

PUNTO

MODA

NÚMERO 325 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

**La familia Chouinard
traspasa la propiedad de
Patagonia y destina sus
beneficios para proteger
el planeta**

**La facturación del
comercio minorista de
perfumería y cosmética
superará los 8.500
millones de euros en
2022**

ENCUENTRANOS EN



EXPO PELL
MARROQUINERIA I COMPLEMENTS

[23-25 OCT]

FIRA DE BARCELONA

Pabellón Italiano · Pza. Carles Buïgas

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

Solicita tu acreditación gratuita en:
www.expopell.com

Organiza:

**agents&
brokers**



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

Colaboran:

B S
BancSabadell



**Generalitat
de Catalunya**



Nuestra Portada:
Steve Madden

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

Redacción:
José Antonio Blanco - Elena Sisó

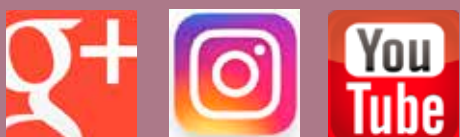
Departamento Comercial:
essl@edicionessibila.com

Administración:
essl@edicionessibila.com

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

ISSN 2564-8993

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



La Confederación Española de Comercio (CEC) informa que solo el 10% de los comercios han podido cumplir con la normativa de puertas automáticas que entró en vigor el pasado 30 de septiembre

La Confederación Española de Comercio estima que tan solo un 10% de los comercios del territorio nacional han podido adaptar sus establecimientos para cumplir con el decreto de ahorro energético dictado el pasado mes de agosto por el Gobierno y por el que se establece la obligatoriedad de contar con un sistema que las mantenga cerradas para conservar la temperatura interior, entre otras medidas.

La patronal del comercio expone varias razones:

Entre ellas la ausencia de un plazo realista y razonable para acometer estas modificaciones ya que se estima entre 100.000 y 120.000 el número de comercios en España que necesitan esta adecuación.

Asimismo, el decreto ley va a ser tramitado finalmente como proyecto de ley por lo que las enmiendas presentadas introducirán cambios en el mismo por lo que "lo lógico y sensato - a juicio de Rafael Torres, presidente de CEC - es esperar que se apruebe la ley definitiva para que el sector sepa con certidumbre qué obligaciones han de cumplir".

Por último, el Ejecutivo comprometió una línea de ayudas por 100 millones de euros a las comunidades autónomas para que, si así lo desean estas, puedan financiar actuaciones en los locales comerciales a las que obliga el decreto ley, como la instalación de accesos automatizados. La realidad a día de hoy es que no se ha concretado prácticamente ninguna, ni cantidades ni plazos de pago. Para acometer estas modificaciones la CEC estima la necesidad de unos 200 millones de euros.

Por todo ello, "desde la Confederación Española de Comercio pedimos una moratoria razonable de al menos 3 meses a la espera de conocer el texto definitivo de la ley que permita realizar los proyectos de adecuación con certidumbre y dar tiempo a las comunidades autónomas para publicar y pagar las ayudas prometidas", reclama la CEC.

El Consejo Intertextil Español reclama recuperar la formación Textil universitaria en la Comunidad Valenciana

ATEVAL, la Asociación de Empresarios del Sector Textil de la Comunidad Valenciana, participó en la reunión mantenida el 23 de Septiembre en Feria Hábitat con representantes del Campus de Alcoy de la Universitat Politècnica de València, el Consejo Intertextil Español, AITEX y la Federación Hábitat de España. Un encuentro en el que se acordó, por unanimidad, solicitar a la Conselleria de Educación de la Generalitat Valenciana la recuperación de la formación universitaria del grado en Ingeniería Textil en la Comunitat.

José Vicente Serna, presidente de ATEVAL y vicepresidente del Consejo Intertextil Español, explicó que "las empresas del clúster textil valenciano se caracterizan por su gran capacidad de innovación y desarrollo de productos, como se ha visto en estos últimos años. En contra del textil valenciano juega la avanzada edad de sus plantillas de trabajadores, la escasez de reemplazo y la alta demanda de profesionales cualificados".

Precisamente por los índices referidos, los agentes participantes de la reunión consideran la idoneidad de recuperar los estudios superiores de ingeniería en esta rama textil.

Informe Modacc y Kantar: el 2º Trimestre ha reflejado un "buen consumo de moda", pero el fin de año "es incierto"

La facturación ha subido un 12,8% en el sector moda durante el segundo trimestre de este año, en comparación al mismo periodo del año anterior 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 período 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).

La evolución del consumo de moda en el segundo semestre marcará el signo definitivo de este año 2022.

Texfor galardonada con el premio a la cooperación internacional por la ITMF

Texfor suma un nuevo galardón a su labor en pro de la industria textil, en el ámbito internacional. En este caso, el premio a la Cooperación Internacional concedido por la Federación Internacional de Fabricantes Textiles - ITMF. La condecoración reconoce el proyecto TEX-MED ALLIANCES, liderado por Texfor, por «los avances en el ámbito de la colaboración internacional en la industria textil según los valores de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible».

TEX-MED ALLIANCES, Alianzas Textiles del Mediterráneo para el Desarrollo, la Internacionalización y la Innovación Empresarial, está financiado por la Unión Europea, dentro del programa del Programa ENI CBC MED.

C&A presenta una nueva estrategia de marca



Como parte esencial de la estrategia de transformación de C&A, el minorista de moda lanza su nueva campaña de marca. Siguiendo el mensaje clave "You Do You & We Do The Fashion", C&A fortalece su posición como una marca de moda europea centrada en el consumidor, atendiendo a la necesidad de los consumidores de ropa sin esfuerzo, elegante y asequible. Al hacerlo, destaca el compromiso perpetuo de C&A con valores como la sostenibilidad y la inclusión.

Wempe cuenta con un nuevo espacio remodelado en su tienda de Serrano para vivir una experiencia única



Junto con Kim-Eva Wempe, propietaria y socia gerente de la empresa, Christiane Bömer, gerente de esta tienda abierta desde el año 2000, encargó el desarrollo y la implementación de un diseño personalizado y minimalista. Con ello han logrado un ambiente excepcional que resalta el valor de las piezas expuestas de relojería y joyería.

Mango se alía con ACCIONA Energía para el suministro 100% renovable de su sede hasta 2033



Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, y ACCIONA Energía, la mayor compañía energética 100% renovable y sin legado fósil del mundo, han firmado un acuerdo para el suministro de electricidad 100% renovable durante los próximos diez años.

Mediante este acuerdo, Mango cubrirá la totalidad del consumo eléctrico de su sede en Palau Solità i Plegamans (Barcelona), de su almacén logístico en Lliçà d'Amunt (Barcelona) y de diez de sus mayores tiendas en España, gracias a los 26 GWh/año de electricidad renovable que proveerá ACCIONA Energía.

Adolfo Domínguez impulsa su red internacional y abre 8 nuevas tiendas



El 100% de las aperturas se produce fuera de España en México (2), Japón (1), Portugal (1), Australia (2), Chile (1) y Austria (1), país este último en el que la marca cuenta con tienda por vez primera. Las ventas internacionales de la firma (19 países) crecen un 29% entre marzo y mayo de 2022 (últimos datos publicados). El 54% de las tiendas están fuera de España, la cifra más elevada en la historia de la compañía.

VUELVE KM0 MODA

FERIA DE PRODUCTORES DE CERCANIA
TALLERES DE CONFECCIÓN, GÉNERO DE PUNTO Y SERVICIOS AUXILIARES.



10 OCTUBRE
2022
&
11 LUNES Y
MARTES



MADRID
PALACIO DE
SANTOÑA
C/ HUERTAS, 13
MADRID

La marca de moda y decoración Pepco llega al centro comercial Westfield Glòries



Westfield Glòries da la bienvenida a Pepco, una marca especializada en moda y decoración del hogar. La nueva tienda, que cuenta con una superficie de 415 m2, está situada en la planta -1 del centro comercial y emplea a doce personas.

El nuevo espacio comercial y de ocio Nasas Nigrán dará cabida al pequeño negocio local



Con esta iniciativa, el Grupo Inmobiliario LR21 cumple su compromiso de dar cabida al negocio local de la comarca donde se ubicará el nuevo espacio comercial. A las principales marcas nacionales e internacionales Leroy Merlin, Eroski, Decathlon, Jysk, Merkal, Tienda Animal, Joma, Sprinter, Sakito Home, Maxcolchón, KFC, McDonalds, Diver Jump, Kiabi, Bureu Valle y Pepco, se une ahora la presencia de negocios locales que apuestan por Nasas Nigrán para potenciar su visibilidad.

Daniel Chong inaugura una nueva flagship store 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 sus propuestas de ropa, calcetines y calzado.

La artista canaria Nía Correia, embajadora española de Deichmann e imagen de la nueva colección de otoño-invierno



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.



EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL
SECTOR TEXTIL

Barcelona Textile Expo 2022

Exposición Internacional de Tejidos & Telas
25 - 27 de Octubre de 2022 | 10 AM- 18PM
Fira de Barcelona, Hall 2
Barcelona



TEXTILEXPO
BARCELONA

MEDIUMEN
INTERNATIONAL FIBRE ORGANIZATION LTD.

Mercedes-Benz Fashion Week Madrid

Evade House sube a la pasarela su colección "004" en Allianz Ego, dentro del marco MBFWMadrid



Evade House ha presentado 004, una colección inspirada en la era medieval y sus reinas, que provienen de un mundo fantástico.

Dolores Cortés exhibe su Colección Pasarela 023



La diseñadora concibe un verano 023 con piezas de tejidos pictóricos, convirtiendo a sus prendas en obras artísticas de colores primarios en estado vibrante.

XVSTRANGE presenta Asamse en Allianz Ego



La colección primavera-verano 2023 ASAMSE se inspira en la transformación de lo negativo para crear una nueva versión mejorada de cada individuo.

Aurelia Gil presenta su colección 365

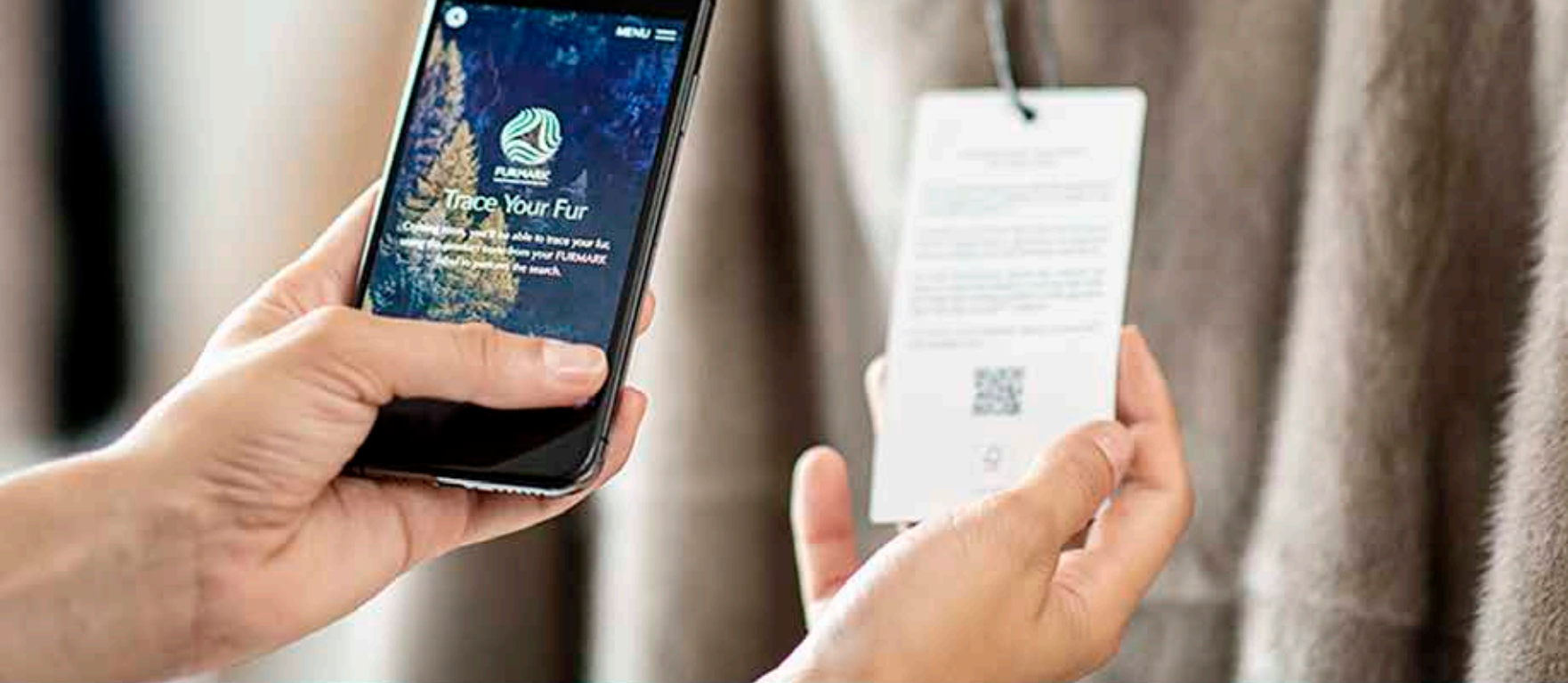


Aurelia Gil desfila por primera vez en MBFWM y presenta su nueva colección 365 para el próximo año.

Maison Mesa se inspira en el emperador transgénero Heliogábalo



La feminidad, el deseo y el poder como elementos centrales en torno a los que giran todas las prendas, una historia sobre el poder femenino sin tener en cuenta su edad, raza, origen, identidad de género, orientación del deseo o talla.



¿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.

El diseñador Antonio Marcial se presenta en la NY Fashion Week



Antonio Marcial es el joven diseñador toledano, afincado en Madrid, que se encuentra detrás de la firma Antonio Marcial, un proyecto que surge de la necesidad de romper con los códigos de género tradicionales, mediante la sastrería y la deconstrucción de sus tejidos. En esta ocasión muestra sus tres colecciones en la NY Fashion Week, un recorrido por su carrera como diseñador que comenzó hace muy poco con el confinamiento de la pandemia.

Su concepto fue demostrado con 'Fresh and Bloody' que también se presentó en la O80 Barcelona Fashion. Sus diseños tuvieron como base las heridas o realidades que nos duelen, pero con el tiempo aprendemos a sanar. Su nuevo trabajo es la continuación de esta reflexión, pero va más allá. Cruel and Soft, es el nombre de su segunda colección y en esta trata sobre las emociones oscuras del ser humano.

Lebor Gabala y su invierno inspirado en la Aurora Boreal



La colección Aurora del Otoño/Invierno 2022-2023 está inspirada en el último viaje a Noruega del equipo de Lebor Gabala. El impacto de la luz de las auroras boreales y los emocionantes colores que se dibujan en el cielo como bailando al ritmo de la vibración de la Tierra, se materializa en esta colección con la amplia gama de colores. Desde los muy alegres y vivos hasta los más neutros, como si fuese el momento en que desaparecen.

Desigual colapsa Callao con Nathy Peluso: la artista protagoniza el evento de presentación de la campaña en Madrid



Nathy Peluso es la imagen de Desigual este otoño. Para presentar las fotografías y el vídeo de campaña, la marca ha celebrado un evento en su flagship store de Madrid, en Preciados, 25. Los alrededores de la tienda se han colapsado: los fans de la artista se han concentrado para presenciar su llegada y el estreno de la campaña, que se proyectaba en las pantallas de los Cines Callao.

La sastrería tecnológica está aquí, gracias al Proyecto Formal Performance FW22 de Marciano by Guess Hombre



La colección cápsula perfecta para el hombre activo de Marciano by Guess, esta selecta gama de piezas está diseñada para acompañar al ajetreado viajero urbano en sus desplazamientos por la ciudad y el mundo.

Creado para satisfacer las altas exigencias del hombre moderno, el proyecto Formal Performance está compuesto por siete piezas clave, confeccionadas con un tejido de confort bi-elástico que no se arruga para conseguir un aspecto elegante, totalmente equipado para afrontar cualquier situación con un estilo sin esfuerzo y un atractivo dinámico.

Pepe Jeans London lanza la campaña "Caught on camera" con Brooklyn Peltz Beckham, Daisy Jelley y Sarah Lysander



La campaña diseñada bajo el nombre "Caught on Camera" ha sido protagonizada por el joven icono británico Brooklyn Peltz Beckham, siendo esta su cuarta colaboración con la marca junto con la actriz Daisy Jelley y la modelo, creadora de contenido y la empresaria Sarah Lysander ambas de origen londinense.

Levi's Denim Style, nuevos fits para el otoño 2022



Esta temporada Levi's® recupera de sus archivos los fits que marcaron tendencia durante los años ochenta y noventa.

Para mujer este otoño presentamos nuevos fits inspirados en la tendencia grunge y urbana de los años noventa. Las prendas se presentan en proporciones amplias con texturas y siluetas atrevidas.

La facturación del comercio minorista de perfumería y cosmética superará los 8.500 millones de euros en 2022

- En 2021 el valor del mercado minorista de perfumería y cosmética aumentó un 7%, tras la caída registrada en el anterior por los efectos de la crisis sanitaria. Para el cierre de 2022 se apunta un incremento de las ventas situado en torno al 4%, lo que permitiría superar los 8.500 millones de euros y sobrepasar el máximo de 2019.
- Las ventas online representaron ya el 10,5% de la facturación sectorial, cerca de cuatro puntos y medio por encima de la participación alcanzada en 2019.
- Estas son algunas conclusiones del estudio Sectores "Distribución de Perfumería y Cosmética" publicado recientemente por el Observatorio Sectorial DBK de INFORMA.



Según el Observatorio Sectorial DBK de INFORMA (filial de Cesce), líder en el suministro de Información Comercial, Financiera, Sectorial y de Marketing en España y Portugal, las ventas minoristas de productos de perfumería y cosmética mostraron un crecimiento en 2021, tras la caída registrada en el año anterior por la crisis COVID-19. Así, el mercado se situó en 8.212 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 7,4%, frente al descenso del 9,6% de 2020.

Las grandes superficies y cadenas de supermercados concentraron el 33% de la facturación en 2021, con un aumento del 3,8%. A continuación se sitúa el comercio especializado, que tras la fuerte

caída de 2020, su facturación creció un 15,7% en 2021, hasta reunir el 32% del mercado.

El canal de farmacia registró un ligero descenso en 2021 (-1,3%) reuniendo el 21% del total. Por su parte, dentro del segmento de otros canales, el de peluquería y estética profesional concentró el 6% del mercado, el de empresas especializadas en la venta en internet el 5% y el de empresas especializadas en otras formas de venta directa (puerta a puerta y por catálogo) el 3%.

Las ventas a través de internet, incluyendo tanto las realizadas por empresas especializadas en el canal online como por empresas no especializadas, supusieron ya el 10,5% del total del mercado, cerca de cuatro puntos y medio más que en 2019.

Los segmentos de cuidado de la piel y aseo e higiene concentran la mayor parte de las ventas, reuniendo porcentajes respectivos del 33% y 24% del total, seguidos de los de cuidado del cabello, y perfumes y fragancias, con el 18% cada uno, situándose a continuación la cosmética de color (8%).

Las ventas del sector registrarán a medio plazo una suave tendencia de crecimiento, favorecida por la creciente preocupación de la población por el cuidado de su salud y su imagen. De este modo, para el cierre de 2022 el valor del mercado minorista de productos de perfumería y cosmética podría situarse en 8.550 millones de euros, un 4% más que en 2021, superando de este modo las cifras prepandemia.

La estructura empresarial presenta un moderado grado de concentración, reuniendo los cinco primeros operadores una cuota conjunta del 35% del valor del mercado, participación que alcanza el 44% en el caso de las diez primeras empresas. El número de puntos especializados en la venta minorista de perfumería y cosmética ha registrado una tendencia a la baja en los últimos años, con el cierre de pequeñas perfumerías tradicionales, viéndose especialmente reducida desde 2020, con el cierre definitivo de algunos establecimientos ante la situación generada por la pandemia.

INFORMA D&B es la compañía líder en el suministro de Información Comercial, Financiera, Sectorial y de Marketing, con una facturación consolidada de 93,6 millones de euros en 2021.

Creada en 1992 por Cesce con el objetivo de establecer en España un Centro Servidor de Información de Empresas, en la actualidad cuenta con una Base de Datos nacional con 7 millones de agentes económicos censados y, como miembro de la Dun & Bradstreet Worldwide Network, ofrece acceso a la información on-line de más de 400 millones de empresas de todo el mundo.

Mercado (mill. euros)	8.212
· Grandes superficies y supermercados	2.740
· Comercio especializado	2.616
· Farmacia	1.697
· Otros canales (a)	1.159
Evolución del mercado (% var. 2021/2020)	+7,4
· Grandes superficies y supermercados	+3,8
· Comercio especializado	+15,7
· Farmacia	-1,3
· Otros canales (a)	+12,9
Concentración (cuota de mercado conjunta en valor) (%)	
· Cinco primeras empresas	34,8
· Diez primeras empresas	43,9

(a) incluye las ventas del canal de peluquería y estética profesional, de empresas especializadas en la venta por internet y en otras formas de venta directa (puerta a puerta, por catálogo).

Fuente: Observatorio Sectorial DBK de INFORMA
Estudio Sectores "Distribución de Perfumería y Cosmética"



Day/Night Serum Ampollas

Ampollas concentradas de Day Serum y de Night Serum

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



www.colmarinecosmetics.com

SLOGGI X O32C



Sloggi se une a O32c, la marca de moda y revista especializada en cultura y lifestyle, para crear once prendas unisex. Se trata de una colaboración orientada al comfortwear con acabados y materiales premium. Esta edición limitada está diseñada por la directora creativa de O32c, Maria Koch, quien se centró en las bases de Sloggi para crear la colaboración, el confort y la innovación.

Compuesta por una paleta de color neutral, con tonalidades verdes y moradas, esta colaboración combina las texturas lisas con sutiles relieves. Además, todas las prendas están fabricadas con algodón. Sudaderas, camisetas tanto con cuellos redondos como perkins, calcetines, pantalones de corte deportivo y una capa. Todos ellos con un logo reflectante de la marca.

Docor avanza su nueva colección Sport 2023

Es imprescindible que favorezca la libertad de movimientos, que nos sintamos como si de una segunda piel se tratara, que nos ayude a deslizarnos y movernos en el agua, así como también que ofrezca poca retención para que no ralentice nuestra competición y no tengamos que hacer sobre esfuerzos.

Y el compromiso que tiene DOCOR en la fabricación de bañadores de competición, es la compresión, una cualidad indiscutible que no puede faltar a ningún bañador de competición. Cuanta más compresión ofrezca un bañador, mayor será la potencia muscular e incrementará la circulación sanguínea para una oxigenación adecuada.

En su colección de bañadores deportivos, cada vez cuida más los estampados, los cortes de las piernas y cintura ya que los nadadores son cada vez más exigentes.

"This is me now" el lema con el que Triumph presenta sus innovadores sujetadores sin aro con tejido elástico



Triumph ha diseñado una gama de de sujetadores sin aros que se adaptan a tus necesidades y estilo personales.

Porque llevar un sujetador sin aros va más allá de no llevarlos. Es una elección para sentirse cómoda en cualquier momento, en cualquier situación. Para expresarse libremente.

Desde hace unos años, las tendencias en moda baño deportivo han evolucionado mucho, y, por suerte, podemos decir que actualmente las prendas que creamos nacen con el fin de adaptarse a todos tus movimientos durante la práctica, aportándote comodidad y suavidad. Y lo mejor de todo, que te permiten ir a la moda.





www.privata.com



La familia Chouinard traspasa la propiedad de Patagonia y destina sus beneficios para proteger el planeta



El Patagonia Purpose Trust posee ahora todas las acciones con derecho a voto de la empresa (el 2 % del total de las acciones) y se ha creado para dar vida a una estructura legal más permanente que proteja el propósito y los valores de Patagonia. Ayudará a garantizar que nunca se desvíe de la intención del fundador y a facilitar lo que la empresa sigue haciendo mejor: demostrar, como empresa con ánimo de lucro, que el capitalismo puede ayudar al planeta.

PUMA presenta FUTROGRADE



FUTROGRADE, el desfile físico, mostró una selección de prendas, zapatillas y accesorios -tanto de la temporada actual como de las próximas- así como piezas personalizadas y seleccionadas por la diseñadora y directora creativa de PUMA, June Ambrose.

Timberland presenta su nueva colaboración con la estilista y creativa Veneda Carter



Timberland anuncia la primera colaboración con la estilista y creativa de origen danés y residencia en Los Ángeles, Veneda Carter. Dentro de la colección destaca la reinterpretación de la icónica Yellow Boot de la marca, pensada para una nueva generación de fans de la moda.

Nike presenta Forward, su última innovación en textil



El proceso de Nike Forward, que simplifica la fabricación de los tejidos tradicionales de Nike, reduce significativamente la huella de carbono de su material de primera generación. Una media del 75% de reducción en comparación con el tejido tradicional Fleece utilizado por Nike.



STEPPING STRONG STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM

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

Skechers lanza una nueva cápsula de la edición limitada 'Skechers - Tokidoki'



Bajo el mantra universal de que algo inesperado y especial puede ocurrir cualquier día, esta colaboración global entre la firma italiana de inspiración nipona y Skechers sigue creciendo con nuevos y sorprendentes modelos destinados a marcar tendencia esta temporada.

Martinelli X Redondo Band: tres modelos para brillar



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.

Uneek, la sandalia de Keen perfectas para llevar con calcetines este otoño



Las Uneek son perfectas para llevar con calcetines, su novedoso diseño apuesta por la sostenibilidad y el confort sin olvidar el estilo urbano. Son unas sandalias fáciles de combinar en los looks street style de esta temporada. Además, los tejidos y los cordones utilizados para su fabricación dan una segunda vida a los desechos plásticos.

Hiba Abouk presenta la nueva colección de Xti



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

MADE IN PORTUGAL,
NATURALLY...

NATURALLY SUSTAINABLE

COME & SEE

Co-financiado por

COMPETE
2020

PORTUGAL
2020

 UNACRIS/VEGA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Longchamp: accesorios FW2022



Para presentar su colección Fall-Winter 2022, Longchamp juega con los contrastes entre tradición y modernidad. Para ello combina pañuelos de seda coloridos debajo de las gorras de béisbol. Uno de los pañuelos más reseñables de la temporada, presenta una cabalgata de logotipos de caballos Longchamp, disponible en los colores joya de la colección: verde, naranja o azul. Un segundo diseño, muestra un dibujo arremolinado de pequeños caballos Longchamp, quienes también galopan juguetones por sus cantos de flecos: un toque chic y artesano. Puede llevarse de forma casual anudado al cuello o metido dentro de una de las agradables prendas de punto de la temporada.

La firma Bea Soldado rompe los esquemas e introduce el 'pearlcore' en sus joyas



Aunque durante algún tiempo estas joyas hechas con piedras naturales perdieron protagonismo, en la actualidad se han convertido en una gran tendencia de moda que recibe el nombre de 'pearlcore' y que se ha extendido a gran velocidad a todos los públicos y estilos.

Bea Soldado no solo presenta joyas perladas de la mejor calidad sino que hace especial hincapié en el diseño de estas, incorporando nuevas formas como los rombos, las perlas en forma de bastón o combinadas con cadenas de oro de 9K, una de las características principales de la marca que se convierte en su sello de identidad.

Martsen Studio: el complemento ideal para los días de lluvia



Cúbrete el pelo, abrígate el cuello o dale un estilo chic y diferente a tu gabardina con un foulard Martsen Studio.

Su colección Origins está dedicada a la flora y fauna que se encuentra en peligro de extinción y perseguida por la caza furtiva. Todas sus piezas podemos encontrarlas en varios tamaños, para escoger el que más nos guste y se adapte a nuestros outfits lluviosos.

UNOde50 presenta una nueva joya solidaria con motivo del 10º aniversario de su colaboración con la Asociación Princesa RETT



UNOde50 presenta una pulsera solidaria que pone de manifiesto el compromiso con la Asociación Princesa Rett en el décimo aniversario de su colaboración. Esta presentación se ha celebrado en UNOde50 Art Gallery y ha estado guiada por la actriz Toni Acosta. Además, ha contado con la presencia de Francisco Santiago, Presidente de la Asociación Princesa Rett; Alfonso Oyarzábal, Doctor en Biomedicina e investigador del Laboratorio de Metabolismo Sináptico del Servicio de Neurología en el Hospital Sant Joan de Déu y, José Azulay, Presidente y Director Creativo de UNOde50.

La nueva joya solidaria tiene como protagonista el candado, uno de los emblemas de UNOde50, que representa el compromiso infranqueable con el proyecto. Este icono de la marca está grabado con unas pequeñas manos abiertas en forma de alas, que simbolizan la esperanza en la lucha contra el síndrome de Rett, y la inscripción "Silent Angels", expresión popularizada por la actriz Julia Roberts, embajadora de la causa, que hace alusión a la pérdida del habla de las niñas que padecen la enfermedad.

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.

Monpiel lanza su colección otoño-invierno



Monpiel lanza su colección Otoño/Invierno inspirada en los movimientos arquitectónicos contemporáneos que dan un aire actual a los básicos atemporales por los que es reconocida la marca.

Todo a punto para que regrese la feria KM 0 Moda los próximos 10 y 11 de octubre



La feria KMO MODA ultima detalles de última hora para el regreso del gran evento que impulsará las sinergias comerciales entre los productores textiles españoles (talleres de confección, géneros de punto, estampación, patronaje, corte, acabados, complementos textiles, etc.). Pero también empresas de servicios auxiliares para el sector (empresas de logística, tecnológicas, digitales, reciclaje, etiquetas, fornituras, etc.).

La feria Kilómetro 0 Moda es sin duda una de las oportunidades de vital interés para el sector de la moda en España.

Los visitantes profesionales de la moda tendrán acceso gratuito previa inscripción a <https://km0moda.org/visitantes/>

FUTURMODA más sostenible que nunca



La feria internacional de la piel, los componentes y la maquinaria para el calzado y la marroquinería contará en esta edición con un total de 410 firmas expositoras procedentes de España, Italia Portugal, Francia, Alemania y Marruecos,

que ocuparán un total de 11.680 metros de exposición incluidas las zonas comunes de la feria.

Futurmoda ya ha recuperado el 90% de participación respecto a la edición de octubre de 2019 previa a la pandemia.

Crece un 15% respecto a la edición de octubre de 2021 y un 8% respecto a la última edición de marzo de 2022.

Comparativamente hablando la feria registra un incremento en número de expositores y de firmas expositoras, registrando en esta edición un 7% de firmas nuevas, que exponen por primera vez en Futurmoda, así como un 5% de antiguas firmas que habían dejado de exponer y regresan en esta edición a Futurmoda.

En esta nueva edición las empresas expositoras presentarán una amplia oferta de nuevos productos basados en las nuevas tendencias de moda para la temporada Otoño Invierno 2023-2024.

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

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".

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.

La 8ª edición de Atelier Couture aunará moda, costura artesana, belleza, gastronomía y destino nupcial, con sello español

La 8ª edición de Atelier Couture (4 y 5 de octubre en el Palacio de Santona de Madrid) visibilizará las propuestas de doce diseñadores, consolidados y emergentes, que mostrarán en los desfiles y a través de creaciones contemporáneas, el tradicional oficio de la Costura. Un evento que fusionará moda, belleza y gastronomía local, manifestando el alto valor de la Artesanía en nuestra cultura y como sello de identidad nacional.

MODACC colabora con el Programa Mundial del Textil y la Confección organizado por International Trade Center



Unas sesenta marcas catalanas del sector de la moda ya han confirmado su asistencia al encuentro profesional que tendrá lugar el próximo 3 de octubre en la Expo Hotel de Barcelona, donde una veintena de empresas tunecinas del sector expondrán sus piezas.

El evento se celebrará en formato showroom donde se podrán ver expuestas prendas tunecinas de denim, punto y plana, lencería, ropa de baño, ropa deportiva, etc. La jornada, tiene la finalidad de promover nuevas relaciones comerciales entre los productores textiles de Túnez y marcas de moda catalanas interesadas en conocer capacidades industriales para la confección de prendas de indumentaria en proximidad.

En Túnez, el sector textil y de la confección es el mayor sector industrial y está casi totalmente orientado a la exportación, con unas 1.592 empresas que contribuyen al 3% del PIB del país. El destino del 96% de las exportaciones textiles del país están en la Unión Europea. En el sector textil-confección de Túnez trabajan un total de 158.000 personas.

La próxima edición O80 Barcelona Fashion se celebrará del 25 al 28 de octubre

Este año, O80 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.

En esta edición participarán 23 diseñadores, diseñadoras y marcas de Cataluña y todo el Estado, que presentarán las colecciones en la pasarela.

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



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.

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.

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.

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



Barcelona Bridal Fashion Week (BBFW), el salón líder mundial en moda nupcial organizado por Fira de Barcelona, cuenta como nueva directora con Albasarí Caro, profesional del sector con una larga y exitosa trayectoria en empresas de moda prêt-à-porter y nupcial, en las que ha trabajado especialmente para su internacionalización y expansión.



La mayor plataforma informativa de la MODA en España

Diaria

Website: www.edicionessibila.com

Diaria

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:

