

**tym**

Nº 262: ENERO - FEBRERO - MARZO 2022

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**



Casademunt by Maite

## La 22ª edición de 1001 Bodas concluye con la vuelta de la ilusión por las celebraciones

La feria 1001 BODAS ha cerrado sus puertas con unas cifras muy positivas que demuestran una vez más la ilusión del sector por volver a ver y la notable recuperación de las celebraciones de bodas en España. En total han sido 8.670 los visitantes que han pasado por el pabellón 5 de IFEMA MADRID durante este pasado fin de semana para conocer todas las novedades que se presentaban. Estos datos, que se sitúan en niveles similares a los de la situación previa a la pandemia, y que confirma una vuelta a la normalidad, se han dejado sentir también en la afluencia de visitantes de diferentes territorios de España, que tienen como referente a 1001 Bodas para la perfecta organización de las ceremonias nupciales.

Por el pabellón 5 han pasado parejas que venían a la cita con un objetivo claro: ¡casarse! Muchos de ellos han contratado alguno de los servicios que venían buscando con ofertas especiales para la ocasión. De este modo, la feria 1001BODAS se consolida como un elemento que favorece y facilita la toma de decisiones de parejas que piensan casarse a corto plazo, además de ser una referencia informativa para aquellas que tienen pensado hacerlo en un periodo más lejano. Esta edición, además, ha conseguido reunir a aquellas parejas que ya habían decidido casarse previo a la pandemia y que no tuvieron más opción que aplazarla para este año.

La directora de la feria, Julia González, comentaba las sensaciones tras la clausura de 1001Bodas: "para nosotros celebrar este evento era muy necesario, estábamos deseando volver a reunir a las empresas de este sector y volver a crear sinergias. Estamos muy contentos con las cifras que hemos obtenido y ya tenemos la mente puesta en la próxima feria".



## 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 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. El calendario de desfiles de esta edición ha contado con 38 diseñadores y marcas. De ellos, 17 son canarios (2 de ellos de moda infantil), 10 nacionales, 6 internacionales y 5 marcas de moda baño infantil.

Entre las novedades de esta edición ha destacado la incorporación de destacadas firmas internacionales como respuesta al objetivo de internacionalización de la pasarela contando con nombres en mayúscula de la moda baño mundial. También se ha trabajado de forma intensa la profesionalización del evento con un programa de misión comercial inversa a través del ICEX.

La sostenibilidad ha vuelto a ser clave en esta edición de la pasarela canaria, donde los procesos de producción respetuosos con el planeta se han visto reflejados en la mayor parte de las propuestas

para el verano de 2022 presentadas sobre la pasarela.

Veas ha sido la firma galardonada con el Premio a la Mejor Colección Emergente por su colección "Can", un premio que ha estado patrocinado por ISEM Fashion Business School, apoyando la formación empresarial de los jóvenes creadores. Por otra parte, por su especial atención al empleo de tejidos y procesos de confección sostenibles y respetuosos con las personas y con el planeta, la diseñadora Elena Morales ha sido galardonada con el Premio a la Mejor Colección Sostenible, que patrocinan la firma de tejidos Nylstar y la revista Cyl Moda Íntima, por su colección "Bilitá". Y el tercer reconocimiento se lo ha llevado Gonzales, quien ha ganado el Premio L'Óreal a la Mejor Colección por la elevada calidad de sus propuestas y por la maestría a la hora de crear un universo propio con su colección Primavera-Verano "Caravasar".

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:



Casademunt by Maite

Maite Casademunt, -directora creativa de la marca que celebra este año su 40 aniversario-, ha creado una propuesta en la que la influencia de los jardines renacentistas es evidente, ya que se aúnan volúmenes, formas y texturas que nos evocan a esa edad dorada en la que se impone la naturaleza. Un entorno natural que predomina a través de estampados y tonalidades que impregnan las prendas de frescura y color.

"La magia de los jardines de Versalles ha sido la principal fuente de inspiración para esta colección idónea para la mujer actual, con prendas frescas, cómodas y sofisticadas; para esa mujer a la que le gusta celebrarse y atreverse con el color y los estampados", asegura Maite Casademunt.

El total look con estampación personalizada, como icono identificativo de la marca, en modelos fluidos y pijameros. Destaca el estampado paisley en diferentes formas y colores. Así mismo, los chiffones de viscosa dan vaporosidad a vestidos hiper femeninos, mientras que los tejidos técnicos en red y la ecopiel son el must de la colección. Todo ello con volúmenes extralargos, amplios y cómodos, en una paleta de colores brillantes y vivos como el fucsia, el verde y el azul klein, -propios de las flores y los jardines- para completar una colección atrevida, natural y energética.

Esto es, una colección en sintonía total con los elementos más identificativos y ADN de la marca: el color, los estampados propios, la logomanía, el animal print y el cuidado de los detalles en todas las prendas.

En esta edición de MBFWMadrid, la marca ha vuelto a contar con la presencia de la modelo nacional e internacional Nieves Álvarez, que además acaba de convertirse en la cara de su nueva campaña "Call Me Lola".

"Un Jardín Fleuri", una colección especialmente creada para celebrar la primavera y preparar la llegada del verano 2022.

## Desigual visibiliza a los jóvenes diseñadores a través de Young Talents

Desigual ha vuelto a apostar por el talento de los diseñadores jóvenes a través del programa Young Talents, que tiene como objetivo dar visibilidad a la creatividad de estudiantes de diseño y ofrecerles una oportunidad dentro de la industria. Esta tercera edición estuvo dirigida a estudiantes de 9 de las universidades y escuelas de moda más reconocidas a nivel europeo y contó con la participación de Christian Lacroix y María Escoté como miembros del jurado para seleccionar al ganador. Esta iniciativa forma parte de la estrategia de la empresa, en la que quiere plasmar un Open Desigual, que hace de la colaboración su herramienta competitiva clave y diferenciadora. De esta manera, Desigual se convierte en el punto de encuentro entre los mejores creativos, las tendencias más relevantes y la diversidad con la que llegar a distintos públicos.

En esta ocasión, el proyecto elegido para ser producido y vendido en los canales de venta de Desigual, pertenece a la estudiante Hannamariam González, estudiante de la Central Saint Martin's de Londres. Su prenda integró varias disciplinas de diseño, inspirándose en la realidad aumentada, en el metaverso y en todos esos mundos virtuales a los que solo se pueden acceder mediante dispositivos tecnológicos.

Desde el área de People de Desigual, su directora, Coral Alcaraz, pone en valor el proyecto, al que califica como "una demostración más del espíritu inquieto que ha definido a la marca todos estos años y que la ha convertido en una firma diferente, única, particular". "Nuestro mindset de innovación -añade- nos permite estar abiertos a las colaboraciones y aprovechar todas aquellas oportunidades que nos lleven a trabajar y aprender de otros. Con este proyecto, además, podemos transmitir nuestro expertise en el sector de la moda a los jóvenes creadores".

Por su parte, la ganadora de esta edición confiesa que comparte muchos valores con la marca, como el gusto por el color y los motivos hipnóticos. "Para mí, Desigual siempre busca la diferenciación, no se caracteriza por limitarse a seguir las tendencias, sino que está abierta a mucho más". Por eso, con esta sudadera González pretende "que la prenda no sea un mero reflejo de la estética actual", sino que sea "vibrante", que quien la lleve, independientemente de su edad, "disfrute con ella".

En esta edición, las más de 500 personas inscritas debían afrontar el siguiente reto: crear un diseño rompedor partiendo del patrón de una sudadera superventas de Desigual. Como directrices, solo un par. En primer lugar, el diseño debía ajustarse a la esencia y atributos de marca: rebeldía, inconformismo, diversidad y optimismo, e innovación como vehículo para expresar la creatividad.

La segunda condición es que se tratase de una propuesta realizada en 3D. En línea con su apuesta por la innovación digital y la reducción del impacto medioambiental en todas las fases de creación de las prendas, Desigual ha integrado esta técnica y minimiza así la huella de carbono en los procesos de prototipado.

El programa cuenta con el apoyo y la participación de las áreas de Producto, Marketing y People de la compañía, dado que sus objetivos abarcan desde la promoción del diseño y de la creatividad, hasta la consolidación de la imagen de marca y la atracción de talento.



## BBFW vuelve a poner Barcelona en el foco mundial de la moda nupcial con un espectáculo único

La moda bridal, el diseño, la creatividad y la música han vuelto a poner a Barcelona en el foco internacional con la Barcelona Bridal Fashion Week Gala 2021, un evento único en el que las creaciones de una veintena de marcas líderes han desfilado delante de las cascadas de la Fuente Mágica de Montjuïc. El espectáculo, con fines solidarios en apoyo a Save the Children, ha sido retransmitido vía streaming a todo el mundo y ha contado con más de 500 invitados presenciales.

El evento organizado por el salón de Fira de Barcelona, Barcelona Bridal Fashion Week (BBFW), con la colaboración del Departament d'Empresa i Treball de la Generalitat de Catalunya, bajo el lema "The new beginning" ha cumplido con su objetivo de volver a reunir a diseñadores y profesionales del mundo de la moda bridal para contribuir a reactivar el sector e impulsar la difusión de sus creaciones.

El presidente de BBFW y propietario de la firma Jesús Peiró, Jesús Díez Betriu, ha comentado que "el objetivo era reunir a la industria para celebrar una 'vuelta a la vida' tras el difícil periodo de la pandemia. El éxito ha sido rotundo y ayudará al sector a seguir trabajando con ilusión y renovadas fuerzas".

Así, han protagonizado el desfile más de 80 diseños icónicos de marcas líderes como Pronovias Group, con sus firmas Pronovias, House of St Patrick y Nicole Milano; Jesús Peiró; Yolancris; Isabel Sanchis; Sophie et Voilà; Ramón Sanjurjo; Marco y María; Lorena Panea; Olga Macià; Carla Ruiz; Cristina Tamborero; Antonio Riva; Amelia Casablanca; Carlo Pignatelli; Carlo Pignatelli for Pronovias; Justin Alexander, y The Atelier.

No han faltado personajes famosos como las actrices Hiba Abouk y Macarena Gómez, las modelos y presentadoras Judit Mascó, Martina Klein, Fiona Ferrer, Elsa Anka así como la modelo e influencer Desirée Cordero -que ha desfilado para Pronovias-

entre otros personajes de la cultura y sociedad que no han querido perderse el espectáculo.

Por su parte, la directora del evento, Estermaria Laruccia, asegura que "ha sido un placer volver a ver juntos a tantos representantes del mundo bridal en un entorno mágico como las Fuentes de Montjuïc. Además, estamos especialmente ilusionados en contribuir a apoyar a Save the Children y a su proyecto contra el matrimonio infantil Stop Child Marriage". En este sentido, la posibilidad de colaborar sigue vigente, a través de la web del salón.

## Los Elle International Bridal Awards 2021 premian la excelencia en 12 categorías

Un año más, los Premios EIBA, organizados por la revista Elle en colaboración con BBFW, han premiado el talento y la excelencia, así como la profesionalidad de distintos diseñadores, marcas, empresarios y operadores que desempeñan sus funciones en varios ámbitos del mundo bridal.

El jurado, integrado por los directores de las ediciones internacionales de ELLE de Alemania, Hong Kong, Italia, Japón, España y Turquía y por la directora de Barcelona Bridal Fashion Week, Estermaria Laruccia, ha reconocido por la excelencia, calidad y estilo la diseñadora israelí Galia Lahav con el galardón al mejor Vestido de Novia por "Seraphina" de la colección Otoño/Invierno 2021 "Dancing Queen"; con el premio a la Mejor Colección de Vestidos de Novia los diseñadores holandeses Viktor Horsting y Rolf Snoeren de la marca homónima Viktor & Rolf por su colección Primavera/Verano 2021, y con el reconocimiento a la Mejor Colección para el Novio el italiano Carlo Pignatelli por su "Sartorial Wedding 2021".

La colección 2021 "Alma Gaia" de la noruega Leila Hafzi ha recibido el premio a la Sostenibilidad. Esta categoría, que se estrenó en ocasión de los premios EIBA 2020, demuestra la creciente sensibilidad del mundo de la moda bridal hacia valores como la sostenibilidad y el respeto del medioambiente. Por su parte, la diseñadora estadounidense Juliette Kim, de la firma Newwhite, ha sido merecedora del galardón al Mejor Nuevo Talento por su estilo vanguardista, impecable y práctico al mismo tiempo. La firma barcelonesa Yolancris, de las hermanas Yolanda y Cristina Pérez, ha sido galardonada con el premio al Mejor Desfile de Moda Nupcial por la presentación de la colección "Touch 2021" que se realizó en la edición 100% virtual de Barcelona Bridal Fashion Week 2020. El desfile combinó artesanía, arte digital y looks clásicos de Yolancris, diseñados para la novia contemporánea. También la marca "Romancera" de la diseñadora madrileña Tamara Vazquez ha sido reconocida por haber realizado la "Mejor Campaña Publicitaria", centrada en su particular visión del diseño, la costura y su conexión con la naturaleza.

La compañía De Beers ha sido reconocida por "Aura", la Mejor Colección de Joyería para Bodas; el Baros Maldivas Resort (Isla de Baros, República de Maldivas) como el Mejor Resort para la Luna de Miel, y la italiana Roberta Torresan como Mejor Wedding Planner. Han sido premiados asimismo con el galardón a las Mejores Tiendas Multimarca los establecimientos de venta retail Micip (Japón); Oh Oui Bridal (Alemania); L'Arca (Barcelona, España); Antonella Lepriero (Italia); Vakko Wedding (Turquía); Hanah Bridal (Hong Kong); y Kleinfield (EE.UU.).

Finalmente, el premio a la Mejor Trayectoria Profesional ha recaído en el diseñador italiano Peter Langner por su "constante compromiso profesional y por la atención y cuidado que ha volcado siempre en su trabajo".



### Ysabel Mora

Conjuntos y prendas íntimas diseñadas con detalles de encaje y los tejidos más cómodos, y con los colores ideales para estas festividades.

Ya sea para las que se van a quedar en casa celebrando, o para las que van a salir a darlo todo, la marca propone prendas que salvarán a más de una en cualquier situación.



### Triumph

Nuevos diseños Amourette 300 de Triumph, un sujetador de encaje con forro de aspecto elegante en una fabulosa selección de colores.

Copas de encaje elástico con suave relleno, aros moldeadores 3D ligeros y firmes para una sujeción máxima, exquisito bordado floral sobre el delicado tul de las copas. Pequeños detalles de encaje en los tirantes ajustables y los laterales. Cierre de corchete para una sujeción óptima, ajustable en tres posiciones. Detalle de una pequeña rosa sobre un puente más ancho.

### Andres Sarda

Su combinación de telas junto con la atención meticulosa por los detalles, la convierten en una colección fabulosa.

Esta serie combina de manera armónica tres materiales exclusivos de alta costura; seda elástica, bordado floral y encaje leavers, todos ellos exclusivos para Andres Sarda. Esta colección está realizada únicamente en negro y en bourgogne.

El negro, tradicional, elegante y sensual, predomina en todos los materiales menos en el tul invisible del bordado, logrando así un impactante efecto contraste del bordado sobre la piel.

En la variante bourgogne predomina el color burdeos que gracias a su encaje y bordado contrasta con la seda, que es fucsia y aparece en tirantes, copas o detalles de la serie.



### Dim

Porque las flores también son para este invierno, la firma Dim nos trae estos dos conjuntos en blanco y negro con bordado floral inspirado en los años 70 y con transparencias en la copa y en la espalda. Se trata de un modelo especialmente cómodo gracias a sus copas de microficha que aseguran una excelente sujeción y comodidad durante todo el día.



### Dolores Cortés



Nebamun es el nombre de la colección que toma como referencia la exposición de las Artes Decorativas de París de 1925 que se convirtió en el punto de inicio del Art Decó convirtiéndose en un fenómeno de masas.

Un icono representativo de esta estética y expresión de un nuevo concepto de vida es Josephine Baker, bailarina, cantante y actriz francesa de origen afroamericano. Conocida como "La Venus de Ébano" su debut coincide con la inauguración de dicha exposición. Mujer inteligente, artista y activista, mantuvo una estrecha relación con la moda y con muchos de sus protagonistas. En palabras de Hemingway: "La mujer más sensacional que nadie haya visto". Resquebrajó barreras de género, sociales o de raza y se convirtió en una de las mujeres más famosas de su tiempo. Fue espía durante la II Guerra Mundial, peleó contra el racismo y contribuyó al movimiento por los derechos civiles.

Desde pequeña entendió el poder de la imagen y el papel de la moda a la hora de construir identidades. Fue musa de Paul Poiret, amiga de Christian Dior y embajadora de la costura francesa en sus peores momentos. La diseñadora, se inspira en esta gran mujer, tanto en la temática como en el ornamento, plasmando figuras que nos recuerdan a los frisos mesopotámicos, ropajes que nos trasladan a un ambiente árabe o gestos que identificamos con Egipto junto con los hallazgos arqueológicos de las primeras décadas del siglo, especialmente el de la tumba de Nebamun que en 1922 reforzaron la fascinación de europeos y norteamericanos por otras culturas.

Esto se traslada a la colección de Dolores Cortés mediante siluetas asimétricas y detalles envolventes que nos ofrecen una evocación a viajes exóticos potenciando un renovado interés por la artesanía, mediante cuentas de madera y tiras decoradas para obtener un look de baño couture.

En cuanto al colorido, la colección evoluciona desde los colores terracota y rosáceos a una paleta de tonos azafrán, naranjas y azules fuertes para evocar las imágenes del atardecer, todo ello con estampados y gráficos orgánicos que se articulan con estructuras geométricas primitivas simulando técnicas manuales, como la xilografía.

## Guess Kids

Esta temporada, los niños GUESS están listos para la aventura. Los toques exóticos, los detalles divertidos y los estilos listos para el verano garantizan una colección que rebosa de prendas de tendencia para la primavera y el verano. Inspirados en las colecciones para adultos, los niños y niñas GUESS lucen estilos mini-me con cortes modernos llenos de atractivo urbano, influencia vintage y diseños ligeros y versátiles que son perfectos para una temporada soleada llena de exploraciones y viajes.

### Colección de Niña

#### Viajera poética

Los tejidos femeninos y fluidos y las texturas contrastadas complementan las siluetas suaves y los looks veraniegos. Los tonos naturales y los estampados florales realzan aún más el aspecto de esta cómoda viajera.

#### Soñar despierta

Los contornos modernos son versátiles y están llenos de atractivo femenino. Una paleta de colores pastel se combina con flores y estampados evanescentes, mientras que el hermoso encaje de Sangallo y los tejidos ligeros con exquisitos detalles completan este look.

#### Trueno tropical

Este tema, divertido pero chic, cuenta con siluetas limpias y un atractivo que llama la atención. Una paleta de tonos pop realza las tonalidades terrosas y naturales, mientras que el encaje de macramé teñido y el Sangallo dan el toque final perfecto a este look exótico.



### Colección de Niño

#### El centro de Los Ángeles

Los niños de GUESS se embarcan en un viaje por la jungla urbana de Los Ángeles, tomando prestado el estilo americano vintage y los looks denim clásicos. Tonos de nogal, brezo y piedra de Pasadena se combinan con acentos de azul elegante, luna de ensueño, rosa Portenho y piedra de Mojave.



#### Soñador de Tokio

Disfruta de una aventura por el Japón retro gracias a este tema de inspiración vintage. Los bordados, los tejidos mélange, los estampados degradados, las rayas y los logotipos realzan aún más el estilo. Por su parte, el blanco, el índigo, el algodón ruborizado y el amarillo Colombia crean una paleta que garantiza un ambiente de viaje y un look realmente llamativo.

#### Viajero

Tomando prestados los códigos del estilo militar y de safari, este tema está repleto de detalles modernos, lavados ácidos, apliques, selva y estampados inspirados en los viajes para un look llamativo y sin esfuerzo, lleno de actitud aventurera. Los tonos pálidos, los brillos apagados y los tintes claros conforman la paleta.

### BIO DYE - cápsula sin género

Siempre atenta a mejorar su enfoque ecológico y sus prácticas de sostenibilidad, para un futuro mejor, GUESS presenta el proyecto Bio Dye. Fabricada íntegramente con tintes vegetales y ecológicos, esta innovadora colección mini-me combina el estilo contemporáneo con soluciones de futuro que miran hacia el mañana. El resultado es un menor consumo de agua, menos contaminación y una mayor eficiencia energética. Además, todos los envases y etiquetas están fabricados con materiales biodegradables y ecológicos.

## IKKS

Esta temporada, los Free Spirits IKKS sueñan con un mundo mejor y se sienten capaces de cambiarlo. En la primavera-verano 2022 viven al ritmo del océano, un estilo de vida cool, sencillo y el olor a mar de la costa vasca. Construyen y diseñan su futuro con su actitud, sus gestos y su ropa, reintroduciendo la naturaleza en la ciudad. Libres y comprometidos, viven, respiran y sueñan con otro mundo... el suyo.



## United Colors of Benetton

¿Gryffindor, Slytherin, Hufflepuff o Ravenclaw? Llega la nueva colección de United Colors of Benetton para celebrar el 20 aniversario del estreno de la primera película de la saga, Harry Potter y La Piedra Filosofal.

Esta colección de sudaderas, gorras, bufandas y pantalones, con estampados, detalles y colores que recuerdan al Colegio Hogwarts de Magia y Hechicería y sus cuatro Casas, es perfecta para todos los fans. Prendas útiles para proteger a los más pequeños cuando llega la temporada de frío, y para hacerles soñar, entre búhos, escobas voladoras, sombreros parlantes y hechizos.

La nueva colección infantil de Benetton, fruto de la colaboración con Warner Bros. Consumer Products, brinda a todos los fans de Harry Potter la oportunidad de compartir la magia y la emoción del universo Wizarding World.



### Paloma Wool

Paloma Wool presenta la colección Eternal Loop, una serie de piezas y estampados a partir de patrones fractales, explorando el equilibrio entre el orden y el caos que hay en el universo. El mantra "Todo está conectado, la cadena nunca se ha roto" refleja el interés en la representación de que estamos todos interconectados, desde el átomo más pequeño a la inmensa galaxia.

El tricot es el gran protagonista de la colección, desde jerseys anchos, looks de rayas hasta total looks de pies a cabeza. Las siluetas están inspiradas en el cuerpo de la mujer, y la paleta cromática recuerda los colores de la tierra y del espacio.



### Escorpion

La marca Escorpion, siguiendo su estilo contemporáneo, urbano y versátil, también ha presentado My way, una colección inspirada en el ser humano y en todas sus particularidades y diferencias, como muestra a su reivindicativo Fashion Show Film. La década de los noventa y el movimiento punk de aquella época es uno de los principales referentes de esta nueva colección que gira alrededor de las geometrías simples y está formada por looks oversize en colores neutros y opacos, realizados con materiales naturales y eco responsables, como el lino, el algodón orgánico y lo tencel. Una de las piezas protagonistas de My Way es el maxi cardigan de punto, todo un símbolo del espíritu libre, honesto y atrevido de la colección con la que Escorpion rompe dicotomías convencionales y se cuestiona los estereotipos.



### Eñaut

Eñaut ha presentado Bost inspirándose en los flysch, conjuntos de rocas que reflejan la historia del planeta en capas y que descubren su evolución, explicada en millones de años. Sus colores son -cómo en los mantos pétreos- el negro, el gris y el blanco. Capas de sedimentos y de roca que alternan dureza y morbidez como los materiales que utiliza: poliéster reciclado, lana regenerada, piel vegana, tricot y elementos orgánicos.

Esta estructura de líneas minerales diferenciadas de los flysch se revela en los estampados de rayas y los plisados, así como en la composición dual de las piezas: dos mitades enfrentadas que crean un todo. Piezas como la camisa oversize y los chalecos de punto son las piezas clave de su quinta colección. El joyero artesano Tono Garal y la marca de bolsas Nonnai, cómplices creativos de Eñaut, han creado piezas ad hoc para esta colección.

### Júlia G. Escribà

La joven diseñadora Júlia G. Escribà se presenta por primera vez con equipo con la Utopía. La colección es la primera propuesta del programa de la Unión Europea TheMedNew, que agrupa marcas que se caracterizan por estilos de diseño, tejidos y compromisos sociales y ambientales propios de la esencia mediterránea, manteniendo esta hacia la globalización. Por otro lado, el nombre de la colección busca reflexionar sobre cómo será la moda en una futura utopía que, para Júlia G. Escribà, será sin duda tecnológica, sostenible y de diseño. Las siluetas de esta nueva colección se inspiran en el concepto genderless. El lino y lo cupro son los materiales estrella de Utopía, que se manifiestan a través de colores atemporales, colores piedra y tierra, basados en la teoría de l'Escala Sonocromàtica Pura de Neil Harbisson, que ha colaborado con las propuestas de colores de los tejidos y que afirma que los colores neutros y tierra emiten sonidos más suaves y armónicos, e incluso silencio.



### Is Coming

La firma Is Coming ha presentado su colección La Colonial, basada en el juego de texturas y colores para el próximo verano 2022. Is coming imagina una mujer urbana con prendas de ropa cómodas que le permitan expresar su verdadero espíritu, piezas versátiles y alegres llenas de detalles y funcionalidad.

En el Fashion Show Film se han visto looks que van del día a la noche y que se adaptan en los momentos de ocio, acontecimientos y trabajo. Trajes de hombre de lino, y faldas muy abundantes con chaquetas pequeñas adornadas con algún estampado muy potente. Trajes sin tirantes y camisas que hacen a la vez de trajes, junto con el característico tricot de la firma, son las piezas más relevantes de la colección La Colonial, inspirada en la arquitectura de la Centroamérica colonial.



### Txell Miras

La diseñadora, que expresa su personalidad a través de todas sus colecciones, juega a (A)sinfonía con composiciones espaciales y cromáticas que se manifiestan en color negro, gris, moratón marino, fucsia fuerte y moratón eléctrico. La nueva colección deja ver siluetas cargadas, con capas superpuestas pero que también tienen el objetivo de vaciar, creando instantes imprevistos que permiten desequilibrar la armonía y crear la a-sinfonía. El Fashion Film que presenta (A)sinfonía está lleno de creatividad e imaginación, y presenta la colección a través de un discurso donde todo se conecta y renace.



### Eiko Ai

Nymph Aura es su nueva propuesta, donde la diseñadora explica una historia de criaturas mágicas que habitan en los bosques y que tienen un aura mística. Nymph Aura está dirigida a la mujer de hoy: una mujer cosmopolita, inspiradora y sensual que busca conectar con la belleza natural de la tierra y vivir en el momento presente.

Las siluetas que forman parte de esta nueva colección se inspiran en los looks de los años 90 y los 2000, mezclados con auras de ninfa, creando una colección con un estilo sofisticado, delicado y casual. Terciopelos, satinados, brillantes, organdí y tejidos vaporosos se manifiestan a Nymph Aura a través de una paleta de colores de cielos rosados y verdes oscuros del bosque, que transmiten positividad, vida natural y luz dorada.



### Guillermina Baeza

Guillermina Baeza ha presentado su nueva colección El Jardí de Monsieur Takistan, que gira en torno a todo aquello que implica contemplar un jardín japonés. Las formas, con técnicas de aperturas, fruncidos, cruzados y pliegues muestran una colección donde no falta la creatividad, la estética y la ética, valores destacados en el universo de Guillermina Baeza.

Las siluetas de la nueva colección se inspiran en todos los elementos que se pueden descubrir en los jardines, como las plantas o los árboles, o sus sombras. Su paleta de colores también tiene mucho que ver con este jardín, con los colores de las hojas verdes, el azul del agua de los estanques y también los tonos rosas, violetas y amarillos que evocan los jardines nipones.

### Antonio Marcial

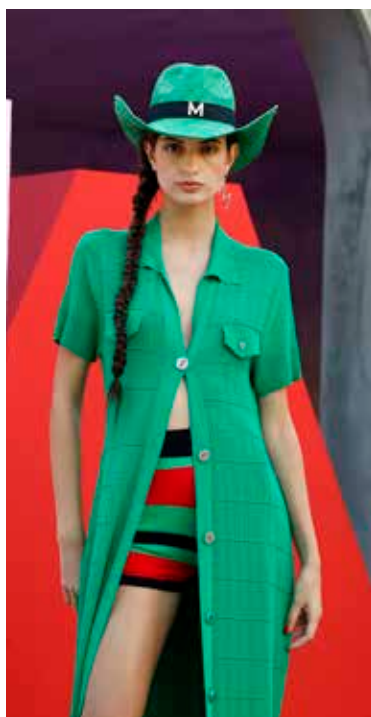
El diseñador Antonio Marcial ha presentado su colección Cruel and Soft, una reflexión sobre la violencia como elemento característico del ser humano, sobre todo la violencia autoinfligida y la que se inflige a los otros. Siguiendo el estilo joven, fresco y elegante de Antoni Marcial, esta nueva colección cuenta con fuertes inspiraciones artísticas: sus siluetas tienen como referente la obra artística de Lenore Tawney y su paleta cromática se inspira en la obra artística de Ida Applebroog.

Cruel and Soft es una colección genderless con un Fashion Film que invita a reflexionar, y que muestra esta confrontación con un mismo y entre personas. Los tonos anaranjados, las chaquetas de talle corto y los outfits de lino rosa son los protagonistas de la nueva propuesta de Antonio Marcial.



### Lebor Gabala

Lebor Gabala ha presentado California Dreamin', su nueva colección inspirada en la famosa canción de los años 60. Persiguiendo siempre la comodidad, las siluetas de esta nueva colección están inspiradas en los años 60 y 70, con piezas llenas de volumen y una paleta cromática inspirada en los colores de la naturaleza, sobre todo los colores vivos. Los estampados con flores y los motivos psicodélicos impregnan trajes anchos y frescos, otorgando ritmo y movimiento a la colección. Materiales como la viscosa, la seda, el voile de algodón y el algodón orgánico junto con un toque vintage y un punto que recuerda al movimiento hippie, transportan a la frescura de aquella California donde el sol nunca deja de lucir.



### Lola Casademunt by Maite

La marca Lola Casademunt by Maite, con más de 40 años de recorrido, ha presentado la colección Urban New Western, que cuenta con influencias de la mítica película "Cowboy de medianoche" y la estética de los años 70. Todas las piezas de la nueva colección tienen el objetivo de destacar e iluminar a quién las luce, y siguen este estilo versátil dedicado a satisfacer a la mujer actual tan característico de Lola Casademunt by Maite.

La paleta cromática de Urban New Western está formada por colores western llevados al universo de Lola Casademunt by Maite; colores vibrantes como el rosa, el verde y el rojo se manifiestan en piezas como los chalecos de piel eco con tachas de colores, las maxi bolsas y los pantalones palazzo. Una propuesta colorista con inspiración de los 70 portada en el siglo XXI.



### Paola Molet

Paola Molet ha presentado Camille, su nueva colección inspirada en la artista Camille Claudel, alumna y amante del escultor Auguste Rodin. Así, Camille explica la historia de aquellas mujeres que dedicaron su vida al arte y tuvieron la mala suerte de enamorarse de un artista.

Las siluetas de Paola Molet están formadas por piezas muy masculinas que esconden piezas femeninas y que son una mezcla entre diferentes estilos, como el modernismo o el romanticismo, creando piezas únicas. El blanco, el negro, el beige, el rosado y algunos toques de rojo, son los colores protagonistas de la nueva colección que tiene como piezas claves las faldas y los pantalones.



### Juan Avellaneda

El diseñador barcelonés Juan Avellaneda ha presentado la colección Mon coeur bat la chamade. Inspirada en la sofisticación del Nueva York de los años 70, la nueva colección de Avellaneda mezcla las historias de amor de Nueva York, junto con el punto de "sabana" que tiene la ciudad. Este concepto se manifiesta a través de siluetas que forman parte de los clásicos de la firma y dan lugar a piezas hechas para disfrutar de la vida y explorar nuevos horizontes.

La paleta de colores de Mon coeur bat la chamade incluye los colores de esta "sabana urbana": tonos camel, marrones, negros, marfiles y toque rojo, dando como resultado una elegancia audaz, ágil y contemporánea.



### Roberto Torretta

Roberto Torretta lanza su colección primavera/verano 2022 en la pasarela Mercedes-Benz Fashion Week con propósitos renovados. El enfoque de la colección es amigable, una verdadera colaboración entre un nuevo tipo de moda más respetuosa, moderna, conectada de manera profunda con la naturaleza, nuestras ciudades y las nuevas tecnologías. La perspectiva es amplia. Diseños magníficamente realizados para durar en el tiempo, necesitan de confort y versatilidad para dibujar unas siluetas dinámicas y relajadas en algodón sargado blanco perfecto o en lino verde "herbal sofi" ... Una intención Color Block.

El optimismo se desata en vestidos espontáneos, de patrones alegres y estampados florales o en lisos color amarillo brote, dilute blue de mano suave, crepada y efecto mouliné.

La noche: moderna, elegante, en tejidos crepados, metalizados, 3D y la sastrería de lujo, se mantienen unidos con hilos nobles

como el lino y la seda, trabajados con técnicas avanzadas y sostenibles.

### Custo Barcelona

La mujer Custo cree en ella y proyecta convencimiento. I trust me es un viaje hacia afuera para mostrar una seguridad que nace de dentro. Esta nueva apuesta profundiza en la belleza de las formas puras, de los conceptos rotundos, los colores vibrantes y los detalles esenciales que construyen un todo. Los materiales de alta calidad en estado puro o fundidos con otros a baja intensidad son la base sobre la que se construye una nueva narrativa que demuestra el magistral dominio de la mezcla de colores, del patronaje y de la combinación de materiales del que Custo es sinónimo.

Los vestidos, tanto micro como maxi, son las piezas clave de la propuesta. De experimentado patronaje con aberturas geométricas y pliegues insinuantes, son piezas con tendencia a la ausencia de elementos superficiales. Los pantalones tienen también un protagonismo propio. De corte masculino y oversize, están realizados en tejidos naturales como la sarga de algodón o seda, en blancos o tonos neutros, o bien en tejidos de puntillas de colores puros. Los micro shorts de pierna ancha u oversize se convierten también en una de las claves para completar los looks al más puro estilo street style pasado por el filtro de la firma.



### Antik Batik

Este nuevo vestuario juega con los efectos de transparencia y fluidez sobre siluetas solares, siempre apegadas al saber hacer de los artesanos indios. Los delicados bordados y el ganchillo armonizan con los vibrantes bloques de colores de los 80 y hacen un guiño a los estampados y al "tie-dye". Las chaquetas acolchadas pequeñas y los chalecos de múltiples proporciones son imprescindibles. El punto de ganchillo se revisa: pantalones fluidos, tops para llevar por debajo/por encima, vestidos recortados que realzan la silueta. El algodón, ya sea en voile, gasa o crepé, en vestidos y blusas de estilo bohemio, acentúan la verdadera esencia de la marca.

Jugando con las minis y las maxis, tanto en términos de volumen como de estampado, los tops y los "bodies" enfatizan un nuevo busto y se combinan con faldas largas o pantalones de popelín de algodón. La prenda de punto es ligera y cae como un poncho sobre los hombros.



### Marcos Luengo

Las obras pictóricas de Rubén Martín de Lucas inspiradas en el filósofo japonés Fukuoka, que asentó las bases de la agricultura natural, sirven de inspiración para la última colección de Marcos Luengo, presentando una propuesta multiestacional y elaborada con tejidos naturales y sostenibles.

El diseñador asturiano Marcos Luengo presenta una colección inspirada en la obra pictórica "El jardín de Fukuoka", del artista visual Rubén Martín de Lucas. La plasticidad, manchas y grafismos del artista han servido a Luengo como punto de partida para la creación de sus estampados en diferentes tejidos, complementando la colección con diseños donde los lisos son también protagonistas.

Mostrando sus características y atemporales siluetas fluidas y de aire japonés, Marcos Luengo hace una propuesta multiestacional utilizando tejidos sostenibles y naturales como el lino, cáñamo, seda, algodón, lana y nylon reciclado en clara referencia a la obra y la filosofía del artista y su inspiración.

Asimismo, la firma hace una inédita propuesta para hombre de la mano de su hija, Carmen Luengo, también diseñadora y con un marcado enfoque por el desarrollo sostenible, cuyo diseño llama al consumo sosegado y consciente.





## Les Georgettes

La naturaleza se libera de su manto invernal y se despereza para prepararse para la primavera... esta poesía vegetal en constante movimiento es la fuente de inspiración de esta sensual temática.

Pivoine y Ecllosion imitan las metamorfosis de las flores primaverales y presiden este paisaje suave y poético.

Los cueros alegran el final del invierno con una paleta de colores femenina y con motivos florales y gráficos.



## Gioseppo

Gioseppo cumple 30 años. La firma de calzado española lleva acompañando a varias generaciones a través de zapatos cómodos, de calidad y diseñados bajo su filosofía Have a NiceDay!. 30 años en los que la marca ha conquistado a más de 80 países a través de sus cerca de 10 mil puntos de venta.

Con motivo de esta fecha tan especial, Gioseppo Woman ha lanzado un modelo de sneakers que reúne las tendencias más icónicas de la marca. El modelo Valonia ha sido creado para convertirse en el zapato perfecto para la mujer Gioseppo de ahora y del comienzo de la historia de la firma: mix de estampados y materiales, cuña, ligereza y confort.

La sostenibilidad juega también un papel imprescindible en este nuevo diseño. El modelo 30 Aniversario de Gioseppo Woman está fabricado con forro y planta acolchados y transpirables de PET reciclado y cuña externa de 5cm. con EVA reciclada. Las sneakers cuentan con un packaging exclusivo, acompañado por una nueva etiqueta y un marcapáginas homenaje a esta fecha tan especial para Gioseppo y sus clientes.



## Eyepetizer

Springs, Long island y Montauk son los modelos que componen la colección Hamptons de la firma italiana Eyepetizer. Estas gafas de líneas sencillas y elegantes están realizadas en acero ultraligero y puedes encontrarlas en tres opciones diferentes de color: negro, marrón y blanco transparente. Debido a su diseño, su ligereza y sus tonalidades, son las gafas perfectas tanto para invierno como para verano. Eyepetizer es la marca que tiene los básicos que necesitas para completar todos los outfits de esta temporada. Si estás buscando accesorios que funcionen con cualquier look y que nunca pasen de moda, no pierdas de vistas estos tres modelos.



## Merci Maman

Su última Colección Zodiaco de 10 piezas, inspirada en la astrología, está diseñada para exhibir el signo zodiacal de uno mismo o el de un ser amado y cuenta con collares, pulseras, anillos y pendientes.

Un signo de estrella es un recordatorio de los rasgos que te hacen ser quien eres hoy, la singularidad de una personalidad y lo especial que es cada individuo. Es una oportunidad para sentirte conectado con tus hijos, tu pareja, tus padres, tus abuelos o con cualquier persona especial para ti llevando una joya sentimental para mantenerlos siempre cerca del corazón.

En Merci Maman cada pieza se personaliza y se graba a mano para hacer que cada joya sea verdaderamente única.



## Apodemia

La vida en el campo, el ritmo tranquilo, y mucho tiempo por delante para preparar una deliciosa merienda porque, esta tarde, tiene visita de sus amigas. La protagonista de esta historia es Juno y, para ella, todos los detalles son importantes. También la decoración de la mesa, donde pasarán gran parte de su tiempo de hoy, que está protagonizada por los manteles de lino adornados con delicados bordados. En la mesa de Juno están representados los colores, los detalles de flores y las mariposas que forman parte de su nuevo hogar, alejado de la estresante vida de la ciudad. Porque Juno sabe que entorno a una mesa se comparten las alegrías y las penas, se cuentan historias y se celebran los momentos que dan sentido a la vida. "Mis mejores recuerdos se crearon en torno a una mesa; las celebraciones familiares, las confesiones, las risas... por eso me hace especial ilusión presentar una colección que formará parte de esos momentos únicos, vistiendo las mesas con el mimo y el cuidado de antes", explica Jimena Von Knobloch, directora creativa y cofundadora de Apodemia. Son estos recuerdos los que la han impulsado a crear Juno, su primera colección textil con la que la firma se lanza a vestir las mesas de los hogares de la forma más especial. Porque la felicidad, como a Juno, nos hace ver las cosas de manera diferente, y nos permite disfrutar de los pequeños detalles como nunca antes nos habíamos fijado.



## Tous

La colección de gafas TOUS mantiene su habitual estilo tierno, juvenil y divertido. Los nuevos modelos cuentan con una marcada feminidad, gracias a la atención prestada a los detalles, el hábil uso del color y una inteligente combinación de materiales. Cada par de gafas es una pequeña joya, una manera trendy de expresar alegría, dulzura y sensibilidad.

## Roger Vivier

El deseo tiene innumerables formas y tamaños. Para Gherardo Felloni, la creación de un nuevo bolso icónico comenzó imaginando cómo los códigos emblemáticos de Roger Vivier podrían articularse con un aire instantáneo y atemporal. Así, Roger Vivier presenta el Viv Choc: un bolso para el día y la noche que encarna una dualidad de deseos, que es sexy pero sencillo a la vez.



## Olivia de Blanc

Olivia's Love es el modelo insignia de la firma Olivia de Blanc. Siendo una pieza elegante y versátil con infinitas posibilidades de personalización y con materiales donde predomina la alta calidad.



El bolso favorito de la diseñadora incluye un monedero a conjunto para esas pequeñas cosas que queremos tener más a mano. El estampado original impreso sobre un tejido 100% algodón de la mejor calidad, hace de este bolso una pieza única. La banda bordada hecha con hilos premium lo convierte en un diseño exclusivo que aporta un acabado único e innovador. El uso de estampados florales en las colecciones primaverales, cada año se reformulan. Olivia de Blanc no ha querido dejar pasar esta tendencia, por eso mismo ha querido hacer Olivia's Love, un bolso que triunfa por sus tonos llamativos.

## Eugenia Martínez de Irujo

El centro comercial ABC Serrano ha presentado la nueva colección de cuadernos, carpetas y artículos de escritorio que ha diseñado Eugenia Martínez de Irujo para Papelorio, tienda ubicada en el interior del centro y en la que el papel es el auténtico protagonista.

La aristócrata ha creado esta línea diseñada sobre dos de los pilares más importantes de su vida: sus cuadros y su pasión por preservar el medioambiente. Se trata de una colección exclusiva de entre 25 y 30 piezas de papelería tradicional, en la que representa gran parte de su obra artística más reciente.

Una colección de arte en papelería siempre con el máximo respeto al medio ambiente, con una elaboración artesanal, encuadernaciones cosidas a mano, papeles ecológicos (de algas, maíz, hierba, uva, oliva y caña de azúcar) y tintas libres de ácidos son los pilares sobre los que desarrolla esta larga lista de artículos de escritorio.

Entre los diseños que podemos encontrar está una de sus geishas, varios de sus animales salvajes, maceteros con flores y plantas y también sus samuráis.



## Uniko i Kornio

Hay bolsos mini y maxibolsos, bolsos de piel natural o de piel sintética... pero si buscas un bolso único tienes que conocer Uniko i Kornio.

Uniko i Kornio es una marca con vida propia creada por Raquel Esteban Jabón, diseñadora de bolsos española con una larga trayectoria internacional. ¿Es un bolso? ¿Es un unicornio? ¿Por qué elegir cuando puedes tener las dos cosas? Son bolsos y son unicornios.

Su misión como marca es llenar tu vida de magia, y por eso quieren que sepas que el bolso-unicornio es un "producto" mágico.

Es un bolso hecho en piel sintética. Imitación piel de oveja, súper blandita y elástica.

Acolchado interior en foam en las zonas de cabeza, cuerpo y patas para conseguir efecto de peluche.

Forro interior con tejido mil rayas blanco-negro de poli-algodón, una mezcla de poliéster con un poco de algodón.

Tiene dos asas de mano y también correa extraíble de quita y pon, por medio de mosquetones metálicos. La correa tiene una longitud estándar de 105 cm., con hebilla metálica para regular el largo convenientemente.



## Thomas Sabo

Thomas Sabo presenta para mujer un reloj que no te va a dejar indiferente. La extraordinaria esfera en un místico verde oscuro y adornada con libélulas es la protagonista indiscutible de este femenino reloj de color dorado. Varias piedras de diferentes colores y tallas, minuciosamente engastadas a mano, llenan de destellos la esfera. Las cuatro libélulas de color dorado y dispuestas en relieve envuelven la muñeca de aires exóticos.

Los motivos geométricos creados en exclusiva por Thomas Sabo que embellecen el brazalete de fina malla milanese gofrada aportan a este modelo un encanto étnico inaudito. Asimismo, la corona utilizada para ajustar el tiempo está adornada con una piedra talla redonda, para dotarla de un pequeño detalle de fantasía.



## Longchamp



La colección de prêt-à-porter Spring/Summer 2022 es una oda al arte de vivir a la francesa: un recuerdo de un apetecible domingo soleado en la casa familiar de la Provenza, generaciones reunidas alrededor de una vieja mesa de roble decorada con cerámicas coloridas y manteles frescos.

El lino es uno de los temas principales de la colección ya que Longchamp ha colaborado con Charvet, proveedor de los mejores paños de cocina franceses de lino desde 1866, para crear la versión imprescindible de esta temporada del emblemático Le Pliage®: un canvas de lino blanco con una franja vertical en rojo y azul. Al hilo de la exitosa colaboración del verano pasado con Filt y sus shopping realizados en malla, dos Maisons con historia se unen de nuevo para homenajear de manera vanguardista a la artesanía tradicional francesa.

En la colección de prêt-à-porter se dejan ver franjas y cuadros al estilo de un paño de cocina. Un minivestido sin mangas de popelín de algodón se presenta con una amplia franja roja a la altura del dobladillo, mientras que un vestido midi consigue un aire ligero gracias al algodón a cuadros. Estas dos prendas son una muestra de los contrastes que podemos encontrar en la colección entre lo mini y gráfico por un lado, y largo y vaporoso por otro. También los accesorios se apuntan a la temática de los paños de cocina, en particular un sombrero de tela a rayas y unas deportivas altas a cuadros.

Otras inspiraciones artesanales interpretadas por la Directora Creativa de Longchamp, Sophie Delafontaine, son la cerámica de colores vivos que disfruta coleccionando cuando está en el Sur de Francia, los bordados provenzales tipo boutis y los motivos florales suaves de las colchas. Ha querido incluir estas influencias eclécticas en una colección cargada de energía pero lejos de ser literal: el espíritu puede ser provenzal, pero la actitud es 100 % parisina.

### Apodemia

Apodemia, la firma de estilo de vida inspirada en la naturaleza, da un paso más en su expansión con la entrada en El Corte Inglés. Este paso se produce con la inauguración de dos espacios en los centros de El Corte Inglés de Goya y Sanchinarro, en Madrid.



Estas aperturas en los grandes almacenes, a las que se planea sumar otras en distintos puntos de España, se enmarcan dentro del plan estratégico de la compañía, que había establecido el ejercicio en curso como un año en el que consolidar la red, reforzar los distintos canales de venta y ampliar el modo de alcanzar a los clientes. En palabras de Jaime Landeta, CEO de Apodemia, "con la apertura de estos dos nuevos espacios, Apodemia da un paso más allá a la hora de consolidar su crecimiento en España. La entrada en El Corte Inglés nos permite acercar la esencia de la firma a nuevos compradores, que no conocen la marca, y estrechar los lazos con aquellos que ya comparten nuestro estilo de vida y se reconocen en las colecciones que creamos dentro de este universo".

### Ralph Lauren

Reimaginando una gran residencia milanesa con una escala íntima, rica en detalles y con capas de historia, la tienda, el bar y el patio cubrirán cinco pisos y casi 16,000 pies cuadrados. El mundo de Ralph Lauren combina lo que es claramente estadounidense con el encanto del estilo y la artesanía italianos. Los interiores están hechos de materiales tradicionales de piedra caliza y terracota. Los pisos de madera recuperada se combinan con paneles de madera y se acentúan con bronce, latón envejecido y hierro forjado. Todo el espacio está repleto de objetos antiguos, obras de arte icónicas, muebles antiguos y carpintería personalizada. La nueva tienda insignia de Milán también será accesible a escala mundial gracias a una plataforma de compras inmersiva: la experiencia virtual RL. Se invita a los clientes a comprar las últimas colecciones y descubrir la nueva oferta hotelera y los servicios de lujo, incluida la confección a medida, la selección de obsequios y las citas de estilo privadas. Desde principios de diciembre en adelante, los clientes pueden entrar virtualmente en el elegante y festivo mundo de Ralph Lauren durante la temporada navideña y desbloquear regalos exclusivos y experiencias personalizadas.



### Cyrana

Cyrana, la joven firma fundada por Elisa Álvarez, inauguró el pasado 13 de septiembre su primera tienda insignia en una de las calles más prestigiosas y exclusivas de Oviedo.

La tienda de 40 m<sup>2</sup> ubicada en pleno centro de la ciudad se caracteriza por su enfoque vanguardista, sostenible y moderno. Con un diseño de líneas rectas y en un material resistente y atemporal, el blanco es el protagonista, permitiendo un amplio abanico de posibilidades a la hora de exponer las coloridas colecciones de la marca.

La apertura de este primer punto de venta obedece a un plan de expansión a nivel nacional e internacional a través de tiendas propias y franquicias.

### Kiabi

La Compañía francesa Kiabi, con más de 500 tiendas propias en todo el mundo y 52 en nuestro país, se apoya en el sistema de franquiciado para continuar su crecimiento en su formato físico y aumentar así su portfolio de cara a sus clientes y posibles partners en España.

El pasado 28 de octubre se 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. De todos estos formatos, sin duda hoy el más importante es el franquiciado, y desde Kiabi han decidido que sea Avilés el enclave donde se abra su primera franquicia de muchas que verán la luz en los próximos años. Para la marca, la franquicia no es un formato nuevo ya que en países como Francia, Portugal o el norte de África lleva tiempo en funcionamiento con muy satisfactorios resultados. El formato de franquiciado en nuestro país se suma a su e-commerce y tiendas en propiedad como una herramienta más que fomente la accesibilidad, omnicanalidad y expansión de la marca.

Este proyecto es uno de los ejes fundamentales de la estrategia de la marca para su desarrollo en España, aunque las intenciones de Kiabi van mucho más allá. Con un ambicioso Plan de aperturas, Kiabi planea seguir conquistando nuevas aglomeraciones mediante las aperturas de sus tiendas propias y con nuevos formatos que le permitan ganar agilidad y acercarse a los clientes españoles. Todos ellos garantizarán los resultados gracias a un innovador modelo crosscanal que integra tanto los formatos y las colaboraciones, como nuevas fórmulas de Retail, fomentando así el incremento de su cuota en el mercado español.



## Lola Casademunt



Lola Casademunt, la firma de moda y accesorios para mujer, inaugura nueva flagship store en Murcia; en una tienda de más 100 metros situada en pleno corazón de la ciudad (Gran Vía del Escultor Francisco Salzi- llo, 21).

Un nuevo espacio en el que se pueden

encontrar colecciones de sus dos líneas Lola Casademunt, la línea más casual, y Lola Casademunt by Maite, la línea premium y más personal de la directora creativa de la firma, Maite Casademunt.

Esta última apertura se suma a las recientes en La Roca Village (Barcelona), Vigo y Castellón, y con las que Lola Casademunt sigue su expansión nacional. Así, la firma cuenta ya con 11 tiendas propias, 4 franquicias además de 18 córners El Corte Inglés repartidos por la geografía española, y más de 550 puntos de venta multi-marca repartidas por toda la geografía nacional y Portugal. Además, la compañía ha empezado ya su plan de expansión internacional desde principios de este 2021, y ya está presente en Bélgica, Francia, Italia, Portugal y UK a través de más de 250 puntos de venta multimarca. Próximamente, Lola Casademunt inaugurará nuevas tiendas y córners El Corte Inglés; y se lanzará a la conquista de otros mercados como EE.UU. y Latinoamérica.

Y es destacable también la presencia de la compañía en La Tienda del Pabellón de España, en Expo Dubái 2020, que se inauguró el pasado 1 de octubre y que se prolongará durante 6 meses.

## JD Sports

El retailer líder en moda urbana JD Sports, celebra una nueva apertura en el Centro Comercial Odeón en Narón, Ferrol, poniendo fin así a su expansión de este 2021 por el territorio nacional, y sumando 4 establecimientos en la comunidad autónoma gallega.

En esta ocasión, el local cuenta con 402 m2 totales y 257 m2 de tienda, y dará empleo a 18 personas. Una apertura que viene a ser la culminación de un año de gran expansión para JD en nuestro país: en total, se han abierto 16 nuevas tiendas en España en los últimos meses, las más recientes, las de Orihuela y Reus, el pasado 13 de noviembre. Destaca el foco que ha hecho la compañía en la ciudad de Valencia, donde este año ha inaugurado 5 nuevos espacios.

Desde que iniciara su plan de expansión por España, la compañía sigue apostando fuerte por incrementar su presencia a nivel nacional, por lo que, con las últimas incorporaciones, JD ya cuenta con un total de 82 tiendas en el país. Con estas aperturas, la empresa da fe de su intención de consolidarse como un category killer del sector retail, con tiendas ubicadas en las principales ciudades de España, como Madrid, Barcelona, Sevilla, Granada, Cádiz, Alicante, Santiago de Compostela o Pamplona, entre otras, haciendo llegar a los amantes del estilo urbano las últimas tendencias en zapatillas y moda.

Gracias a este plan, los seguidores del street style podrán disfrutar de las últimas tendencias en zapatillas y moda, con modelos exclusivos a la venta solo en JD para todos los públicos: hombre, mujer, junior, niño y baby. La marca británica cierra el año de esta forma, logrando su objetivo de convertirse en el referente de su sector dentro del territorio español a través de la presencia física en distintos puntos geográficos.



## Sepiia

No es una tienda, sino un espacio de marca que ofrece una innovadora experiencia a sus visitantes, al permitirles experimentar y poner a prueba por sí mismos la exclusiva tecnología textil con la que Sepiia ha revolucionado el mundo de la moda. Recién inaugurado en el nº 102 de la calle Hortaleza, Espacio Sepiia traslada su particular universo, donde confluyen estilo, ciencia y sostenibilidad, al corazón de Madrid.

En Espacio Sepiia estarán presentes su colección de hombre y de mujer, ambas con prendas divididas entre un estilo más formal y otro más casual. Los chicos dispondrán este invierno de camisas, polos, camisetas y, por fin, pantalones y chaquetas. Mientras que las chicas disfrutarán de una amplia selección de camisetas, blusas y su llamativa camisa bowling. Aunque, por supuesto, destacará sobre todas ellas su prenda súper ventas, la camisa blanca, un icono de Sepiia –tanto para ellos como para ellas– que resiste perfecta hasta las jornadas de trabajo más largas e intensas: “somos innovadores y tecnológicos, pero respetamos la tradición de la sastrería clásica como búsqueda de la perfección también en las formas y patrones”, concluye Paula.

Sepiia abre una nueva era con Espacio Sepiia, donde las personas pueden acceder a una moda de

estilo atemporal, con funciones extraordinarias y en un entorno experiencial y experimental que produce el mínimo impacto ambiental y el máximo impacto social.



## Schiaparelli

La Couture Maison Schiaparelli se complace en anunciar la apertura de su primera boutique fuera de sus históricos salones de la plaza Vendôme, en Bergdorf Goodman, en Nueva York.

El 12 de octubre de 2021, Schiaparelli abrió una boutique en la cuarta planta de los grandes almacenes. Será la primera vez que la Maison ponga en marcha un espacio permanente desde su reapertura en 2013. Bergdorf Goodman y Schiaparelli comparten una larga historia juntos, que comenzó hace 90 años cuando el minorista de la 5ª Avenida recibió a Schiaparelli por primera vez en 1931, vendiendo las colecciones de la diseñadora hasta el cierre de su Maison en 1954.

El espacio invitará a los visitantes a explorar el universo y la colección de prêt-à-porter de Schiaparelli así como una línea de vestidos de cóctel de noche inspirados en la colección de Alta Costura de la Maison, diseñada exclusivamente para el minorista.



## El Príncipe Carlos entrega el Queen's Award al comercio internacional a la empresa de joyería personalizada Merci Maman



La marca de joyería personalizada Merci Maman ha sido galardonada por segunda vez con el Queen's Award en la categoría de Comercio Internacional. El premio fue otorgado en 2020, pero no ha sido hasta 2021 que se ha podido celebrar la ceremonia. Béatrice de Montille, fundadora de Merci Maman, visitó el miércoles 10 de noviembre el Palacio de Windsor en una ceremonia presidida por el Príncipe Carlos y la Princesa Ana para recoger el prestigioso premio.

## Ralph Lauren presentó los uniformes del equipo de EEUU para los JJOO en Beijing 2022

Ralph Lauren presentó los uniformes de la Ceremonia de Clausura del Equipo de Estados Unidos para los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de 2022. Continuando con el compromiso de Ralph Lauren con la sostenibilidad, la empresa ha trabajado para utilizar materiales y prácticas de fabricación más sostenibles para el uniforme del desfile de la ceremonia de clausura. El uniforme del Team USA Closing Ceremony Parade incluye una chaqueta con capucha a cuadros de búfalo con poliéster reciclado y plumón reciclado; un pantalón de vellón (para hombres) y un leggings de vellón (para mujeres), guantes y botas hechos con poliéster reciclado; y un jersey de cuello alto de intarsia y un gorro hechos con lana cultivada en Estados Unidos con certificación RWS (Responsible Wool Standard). Ralph Lauren se abastece de lana procedente de ranchos certificados por la RWS y, para 2025, se ha comprometido a utilizar un 100% de lana certificada por la RWS o reciclada. Todas las prendas del uniforme se fabrican con orgullo en Estados Unidos.



## Farrutx, la marca española con 40 años de historia

Después de 40 años de historia, la marca española de zapatos y complementos Farrutx, continua en su apuesta por ofrecer calidad, diseño y el savoir faire inspirado en el 'Made in Spain' más chic y actual.

Con su boom en los años 90, Farrutx ha conseguido establecerse en un mercado con una alta demanda en zapatería y complementos, llevando así a lo más alto a la marca y haciendo visible su compromiso con la artesanía y los materiales de calidad. En estos parámetros, se encuentra esta firma que a día de hoy, sigue emocionando a prescriptores de moda de todo el mundo con sus apuestas año tras año.

Con motivo de su 40 aniversario, la marca rinde homenaje a modelos icónicos y reediciones más actuales, incorporando también a la misión y visión de Farrutx, el compromiso con la sostenibilidad. Un background de más de 50 tiendas por todo el mundo, y su presencia tanto en revistas como eventos de prestigio nacionales e internacionales, dan señal de la gran historia que guarda la marca Farrutx.

## Olga Macià vuelve a las pasarelas con su colección más transgresora



Olga Macià regresa por todo lo alto en esta ocasión participando en la Gala BFW 2021 de Barcelona Bridal Fashion Week, que ha reunido a las grandes firmas nacionales e internacionales del sector apoyando la causa de Save the Children contra el matrimonio infantil. Macià ha presentado su nueva colección Vuelta al ruedo.

Una rompedora propuesta de vestidos de novia inspirada en esas mujeres que tienen el poder de conquistar una plaza de toros nada más pisarla; adueñándose de todo el protagonismo y capoteando las críticas como mejor vengan.

La diseñadora ha hecho lucir 3 diseños únicos, 1 de invitada y 2 de novia. Esta vez, los tejidos en tul, las flores en relieve, los corsés de infarto, y los apliques

del mundo Taurino son los protagonistas indiscutibles de la colección. La diseñadora Olga Macià no ha dejado indiferente a nadie gracias a su colección más transgresora y atrevida hasta el momento. Porque la moda taurina española es siempre una apuesta segura y porque cada vez que un torero sale a la plaza a torear necesita ir vestido con su traje de luces y todos sus complementos, y una novia no puede ser menos.

## El IED Barcelona rinde homenaje a la Casa Vincens con un look 100% sostenible

Influencias modernistas, persas y orientales. La Casa Vincens, primera obra de Gaudí se convierte en inspiración para el diseño que el IED Barcelona Centro Superior de Diseño presentó en la casa museo.

Carla Corpas, exalumna del Título de Grado en Enseñanzas Artísticas de Diseño de Moda, firma el diseño creado bajo una mirada sostenible y una precisa atención al uso de materiales orgánicos. Una propuesta realizada en sedas y tintes naturales que la propia diseñadora ha elaborado para la ocasión y que se sirve del patchwork para plasmar los mosaicos característicos de la Casa Vincens en las prendas.

Escenario protagonista del último fashion film de la escuela, La Casa Vincens sirvió de pasarela para la última edición de Fashioners of the World, el desfile anual de la escuela donde los estudiantes presentan las colecciones de final de carrera. Fue el marco ideal cargado de un simbolismo en la que la experimentación de un joven Gaudí en su primera obra sirve como analogía para mostrar las apuestas más audaces de los trabajos de graduación de los alumnos.

## boboli celebra su 40 aniversario con la sostenibilidad como eje transversal

boboli, marca española líder de moda infantil, celebra su 40 aniversario con buenas perspectivas de futuro, al cerrar en septiembre su año fiscal con un incremento de su facturación en un 8%, que supera los 38M en este ejercicio.

Estos buenos resultados, si bien no alcanzan aún la cifra previa a la pandemia, debido a las restricciones vigentes en gran parte del pasado año, confirman la fortaleza y rápida capacidad de adaptación a las circunstancias de boboli, cuyas previsiones para el próximo año 2022 son bastante halagüeñas. En este sentido, boboli se ha convertido en un aliado importante y fiable en los puntos de venta multimarca con los que trabaja en más de 70 países en todo el mundo, logrando sortear satisfactoriamente la crisis mundial de suministros, con soluciones que han facilitado la flexibilidad en las entregas y el estrecho trabajo conjunto con sus proveedores. Además, se ha hecho partícipe al comercio multimarca del proyecto de omnicanalidad que la marca está poniendo en marcha en Europa, dando visibilidad a sus negocios como punto de recogida y poniendo el stock de las tiendas a disposición del e-commerce.

En cuanto a los puntos de venta monomarca, boboli cuenta con 50 tiendas en España y otros tantos corners en El Corte Inglés, a destacar la nueva apertura en El Corte Inglés en Lisboa (Portugal). En cuanto al e-commerce, destaca también la apertura del Marketplace Allegro en Polonia, que se une a los espacios digitales que la marca tiene en Zalando, La Redoute y Amazon, así como sus propios e-commerce.

Con el motivo de su 40 aniversario, boboli ha puesto en marcha nuevos proyectos orientados a hacer de la empresa un modelo de sostenibilidad en todas sus áreas de actuación: personas, producto, entorno y Medio Ambiente, fiel a su único y gran compromiso: el futuro de los niños y niñas.

## Lola Casademunt celebra su 40 aniversario

Lola Casademunt está de aniversario. La firma de moda y accesorios para la mujer cumple cuarenta años este 2021 y lo hace reinventando su heritage con una Limited Edition 40 aniversario, estrenando nueva campaña de imagen con la modelo internacional Nieves Álvarez, y con la internacionalización de la marca puesta en marcha también este año.

Como homenaje a su historia, la firma ha diseñado una Limited Edition 40 aniversario compuesta por prendas icónicas de la marca tanto de ropa, como de complementos y bisutería. Todo ello está la venta en sus tiendas propias, franquicias, corners de El Corte Inglés, puntos de venta multimarca y en su web. Esta cápsula refleja 100% el ADN tan marcado de la marca.

Y es que cuarenta años no se cumplen todos los días. Fue en 1981 cuando la señora Lola Casademunt, madre de la actual presidenta y directora creativa Maite Casademunt, fundó en el sótano de la casa familiar un modesto taller artesanal de accesorios para el pelo, sin saber que dos años después, vendería sus originales propuestas en parte del territorio nacional. Tras esto, la diversificación de la compañía a través de accesorios y bisutería vino pronto para lograr impulsar y afianzar la firma.

Es a partir del 2016 que la firma, capitaneada ya por Maite Casademunt, empieza a diseñar colecciones de moda, que se suman a las ya existentes propuestas de complementos (bolsos, cinturones, pañuelos, guantes, sombreros y zapatos) y de bisutería. Todo ello para acabar creando el universo Lola Casademunt tan significativo y marcado con el ADN de la marca: animal print, logomanía, colores vibrantes y el gusto por los detalles en cada una de las prendas.

Lola Casademunt, empresa familiar, siempre ha estado en manos de la familia Casademunt. Y, desde 2018, en manos del matrimonio Casademunt-Espona, con la entrada en la propiedad y presidencia de Fernando Espona, el marido de Maite Casademunt que, aunque siempre había estado a su lado en este proyecto, en este momento entra a formar parte de éste de manera oficial.

Toda una carrera dedicada al diseño, producción y venta de prendas de moda y accesorios para vestir a la mujer de pies a cabeza, a través de sus dos líneas de moda: Lola Casademunt, la línea más casual e informal, y Lola Casademunt by Maite, el proyecto más personal y premium de su directora creativa, Maite Casademunt.

Un año de aniversario para celebrar estas 4 décadas, pero también todos esos hitos conseguidos desde principios de este 2021 que han puesto la guinda al pastel: el desfile por primera vez en la Madrid Benz Fashion Week Madrid, el lanzamiento de la primera campaña de imagen de la firma con Nieves Álvarez como protagonista y la expansión nacional e internacional de la compañía.

## Roberto Verino galardonado con el Premio Pop Eye de Moda 2021

El diseñador Roberto Verino ha sido galardonado con uno de los premios Nacionales de la Música y las Artes, conocidos como premios Pop Eye, en la categoría de moda y que otorga cada año la asociación cultural Bon Vivant. Los galardones se entregaron el 20 de noviembre en el transcurso de una gala celebrada en el Teatro Alkázár de Plasencia.



Estos premios que celebran su decimoquinta edición destacan la trayectoria y trabajo de grandes profesionales y artistas, así como de jóvenes talentos que despuntan en diferentes disciplinas relacionadas con la Música, el Arte y la Cultura.

Roberto Verino se siente muy orgulloso de recibir este premio que suma a su carrera profesional en la que el año que viene celebra sus primeros 40 años de marca.

El diseñador cree en la belleza de lo sencillo, la moda hecha en cercanía y en la defensa de los oficios de moda. Sus colecciones están concebidas para trascender en el tiempo y sus prendas aspiran a formar parte de los armarios emocionales de quien los viste y convertirse en iconos contemporáneos.

## Cristina Tamborero



Cristina Tamborero homenajea Barcelona con Condal Collection su colección de novia más especial.

Barcelona Bridal Fashion Week ha vuelto a reunir las grandes firmas nacionales e internacionales del sector bridal en un gran evento solidario junto con Save the Children contra el matrimonio infantil, entre ellas ha destacado la firma de novia e invitada Cristina Tamborero que se ha unido a la causa y ha presentado su delicada y femenina colección de nupcial Condal Collection.

Su colección toma inspiración de la brisa del mar, hasta las románticas calles del barrio gótico, pasando por sus edificios modernistas tan característicos de la ciudad condal.

El romanticismo se ve reflejado a través de puntillas, tul bordado y los delicados tocados realizados con flor de porcelana.

Unas siluetas dirigidas a todo tipo de mujer, con diseños con volumen en mangas trabajadas a partir de frunces y volantes y faldas fluidas que te hacen soñar.

No nos olvidamos de sus espaldas infinitas y vestidos versátiles con chaqueta diseños muy característicos de la firma que hacen de cada vestido una joya única y femenina.

La diseñadora se ha inspirado en su querida ciudad natal, Barcelona, la ciudad que la ha visto crecer y consagrarse dentro del sector novia, de esta manera Cristina ha rendido homenaje a la ciudad que siempre la ha apoyado.

— BARCELONA —  
**BRIDAL**  
FASHION WEEK

[www.barcelonabridalweek.com](http://www.barcelonabridalweek.com)

[@](#) [f](#) [t](#) [p](#) [v](#) [in](#) [v](#)

  
Fira Barcelona

#BBFW'22

# MOVE TO NEW

20-23 April Fashion Shows | 22-24 April Trade Show

 Save the Children

With the support of

 Generalitat de Catalunya  
Departament d'Empresa  
i Treball