Un importante proyecto que ha tomado forma en los últimos meses con el deseo de aportar a la cartera del grupo una marca totalmente femenina, diseñada y producida pensando en mujeres. Así nace Yalea, la nueva marca de gafas de sol y de vista que pretende promover a la mujer contemporánea apoyando su libertad de elección, fomentando su talento y premiando su belleza personal. Una marca atemporal, elegante y femenina que es una inspiración para todas las mujeres.



Hogan

Funcionales, chic y versátiles, la nueva colección de bolsos de HOGAN, disponible en diferentes colores y tamaños, personifica el estilo de vida elegante de la marca. Con un marcado aire retro, convierte este accesorio en el complemento ideal para lucir esta temporada.





Velatti

La nueva colección de Velatti By Sandra Acosta ha sido concebida para brillar, para adorar, para sentir. Sus ya reconocibles diseños de cadenas o pendientes de eslabones, y sus pulseras y gargantillas realizados con piedras semi-preciosas y minerales en combinación con oro de 18 quilates se unen en esta ocasión a cruces y monedas que nos recuerdan momentos atemporales en piezas elegantes y fáciles de combinar pensadas para mujeres de todas las edades pero a las que las une el gusto por el diseño artesanal y minucioso.

Pinko

Ha llegado ya una nueva estación y toca cambiar nuestro armario. Esta temporada, las botas vuelven con más fuerza que nunca y son una opción perfecta para crear nuestros mejores looks. Pinko nos presenta sus propuestas más chic: ¡Toma nota de todas las botas y botines que están definiendo las tendencias en calzado de este otoño de la mano de Pinko!



Toms

Aunque la firma Toms inició su andadura con su ya conocida alpargata, a día de hoy su colección alberga diversos modelos para hombre, mujer y niños. La visión de la marca siempre ha sido que exista un mañana mejor en el que las personas tengan la oportunidad de prosperar, por eso la marca desde sus inicios destina un tercio de sus ganancias a fines benéficos. En esta ocasión la firma presenta una amplia colección en la que además de las infinitas combinaciones de colores y estampados de sus alpargatas podemos encontrar modelos que brillan en la oscuridad. Fuera de su pieza icónica, y dentro de esta colección, encontramos sneakers, botines, e incluso calzado para estar en casa cubierto de pelo en diferentes estampados.



Crocs



Los fundadores de Crocs™ soñaban con los zapatos perfectos para navegar. Querían que fueran funcionales, divertidos, bonitos y los más cómodos del mercado. En menos de tres años Crocs™ se convirtió en un fenómeno deseado por doctores, cocineros, atletas, amantes de la naturaleza, celebridades, familias enteras y por supuesto, navegantes. Podemos definir Crocs como un nuevo género de calzado, son los zapatos más cómodos y versátiles, que combinan el confort de unos zuecos con un material de increíbles beneficios. La especial Patente de Resina con Células Cerradas (PCCR) se calienta y se suaviza con el calor corporal y se adapta a la piel. En esta ocasión Crocs vuelve esta temporada añadiendo pelo sintético a sus clásicos zuecos. Perfectos para estar en casa o para completar un outfit deportivo que exprese tu personalidad y marque la diferencia. En varios colores y estampados, con doble tira trasera y forradas también de pelo, no dejarán indiferente a nadie.



Guess

Abraza la elegancia cotidiana gracias a la lujosa colección de GUESS Handbags FW21. Los diseños elegantes e irresistiblemente de tendencia adoptan siluetas llamativas pero versátiles, materiales suntuosos y detalles icónicos, convirtiéndose en el accesorio perfecto para completar el look de la mujer GUESS con estilo. En esta atractiva colección, las piezas imprescindibles destacan por su actitud contemporánea. Los respuntes en contraste dan un toque de distinción a los sofisticados bolsos, a los mini bolsos y a los diseños con asa superior. Las costuras en forma de silla de montar crean un efecto vintage, mientras que las siluetas limpias garantizan un atractivo contemporáneo. Los glamorosos modelos de piel sintética en diseños de carteras de lujo y mini carteras con cremallera superior añaden un detalle sexy y divertido a cualquier conjunto glamuroso, tanto de día como de noche. Disponible en los clásicos leopardo, merlot, rosa y negro, la piel sintética es tan versátil como elegante. El terciopelo, suntuosamente suave, con el modelo KIMI, eleva el éxito de ventas de la bandolera convertible a las alturas del lujo. Con el tamaño perfecto para los objetos esenciales de una noche, este llamativo bolso está disponible en una amplia paleta de colores y está acabado con el elegante estampado de peonías GUESS en relieve.

Apodemia

Apodemia, la firma de joyería y lifestyle fundada por Jimena Von Knobloch y Jaime Landeta, estrena el verano con la apertura de un nuevo espacio en Málaga. La compañía continúa imparable su expansión por la geografía nacional, sumando ya un total de 20 puntos de venta físicos en nuestro país.

Tras las recientes inauguraciones de San Sebastián, Santander y Barcelona, la firma lifestyle inspirada en la naturaleza refuerza su presencia en el sur de España con la cuarta apertura de la marca en lo que va de año. La nueva tienda de Málaga se localiza en pleno centro de la ciudad, en la calle Marqués de Larios número 8, siguiendo con la estrategia de elegir espacios ubicados en las arterias comerciales más importantes de cada ciudad.

“Esta apertura es muy especial para nosotros, en Málaga, la ciudad de la luz, representa para nosotros la esperanza que tenemos depositada en el futuro, en el que esperamos seguir creciendo tanto en canal offline como online, tal y como lo hemos hecho hasta ahora”, apunta Jaime Landeta, CEO de Apodemia.

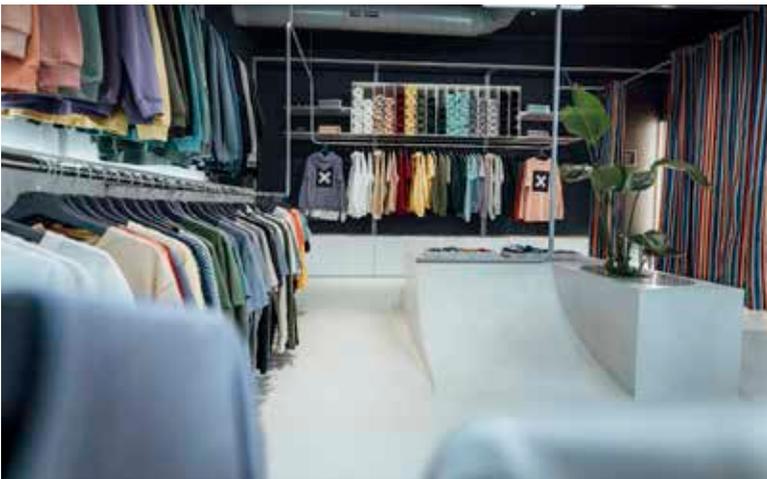


Blue Banana

La marca, que nació en 2016 como un ecommerce de moda, crece en el mercado offline con su primera tienda física en Catalunya. El diseño de la tienda celebra el universo skater, uno de los deportes que mejor los representa, y muestra, a través de pantallas, el contenido de naturaleza y aventura que los diferencia.

La marca de moda que cerraba 2020 con una facturación superior a los 4 millones de euros, prevé duplicar la cantidad en el cierre de 2021. Tras la apertura de su primera tienda física en Madrid, ahora llegan a Barcelona, pero el objetivo es abrir en los próximos 3 meses en otras dos capitales simbólicas. No obstante, la expansión no acaba ahí, pues Blue Banana planea consolidarse en Francia y Alemania -donde ya opera- y comenzar a vender en México y Andorra, además de en otros países de Europa.

Desde sus inicios, Blue Banana se desmarcó de la moda convencional con la intención de inspirar a las nuevas generaciones y creó nuevas aventuras para entender la vida de otra manera. El proyecto se financió con fondos propios y se convirtió así en ejemplo de bootstrapping y de crecimiento exponencial en facturación y equipo.



Pinko

Después de la inauguración de la nueva zona de embarque el pasado 9 de junio dentro del aeropuerto milanés de Linate, PINKO inaugura su nueva boutique en la misma Terminal de este aeropuerto que es el tercero más importante de Italia por el tráfico de pasajeros.

En la nueva tienda, un pequeño bosque de bambú, da la bienvenida a los clientes transportándolos a un mundo paralelo integrado, caracterizado por los elementos típicos de la identidad de la marca: espacios diáfanos, con alfombras en color ocre y exhibidores de latón en todo el espacio.



Furla

Orgullosa de su ADN y de su inigualable herencia en el mundo de la marroquinería, Furla ha desarrollado un ambicioso proyecto cuyo objetivo es exaltar su legado de fabricación italiana creando un vínculo profundo con el paisaje natural más bello e intacto.

Un centro de creatividad, producción, investigación, experimentación y educación, Furla Progetto Italia, es el nuevo complejo de la marca, ubicado en el corazón del área de Chianti, en Tavernelle Val di Pesa (Florencia), donde Effeuno Srl, la plataforma de fabricación que Furla adquirió en 2018, ya se encuentra ubicada.

Con una superficie de 43.000 metros cuadrados, 18.200 de ellos construidos, Furla Progetto Italia fue concebido por el estudio Geza de Udine, ganador en 2019 y 2017 de los premios American Architecture (en la categoría Diseño Arquitectónico / Edificios Industriales) y Architizer A+Awards (en la categoría de Productos y Sistemas de Acristalamiento). Así, este hub crea una relación nueva, innovadora y armoniosa entre la arquitectura industrial y la naturaleza, lo que da como resultado un entorno que celebra el bienestar de las personas en el espacio de trabajo.





Lola Casademunt

Lola Casademunt ya es internacional. La empresa de moda y accesorios, con sede en Cardedeu (Barcelona), inicia su desembarco en Europa y pone en marcha su conquista transatlántica empezando por la ciudad de Nueva York.

Desde finales de 2019 y tras el éxito del mercado nacional y portugués, la compañía dio otro paso más adelante. El crecimiento de la compañía en estos dos últimos años, así como la robustez del negocio y el posicionamiento de la marca, hace que Lola Casademunt se lance en 2021 a la expansión por Europa, EE.UU, Latinoamérica y Oriente Medio a través de los principales partners comerciales en cada uno de los países.

te, profesionalizándose, incorporando a Paco Sánchez como CEO y consolidando la cúpula directiva para iniciar este proceso de expansión internacional que ya hoy es una realidad.

El crecimiento de la compañía en estos dos últimos años, así como la robustez del negocio y el posicionamiento de la marca, hace que Lola Casademunt se lance en 2021 a la expansión por Europa, EE.UU, Latinoamérica y Oriente Medio a través de los principales partners comerciales en cada uno de los países.

Under Armour

Under Armour refuerza su posición en el mercado español con la apertura del nuevo SIS en El Corte Inglés de Portal del Ángel en Barcelona; impulsando la visibilidad de la marca y su expansión en España con el mayor espacio de Under Armour ubicado en unos grandes almacenes en toda EMEA.

El nuevo espacio ubicado dentro de El Corte Inglés, es un paso importante en la consolidación de la marca en una ubicación estratégica, situada geográficamente en una de las calles más transitadas de Barcelona que recibe más de 4,5M de peatones anualmente. La remodelación del edificio de El Corte Inglés Portal del Ángel pretende ser una tienda especializada en deportes con Under Armour como socio principal. Oferta especializada en deporte en una zona de 4,5 millones de peatones al año



El nuevo espacio de Under Armour tiene 500 m2 y ofrecerá productos para hombre, mujer y jóvenes en las disciplinas de entrenamiento, running, golf y baloncesto. También albergará colecciones exclusivas de Project Rock.

Oferta especializada en deporte en una zona de 4,5 millones de peatones al año

También albergará colecciones exclusivas de Project Rock.

Aristocrazy

Aristocrazy inaugura tienda en el eje comercial de la calle O'Donnell, situada en el corazón de la capital hispalense, y muestra por primera vez la imagen y el concepto que aplicará en su próxima estrategia de expansión por todo el territorio nacional.

Con esta apertura, la firma ya cuenta con 23 tiendas propias en España, además de 11 franquicias y 50 corners en centros de El Corte Inglés.

Aristocrazy continúa afianzando su apuesta por la democratización de la alta joyería con la apertura de una nueva tienda en el centro de Sevilla. Esta inauguración se enmarca en una estrategia de expansión nacional destinada a que sus clientes puedan acceder a sus exclusivos diseños, sin renunciar a la calidad y la excelencia de su reputada tradición joyera, sea cual sea el lugar en el que se encuentren.

Esta nueva tienda en la capital hispalense, un espacio con una superficie de venta de 30 m2 en la céntrica calle O'Donnell, es la primera en la que se podrá apreciar la nueva imagen y el nuevo concepto que la firma aplicará en sus próximas aperturas, inspirados en la atmósfera de las pequeñas tiendas de joyería vintage de algunos barrios neoyorquinos. Al tratarse de la primera tienda a pie de calle en Andalucía, este rincón se convierte en un lugar sumamente especial tanto para la firma como para su ebanista Antonio Alba y su equipo, quienes además de ser sevillanos, han trabajado durante muchos años con la prestigiosa marca.

Con la intención de dotar a estos espacios de una elegancia moderna y desenfadada, Aristocrazy ha contado con el prestigioso estudio de diseño de interiores barcelonés Lázaro Rosa-Violán el cual, inspirado en las columnas de los pasos de la Semana Santa sevillana, ha creado las columnas que elevan la glorieta central de la tienda.



Skechers

La marca global de calzado Skechers ha decidido aprovechar su excelente momento en España para abrir su primera flagship store en nuestro país. Situada en el histórico Barrio Gótico de Barcelona, una de las más famosas zonas comerciales de la ciudad, la nueva y exclusiva tienda de la calle de Portaferrixa ofrece una amplia gama de elegantes y confortables modelos de la firma estadounidense.

“Vemos un gran potencial de crecimiento en el ya exitoso mercado español de Skechers”, explica Txerra Díaz, director general de Skechers USA Iberia, S.L. “Nuestro país ya tiene una de las tiendas Skechers de mayor rendimiento en Europa, y creemos que es el momento adecuado para incorporar una prestigiosa ‘flagship store’ en Barcelona. Este último paso en nuestra creciente trayectoria en España da testimonio de nuestro compromiso con el desarrollo de los negocios de Skechers en todo el país, la confianza en su resiliencia económica y nuestra vocación por dedicarnos a su gente”.

“Llevamos en España desde 2002, tiempo en el que Skechers ha logrado poner en marcha un negocio próspero y en continuo crecimiento. Sin embargo, consideramos que una marca realmente no ha llegado a España hasta tener una tienda de estas características en el exclusivo Barrio Gótico de Barcelona”, explica Michael Greenberg, presidente de Skechers. “Creemos que los consumidores locales, que nos conocen por ofrecer un calzado con la máxima comodidad, estilo, innovación y calidad, frecuentarán asiduamente esta tienda, y cuando los viajes recuperen la normalidad, esperamos que también se convierta en un lugar muy atractivo para los turistas”.

Situada en la histórica Casa Peix Travaria, conocida popularmente como la Casa Jover y reconocida como bien cultural de interés local, la nueva tienda Skechers, de 499 m2, combina el espíritu decimonónico del edificio, del que se han conservado todos los elementos arquitectónicos y ornamentales inspirados en la Sagrada Familia de Barcelona, y el moderno diseño de la firma. Así, los consumidores que se acerquen a la tienda dispondrán de la amplia gama de productos ‘lifestyle’ y ‘Performance’ de Skechers, para hombres, mujeres y niños, rodeados de una atractiva decoración vanguardista, una iluminación contemporánea y una gran pantalla en la que se ofrecen continuamente los últimos anuncios de la compañía.

La nueva ‘flagship store’ de Skechers, situada en la calle de la Portaferrixa nº 25 (en la esquina de Duc y Portaferrixa, entre Puerta del Ángel y Las Ramblas) engrosa la oferta comercial de la firma, que ya dispone de cuatro tiendas en Barcelona, además de otras 46 distribuidas por toda España, sin olvidar la página de ‘e-commerce’ de Skechers (skechers.com). Además, se incorpora a la lista de las más selectas tiendas de Skechers en Europa, en la que ya figuran las tiendas de Oxford Circus (Londres), Via del Corso (Roma), Rue de Rivoli (París), Kaufingerstraße (Múnich) y Tauentzienstraße (Berlín).



Ruberarth gana la primera edición de Allianz Ego Confidence in Fashion en MBFWMadrid

El premio Allianz Ego Confidence in Fashion, celebrado en MBFWMadrid, ya tiene ganador en su primera edición. La firma Ruberarth, del creador gallego Gabriel Nogueiras ha conseguido alzarse con esta distinción que otorga una dotación económica de 6.000 euros destinada, por un lado, a crear su colección y presentarla en pasarela en la próxima edición de Allianz Ego y, por otro, a contar con asesoramiento profesional de la escuela ESNE durante seis meses para desarrollar su marca. Esta iniciativa ha sido puesta en marcha para impulsar a los jóvenes diseñadores del Showroom de Allianz Ego en su desarrollo creativo y empresarial. La coherencia de la propuesta, su identidad y una visión de marca que equilibra diseño y proyección comercial han sido los principales motivos por los que el jurado ha nombrado ganadora esta firma.

La diseñadora María Escoté – vinculada a esta plataforma en la que dio sus prime-



ros pasos como creadora –, Nuria de Miguel, directora de MBFWMadrid; Andrés Aberasturi, comisario de Allianz EGO; y Maruca García Paredes, directora del Área de Moda de ESNE, conocieron como jurado las 15 marcas del Showroom Allianz EGO en una reunión individual en la que les presentaron su marca y creaciones. La sostenibilidad (por el uso de textiles reutilizados en las prendas que realiza el diseñador) y la proyección de la marca (por la importancia que añade este certamen a la visión de negocio), también han sido muy relevantes para el jurado a la hora de decantarse por esta firma.

El sujetador Fit Smart de Triumph gana el prestigioso premio Red Dot de diseño de producto

Triumph se enorgullece de anunciar que su innovador sujetador Fit Smart, ha sido galardonado con el prestigioso premio Red Dot en los Red Dot Product Design Awards de este año.

El “Red Dot” es el premio a la alta calidad del diseño y el jurado internacional sólo concede este codiciado sello de calidad a los productos que presentan un diseño excepcional.

El sujetador Fit Smart de Triumph ha sido desarrollado para moldearse y adaptarse físicamente a los cuerpos individuales de las mujeres y a las variaciones que experimentan. Su tejido especial, sistema de sujeción secreto e ingeniería 4D, proporcionan a las mujeres sujeción y elevación, a la vez que ofrecen la máxima sensación de comodidad, ya que están literalmente “moldeados por ellas”.



Texfor: la sostenibilidad comienza por la financiación sostenible de las empresas

La aplicación de criterios medioambientales, sociales y de gobernanza (ESG) ha dejado de ser una cuestión que se podía dejar a la voluntad estratégica de la empresa. La legislación sobre financiación sostenible, publicada por la Comisión Europea y de aplicación prácticamente inmediata, marca un antes y un después en las obligaciones de reporting de las empresas, en materia de sostenibilidad. También delimita los requerimientos de informaciones de las empresas que solicitan las entidades financieras, con el fin de cumplir con los objetivos de la Comisión, de reorientar los flujos de capitales a inversiones sostenibles.

Para tratar estos temas, el ciclo “Café virtual con...” de Texfor invita a David Murano y Casanovas, Subdirector General de Caja de Ingenieros que trató este tema el pasado 27 de octubre, en formato virtual, de 16,00 a 18,00 horas. Murano habló sobre «La importancia de las finanzas sostenibles», entrando en detalle en el marco regulatorio, el posible tratamiento que harán las entidades financieras, y las obligaciones y posibles estrategias que tendrían que tener en consideración las empresas.

Cortana: reflexión sobre el futuro de la industria textil mallorquina

Justo cuando se cumplen 20 años de la creación de Cortana, y en un momento en el que está cosechando éxitos internacionales difundiendo su estética personal de Mallorca, Cortana se encuentra en un momento de trans-



formación.

Desde sus inicios Rosa Esteva ha ofrecido colecciones en tejidos sostenibles y naturales creadas por una red de artesanos que mantenían viva la herencia textil de Barcelona, donde está ubicado su taller. Pero en su continua búsqueda de minimizar la huella medioambiental, y de además volver a sus raíces mallorquinas, ha ido tomando fuerza el interés por trasladar parte de su producción a la isla.

Mallorca fue uno de los principales lugares de producción del lino y cáñamo del Mediterráneo, pero el turismo brindó nuevas oportunidades y la agricultura pasó a un segundo plano.

Ahora Cortana quiere proponer una reflexión sobre el futuro de la industria textil mallorquina, y fomentar una producción circular aprovechando la riqueza de la isla en diferentes fibras animales y vegetales.

Clearpay nombra a Beatriz Velarde country manager para España

Triumph Clearpay la compañía líder en el segmento "Buy Now, Pay Later" (BNPL), ha nombrado a Beatriz Velarde como country manager para España. A partir de ahora, Velarde será la máxima responsable de liderar la estrategia de esta en el país, donde ha comenzado a operar hace unos meses, tras la adquisición de la reconocida Fintech española Pagantis. De origen australiano, se la conoce como Afterpay y cuenta con más de 28 millones de clientes y 85.000 comercios. En la actualidad, dispone de su portfolio con algunas de las marcas más reconocidas en los segmentos de moda, belleza y estilo de vida.

Beatriz Velarde es licenciada en Administración y Dirección de Empresas con especialización en marketing y dirección comercial por la Universitat Pompeu Fabra. Con una carrera profesional de más de 15 años, su trayectoria ha estado siempre muy vinculada al mundo de la moda y del e-commerce. Así, tras diversas experiencias en marcas como Levi Strauss & Co. o Calzedonia, en 2012 se incorpora a Privalia donde ejerció los cargos de key account manager y, posteriormente, category manager, encargándose de toda la estrategia y desarrollo de marca propia para el segmento infantil. Posteriormente ejerció como consultora de Comercio Exterior en Nueva York para el ICEX y, también, como category manager en Groupon.

En 2017 se incorporó a la red social de moda 21 Buttons como directora comercial, donde durante más de tres años ha sido la responsable del diseño, implementación y liderazgo de la estrategia global de monetización de esta compañía. Ahora asume la responsabilidad de dirigir la operación de Vlearpay en España, un país por el que la compañía está realizando una importante apuesta, ya que considera que tiene tanto el entorno macro como la suficiente base de clientes para alcanzar un fuerte crecimiento en los próximos años y una importante representación en moda.

Texfor ha presentado la nueva Plataforma de negocios de TEX-MED ALLIANCES, TheMedNew, para impulsar a la Industria Textil en la cuenca Mediterránea

Una de las características distintivas de la nueva plataforma TheMedNew, es su Manifiesto, una declaración de intenciones sobre los valores que se compromete a adoptar y materializar en su funcionamiento. Valores como la sostenibilidad, la Creatividad inclusiva, un estilo de vida que respeta y promueve la diversidad humana, y las minorías o respetar el compromiso con los Objetivos y metas de desarrollo sostenible que promueve la ONU para el Mediterráneo, así como el respeto al entorno natural, entre otros.

Hani Mourad, experto en moda y marketing internacional, presentó el Manifiesto de TheMedNew durante el evento.

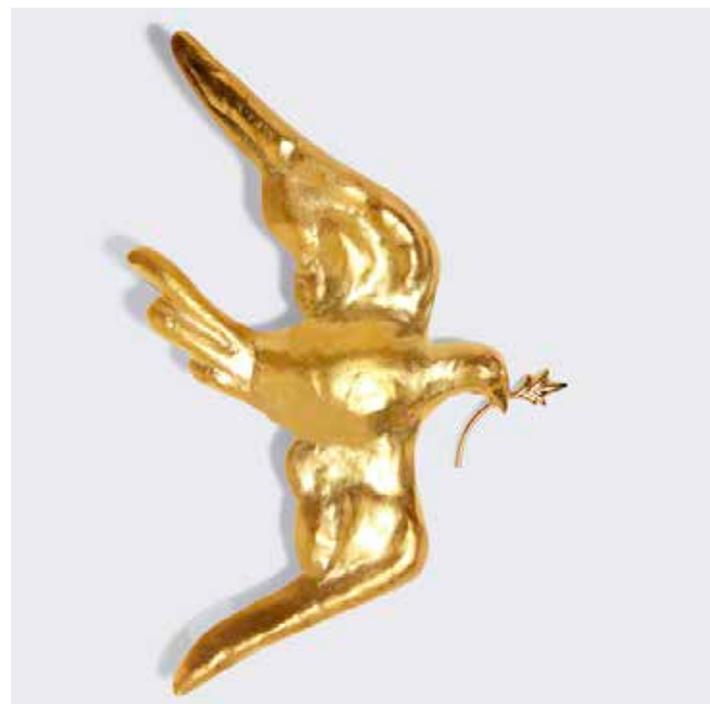
Además de los parlamentos, en los que también participaron diseñadores como Júlia G. Escrivá, la marca jordana, SheChocolate y la marca griega, Konstantinos Tsigaros, también participó Marta Coca de la 080 Barcelona Fashion.

El acto de lanzamiento de TheMedNew ha sido un acto de ámbito internacional puesto que, los socios del proyecto TEX-MED ALLIANCES se encuentran en Italia, Grecia, Túnez, Egipto, Autoridad Palestina y Jordania. Por este motivo, el evento fue retransmitido en directo a través de Youtube.

Schiaparelli presenta el Broche Dove, cuyos beneficios irán a la fundación de Lady Gaga: Born this Way

La Maison Schiaparelli se complace en anunciar el lanzamiento de Schiaparelli Dove. El icónico broche, que lució Lady Gaga en la toma de posesión del presidente Joe Biden el 20 de enero de 2021, ya está disponible para su compra. Todos los fondos recaudados se donarán a la Fundación Born This Way de Lady Gaga, una organización benéfica que cofundó con su madre Cynthia Germanotta con la misión de apoyar la salud mental de los jóvenes y trabajar con los jóvenes para construir un mundo más amable y valiente.

El pasado mes de enero, la Maison Schiaparelli tuvo el privilegio de vestir a Lady Gaga para su interpretación del himno nacional estadounidense. En su chaqueta, Lady Gaga lució un delicado broche Schiaparelli de oro en forma de paloma que lleva una rama de olivo, símbolo de la paz y la esperanza.



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:

