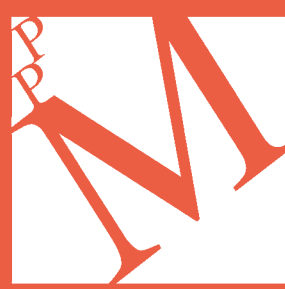




PRENSAPIEL

REVISTA PROFESIONAL DEL SECTOR DE LA PIEL



NÚMERO 282 · OCTUBRE 2022 · 18 Euros · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · prensapiel@prensapiel.com · www.prensapiel.com



EXPO **PELL**
MARROQUINERIA I COMPLEMENTS

[23-25 OCT]

FIRA DE BARCELONA

Pabellón Italiano · Pza. Carles Buigas

DOMINGO Y LUNES: 10 - 19.30 h. | MARTES: 10 h. - 17 h.

¿Quieres ser expositor?
www.expopell.com

Organiza:

**agents&
brokers**



Col·legi Oficial
d'Agents Comercials
de Barcelona
-COACB-

Colaboran:

B S
BancSabadell



**Generalitat
de Catalunya**



NUESTRA PORTADA:
Martinelli X Redondo Brand

PRENSAPIEL

Director:

José Antonio Blanco
joseantonio.blanco@edicionessibila.com

Redacción:

José Antonio Blanco - Elena Sisó

Departamento Comercial:

essl@edicionessibila.com

Administración y Suscripciones:

essl@prensapiel.com

Edita:

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



PUNTO MODA



D.L. B-14.183-92
ISSN 2564-9000

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

Actualidad

Las patronales europeas del sector textil, confección, cuero y calzado animan a aprovechar las oportunidades de crecimiento en las industrias búlgaras de TCLF

EURATEX, COTANCE, CEC e industriAll Europe promueven un proyecto de dos años en Bulgaria, Croacia, Macedonia del Norte, Rumanía y Serbia, donde las industrias de TCLF emplean a más de 400.000 trabajadores.

Las industrias textil, de la confección, del cuero y del calzado (TCLF) emplean a 80.000 trabajadores en Bulgaria, informan en un nuevo comunicado conjunto las patronales de estos sectores (EURATEX, COTANCE, CEC e industriAll Europe). Sin embargo, el empleo ha disminuido un 20 % en los últimos cuatro años, lo que es motivo de preocupación, señalan.

Los interlocutores sociales discutieron los desafíos y oportunidades de la nueva Estrategia de Textiles Sostenibles de la UE y se centraron en la sostenibilidad ambiental y social. Estuvieron de acuerdo en que para que la Estrategia tenga éxito, todas las partes interesadas deben unirse, y que se deben mantener unas condiciones equitativas entre las empresas de la UE (búlgaras) y las no europeas.

Ante la dura competencia global, sostienen las citadas patronales, se necesitará una gran inversión tanto en tecnología como en personas para garantizar que los sectores búlgaros de TCLF puedan ser más ecológicos y más digitales. La modernización de estos sectores también ayudaría al sector a ser más atractivo para los trabajadores búlgaros, reduciendo así la necesidad de contratar trabajadores del extranjero.

Informe Modacc y Kantar: el segundo trimestre de 2022 ha reflejado un "buen consumo de moda", pero el fin de año "es incierto"

De abril a junio de 2022 se ha facturado un 12,8% más que en el mismo periodo de 2021, alcanzando prácticamente los 4.300 millones de euros de facturación. Asimismo, el consumo de moda acumulado durante el primer semestre de 2022 ha crecido un 13,9% en valor y un 3% en volumen en comparación con el mismo periodo de 2021. El estudio de mercado se ha realizado a partir de una muestra de 10.000 personas representativas de la población residente en el Estado español (Península y Baleares).

Con la 'Vuelta al Cole', tiendas y comercios ven aumentar un 4,7% el tráfico peatonal en septiembre, según TC Group Solutions

En términos generales, se puede observar un fuerte incremento del tráfico peatonal en agosto y septiembre frente a los mismos datos de 2021. La media nacional registrada en agosto y septiembre ha sido un +15% y un +12% superior al año pasado respectivamente. La lectura de estos datos se complementa además con otra cifra: en las dos primeras semanas de septiembre ha habido un +4,7% más de peatones circulando por las calles comerciales respecto a la media de agosto.

Paradójicamente, este aumento del tráfico peatonal no se ha traducido globalmente en entradas en tiendas que, aunque son mejores que en 2021, caen en septiembre frente a agosto, con un descenso medio en el global de España del -6,9%. En esta reactivación del mes de septiembre empezamos a observar un menor interés en las entradas en tiendas, que se resienten.

El 37% de los españoles deja de comprar ropa y el 35% calzado para llegar a fin de mes, según idealo.es

El 52 % de los españoles afirma no llegar a fin de mes.

La inflación se hace notar cada vez más entre los españoles, y con el fin de la época estival España se prepara para recibir el otoño con un desafiante escenario económico. Tras el fin de la temporada de verano, como cada año, caen los niveles de empleo.

Así lo confirman los datos oficiales de agosto del INE: el número de desempleados (2.924.240), ha aumentado un 1,4 % respecto al mes anterior, lo que se traduce en 40.428 más desempleados. En este contexto de inestabilidad socioeconómica, los ciudadanos buscan la forma de ahorrar al máximo, y dejan a un lado ciertos gastos, lo cual afecta directamente al comercio online y diferentes sectores.

Nía Correia (ganadora de Operación Triunfo 2020), embajadora española de la nueva colección de Deichmann

La cantante es la protagonista de la campaña "Pisar el cielo"



Deichmann Calzados, filial del grupo alemán Deichmann SE y primer minorista de calzado de Europa, presenta por primera vez una embajadora española como imagen de la nueva colección otoño-invierno'22/23. La artista canaria Nía Correia, con su inconfundible arte enamora a la cámara posando con las últimas novedades de la temporada de Deichmann.

Yuccs abre su primera tienda física en el corazón de Madrid

La nueva tienda insignia de la marca estará ubicada en el concurrido y popular barrio de Salamanca, concretamente en la Calle Goya 27.



Esta apertura coincide con el nuevo y esperado lanzamiento, que vio la luz el pasado 2 de septiembre: la colección Grape Casual, la opción más sofisticada y elegante de la firma, unas sneakers elaboradas principalmente a partir de la piel de la uva y que comparten las características del modelo Casual ya existente.

Daniel Chong inaugura una nueva flagship store en Madrid

La firma española sostenible de bolsos, mochilas y complementos Daniel Chong continúa con su imparable crecimiento e inaugura una nueva tienda propia en Madrid.



En pleno centro de la capital (Desengaño 22), junto a la Gran Vía, esta nueva tienda cuenta con 100 metros cuadrados de espacio donde el diseñador pondrá a disposición de sus clientes su colección completa de mochilas y bolsos, así como el resto de sus accesorios, colecciones Premium en o sus propuestas de ropa, calcetines y calzado.

Klépierre Iberia y Glovo acuerdo pionero en sus C.C.

Klépierre y Glovo se unen para potenciar el Q-Commerce y seguir avanzando hacia la omnicanalidad.



Con esta iniciativa, ambas empresas quieren potenciar e impulsar la actividad y canales de venta online de los retailers que colaboren con la plataforma. Gracias a esta alianza, los usuarios de Glovo en Madrid podrán recibir en menos de 30 minutos los productos que ofrecen las tiendas de los Centros Comerciales de La Gavia, Príncipe Pío y Plenilunio.

sontress jeggings

naturalmente



Con el nuevo modelo de mallas Sontress Jeans Blue Cooper puedes seguir disfrutando de tus leggings técnicos en el gimnasio, en tus entrenamientos o en tu actividad física habitual... pero también lucir tus vaqueros ajustados en tu día a día: para ir a estudiar, a trabajar o en tus momentos de ocio...

Nunca antes Sontress se había movido tanto contigo, a tu ritmo.

Siente la libertad del denim y sus valores de libertad, igualdad, solidaridad y juventud (a cualquier edad).

**SIEMPRE
GUAPA**

SIEMPRE ACTIVA

SIEMPRE SANA

www.sontress.com

GREEN DEAL LEATHER: un nuevo proyecto que conduce hacia el impacto adverso cero de la industria europea del cuero

El 9 de septiembre de 2022, COTANCE e industriAll Europe celebraron la reunión de inicio de su nuevo proyecto de diálogo social "Hacia un impacto adverso cero de la industria del cuero europea - GREEN DEAL LEATHER".

El Pacto Verde Europeo, el Plan de Acción para la Economía Circular (PAE) y la Estrategia Industrial de la UE han identificado el ecosistema textil, incluida la industria del cuero, como un sector prioritario en el que la UE puede allanar el camino hacia una economía circular socialmente más justa, neutral en carbono. Una estrategia de la UE para los textiles la apoyará en esta transición, reparando el daño a corto plazo de la crisis de Covid-19 de una manera que también invierte en el futuro a largo plazo del ecosistema.

Proteger e impulsar puestos de trabajo a través de una industria europea del curtido más justa, ecológica y resistente

En este contexto de política de la UE, los interlocutores sociales del sector del cuero, COTANCE e industriAll Europe, están de acuerdo en que deben invertir más en la protección de los puestos de trabajo en el sector del cuero y la creación de otros nuevos impulsando la sostenibilidad competitiva y la construcción de una industria de curtido europea más justa, ecológica y resistente. Abordarán cuestiones clave identificadas en su Manifiesto Conjunto de 2016 y su posterior Hoja de Ruta hacia 2025 (Programa de Trabajo Plurianual Conjunto) en una serie de proyectos de diálogo social.

El último de estos proyectos abordará dos cuestiones clave en el sector del curtido: (1) la seguridad en el lugar de trabajo y (2) la huella de carbono del cuero. Los socios del proyecto recopilarán los datos necesarios sobre ambos temas a través de encuestas e



información oficial, así como entrevistas y otros canales apropiados, para proporcionar a los operadores y partes interesadas del sector información sobre ambas vertientes del proyecto.

La iniciativa, implementada en 7 países que cubren más del 80 % de las empresas y los trabajadores del sector, se desarrollará a través del diálogo social. Se organizarán dos talleres internacionales sobre los temas seleccionados, el material impreso y en vídeo se difundirá en una campaña dedicada a toda la UE, y una Conferencia Final, programada en Bruselas en 2024, concluirá el proyecto, con una presentación de los resultados.

La primera reunión del Comité Directivo que reunirá a toda la asociación tendrá lugar en Milán el 22 de septiembre.

Towards Zero Adverse Impact
of the European Leather Industry



¿Qué es Furmark®?

- Furmark® es el sistema global de certificación y trazabilidad para pieles naturales que garantiza el bienestar animal y las normas que regulan el medio ambiente.
- Una marca de calidad, garantía y confianza.
- Todos los productos Furmark® son rastreables, y cumplen con los estándares reconocidos a nivel mundial.
- El programa ha sido desarrollado en estrecha colaboración con los principales grupos y marcas de moda.

¿Por qué piel natural?

- Todos los materiales certificados por Furmark® son naturales, sostenibles y biodegradables.
- Con una durabilidad excepcional, los productos de piel natural, con el cuidado adecuado, pueden durar toda la vida.
- La piel tiene una calidad atemporal y un aspecto único.
- El material está estrictamente regulado a nivel internacional, a nivel nacional y local.



Salvatore Ferragamo se convierte en Ferragamo

En Ferragamo se está escribiendo un nuevo capítulo: una conversación entre lo clásico y lo contemporáneo, basada tanto en la herencia como en una clara visión del ahora.

FERRAGAMO

Reconociendo la importancia de cada uno de los elementos en el conjunto, el viaje de la reinención, el agudo sentido de la elegancia y el respeto al oficio, comienza en los cimientos: las letras que se utilizan, la forma que adoptan, las palabras que forman.

La letra del fundador se traduce en un tipo de letra con gracia, impactante, refinado, afirmativo como la evidencia, en tensa tensión entre clasicismo y modernidad.

Ferragamo encargó a Peter Saville, el célebre diseñador gráfico, maestro de las asociaciones inesperadas y de un estilo energicamente racionalizado, la creación del nuevo logotipo, para el que concibió una versión modernista de un tipo de letra clásico, que recuerda las inscripciones clásicas en piedra que inspiraron a los artistas del Renacimiento. Filtrado a través de una lente decididamente reduccionista, está cargado de un sentido de la historia en lugar de estar cargado con el peso de la historia.

Monpiel lanza su colección con básicos atemporales de diseño arquitectónico

La colección sigue líneas muy marcadas y rectas.



Monpiel hace moda lenta y cree firmemente que un buen básico de calidad le da al look ese toque diferenciador. El consumo responsable es muy importante, por eso todas sus pieles están teñidas con tintes naturales vegetales y están libres de cromo -habitualmente usado para teñir las pieles y especialmente dañino para el medio ambiente- lo que convierte a sus productos en sostenibles.

Longchamp celebra la sororidad con un nuevo fashion film para Fall 2022: J'aime les filles

J'aime les filles, la emblemática canción de Jacques Dutronc de los años 60, ofrece su título y sirve de inspiración para el fashion film de Longchamp Fall 2022, donde se ensalza a una nueva generación de talento femenino.



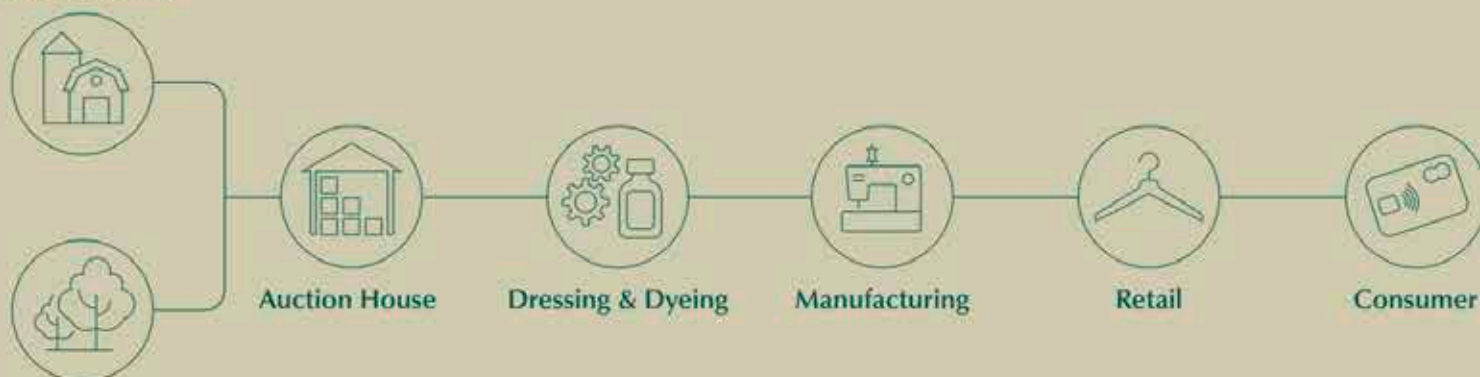
"Me sorprenden las jóvenes valientes, divertidas y dinámicas que veo prácticamente a diario", afirma la Directora Creativa de Longchamp, Sophie Delafontaine. "Quería que esta nueva campaña fuera una celebración de eso, así como a la joie de vivre que la gente asocia con Longchamp - y, por supuesto, con París".

Ha reunido a un equipo de gran talento solo de mujeres, incluida la directora Alice Kong y las actrices Annabelle Belmondo y Marion Barbeau, quien es igualmente la primera solista del ballet de la Ópera de París.

¿Cómo funciona la certificación Furmark®?

Las pieles naturales provienen de granjas que cumplen con todos los programas de bienestar animal. Posteriormente son procesadas por curtidores y tintoreros certificados sujetos a controles por terceros. Los fabricantes registran las pieles certificadas dentro del sistema de trazabilidad ChainPoint, asegurando transparencia en toda la cadena de valor.

Farm-raised Fur



Wild Fur

¿Cómo puedo rastrear una prenda certificada como Furmark®?

Cada prenda Furmark® lleva un código QR y un código de etiqueta único que, cuando se escanea y se introduce en la plataforma 'Trace now' en www.furmark.com, proporciona detalles completos de trazabilidad. Esto garantiza que pueda comprar pieles certificadas con confianza y todas las garantías.

Usa el código QR y el código de la etiqueta única para acceder a:

- Detalles del tipo de piel
- Origen de la piel
- Detalles del programa de certificación de bienestar animal
- Fabricante
- Lugar del fabricante

furmark.com



Jaeger-LeCoultre presenta a su nueva embajadora, Anya Taylor-Joy

Jaeger-LeCoultre se complace en nombrar embajadora de la Maison a Anya Taylor-Joy, que debuta con un breve vídeo titulado A Call of the Heart (Una llamada del corazón), basado en una llamada telefónica simbólica que le da la bienvenida a la Grande Maison.



El vídeo se inspira en una llamada telefónica histórica que iba a tener un profundo impacto en la Manufactura Jaeger-LeCoultre. En 1903, Jacques-David LeCoultre llamó al relojero parisino Edmond Jaeger para aceptar el reto de crear un movimiento de reloj extraplano, y así comenzó una larga y fructífera colaboración que llevó a la formación de la empresa Jaeger-LeCoultre.

Este otoño da el 'sí quiero' de la mano de Blunbow

Tras el verano, llega el turno de las bodas de otoño.



Los tejidos empleados van desde el tul y el crepe, hasta el terciopelo, el satén o la seda natural más lujosa. Los distintos diseños son el complemento ideal para novias de estilo romántico y femenino.

Swarovski presenta su colección otoño-invierno 22-23 con un toque alegre de glamour

Continuando con el viaje que comenzó en 2021, Swarovski presenta una nueva gama de productos y accesorios para el hogar a través del estilo de vida del cristal.



Creado por la directora creativa Giovanna Engelbert, el lanzamiento de Otoño/Invierno 2022 se basa en la línea de diseño establecida por Swarovski, explorando nuevas siluetas e introduciendo piezas que abarcan categorías de estilo de vida como relojes, artículos de escritura, fundas para teléfonos y más.

Destaca la Familia DEXTERA, con piezas diseñadas para irradiar fuerza cálida y la belleza de sus líneas mecánicas e ingeniería. Simbólicamente, esta familia representa la maestría técnica de Swarovski en expresiones de género neutro, preparadas para un verano brillante y en tonos dorados.

Nuevas gafas TOUS otoño-invierno

Los nuevos modelos se caracterizan por los icónicos elementos que expresan el cuidado y el detalle manifestados en todas las creaciones de la marca.



Modelo protagonista de la campaña, con frente de forma ancha y muy femenina. Sus gruesos acetatos han sido personalizados por el estampado camuflaje de TOUS. El nuevo patrón reinterpreta al icónico oso, que se hace presente como un refinado detalle dorado en la parte tanto externa como interna de las varillas.



ESPECIALISTAS EN ZAPATILLAS URBANAS



Foot on Mars
sneaker store



@FootOnMars



www.footonmars.com

La Confederación Europea del Calzado (CEC) confirma que Estambul será la sede del próximo Congreso Mundial del Calzado

La 7ª edición del Congreso Mundial del Calzado tendrá lugar en Estambul del 9 al 11 de mayo de 2023.



Así lo han decidido los miembros de la European Confederation of the Footwear Industry (CEC) con motivo de la reunión de la Junta de la CEC en MICAM Milano. Durante la misma, se ha confirmado que del 9 al 11 de mayo de 2023 tendrá lugar la 7ª edición de este evento mundial, bajo la dirección conjunta de la Asociación de Industriales del Calzado de Turquía (TASD) y la Secretaría de la CEC.

Siete ediciones en 20 años

El Congreso Mundial del Calzado fue creado en 2003 por la Confederación Europea del Calzado (CEC). Como un

evento mundialmente reconocido entre la comunidad del calzado, el Congreso tiene como objetivo acercar a todos los profesionales del calzado de todo el mundo con el objetivo de aumentar la colaboración internacional que apoya la competitividad y el crecimiento de la industria, trabajando juntos por un mercado global libre y justo con igualdad de oportunidades para todos sobre una base recíproca.

Después de 20 años desde su primera edición en Bruselas, la CEC ha elegido a Estambul como la próxima ciudad anfitriona del WFC; una ciudad donde se encuentran Europa y Asia, recordándonos la necesidad de que todos trabajemos juntos en apoyar al sector a nivel mundial.

Recetas a los últimos y rápidos cambios para afrontar un Nuevo Mundo

En menos de tres años desde la última edición del Congreso en Nápoles, el mundo ha vivido los grandes desafíos desde la Segunda Guerra Mundial; comenzó con una pandemia, y le siguieron interrupciones en el transporte, escasez de materiales,

cambio climático acelerado, guerra, crisis energética, enormes tasas de inflación, etc. Por lo tanto, es lógico que el lema del Congreso resalte la que debería ser la receta del sector del calzado. para este Nuevo Mundo.

En el escenario mundial del calzado, Turquía se ha posicionado como un importante productor gracias a las inversiones en modernos procesos de fabricación y alta capacidad de diseño, que le han permitido al país establecer grandes alianzas con marcas de calzado a nivel mundial. Durante el Congreso en Estambul, las empresas tendrán la oportunidad no solo de contribuir y aprender de los ponentes internacionales relevantes, sino también de conocer otras empresas y visitar fábricas de calzado.

Se anunciarán más detalles durante una conferencia de prensa en la feria comercial AYMOD en Estambul el 29 Septiembre de 2022. Pronto habrá también un sitio web dedicado con más detalles sobre el Congreso, la agenda, cómo unirse al evento y otra información útil.

Las exportaciones brasileñas de componentes para el calzado aumentan un 20% y alcanzan los 253 millones de dólares los primeros siete meses de este año

Las principales materiales exportados han sido los productos químicos, las capelladas y los químicos/adhesivos para el calzado.



Los datos elaborados por la Asociación Brasileña de Empresas de Componentes de Cuero, Calzado y Artefactos (Assintecal) indican que las exportaciones en el sector alcanzaron los 253 millones de dólares en el período de enero a julio de 2022. Estos resultados reflejan un

aumento del 20% en valor con respecto el mismo periodo del año pasado.

Si se comparan con el mismo periodo de 2019 y 2020, las cifras indican un crecimiento del 18% y 37%, respectivamente, lo que muestra una recuperación completa de las pérdidas en las exportaciones producidas por la pandemia de Covid-19.

El gerente de mercado internacional de Assintecal (Asociación

Brasileña de Cuero, Calzado y Artefactos), Luiz Ribas Júnior, señala que los resultados obtenidos muestran el calentamiento de la demanda global de calzado, lo que se refleja en el mayor volumen de compras de materiales de los países productores. "También hay una influencia del aumento de los costos de flete y las dificultades en el suministro de materiales desde Asia, lo que hace que los países cercanos geográficamente compren más de Brasil, ya que tenemos el parque productivo más grande de Occidente", afirma.

El principal destino de los componentes brasileños en los siete primeros meses de 2022 fue Argentina. El país sudamericano adquirió componentes por valor de 56,3 millones de dólares, un 51% más que en el mismo periodo de 2021. El segundo destino fue China, con 53,76 millones de dólares y un incremento del 1% en comparación con el mismo periodo del año pasado. En la tercera posición se encuentra Portugal, que importó el equivalente a 31,56 millones de dólares en componentes brasileños. Esta cifra representa un incremento del 52% con respecto al mismo periodo de 2021.



STEPPING STRONG STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM

C/Aragón, 2 - P.I. El Pastoret 03640 Monóvar (Alicante) tel. 965472835 info@mystampbag.com

Martinelli X Redondo Band: tres modelos para brillar

La colección cápsula perfecta para dar el toque diferencial a los looks de ocasiones especiales.



Inspirada en la 'Dolce vita' italiana y en especial en Sofía Loren, la primera colección cápsula de Martinelli X Redondo Brand respira aires de sofisticación y elegancia. Tres modelos exclusivos en los que se ha unido la calidad y experiencia en la creación de zapatos Martinelli con la visión de la moda y el diseño de Jorge Redondo.

Wonders presenta su nueva campaña de invierno

Una colección fabricada íntegramente en España.



La paleta de colores para esta temporada va desde los rojos profundos hasta el verde oliva, pasando por colores propios de la época invernal como el negro que nunca puede faltar por su sobriedad y versatilidad, y el marrón, un básico atemporal. El azul noche se convierte en la alternativa perfecta al negro y los colores crema cada vez se hacen más presentes en el invierno.

Hiba Abouk presenta la nueva colección de Xti para este invierno

La reconocida actriz repite por cuarta temporada como imagen de la emblemática marca española de calzado.



Radiante, sonriente, y rebosante de naturalidad, esta embajadora de lujo nos muestra lo nuevo de XTI para el Otoño-Invierno 22-23.

Mascaró para otoño-invierno

Una colección basada en dos grandes temas: la fortaleza de sus raíces y las nuevas noches.



La fortaleza de sus raíces: líneas depuradas y arquitectónicas, detalles metálicos que aportan simplicidad y carácter además del uso de colores oscuros que muestran la madurez y sabiduría de la experiencia.

Nuevas noches: la colección entremezcla misterio, fantasía y nostalgia con el uso de siluetas sensuales, toques brillantes y materiales ricos.

MADE IN PORTUGAL,
NATURALLY...

NATURALLY DIGITAL



COME & SEE

competes2020.gov.pt

COMPETE
2020

PORTUGAL
2020

 União Europeia
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Cerca de 35.000 profesionales acuden a la gran cita del lifestyle de Intergift, Bisutex, Madridjoya y MOMAD en IFEMA MADRID

Intergift, Bisutex, Madridjoya y MOMAD han congregado durante cinco jornadas visitantes de 61 países, fruto del impulso a la internacionalización de estas convocatorias que han superado en un 12% los datos de asistencia con respecto a febrero 2022.

La gran semana del lifestyle, organizada por IFEMA MADRID, y compuesta por las ferias Intergift, Bisutex, Madridjoya y MOMAD ha cerrado con un gran éxito de asistencia y con los mejores datos de los últimos años en cuanto a volumen de superficie de exposición.

La coincidencia de citas ha conseguido una alta respuesta profesional con la asistencia de alrededor de 35.000 visitantes que han acudido al Recinto Ferial desde el 14 al 18 de septiembre. Esta cifra supera en un 12% los datos registrados en la pasada edición de febrero, lo que, en palabras de Julia González, directora de los cuatro certámenes, "ha significado la recompensa a tanto esfuerzo e ilusión por parte de los expositores que han trabajado mucho para poder traer la mejor oferta posible a una cita muy esperada".

Colgado el cartel de completo

Con la incorporación de un pabellón más y un total de 40.000 metros cuadrados de exposición, la cita ha albergado durante sus cinco jornadas la más diversa y actual oferta de los sectores de decoración, regalo, mueble, bisutería, complementos, joyería, relojería, moda, calzado y accesorios, ocupando la práctica totalidad de los pabellones de IFEMA MADRID. Una convocatoria muy esperada por el sector que ha concentrado a más de 1.300 empresas y que ha generado una importante actividad comercial y multitud de sinergias y oportunidades de negocio.

Parte de ese éxito también se debe al completo programa de

actividades, que ha sido todo un aliciente para los visitantes profesionales que se han acercado a IFEMA MADRID durante estas fechas. Tanto el Speaker's Corner de Intergift, como el Foro Imagen que han compartido Bisutex, Madridjoya y MOMAD, han sabido reflejar las tendencias actuales de cada uno de sus sectores, los retos actuales y de futuro de los distintos sectores. Una programación a la que se ha unido la Pasarela de Bisutex, Madridjoya y MOMAD, escenario en el que han participado 15 marcas mostrando sus últimos diseños y novedades.

Impulso a la internacionalización

El plano internacional ha tenido especial peso esta convocatoria con la participación de empresas extranjeras procedentes de 14 países tanto en Intergift como en Bisutex; 11, en Madridjoya; y 15, en MOMAD, lo que ha permitido ampliar la oferta y dar un fuerte impulso a la internacionalización de la convocatoria. Así mismo, la asistencia profesional también ha contabilizado una importante afluencia internacional con visitantes procedentes de 61 países, permitiendo ampliar la demanda llegando a un público mucho más extenso y recuperar el posicionamiento y cifras previas a pandemia.

La celebración de Intergift, Bisutex, Madridjoya y MOMAD ha coincidido con la convocatoria de la pasarela Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, organizada también por IFEMA MADRID, configurando en Madrid la gran semana de la Moda y el Lifestyle.

La próxima edición 080 Barcelona Fashion se celebrará del 25 al 28 de octubre en el Recinto Modernista de Sant Pau

El 080 Barcelona Fashion celebrará su 30 edición del 25 al 28 de octubre, en el Recinto Modernista de Sant Pau, donde creadores y marcas de moda, catalanas e internacionales, presentarán sus nuevas colecciones. El mayor encuentro del sector de la moda en Cataluña vuelve a este impresionante conjunto arquitectónico, joya del modernismo catalán, como escenario de la próxima edición, que recupera el formato presencial.

Este año, 080 Barcelona Fashion apuesta por acentuar su perfil como plataforma de moda sostenible. Quiere actuar como un elemento de concienciación para fomentar la circularidad y la sostenibilidad en el sector de la moda.

Albasarí Caro, nueva directora de Barcelona Bridal Fashion Week (BBFW)



Caro es licenciada en Ciencias Políticas por la Universidad Internacional de Florida y obtuvo un máster en Comunicación por la American University de Washington D.C. Durante su trayectoria profesional ha liderado el crecimiento y apertura a nuevos mercados de diversas empresas de moda como Bimba & Lola, Mango, Grupo Cortefiel (Tendam) y Pronovias, compañía en la que ha sido responsable de expansión de la red de franquicias internacionales durante los

últimos 10 años.

Jesús Díez Bertriu, presidente de Barcelona Bridal Fashion Week y director general de la firma Jesús Peiró, ha expresado la "satisfacción por su incorporación que aporta experiencia y un profundo conocimiento de todo el sector a nivel mundial, y que, sin duda, impulsará la internacionalización del evento, de las marcas y el negocio".



www.privata.com



Siete fabricantes de calzado de yute de Caravaca de la Cruz consolidan su presencia en el mercado estadounidense

Exhibieron sus productos en dos eventos en Nueva York y mantuvieron reuniones comerciales con grandes distribuidores y clientes finalistas.



Siete empresas de Caravaca de la Cruz especializadas en fabricación de calzado de yute exhibieron sus productos en el espacio Fashion Lab de Nueva York y estuvieron presentes en el certamen The Fashion Footwear Association de dicha ciudad, donde lograron consolidar

sus ventas en el exigente mercado estadounidense. La presencia de los fabricantes murcianos contó con el apoyo del Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO) y de la sectorial del calzado Calzia.

El director del INFO, Joaquín Gómez, resaltó que "además de exigente, el mercado norteamericano es muy competitivo. Los fabricantes murcianos están aprovechando las oportunidades que se presentan con la recuperación de los eventos presenciales, algo fundamental en una ciudad como Nueva York donde la exhibición del producto es un requisito imprescindible; de ahí que la constancia de los exportadores de la Región, que participan en ferias similares en Atlanta, Las Vegas y Dallas, haya comenzado a dar sus frutos".

En Fashion Lab las siete empresas contaron con sus correspondientes stands donde mantuvieron decenas de reuniones comerciales, tanto con grandes distribuidores como con clientes finalistas. Su participación se complementó con la visita a The Fashion Footwear Association, uno de los eventos más relevantes para los compradores de calzado de Nueva York y estados limítrofes. En esta segunda parte de la misión comercial, los exportadores tuvieron oportunidad, asimismo, de contactar con otros compradores.

El Instituto de Fomento financió la participación de los productores de la Región en estos eventos en el marco del Plan de Promoción Exterior, gestionado junto con las Cámaras de Comercio, y se encargó del diseño de las zonas de exhibición y de concertar las citas.

Calzados Picón, uno de los fabricantes cuyos modelos utiliza la Reina Leticia, exhibió, con permiso de la Casa Real, imágenes de la reina calzando el modelo. El fabricante hizo llegar uno de sus modelos a Jill Biden, esposa del presidente de Estados Unidos, a modo de obsequio.

La cifra de negocios del sector del cuero y calzado supera en la Región los 156 millones de euros, lo que supone el 3,5 por ciento de las ventas nacionales. Respecto a la industria regional, representa cerca del uno por ciento de la cifra de negocio industrial.

El número de trabajadores de la fabricación de calzado se eleva a unas 900 personas en la Región, a las que habría que sumar los trabajadores dedicados al cuero y anexos, con unos 460 de ocupados. El sector representa el dos por ciento del empleo industrial directo regional.

Las empresas españolas de componentes para el calzado acuden a Lineapelle y Simac-Tainning Tech de la mano de la AEC

La participación de empresas españolas que está siendo coordinada por la Asociación Española de Empresas de Componentes y Maquinaria para el Calzado y la Marroquinería (AEC), que gestiona la participación de alrededor de medio centenar de firmas nacionales, bajo el paraguas Footwear Components From Spain, ocupando una extensión de más de 1.900 m2 de la superficie de exposición del certamen italiano. Dicho evento está incluido dentro del Plan Sectorial que AEC tiene con el ICEX.

Entre las empresas participantes hay 17 de Elche, 6 de Crevillente, 8 de Petrer, 4 de Elda, 4 de Barcelona, 3 de Arnedo, 1 de Alicante, 1 de Onil, 1 de Villena, 1 de Aspe, 1 de Almansa, 1 de Yecla y 1 de Zaragoza.

La última edición de Shoes Düsseldorf cierra con "buenas vibraciones"



El evento de pedidos de calzado más relevante para los segmentos de gama media y alta ha confirmado una vez más su importancia, sostiene la organización de Shoes Düsseldorf. Numerosos compradores no solo de

Alemania sino también de

los países vecinos (Austria, Suiza y Benelux), así como del sur de Europa, viajaron a Düsseldorf para realizar sus pedidos para la primavera/verano de 2023.

Una oferta que han expuesto más de 600 marcas alemanas e internacionales, entre las que cabe incluir 130 que participaban por primera vez.

Peletería

La convocatoria conjunta de MICAM Milano, Mipel, TheOneMilano y HOMI Fashion&Jewels recibe la visita de 35.470 profesionales

Bajo el hashtag #finallytogether, las ferias italianas repiten el formato de unir fuerzas y sinergias, con resultados muy positivos.

Optimismo, dinamismo y actitud progresista: su entusiasmo es el cóctel que ha logrado reunir a los 35.470 profesionales que han asistido a las ferias de moda celebradas en los últimos días en Fieramilano - Rho. Una cifra que supone un aumento del +20% más que la convocatoria del pasado mes de marzo de 2022.

La feria internacional de calzado MICAM Milano y la feria internacional de artículos de cuero y accesorios de moda Mipel unieron fuerzas con TheOneMilano, presentando Haute-à-Porter y HOMI Fashion&Jewels Exhibition, un evento centrado en la joyería y los accesorios de calidad, coincidiendo en lugar y fechas. Una unión de salones cuya fórmula ha servido para atraer a compradores de primer nivel de todo el mundo, haciendo de todos estos eventos un gran éxito.

Los españoles, entre los profesionales que más han respondido a la llamada conjunta

Profesionales de la industria de todo el mundo abarrotaron los stands, con la participación particularmente entusiasta de visitantes de España, Francia y Alemania. Hubo muchos compradores de los Estados Unidos y Canadá, y los compradores japoneses también regresaron en gran número.

Gracias a la gran asistencia, los eventos de negocios brindaron un amplio margen para fructíferas discusiones sobre las oportunidades que ofrece el mercado, incluso en este momento de gran incertidumbre.

Se dedicó mucho espacio al calzado italiano de calidad, tan popular en el extranjero, proyectos de sostenibilidad para una industria cada vez más responsable, iniciativas destinadas a mostrar jóvenes talentos y una fuerte representación de

marcas internacionales en las ferias de moda, que abundaron en creatividad y nuevas tendencias. con una pizca de glamour, anticipando los estilos del futuro.

Un programa repleto de talleres y eventos aseguró que las ferias comerciales ofrecieran no solo oportunidades concretas para que los compradores concluyeran acuerdos, sino también una oportunidad para evaluar nuevos desarrollos. en el mercado y aprender más sobre temas de actualidad para la industria de la moda.

Estas ferias representan solo una parte del proyecto #finallytogether, diseñado para impulsar la industria de la moda trabajando juntos en iniciativas promocionales conjuntas.

Las sinergias entre salones continúan en el espacio y el tiempo

Además de los eventos que acaban de concluir, la semana pasada se cerró DaTe - Shaping Avantgarde en Florencia, un evento centrado en gafas de vanguardia, que atrajo a 1.500 visitantes profesionales.

Los eventos finales de la temporada organizados por el grupo #finallytogether abrieron también ayer en Fieramilano, Lineapelle, una feria internacional de cuero, accesorios y componentes de calzado, artículos de cuero, ropa y muebles, que ha comenzado con un ambiente dinámico y lleno de grandes expectativas.

También se han inaugurado Simac Tanning Tech, un escaparate internacional de maquinaria y tecnologías para las industrias del calzado, la marroquinería y el curtido, y Mipel lab, un innovador formato de feria creado por Assopellettieri para reunir la oferta y la demanda de marroquinería italiana.

La 156 Edición de ILM cierra con una buena dosis de energía, positividad, y esperanza para un futuro más sostenible

En esta última edición de ILM EDITION #156 han acudido visitantes de 42 países, dato que confirma el papel de ILM como feria internacional de referencia. "Todavía no hemos vuelto a niveles previos a la Corona, pero el gran interés, especialmente desde el extranjero, demuestra una vez más que ILM es el evento más importante para nuestra industria y claramente un evento único y una plataforma de pedidos indispensable", dijo Arnd Hinrich Kappe, Director General de Messe Offenbach.

Un total de 252 marcas de bolsos, complementos, maletas y artículos escolares. La feria no solo es imprescindible para los minoristas de artículos de cuero. Minoristas de calzado, compradores de tiendas de moda y/o concepto, así como plataformas online también acuden a la feria para encontrar productos complementarios para ampliar su gama. Los comerciantes están mostrando claramente más coraje cuando se trata de hacer pedidos.

Simac Tanning Tech 2022 cierra en positivo

Simac Tanning Tech 2022 cierra en positivo: la innovación, sostenibilidad y digitalización marcan la diferencia

Simac Tanning Tech cierra su última edición confirmándose como el evento del sector más importante a nivel internacional por la excelencia y la competencia tecnológica para soluciones de producción para la moda, para la automoción y el mobiliario.

Las cifras confirman esta tendencia positiva, a partir de las de las empresas expositoras presentes en los 13 mil metros cuadrados de la feria.

Italia sobre todo, pero también Turquía, Francia, Alemania, Portugal, Brasil, México, España e India entre las 86 naciones de origen de los visitantes. Una participación muy relevante y más cualificada que en la edición pasada, con más de 4.000 accesos desde las taquillas de los históricos pabellones 14 /18, y a los que se suman los atraídos por la poderosa sinergia de las tres ferias que se han renovado este año y que han convertido a Milán en el centro del mundo de la cadena de la moda.

La propuesta de Simac Tanning Tech, además, se enriqueció con las citas de networking promovidas en Assomac TALKS, organizadas con el fin de crear compromiso en la comunidad de referencia más allá de la cita de la feria, que involucraron a personalidades destacadas de la cadena de suministro de la industria manufacturera a nivel internacional.

www.edicionessibila.com



La mayor plataforma informativa de la MODA en España

Diaría

Website: www.edicionessibila.com

Diaría

Newsletter: de lunes a viernes

Quincenal

PuntoModa Magazine

Mensual

Prensapiel Magazine

Trimestral

Textil y Moda Magazine

HTML

Si quieres personalizamos tus envíos promocionales de email HTML (+32.000 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:

